



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Control del Almacén y su incidencia en las Ventas del

Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito

Wanchaq – Cusco, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

AUTORES:

Mendoza Caceres, Terry (orcid.org/0009-0007-0804-7777)

Huaman Rozas, Yeferson Junior (orcid.org/0009-0008-7330-6058)

ASESOR:

Mg. Urrutia Flores, Manuel (orcid.org/0000-0003-3732-4490)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Auditoria

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA — PERÚ

2023

Dedicatoria

Este trabajo dedicamos a nuestros padres y hermanas quienes nos han apoyado para llegar a esta instancia profesional, ya que siempre tenemos el apoyo incondicional, moral y psicológico por lo tanto son nuestra mayor motivación para no rendirnos y llegar a ser un gran ejemplo.

Agradecimiento

Agradezco en primer lugar a Dios y a mis padres que sin su bendición y apoyo incondicional no hubiera llegado tan lejos profesionalmente y conocer grandes personas que contribuyeron con mi enseñanza y ser una persona sabia.

Declaratoria de Autenticidad del asesor



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, URRUTIA FLORES MANUEL, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "CONTROL DEL ALMACÉN Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DEL CENTRO COMERCIAL GARCILASO OPEN PLAZA DEL DISTRITO WANCHAQ – CUSCO, 2022

*, cuyos autores son MENDOZA CACERES TERRY, HUAMAN ROZAS YEFERSON JUNIOR, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20.00%, 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 cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

LIMA, 08 de Enero del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
URRUTIA FLORES MANUEL DNI: 09692775 ORCID: 0000-0003-3732-4490	Firmado electrónicamente por: MURRUTIAF el 11- 01-2024 21:46:36

Código documento Trilce: TRI - 0726750

Declaratoria de originalidad de los autores



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, MENDOZA CACERES TERRY, HUAMAN ROZAS YEFERSON JUNIOR estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "CONTROL DEL ALMACÉN Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DEL CENTRO COMERCIAL GARCILASO OPEN PLAZA DEL DISTRITO WANCHAQ – CUSCO, 2022

", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos 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 asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
TERRY MENDOZA CACERES DNI: 76938648 ORCID: 0009-0007-0804-7777	Firmado electrónicamente por: TEMENDOZACA el 08-01-2024 13:05:06
YEFERSON JUNIOR HUAMAN ROZAS DNI: 74066506 ORCID: 0009-0008-7330-6058	Firmado electrónicamente por: YEHUAMANRO el 08-01-2024 16:58:43

Código documento Trilce: TRI - 0726767



ÍNDICE DE CONTENIDOS

Caratula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de Autenticidad del asesor	iv
Declaratoria de originalidad de los autores.....	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	vii
Índice de gráficos y figuras	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGIA	10
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	10
3.2. Variables y operacionalización	11
3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis.....	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	13
3.5. Procedimientos	15
3.6. Método de análisis de datos	15
3.7. Aspectos éticos.....	16
IV. RESULTADOS	17
V. DISCUSIÓN	30
VI. CONCLUSIONES	33
VII. RECOMENDACIONES.....	34
REFERENCIAS	35
ANEXOS.....	38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Validez del instrumento.....	14
Tabla 2 Estadístico de Confiabilidad o Fiabilidad	15
Tabla 3 Nivel de percepción de la variable control de almacén	17
Tabla 4 Nivel de percepción de la dimension Aprovisionamiento	18
Tabla 5 Nivel de percepción de la dimension Logística.....	19
Tabla 6 Nivel de percepción de la variable venta	20
Tabla 7 Nivel de percepción de la dimensión Factores de venta	21
Tabla 8 Nivel de percepción de la dimensión compra de producto	22
Tabla 9 Prueba de normalidad de variables	23
Tabla 10 Coeficiente de correlación.....	24
Tabla 11 Análisis de Correlación de Rho Spearman de la hipótesis general	25
Tabla 12 Análisis de Correlación de Rho Spearman de la hipótesis especifica 1	26
Tabla 13 Análisis de Correlación de Rho Spearman de la hipótesis especifica 2	27
Tabla 14 Análisis de Correlación de Rho Spearman de la hipótesis especifica 3	28
Tabla 15 Análisis de Correlación de Rho Spearman de la hipótesis especifica 4	29

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 1 Nivel de percepción de la variable control de almacén	17
Figura 2 Nivel de percepción de la dimension Aprovisionamiento	18
Figura 3 Nivel de percepción de la Logística	19
Figura 4 Nivel de percepción de la variable Venta	20
Figura 5 Nivel de percepción de la dimensión Factores de venta	21
Figura 6 Nivel de percepción de la dimensión Compra del producto	22

RESUMEN

El objetivo general de la investigación fue establecer la relación que existe entre el control de almacén y las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco. Para lograr el objetivo general se realizó un estudio de tipo aplicada, de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo - correlacional, con un diseño no experimental - transversal. Se desarrolló en base a una muestra conformada por 40 comerciantes del Comercial Open Plaza del Distrito de Wanchaq. Como técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta, y el cuestionario como instrumento. Para el proceso analítico de los datos se utilizó el SPSS V. 26, programa mediante el cual se realizó la contrastación de hipótesis utilizando el análisis estadístico no paramétrico, obteniéndose como resultados que el control de almacén incide positivamente con las ventas del centro comercial Garcilaso open plaza del distrito de Wánchaq, con un coeficiente de correlación alta igual a 0.668 ($r=0.668$) y un valor $\rho= 0.000$ ($\rho<0.05$), es decir a más control de almacén, se incrementan las ventas.

Palabras clave: *Control del almacén, ventas, factores de venta, compra del producto, aprovisionamiento y logística.*

ABSTRACT

The general objective of the research was to establish the relationship that exists between warehouse control and sales of the Garcilaso Open Plaza Shopping Center in the Wanchaq District - Cusco. To achieve the general objective, an applied study was carried out, with a quantitative approach, at a descriptive - correlational level, with a non-experimental - cross-sectional design. It was developed based on a sample made up of 40 merchants from the Open Plaza Commercial in the Wanchaq District. The survey was used as a data collection technique, and the questionnaire as an instrument. For the analytical process of the data, SPSS V. 26 was used, a program through which the hypothesis testing was carried out using non-parametric statistical analysis, obtaining as results that warehouse control directly affects the sales of the Garcilaso open shopping center. square in the Wánchaq district, with a high correlation coefficient equal to 0.668 ($r=0.668$) and a value $p= 0.000$ ($p<0.05$), that is, the more warehouse control, the sales increase.

Keywords: *Warehouse control, sales, sales factors, product purchasing, supply and logistics.*

I. INTRODUCCIÓN

El control del almacén son las prácticas y procesos utilizados para administrar y supervisar el flujo de productos dentro de un almacén o centro de distribución. Su incidencia en las ventas es significativa y puede tener varios efectos en el control de inventarios. Contreras et al. (2018) señala que el control del almacén implica el manejo y la gestión de suministros de productos primarios, componentes, artículos que se encuentran en el proceso de elaboración y productos que están finalizados y listos para su venta. Acosta et al. (2018) menciona la relación de las ventas con el proceso de brindar asistencia y/o persuasión, ya sea de forma personal o impersonal, a un posible cliente con el propósito de que adquiera un producto, servicio o que tome una acción beneficiosa para el vendedor.

Según García (2020) en Cuba, aún persisten dificultades significativas en mejorar la economía de los almacenes en las entidades estatales. Las dificultades que se experimentan abarcan diversos aspectos, entre ellos, la falta de reconocimiento del almacén como una parte fundamental del sistema logístico, la falta de conexión directa en línea entre el almacén y los puntos de consumo. Por otro lado, Flamarique (2019), a nivel mundial, en España, muchas se enfrentan a la necesidad de contar con instalaciones de almacenamiento para sus productos o materiales, los cuales deben implementar estrategias para equilibrar y compensar sus inventarios debido a las fluctuaciones y desequilibrios del mercado.

Las empresas en Venezuela manufactureras tuvieron un cambio en los productores en una situación complicada al realizar comparaciones entre los insumos y materiales necesarios para la fabricación, impactando negativamente en el control del almacén (Cabriles, 2018). En Latinoamérica, es común que las empresas realicen el control del almacén en momentos de pocas inversiones. Es en el momento en que se verifica cada aspecto relacionado con el control de inventario cuando los gerentes adquieren una gran importancia al obtener información precisa sobre las existencias reales de la compañía (Mahon, 2016).

En lo que respecta a las investigaciones en el ámbito nacional Huamán (2020) que afirma según su análisis de las empresas en la ciudad de Lima enfrentan dificultades en el proceso de recepción de productos por las limitaciones

espaciales, generando constante desorden operativo. Además, Campó (2020) destaca la relevancia de administrar los almacenes en todas las empresas o instituciones, implica la vigilancia y control de actividades en la acogida, resguardo y movimiento de mercancías en un depósito particular.

El Centro Comercial Garcilaso Open Plaza, se encuentra en la provincia de Cusco distrito de Wánchaq, Perú, es una empresa dedicada a la venta minorista que brinda una extensa variedad de productos y se enfrenta a desafíos vinculados con la administración y supervisión de su depósito, reflejados en la falta de disponibilidad de productos en stock, resultando en una pérdida de ventas. La ausencia de una gestión adecuada del depósito conlleva una serie de inconvenientes, como la carencia de organización en el almacenaje de los productos, donde equipos similares se encuentran dispersos en diferentes ubicaciones, lo que dificulta la entrega eficiente de los productos. Además, la carencia de herramientas básicas necesarias para llevar a cabo un control eficiente dificulta que los colaboradores de la organización manejen de manera adecuada el sistema de inventario. Asimismo, la asignación inadecuada de espacios físicos provoca el deterioro de varios productos y ocupa un espacio considerable dentro de las instalaciones de la empresa, en lugar de permitir la disposición de otros artículos con alta rotación.

Por todo lo mencionado, se propuso un estudio del allegado problema: ¿Cómo afecta la gestión del inventario a las ventas en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza en el Distrito de Wanchaq, Cusco, durante el año 2022? ; Y en términos de desafíos particulares ¿Cómo incide el control de almacén en los factores de venta al cliente del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022?; ¿De qué manera afecta el control de suministros en la compra del producto del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq – Cusco, 2022?; ¿El aprovisionamiento cómo incide en las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq – Cusco, 2022? Y ¿La logística cómo incide en las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq – Cusco, 2022?

El estudio tiene justificación práctica, ya que busca proporcionar recomendaciones concretas destinadas a fortalecer el nivel de supervisión en el

almacén. El objetivo es identificar posibles deficiencias en el inventario, como escasez o exceso de mercancías, los cuales impactan negativamente en la empresa respecto a su estado financiero y reducen la rentabilidad; se justifica socialmente porque demostrar que un sistema de inventario logra mayor prontitud con un manejo de los inventarios en orden, favoreciendo así al nivel de ventas, reduciendo pérdidas de ingresos del Centro Comercial. Asimismo, se justifica teóricamente, puesto que aportará conocimiento existente de las variables control de inventarios y ventas. Por último, se justifica metodológicamente, se sustenta esta investigación con el objetivo de demostrar la conexión entre las dos variables mediante un enfoque correlacional. Con este fin, se desarrollará un cuestionario diseñado para medir las variables en estudio, basado en las dimensiones identificadas, las cuales podrían ser replicadas en futuras investigaciones.

Se procede a enunciar el objetivo general, el cual se orientó en determinar el impacto de la gestión de inventario en las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022. En relación con los objetivos específicos, identificar la incidencia del control de almacén en los factores de ventas al cliente del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022; evaluar cómo la gestión de inventario afecta la adquisición del producto en Centro Comercial Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022; determinar la incidencia del aprovisionamiento en las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq – Cusco Año 2022 y determinar la influencia de la operación de la logística en las comercializaciones. del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022.

Por otro lado, la hipótesis de la investigación fue el control de almacén que incide positivamente con las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza de la provincia de Cusco en el distrito de Wanchaq, 2022; el control del almacén incide positivamente con los factores de ventas al cliente del Centro Comercial Open Plaza de la provincia de Cusco en el distrito de Wanchaq, 2022; el control del almacén incide positivamente con la compra del producto en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza de la provincia de Cusco en el distrito de Wanchaq, 2022; el aprovisionamiento incide positivamente con las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq – Cusco, 2022; y la logística incide

positivamente con las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

La investigación cuenta marco teórico, entre los cuales están los estudios relacionados tanto como nacional e internacionalmente, y definiciones conceptuales que sustentan los elementos de análisis.

A nivel global internacional se obtuvo los siguientes estudios: Hernández et al. (2021) en su estudio que tuvo por objetivo principal de desarrollar un mecanismo de supervisión de inventarios que se puedan abordar mediante una gestión ineficiente con los inventarios en el almacén de Técnitaller S.A.S. Se utilizó una metodología de investigación no experimental, carácter abarcador y descriptivo. Para recopilar los datos necesarios, se elaboraron matrices específicas para cada uno de los objetivos logrados en el proyecto. Con las respuestas del análisis revelaron que el diseño propuesto para su implementación en la organización se compone de un sistema informático que consta de cuatro módulos de gestión: Adquisiciones, Almacén, Inventarios y Despacho.

Lopez (2020) en su estudio que tuvo por objetivo principal de desarrollar y aplicar una estrategia completa para mejorar el manejo de existencias con el fin de incrementar la eficacia del depósito de materias primarias en AGS. Se adoptó una metodología de investigación no experimental, la cual se basó en un análisis inicial del problema y en el análisis de datos históricos para identificar áreas de oportunidad. Para seleccionar la muestra, se clasificaron los elementos del inventario y se los agrupó según su categoría, asignándoles un porcentaje de importancia utilizando el enfoque ABC. Después, se llevó a cabo un recuento en 55 líneas escogidas al azar, las cuales representaban una inversión importante en el inventario. Los resultados obtenidos revelaron que se logró una reorganización exitosa al mejorar la disposición de los productos mediante su clasificación por categorías y promoviendo una mayor rotación e interconexión. Esto permitió reducir los desplazamientos del personal del almacén y disminuir en un 30% los tiempos del proceso de selección.

Teran y Garcia (2020) realizaron una investigación cuyo objetivo principal fue realizar un estudio exhaustivo y exploratorio con el fin de respaldar la gestión del conocimiento en relación a cómo las empresas implementan estrategias para aumentar el valor de los destinatarios y reflejarlo en las ventas. Se aplicó una

metodología descriptiva y exploratoria. Para el estudio de mercado, se utilizó un muestreo aleatorio simple probabilístico. La población considerada fue la PEA de Latacunga, que representa el 54,5% de un total de 170.500 habitantes, lo que resulta en un universo de 92.923 personas según las proyecciones del INEC para el año 2019. Los resultados obtenidos que la empresa analizada se distingue por emplear estrategias de mercadotecnia altamente orientadas hacia el cliente; y resalta que adoptan estrategias de crecimiento y diversificación de marketing, como mencionan los tres autores analizados.

Viera y Vásconez (2015) realizó la investigación que menciona un objetivo principal de un estudio que consistía en analizar y estudiar el procedimiento de un intercambio de bienes y servicios como la comercialización y el impacto en la rentabilidad de la empresa, durante el año 2014. Se empleó una metodología combinada de enfoque deductivo e inductivo. Las técnicas utilizadas incluyeron entrevistas y grupos de discusión. Aplicando el instrumento a 6 empleados del área de ventas y dos ejecutivos de "Infoquality s.a". Después de examinar detalladamente el proceso de ventas existente, se llegó a la conclusión de que no cumple con los pasos necesarios para ser considerado un proceso de ventas eficiente.

Se tienen como antecedentes nacionales a Alva y Correa (2022) realizaron la investigación con el objetivo principal de identificar y analizar como es el control de almacén de la empresa "Grupo Empresarial Urquiaga E.I.R.L", ubicada en Chimbote en el el año 2022. Mediante el cual, se realizó un método descriptivo y un modelo no experimental. Para recopilar los datos, se aplicó una encuesta utilizando un cuestionario. La muestra consistió en 10 empleados del departamento de almacén. Los resultados obtenidos fueron que se registra una gestión aceptable del almacén en un 70% de los casos, mientras que en un 30% se evidencia una gestión deficiente; en cuanto al almacenamiento de mercancías, se identifica un control deficiente en un 30% de los casos y un control aceptable en un 70%.

Socola (2020) quien realizó la tesis, y estudio con el propósito introducir en la ferretería Tomasini - Piura un sistema de control de almacén con el fin de mejorar la gestión de ingreso, salida y registro de materiales. Asimismo, se aplicó el enfoque descriptivo con la variable cuantitativa, por lo que se aplicó de carácter transversal

y un modelo de investigación no experimental. La observación directa se empleó como la principal técnica para recaudar datos y realizar el seguimiento. La muestra consistió en 11 trabajadores del establecimiento. En conclusión, determinó que la implementación del sistema permitirá a los empleados de la tienda de artículos de ferretería registrar y dar seguimiento de manera más eficiente a la información obtenida. Esto resultará en un aumento en la productividad en los procesos y la estructura de mejorar un buen servicio mediante una atención de calidad ofrecida hacia los clientes.

Barbagelata (2020) hizo un estudio con el propósito principal de proporcionar una descripción exhaustiva en la empresa KRB Comunicación de la gestión de ventas llevada a cabo en los 3 primeros meses del año 2020 en Maynas. Se utilizó una metodología descriptiva y de diseño transversal, sin llevar a cabo experimentos. La población y muestra del estudio estuvieron compuestas por 12 empleados de la empresa. Para recopilar información sobre la gestión de ventas, se aplicó la encuesta y se implementó un cuestionario consistente en 12 preguntas. Mediante los resultados se revelaron que el grado de calificación en la gestión de ventas en la empresa fue considerada como buena por el 71% de los trabajadores, mientras que el 27% la calificó como regular y el 2% como deficiente. Así mismo, como resultado concluyente, se pudo determinar que la gran proporción de los colaboradores (71.1%) perciben positivamente de la gestión de ventas.

Arribasplata et al. (2019) realizó una investigación con el propósito de un objetivo principal fue analizar cómo la gestión de ventas influyó en el crecimiento económico de una empresa especializada en servicios gráficos en Lince, Lima, durante el año 2018. La finalidad de la metodología empleada en este estudio se basó en un enfoque cuantitativo, adoptando un modelo no experimental de tipo correlacional-causal. Para la recopilación de datos, se utilizó un cuestionario administrado a una muestra de 33 empleados de la empresa. Los resultados obtenidos a través de los datos recopilados revelaron información significativa, ya que se observó una relación positiva de grado moderado entre la gestión de ventas y el crecimiento económico. Este hallazgo se reflejó en el coeficiente de correlación de Spearman, que alcanzó un valor de 0.655.

En relación a las bases teóricas que respaldan y explican el comportamiento de las variables, como el Control de Almacén, según lo planteado por Romero et al. (2018), es crucial para cualquier organización contar con una gestión adecuada y formalizada del almacén. Esta situación se debe a que el almacén juega un papel esencial al garantizar la estabilidad en la producción, alinear las distintas demandas de los clientes y desempeñar un papel crucial como mecanismo regulador. Según Contreras et al. (2018), la gestión del almacén implica la supervisión y control de los recursos empleados en la producción y distribución de materias primas, componentes, productos en desarrollo y finalizados dentro de una organización. Estos elementos se encuentran presentes en diferentes etapas del canal de producción y logística. En contraste, Enríquez y Lévano (2022) resaltan la relevancia del almacén como un componente fundamental e imprescindible para las empresas. Su importancia radica en asegurar el cumplimiento de los estándares y requisitos de los clientes.

Con respecto a las dimensiones del control del almacén, estos se construyen en base a lo mencionado por Waters (2021) es un suministro o aprovisionamiento que son acciones y estructuras, destinadas a garantizar que los materiales se trasladen inicialmente desde los proveedores y finalizar con los clientes. Cada producto tiene su propia cadena de suministro única, que puede ser larga y complicada. Logística, es un proceso detallado y esencial para establecer y llevar a cabo una operación. por Contreras et al. (2018) donde afirma que el control del almacén es el aprovisionamiento de materias primas, que aparecen en la logística de una empresa. Lo que implica organizarla en dos dimensiones: Aprovisionamiento, según En el contexto empresarial, este enfoque representa el flujo más eficiente desde el inicio hasta el final, con el objetivo de cumplir las expectativas más altas de los clientes (Tan, 2017).

En relación a la Variable 2: Ventas, de acuerdo con Acosta et al. (2018) la actividad de influir y motivar a un cliente potencial, ya sea de manera personal o impersonal, con el objetivo de concretar una venta o adquisición de un producto o servicio, así como de promover una idea de importancia comercial para el vendedor, está estrechamente vinculada con la gestión empresarial. Asimismo, influye de manera significativa en la fuerza de ventas, la gestión de las mismas,

como indica García (2016) quien alude al grupo encargado de realizar las actividades comerciales dentro de las empresas. Según Thompson (2016) se considera como una de las acciones más deseables para las empresas, organismos y personas que brindan productos o servicios a su público objetivo en el mercado. Lo importante de esta actividad es donde la actividad establece frecuencia, calidad y rentabilidad con la que se realiza.

En lo que respecta a los aspectos de ventas, estas fueron definidas según lo mencionado en factores de venta, según Díaz et al. (2019) las evaluaciones necesarias que deben realizarse antes, durante y después del proceso de ventas. Estas evaluaciones buscan identificar los factores tanto internos, siendo así, los representantes legales tienen la capacidad de asistir a sus clientes en las situaciones positivas o negativas que pueden afectar el avance de las ventas. Compra del producto, a pesar de contar con conocimiento sobre teorías, cualidades y procesos de adquisición, así como factores: culturales, sociales y psicológicos que impactan directamente en el accionar al momento de la compra y, en consecuencia, en la toma de decisiones, comprender a los clientes y su forma de actuar, incluyendo qué, cuándo y cómo se comportan, tiene un rol importante para que las empresas puedan tomar decisiones. No obstante, entender el comportamiento de compra de los individuos no es una labor que se pueda realizar de manera ágil. Según Acosta et al. (2018) donde afirma que las ventas son el procedimiento de ayuda o persuasión personal o comunitaria para que un posible comprador realice una compra o la venta de un bien o servicio para actuar beneficiosamente sobre una noción que tiene importancia comercial para el vendedor. Lo que conlleva a estructurarla en dos dimensiones:

III. METODOLOGIA

3.1. Tipo y diseño de investigación

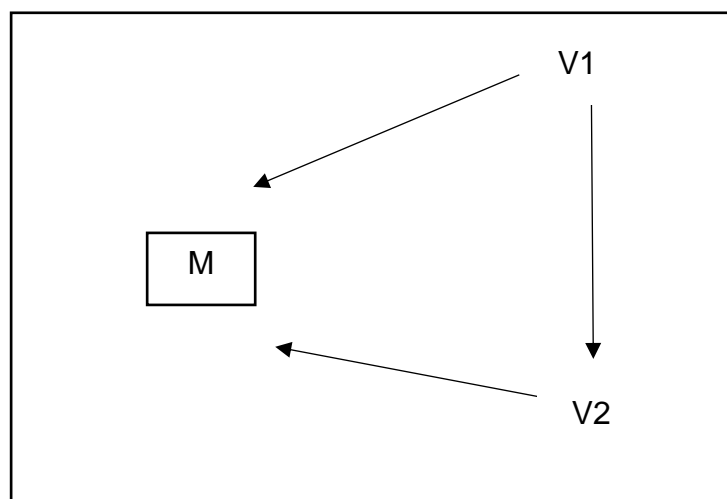
El enfoque cuantitativo y las variables que implica, según Hernández & Mendoza (2018) este enfoque implica el recaudo de datos numéricos a partir de la información financiera, que tiene por objetivo probar hipótesis mediante mediciones cuantitativas y el análisis estadístico. Por tanto, para medir el control del almacén y las ventas en el Centro Comercial Open Plaza del Distrito de Wanchaq – Cusco, se utilizó información numérica y demostrar la hipótesis.

El tipo de investigación aplicado para este estudio fue aplicado, para (CONCYTEC, 2019) la investigación aplicada o Práctica se diferencia por la manera en la que examina la realidad de la sociedad y utiliza sus hallazgos para perfeccionar métodos y estrategias específicas, para desarrollar la creatividad e innovar.

Es correlacional, según Hernández & Mendoza (2018) este nivel o alcance de investigación tiene por objetivo de analizar un grado de similitud que se encuentra en el ambiente determinado. Por tanto, la investigación se enmarca en un alcance correlacional, por lo que su fin es explorar la interrelación con un control de las ventas y de almacén, es decir, cómo están vinculadas estas dos variables.

Figura 1.

Esquema de diseño



3.2. Variables y operacionalización

3.2.1. Variables de estudio

Primera variable: **CONTROL DE ALMACÉN**

Segunda variable: **VENTAS**

3.2.2. Operacionalización de variables

Primera variable: **CONTROL DE ALMACÉN**

Definición conceptual: Contreras et al. (2018) Indica que el control de suministros implica la administración de los recursos destinados a la creación y distribución de elementos, artículos en desarrollo y artículos finalizados dentro de una empresa. Estos componentes se hallan presentes en diversas fases del procedimiento de producción y distribución.

Definición operacional: Es la medición de la percepción de la variable: El control del stock en una tienda es el producto de la utilización de un cuestionario que tiene dos componentes fundamentales y sus respectivos medidos. Estos indicadores son evaluados en una escala de Likert, donde se asignan valores para medir de manera cuantitativa los indicadores relacionados con el control de almacén: Totalmente de acuerdo (5) hasta Totalmente en desacuerdo (1).

Dimensiones e indicadores:

Aprovisionamiento

- Nivel de adquisiciones
- Eficiencia en almacenes
- Grado de inventarios
- Excelencia en los factores de gestión de inventarios

Logística

- Nivel de control de stock
- Tiempo de entrega
- Tiempo medio de producción
- Plazo de entrega

Escala de medida: Ordinal

Segunda variable: **VENTAS**

Definición conceptual: Menciona Acosta et al. (2018) que la actividad de influir y motivar a un cliente potencial ya sea de manera personal o impersonal, con el objetivo de concretar una venta o adquisición de un producto o servicio, así como de promover una idea de importancia comercial para el vendedor, está estrechamente vinculada con la gestión empresarial. Esta tarea implica la colaboración de diversas personas y la implementación de procesos conjuntos con el propósito común de alcanzar el objetivo de venta.

Definición operacional: La evaluación de la percepción de las ventas es un proceso que implica la medición de una variable específica. Esta medición se obtiene mediante la implementación de un cuestionario que consta de dos aspectos fundamentales y sus respectivos indicadores. Estos indicadores se evalúan utilizando una escala de Likert, que permite asignar valores para medir de manera cuantitativa las diferentes dimensiones relacionadas con las ventas.

Dimensiones e indicadores:

Factores de venta

- Segmentación de mercado objetivo
- Porcentaje de finanzas
- Puntos de ubicación
- Cantidad de recursos humanos
- Eficiencia en sistemas de información

Compra del producto

- Elaboración de productos de consumo
- Elaboración de bienes industriales
- Elaboración de bienes simples
- Elaboración de bienes compuestos

Escala de medida: Ordinal

3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis.

Población: Esta conformado con 40 comerciantes del Comercial Open Plaza del Distrito de Wanchaq. Como parte de los criterios de inclusión Se consideran a todos los comerciantes que tienen un stand en Comercial Open Plaza del Distrito de Wanchaq. En los criterios de exclusión, se prescinde de los vendedores de los stands en el Comercial Open Plaza del Distrito de Wanchaq.

Muestra: Conformado por 40 los comerciantes del Comercial Open Plaza del Distrito de Wanchaq. Se cuenta con un muestreo no probabilístico, intencional.

Unidad de análisis: Es cada comerciante del Centro Comercial Open Plaza del Distrito de Wanchaq.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica: Se realizó una encuesta con la finalidad de recopilar la totalidad de información para obtener las variables requeridas para luego analizarlas como una etapa fundamental del trayecto de investigación.

Instrumento: Con el propósito de adquirir conocimiento acerca de la visión de los empleados en relación a las variables investigadas en el Centro Comercial Open Plaza, situado en el Distrito de Wanchaq durante el año 2022, se empleó un cuestionario como instrumento de investigación. Dicho cuestionario fue diseñado teniendo en cuenta los principios y teorías vinculados a las dos variables investigadas.

La variable "Control de Almacén" se compuso de 8 ítem distribuidos en sus respectivas dimensiones, mientras que la variable "Ventas" se conformó por 8 ítem también, que se evaluaron utilizando una escala de Likert. La dimensión "Aprovisionamiento" contó con 4 ítem, al igual que la dimensión "Logística", mientras que la dimensión "Factores de venta" y la dimensión "Compra del producto" estuvieron compuestas por 4 ítem cada una.

Para medir la percepción de ambas variables, se utilizó la escala de Likert, la cual presentaba las siguientes opciones:

- Totalmente en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Este instrumento fue validado por dos profesionales con experiencia en Metodología de Investigación y uno en contabilidad. La evaluación de los expertos fue positiva, y se detalla a continuación:

Tabla 1

Validez del instrumento

Apellidos y Nombres del Experto	Apreciación
Dr. Hernández Muñoz Marco Antonio	Aplicable
Dr. Avelino Sebastián Villafuerte de la Cruz	Aplicable
Dr. Horna Rubio, Abraham Josué	Aplicable

La presente investigación contesta a la pregunta principal ¿De qué manera el control de almacén se relaciona con las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza de la provincia de Cusco del Distrito de Wánchaq, 2022?, de manera que fue útil emplear el alfa de cronbach en la muestra, con el fin de determinar el coeficiente de confiabilidad del instrumento (cuestionario), que fue aplicado a 40 comerciantes del comercial Open Plaza del distrito de Wánchaq. Así, pone a prueba la consistencia interna, la equivalencia y la estabilidad de las dos variables, permitiéndonos saber en qué medida las medidas parciales obtenidas con diferentes ítem “concuerdan” entre sí y representan así posibles ítem sobre los que se puede medir el alcance del constructo, el estadístico indicado exhibió los siguientes resultados:

Tabla 2*Estadístico de Confiabilidad o Fiabilidad*

Variables	Alfa de Cronbach	Magnitud	N° de elementos
Control de Almacén	0,931	Muy Alta	8
Ventas	0.882	Muy Alta	9
Total	0,931	Muy alta	17

En la tabla 2, el coeficiente de confiabilidad de las 17 preguntas del cuestionario referentes a la variable “control del almacén” y “ventas” fue 0.931 valor cercana a 1, lo cual indica que el cuestionario de las dos variables cumple con la validación de instrumento porque son de excelente confiabilidad.

3.5. Procedimientos

Primeramente, se diseñó un cuestionario para recaudar la información necesaria, el cual se administrará a los empleados del Centro Comercial Open Plaza del Distrito de Wanchaq – Cusco, Año 2022, previa autorización del gerente general. Posteriormente, se recopilará, procesará y analizará toda la información recogida utilizando software especializado. Al final, se extrajeron las conclusiones recomendaciones respectivas.

3.6. Método de análisis de datos

El método a utilizar, es el analítico, apoyado en estadística descriptiva e inferencial para probar la hipótesis.

Método estadístico descriptivo:

Mediante esta metodología, se logrará estructurar y ordenar todos los datos recopilados de las encuestas, con el fin de analizarlos e interpretarlos utilizando tablas y gráficos. Como resultado de este proceso, se pudieron formular conclusiones específicas.

Método estadístico inferencial:

Este enfoque permitirá examinar y cotejar las hipótesis de investigación propuestas mediante el uso de la correlación Rho de Spearman. Esto contribuirá a una comprensión más profunda de los datos y, a su vez, simplificará la elaboración de conclusiones robustas.

3.7. Aspectos éticos

Las acciones realizadas en el formato de la tesis se basaron en el protocolo de investigación de la UCV, el cual está registrado en la Resolución N° 110-2022-VI-UCV. Además, se respetaron las normas de la 7ma edición de APA para evitar cualquier forma de plagio, y se reconocieron adecuadamente las publicaciones de otros autores. En términos éticos, las tesis citaron los principios de beneficencia, asegurando que la investigación generará bienestar para los clientes internos y externos del Centro Comercial Open Plaza del Distrito de Wanchaq – Cusco, Año 2022; se siguieron los principios éticos durante el proceso de investigación. El principio de no maleficencia se aseguró de que no se causara ningún daño a la muestra analizada. El principio de autonomía permitió a los participantes decidir libremente si deseaban participar en la investigación. Por último, el principio de justicia garantizó que no se llevara a cabo ninguna forma de discriminación durante el desarrollo del proceso de investigación.

IV. RESULTADOS

4.1. Estadística descriptiva

Nivel de percepción de la variable control de almacén

Tabla 3

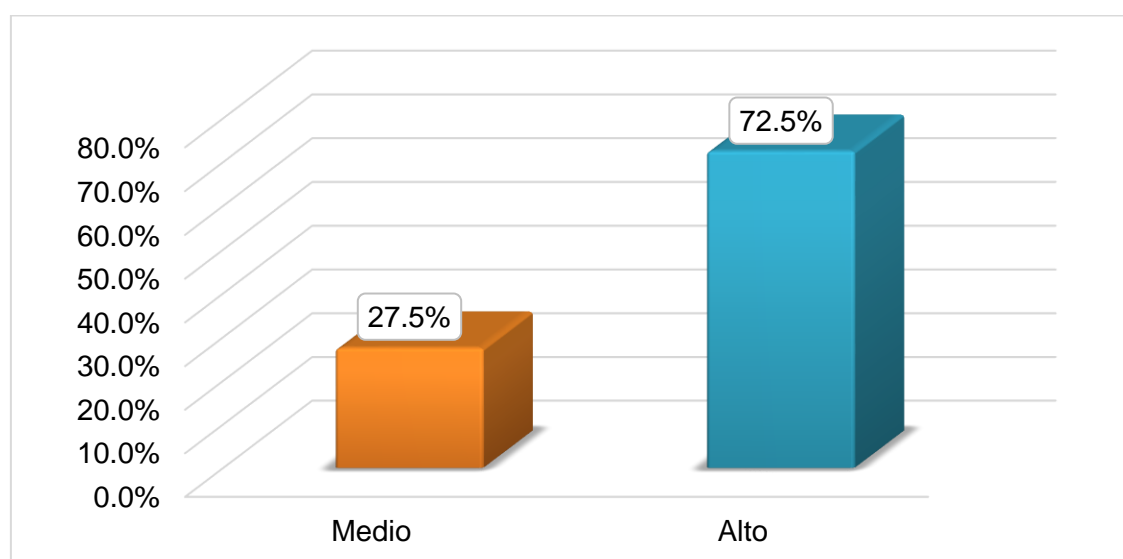
Nivel de percepción de la variable control de almacén

	N	%
Medio	11	27.5%
Alto	29	72.5%
Total	40	100.0%

Nota. Adaptado de la base de datos.

Figura 2

Nivel de percepción de la variable control de almacén



Interpretación

Se determina el grado de percepción de la variable control de almacén se usó una escala de tres promedios que fue: alto, medio, bajo, a través de preguntas mediante un cuestionario de 8 interrogantes. Como se puede observar en la tabla, en mayor nivel de percepción el 72,5% del control de almacén se ubica en un nivel elevado, mientras que el 27,5% se sitúa en un nivel intermedio.

Nivel de percepción de la dimensión Aproveccionamiento

Tabla 4

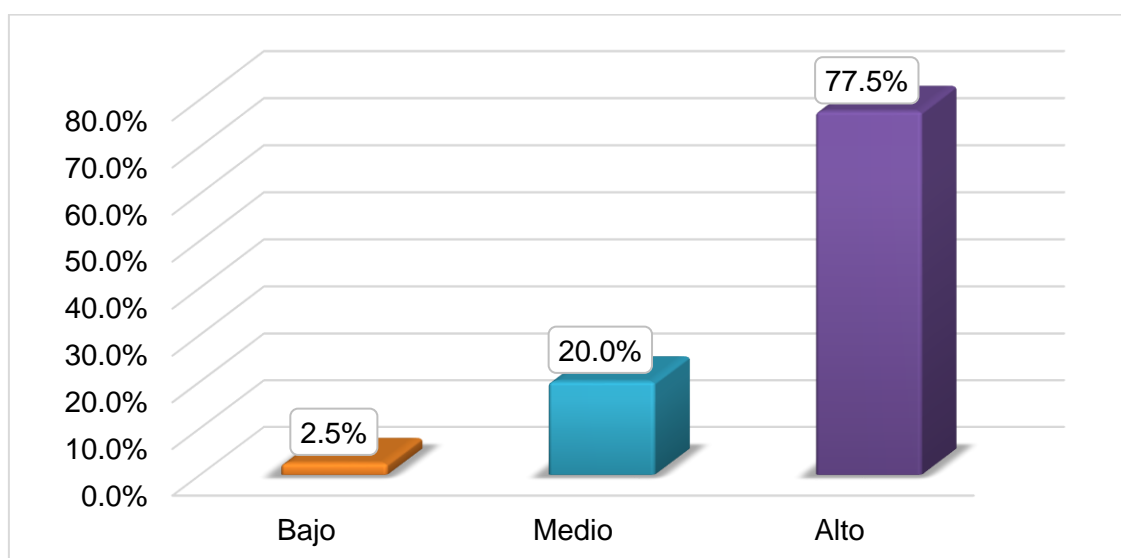
Nivel de percepción de la dimensión Aproveccionamiento

	N	%
Bajo	1	2.5%
Medio	8	20.0%
Alto	31	77.5%
Total	40	100.0%

Nota. Adaptado de la base de datos.

Figura 3

Nivel de percepción de la dimensión Aproveccionamiento



Interpretación

Se determina un grado de Para evaluar la percepción en la dimensión de aprovisionamiento, se empleó una escala de tres niveles: bajo, medio y alto, a través de un cuestionario con 4 preguntas. Como se evidencia en la tabla, el 77.5% de las percepciones sobre el aprovisionamiento se sitúa en un nivel alto, seguido por el 20% en nivel medio, mientras que el 2.5% se encuentra en un nivel bajo.

Nivel de percepción de la dimensión Logística

Tabla 5

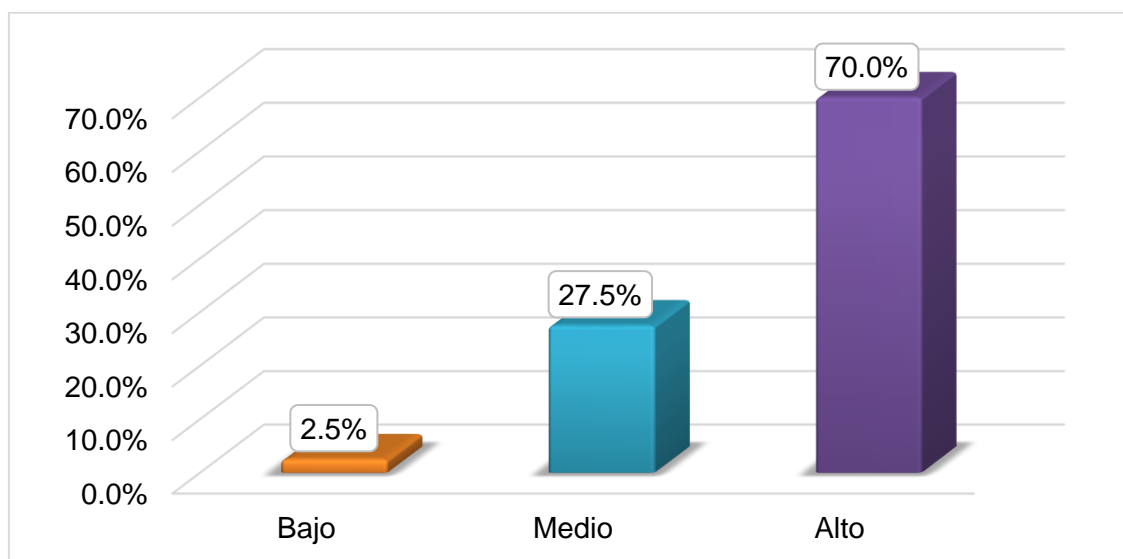
Nivel de percepción de la dimensión Logística

	N	%
Bajo	1	2.5%
Medio	11	27.5%
Alto	28	70.0%
Total	40	100.0%

Nota. Adaptado de la base de datos.

Figura 4

Nivel de percepción de la Logística



Interpretación

Para evaluar el nivel de percepción en la dimensión logística, se aplicó una escala de tres niveles (bajo, medio y alto) mediante un cuestionario compuesto por 4 preguntas. Según la tabla, el 70% de las percepciones sobre logística se sitúa en un nivel alto, seguido por el 27.5% en nivel medio, mientras que el 2.5% se encuentra en un nivel bajo.

Nivel de percepción de la variable control de almacén

Tabla 6

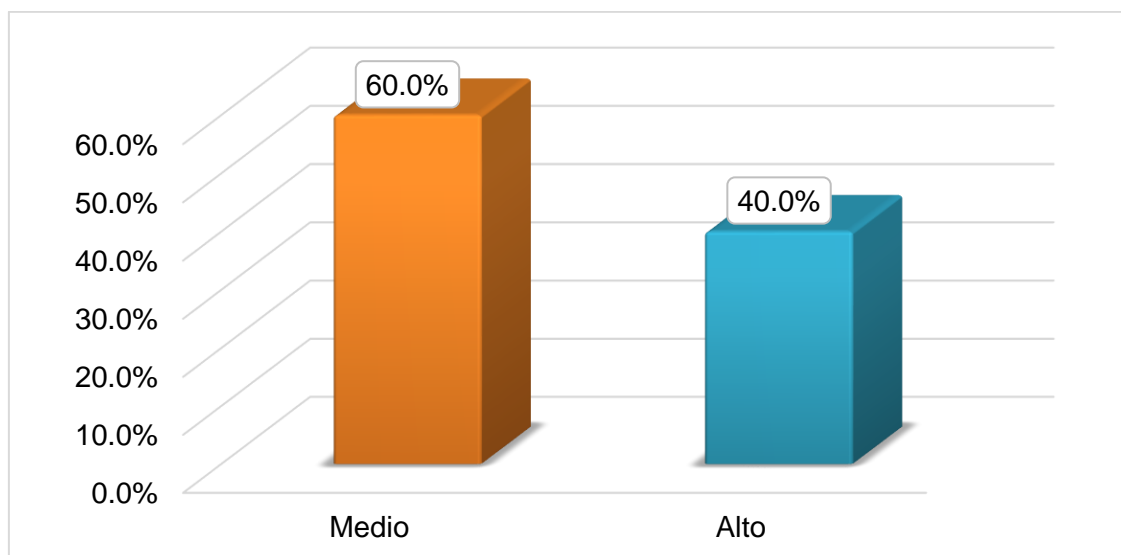
Nivel de percepción de la variable venta

	N	%
Medio	24	60.0%
Alto	16	40.0%
Total	40	100.0%

Nota. Adaptado de la base de datos.

Figura 5

Nivel de percepción de la variable Venta



Interpretación

Para evaluar el nivel de percepción en la variable de ventas, se empleó una escala de tres niveles (bajo, medio y alto) mediante un cuestionario compuesto por 9 preguntas. Según la tabla, el 60% de las percepciones sobre las ventas se sitúa en un nivel medio, sin embargo, el 40% se encuentra en un nivel alto.

Nivel de percepción de la dimensión Factores de venta

Tabla 7

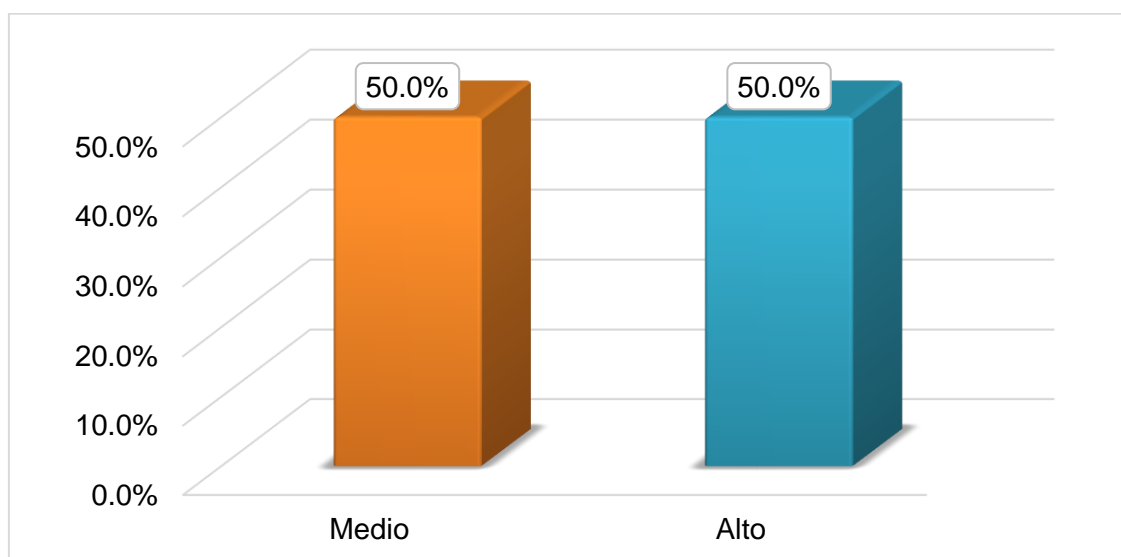
Nivel de percepción de la dimensión Factores de venta

	N	%
Medio	20	50.0%
Alto	20	50.0%
Total	40	100.0%

Nota. Adaptado de la base de datos.

Figura 6

Nivel de percepción de la dimensión Factores de venta



Interpretación

Para evaluar el nivel de percepción en la dimensión de Factores de venta, se aplicó una escala de tres niveles (bajo, medio y alto) mediante un cuestionario compuesto por 5 preguntas. Según la tabla, el 50% de las percepciones sobre los factores de venta se sitúa en un nivel alto, de manera similar, el otro 50% se encuentra en un nivel medio.

Nivel de percepción de la dimensión compra de producto

Tabla 8

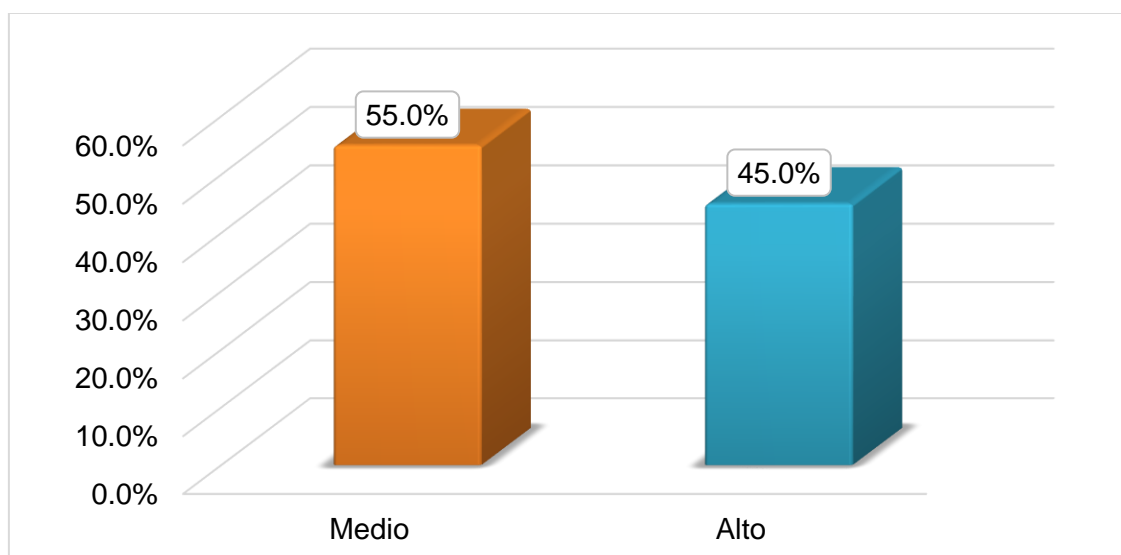
Nivel de percepción de la dimensión compra de producto

	N	%
Medio	22	55.0%
Alto	18	45.0%
Total	40	100.0%

Nota. Adaptado de la base de datos.

Figura 7

Nivel de percepción de la dimensión Compra del producto



Interpretación

Para evaluar el nivel de percepción en la dimensión de Compra del producto, se utilizó una escala de tres niveles (bajo, medio y alto) mediante un cuestionario compuesto por 4 preguntas. Según la tabla, el 55% de la percepción sobre la intención de compra del producto se sitúa en un nivel medio, no obstante, el 45% se encuentra en un nivel alto.

4.2. Estadística inferencial

Prueba de normalidad

La relevancia de realizar la prueba de normalidad en las muestras en los estudios de validación es primordial para la estadística debido a que si las muestras son normales entonces se pueden aplicar métodos estadísticos paramétricos, de lo contrario se deben transformar los datos o aplicar métodos no paramétricos (González, 2016).

El objetivo de llevar a cabo la prueba de Kolmogorov-Smirnov es determinar si los datos de un conjunto concuerdan o no con una distribución normal. El test de Kolmogorov Smirnov es aconsejable utilizarlo en caso de que se tenga más de 50 observaciones en la muestra. Por otro lado, En el momento en que la muestra tiene un tamaño máximo de 50, se puede contrastar la semejanza con el test de Shapiro-Wilk.

A continuación, se exponen los resultados del análisis de normalidad:

Tabla 9

Prueba de normalidad de variables

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Aprovisionamiento	0.923	40	0.010
Logística	0.954	40	0.105
Control de almacén	0.950	40	0.075
Factores de venta	0.966	40	0.272
Compra del producto	0.891	40	0.001
Ventas	0.970	40	0.364

Nota. Adaptado del instrumento de recolección de datos (cuestionario).

Según se indica en la tabla 9, se empleó la prueba estadística de Shapiro-Wilk debido al tamaño de la muestra, que era inferior a 50.

Además, se observa que la Sig. de la variable control de almacén y sus dimensiones (aprovisionamiento y logística) y la variable ventas (factores de venta y compra del producto) fueron mayor a 0.05, entonces las observaciones no tienen una distribución normal, por lo tanto, para examinar la correlación entre las variables, se llevará a cabo el análisis de Rho de Spearman.

El coeficiente de correlación analiza la conexión existente entre las variables bajo investigación.

Tabla 10

Coeficiente de correlación

Rho	Grado de relación
0	Relación nula
$\pm 0.00 - 0.19$	Relación muy baja
$\pm 0.20 - 0.39$	Relación baja
$\pm 0.40 - 0.59$	Relación moderada
$\pm 0.60 - 0.79$	Relación alta
$\pm 0.80 - 0.99$	Relación muy lata
± 1	Relación perfecta

Nota. Extraído de Manual de metodología de la investigación. Cusco: Yachay, de Mayorga (2022).

Prueba de hipótesis general

H₁: El control de almacén incide directamente con las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq - Cusco Año 2022

H₀: El control de almacén no incide directamente con las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq - Cusco Año 2022.

Tabla 11

Análisis de Correlación de Rho Spearman de la hipótesis general

		Ventas
Control de almacén	Coeficiente de correlación	,668**
	Sig. (bilateral)	0.000
	N	40

Interpretación: En la tabla 4, se observa un valor de significancia (bilateral) (0.00) menor que el valor P (0.05), lo que lleva a la aceptación de la hipótesis alternativa. Además, el coeficiente de rho de Spearman dio como resultado 0.668, en razón de lo cual indica que la variable 1 incide de manera directa con un grado alto en la variable 2; en definitiva, el control de almacén incide directamente con las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq - Cusco Año 2022.

Prueba de hipótesis específica 1

H₁: El control de almacén incide directamente con los factores de ventas al cliente del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq - Cusco Año 2022

H₀: El control de almacén no incide directamente con los factores de ventas al cliente del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq - Cusco Año 2022.

Tabla 12

Análisis de Correlación de Rho Spearman de la hipótesis específica 1

			Control de almacén	Factores de venta
Rho de Spearman	Control de almacén	Coeficiente de correlación	1.000	,797**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	40	40
	Factores de venta	Coeficiente de correlación	,797**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	40	40

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

Interpretación

En la lista 5, se consiguió una señal fuerte. (bilateral) (0.00) más bajo que P-valor (0.05), de modo que se rechaza la hipótesis alternativa, además, el coeficiente rho de Spearman fue de 0.797, que significa que la relación entre las variables es directa y tiene un grado alto; de esta manera, el control de almacén incide directamente a los factores de ventas al cliente del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq - Cusco Año 2022.

Prueba de hipótesis específica 2

H₁: El control de almacén incide directamente con la compra del producto del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq - Cusco Año 2022.

H₀: La gestión de inventario no tiene impacto directamente con la compra del producto del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq - Cusco Año 2022.

Tabla 13

Análisis de Correlación de Rho Spearman de la hipótesis específica 2

		Control de almacén	Compra del producto
Rho de Spearman	Control de almacén	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	0.2294786
		N	40

Interpretación

En la tabla 13, se registró un valor de significancia (bilateral) (0.154) superior al valor P (0.05), lo que conduce a la aceptación de la hipótesis nula y al rechazo de la hipótesis alternativa. Sin embargo, el coeficiente de rho de Spearman fue de 0.229, en razón de ello, existe una la relación bajo entre las variables; por lo anterior, el control de almacén no incide directamente con la compra del producto del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq - Cusco Año 2022.

Prueba de hipótesis específica 3

H₁: El aprovisionamiento incide directamente con las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco Año 2022.

H₀: El aprovisionamiento no incide directamente con las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco Año 2022.

Tabla 14

Análisis de Correlación de Rho Spearman de la hipótesis específica 3

		Aprovisionamiento	Ventas	
Rho de Spearman	Aprovisionamiento	Coefficiente de correlación	1.000	,560**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	40	40

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

Interpretación

En la tabla 7, se observa un valor de significancia (bilateral) (0.000) menor que el valor P (0.05), lo que conlleva a la aceptación de la hipótesis alternativa. Además, el coeficiente de rho de Spearman resultó en 0.560, en razón de ello, hay una relación moderada entre las variables; en ese marco, el aprovisionamiento incide directamente con las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco Año 2022.

Prueba de hipótesis específica 4

H₁: La logística incide directamente con las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq - Cusco Año 2022.

H₀: La logística no incide directamente con las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq - Cusco Año 2022.

Tabla 15

Análisis de Correlación de Rho Spearman de la hipótesis específica 4

		Logística	Ventas
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	,700**	1000
	Sig. (bilateral)		,000
	N	40	40

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

Interpretación: En la tabla 8, se observa un valor de significancia (bilateral) (0.000) menor que el valor P (0.05), lo que conduce a la aceptación de la hipótesis alternativa. Además, el coeficiente de rho de Spearman fue de 0.700, por ende, existe una relación directa con un grado alto entre las variables; en ese marco, la logística incide directamente con las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq - Cusco del año 2022.

V. DISCUSIÓN

Por el objetivo general, se determinó que en un nivel percibido la variable de control de almacén se encuentra en un nivel alto llegando al 72.5%, este porcentaje está positivamente relacionado con los resultados percibidos de la variable de ventas, debido a que se ubica en un nivel medio de 60%. Por lo tanto, se demuestra la correlación entre dos variables porque cuanto mayor es el nivel percibido de una variable, mayor es el nivel percibido de la otra variable. Por otro lado, se obtuvo una correlación Rho de Spearman igual a 0,668, la cual se encuentra dentro del rango de correlación alta y es positiva entre las variables de control de almacén y las ventas. Además, el valor significativo $p = 0,001$ fue menor a un nivel de significancia de 0,05, concluimos aceptando la hipótesis alternativa, lo cual indica que hay una relación directa entre las variables en consideración. Se da a entender que, cuanto más óptimo es el manejo del control del almacén, las ventas mejoraran o, dicho de otra manera, incrementara. Resultados que concuerda con el estudio de Alva y Correa (2022), quienes evidenciaron que la gestión de inventario afecta el nivel de ventas, ya que con una administración adecuada del almacén los productos tendrán una mejor llegada al cliente, lo cual genera que haya un mejor dinamismo de la venta.

Por objetivo específico 1, se estableció que el nivel percibido de la variable "control de almacén" está en un nivel alto, alcanzando el 72.5%, así como la dimensión "factores de ventas" se encuentra en un nivel alto en un 50%. Así se muestra la conexión entre la variable 1 y la dimensión 1 de la variable 2, puesto que a mayor percepción del control de almacén y incrementa los factores de ventas, pues se obtuvo un signo bilateral 0.00 menor a el valor de significancia P-valor fue de 0.05, lo que lleva a la aceptación de la hipótesis alternativa. Además, el coeficiente rho de Spearman fue de 0.797, indicando una relación directa y significativa entre las variables con un grado alto. Este hallazgo es similar a lo encontrado por Hernández et al. (2021) concluyo que las principales estrategias para un adecuado control de almacenamiento están comprendidas por las adquisiciones, inventarios y despacho. Así mismo, se vincula con lo mencionado

por Barbagelata (2020) quien pudo determinar que la mayoría de los trabajadores (71.1%) tienen una percepción positiva de la gestión de ventas.

En relación al segundo objetivo específico, se concluyó que el nivel percibido de la variable "control de almacén" está en un nivel elevado, alcanzando el 72.5%, así como de la dimensión compra de producto se encuentra en un nivel medio en un 55%; se esta manera se demuestra la Se establece una correlación entre la variable 1 y la dimensión 2 de la variable 2, ya que una mayor percepción del control de almacén se asocia con un aumento en la compra del producto. Esto se evidencia por un valor de significancia bilateral de 0.154, que es superior al P-valor de 0.05, llevando a la aceptación de la hipótesis nula y al rechazo de la hipótesis alternativa. No obstante, el coeficiente de rho de Spearman es de 0.229, en razón de ello, existe una la relación bajo entre las variables. El resultado es similar a lo encontrado por Socola (2020) concluye que implementando un sistema de control de almacén permitirá que los empleados puedan registrar y dar seguimiento de manera más eficiente a los productos lo cual permitirá un incremento de la productividad de los procesos de atención a los clientes, lo cual implico que las ventas aumentaran.

Por objetivo específico 3, se determinó que el nivel percibido del aprovisionamiento, esta se encuentra en un nivel alto llegando al 77.5%, así como la variable ventas se ubica en un nivel medio de 60%; se esta manera se demuestra la correlación existe una correlación entre la dimensión 1 de la variable 1 y la variable 2, ya que se observa que a medida que aumenta la percepción del control de almacén, también aumenta la compra del producto. Esto se respalda con un valor de significancia bilateral de 0.000, que es menor al P-valor de 0.05, conduciendo a la aceptación de la hipótesis alternativa. Además, el coeficiente rho de Spearman resultó en 0.560, en razón de ello, existe una relación moderada entre las variables. Este resultado es similar a lo encontrado por López (2020) llego a la conclusión que al implementar la estrategia cuyo fin fue mejorar el manejo de las existencias, le permitió reducir los desplazamientos del personal del almacén y disminuir en un 30% los tiempos del proceso de selección.

Por objetivo específico 4, se llegó a determinar que el nivel percibido de logística, esta se sitúa en un nivel elevado llegando al 70%, así como la variable

ventas se ubica en un nivel medio de 60%; se esta manera se demuestra la correlación se establece una correlación entre la dimensión 2 de la variable 1 y la variable 2, ya que se observa que a medida que aumenta la percepción del control de almacén, también aumenta la compra del producto. Esto se respalda con un valor de significancia bilateral de 0.000, que es menor al P-valor de 0.05, conduciendo a la aceptación de la hipótesis alternativa. Además, el coeficiente rho de Spearman resultó en 0.700, indicando así una relación directa y fuerte entre las variables. Este resultado se relaciona con lo señalado por Arribasplata et al. (2019), quienes indican una relación positiva de grado moderado entre la gestión de ventas y el crecimiento económico.

Por objetivo específico 5, se llegó a determinar que la “compra del producto” la prueba de correlación de Rho de Spearman arrojó un coeficiente de 0.229, indicando una relación baja entre el control de almacén y la compra de productos. Aunque este valor es positivo, la significancia (0.154) es superior al nivel crítico (0.05), llevando a la aceptación de la hipótesis nula. En consecuencia, se concluye que, según la evidencia recopilada, el control de almacén no incide directamente en la compra de productos en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq - Cusco durante el año 2022.

Por objetivo 6, la compra de producto tiene gran importancia menciona, según Marx (1867) el consumo también ha sido entendido como un medio para el establecimiento de un tipo particular de relaciones verticales entre los individuos y la sociedad, entre los sujetos y las estructuras sociales (ahora entendidas como actores sociales). En este plano, podemos ubicar el fetichismo de la mercancía y el problema de la alienación. Por lo cual se entiende que el consumo con la compra de producto son un mecanismo social muy importante, para generar rentabilidad y mejoras continuas, enfocándonos en los objetivos con los resultados previstos con el estudio continuo de las cifras estadísticas.

VI. CONCLUSIONES

- Primero: Tiende a establecerse que un control de almacén incide positivamente con las ventas del centro comercial Garcilaso open plaza del distrito de Wánchaq y un coeficiente de correlación alta igual a 0.668 ($r=0.668$) y un valor $p=0.000$ ($p<0.05$). Además, el grado de percepción de la variable con un control de almacén es alto (72.5%), no obstante, el de la variable ventas es medio (60%), lo cual no quita que ambas variables guarden relación significativa.
- Segundo: Se concluyó que la gestión de inventario tiene un impacto con los factores de venta, del centro comercial Garcilaso open plaza del distrito de Wánchaq, con un coeficiente de correlación elevado de 0.797 ($r=0.797$) y un valor de $p=0.00$ ($p<0.05$). Por otra parte, el grado de percepción entre la variable de control de almacén y la dimensión de factores de venta se encuentra en un nivel alto, con un 72.5% y un 50%, respectivamente.
- Tercero: Se determinó control de almacén no incide con la compra de producto, del centro comercial Garcilaso open plaza del distrito de Wánchaq, con un coeficiente de correlación bajo de 0.229 ($r=0.229$) y un valor de $p=0.154$ ($p>0.05$). Además, la percepción entre la variable control de almacén (72.5%) es alto mientras que la dimensión compra del producto (55%) están en un nivel medio.
- Cuarto: Se determinó que la dimensión aprovisionamiento incide con las ventas del centro comercial Garcilaso open plaza del distrito de Wánchaq, con un coeficiente de correlación moderada de 0.560 ($r=0.560$) y un valor de $p=0.000$ ($p<0.05$). Además, el grado de percepción de la dimensión aprovisionamiento (77.5%) es alta, pero la variable ventas están en un nivel medio, es así que se demuestra la relación es positiva moderada.
- Quinto: Se determinó que la dimensión logística incide con las ventas del centro comercial Garcilaso open plaza del distrito de Wánchaq, con un coeficiente de correlación elevada de 0.700 ($r=0.700$) y un valor de $p=0.000$ ($p<0.05$). Además, el grado de percepción de la dimensión logística, que es del 70%, es alto, y la variable ventas (60%) están en un nivel medio. No obstante, la logística incide que en que las ventas incrementen de todas maneras.

VII. RECOMENDACIONES

- Primero: Les sugiere a los comerciantes del centro comercial Garcilaso Open Plaza del distrito de Wánchaq, que capaciten al personal sobre el control de almacén, con el fin de contar con una estructura y orden en el almacén de cada tienda, esto permitirá mejorar las ventas.
- Segundo: Les sugiere a los comerciantes tomar en cuenta los factores de venta como el segmento del mercado de su stand del centro comercial Garcilaso open plaza del distrito de Wánchaq, a través de un análisis de mercado esto le permitirá estructurar su almacén según las preferencias y gustos de los clientes.
- Tercero: Les sugiere a los comerciantes, mejorar el producto, precio y diseño del stand para incrementar la compra de producto que venden en los stands del centro comercial Garcilaso open plaza del distrito de Wánchaq, esto se logrará a partir de un buen control de almacén.
- Cuarto: Les sugiere a los contadores establecer el financiamiento adecuado para contar con un control del aprovisionamiento en los stands del centro comercial Garcilaso open plaza del distrito de Wánchaq, de acuerdo a las ventas, así como debe contar con un stock en almacén.
- Quinto: Les sugiere a los contadores mejorar el sistema de logística de los comerciantes en los stands del centro comercial Garcilaso open plaza del distrito de Wánchaq, a través de la reducción de costos de aprovisionamiento para el almacén, de esta manera se tendrá mejor rendimiento y retorno de la inversión con las ventas.

REFERENCIAS

- Acosta, M., Salas, L., Jimenéz, M., & Guerra, A. (2018). La administracion de ventas. *La administracion de ventas*. Obtenido de <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/02/La-administracion-de-ventas.pdf>
- Alva, H. S., & Correa, S. A. (2022). Control de almacen, en una empresa comercial, Chimbote 2022. *Tesis de pregrado*. Universidad Cesar Vallejo, Chimbote.
- Arribasplata, N. M., Nuñez, M. S., & Tapia, D. H. (2019). La gestion de ventas y su influencia en el desarrollo economico de una empresa de servicio graficos en el distrito de Lince, Lima 2018. *Tesis de pregrado*. Universidad Peruana de las Américas, Lima.
- Barbagelata, K. R. (2020). Analisis de gestion de ventas aplicadas en la empresa KRB comunicacion, Maynas primer semestre-2020. *Tesis de pregrado*. Universidad Privada de la Selva Peruana, Iquitos.
- Cabriles, Y. (2018). *Control de inventario en Venezuela*. . Scielo. Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-40662009000300007
- Campó , A. (2020). Gestión de almacén e inventarios para reducir los costos de inventarios en un almacén de productos terminados. *Revista de Investigacion Multidisciplinaria*, 39-50. Obtenido de <http://www.ctscafe.pe/index.php/ctscafe/article/view/133/140>
- CONCYTEC. (2019). *Glosario de terminos*. Obtenido de <https://conocimiento.concytec.gob.pe/termino/investigacion-aplicada/>
- Contreras, A., Atziry, C., Martinez, J., & Sánchez, D. (2018). Gestión de políticas de inventario en el almacenamiento de materiales de acero para la construcción. *Revista Ingenieria Industrial*, 5-22.
- Díaz, P., Salazar, D., & Vernaza, D. (2019). Factores de éxito en la gestión de ventas aplicados a establecimientos gastronómicos. *Descubre*, 5-12. Obtenido de http://dspace.epoch.edu.ec/bitstream/123456789/13748/1/mkt_n14_01.pdf

- Enriquez , & Levano . (2022). *Control de almacen, en la municipalidad distrital de quiñota, chumbivilcas 2022*. Universidad cesar vallejo, Lima, Lima.
- Flamarique. (2019). *Manual de Gestión* . Marge Books. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=P7SPDwAAQBAJ&oi=fnd&pg>
- García. (2016). Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales. En García, *Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales*. Ediciones Paraninfo, S.A.
- García. (2020). Evaluación de la gestión de almacenes. estudio de entidades del Municipio Sancti Spiritus, Cuba. *Dialnet*, 574-590. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7794740>
- González, M. (Agosto de 2016). *Capítulo III: Prueba de hipótesis*. Obtenido de Amazona naws: <https://acortar.link/W1WQA4>
- Hernandez, H., Cruz, Y., Puentes, M., & Mendoza, D. (2021). Diseño de un sistema de gestion de inventarios para el almacen tecnitaller SAS de la ciudad Neiva-Huila, Colombia. *Revista De Investigaciones Universidad Del Quindío*, 33(2), 143-152. doi:<https://doi.org/10.33975/riuq.vol33n2.562>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación*. McGraw-HILL. México.
- Huamán. (2020). *La gestión de almacenes y su relación con el proceso productivo en la insdustria del plástico en el Distrito de Ate Vitarte del 2019*. Lima. Obtenido de <https://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/238/TESIS%20ARREG%20ROSS%20ANGEL%20LIBERATO%20HUAMAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- López, C. A. (2020). Mejoramiento en el control de inventarios del almacén de materias primas en AGS SAS. *Tesis de pregrado*. Universidad de Antioquía, Medellin.
- Mahon, F. (2016). *Control de stock para optimizar recursos*. Obtenido de Obtenido de El Empresario: <https://www.elpais.com.uy/elempresario/control-stock-optimizar-recursos.html>

- Romero, D., León, Alvarado, & Llanes. (2018). *Almacén: área clave del proceso de producción en una empresa del ramo de la construcción al noroeste de México*. Universidad de Carabobo. Universidad de Carabobo. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/2150/215057003005/215057003005.pdf>
- Socola, C. M. (2020). Implementacion de un sistema control de almacén en la ferreteria Tomasini-Piura,2020. *Tesis de Pregrado*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura.
- Tan. (2017). Admnsitacion logistica empresarial. escuela de postgrado. Obtenido de <https://postgrado.ucsp.edu.pe/articulos/que-es-gestion-logistica-empresa>
- Teran, F., & Garcia, N. (2020). Estrategias para el incremento de ventas: Caso de estudio microempresa mundo de ensueños. *Enfoques*, 4(16), 248-260. doi:<https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v4i16.97>
- Thompson I. (Agosto de 2016). *PromonegocioS.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm>
- Viera, J. C., & Váconez, B. E. (2015). Análisis del proceso de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la empresa INFOQUALITY S.A. en la ciudad Quito, año 2014. *Tesis de Maestría*. Universidad Internacional SEK, Quito.
- Waters, D. (2021). *Logistics An Introduction to Supply Chain Management*. Aardvark Editorial, Mendham, Suffolk. Obtenido de <http://dspace.vnbrims.org:13000/jspui/bitstream/123456789/4466/1/Logistics.pdf>
- Elena, O. F. M. (2013, 19 abril). *Experiencia de compra de los consumidores de centros comerciales en Vizcaya*. <https://addi.ehu.es/handle/10810/12458>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL		Aprovisionamiento	Nivel de compras Eficiencia de almacenes Nivel de inventarios Calidad en los factores de gestión de inventarios
¿De qué manera el control de almacén incide en las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022?	Establecer la incidencia del control de almacén en las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022.	El control de almacén incide directamente con las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022.			
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS	Control de almacén	Logística	Nivel de control de stock Tiempo de entrega Tiempo medio de producción Plazo de entrega
¿Cómo incide el control de almacén en los factores de venta al cliente del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022?	Determinar la incidencia del control de almacén en los factores de ventas al cliente del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022.	El control de almacén incide directamente con los factores de ventas al cliente del Centro Comercial Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022.			
¿Cómo incide el control de almacén en la compra del producto del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022?	Determinar la incidencia del control de almacén en la compra del producto del Centro Comercial Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022.	El control del control de almacén incide directamente con la compra del producto del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022.		Factores de venta	Segmentación de mercado objetivo Porcentaje de finanzas Puntos de ubicación
¿Cómo incide el aprovisionamiento en las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022?	Determinar la incidencia del aprovisionamiento en las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022.	El aprovisionamiento incide directamente con las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022.	Ventas		Cantidad de recursos humanos Eficiencia en sistemas de información Producción de bienes de consumo
¿Cómo incide la logística en las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022?	Determinar la incidencia de la logística en las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022.	La logística incide directamente con las ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq - Cusco, 2022.		Compra del producto	Producción de bienes industriales Producción de bienes simples Producción de bienes compuestos

ANEXO 2: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Técnicas
Control de Almacén	El control de almacén es el aprovisionamiento de materias primas, componentes, productos en proceso y productos terminados, que aparecen en numerosos puntos a lo largo del canal de producción y en la logística de una empresa. Contreras et al. (2018).	Aprovisionamiento	Nivel de compras Eficiencia de almacén Nivel de inventarios Calidad en los factores de gestión de inventarios	Encuesta
		Logística	Nivel de control de stock Tiempo de entrega Tiempo medio de producción Plazo de entrega	
Ventas	El proceso personal o impersonal de ayudar y/o persuadir a un cliente potencial para que realice la venta o compra de un artículo o un servicio o para que actúe favorablemente sobre una idea que tiene importancia comercial sobre el vendedor; tiene una estrecha relación con la administración ya que implica la unión de varias personas y procesos para un fin común, en este caso la venta. Acosta et al. (2018)	Factores de venta	Segmentación de mercado objetivo Porcentaje de finanzas Puntos de ubicación Cantidad de recursos humanos Eficiencia en sistemas de información	Encuesta
		Compra del producto	Bienes de consumo Bienes industriales Bienes simples Bienes compuestos	

ANEXO 3:

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

CUESTIONARIO DE LA INVESTIGACIÓN

El Control del Almacén y su incidencia en las Ventas del Centro Comercial Open Plaza del Distrito de Wanchaq – Cusco, Año 2022

Lea determinadamente cada ítem. Cada uno tiene cinco posibles respuestas. Contesta a las preguntas marcando con una “X”.

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo.

Variable 1: Control de almacén

N°	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
Dimensión 1. Aproveccionamiento						
1	Un buen control del nivel de compras permite tener un adecuado proveccionamiento de mercaderías y una mejora en las ventas en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.					
2	El proveccionamiento del almacén mediante la reducción de los costos de manipulación de los productos mejora la eficiencia del almacén en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.					
3	El nivel de inventario nos indica que mediante los stock de los productos permite tener un control de las existencias y proveccionamiento en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.					
4	La calidad en los factores de gestión de inventarios ayuda a determinar los puntos de ubicación de los productos para reducir el tiempo de atención a los clientes en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.					
Dimensión 2. Logística						

5	El nivel de control de stock del almacén mejora y aumenta la oferta de los productos a los clientes en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.					
6	La eficiencia en el tiempo de entrega de los productos en las ventas realizadas genera satisfacción en los clientes gracias a un buen control del almacén en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.					
7	El proceso del tiempo medio de producción mejora la logística eficiente a través de EL control de almacén en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022					
8	El plazo de entrega de los productos en las ventas realizadas es eficaz cuando se tiene una logística y control de almacén eficiente en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.					

Variable 2: Ventas

N°	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
Dimensión 1. Factores de venta						
9	Al definir una segmentación de mercado objetivo le permite mejorar los productos y brindar un mejor servicio al cliente, incrementando de esta manera las ventas del Centro Comercial Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.					
10	EL manejo de las finanzas con la que cuenta el local comercial destina un porcentaje para incrementar las ventas DELOS PRODUCTOS en el Centro Comercial Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.					
11	EL punto de ubicación permite tener ventas diarias de los productos en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.					
12	La cantidad de recursos humanos que tiene en el local comercial permite tener un buen nivel de ventas de los productos en el centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022					
13	La eficiencia de los sistemas de información que se maneja en el local comercial, le permite controlar a tiempo los productos en stock, de esta manera se incrementa las ventas en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.					

Dimensión 2. Compra del producto					
14	Cuenta con productos destinados al consumo final, los mismos que tienen un plazo reducido de entrega después de la compra del producto en el centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.				
15	Ofrece productos industriales para que el cliente que lo compre lo destine en la producción de otros bienes en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.				
16	Ofrece al público bienes simples, como una laptop, producto tecnológico que está formado por distintos bienes industriales y su funcionamiento depende de todos sus componentes el centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.				
17	Ofrece bienes compuestos, es decir bienes simples que al unirse componen un bien comercial, como una computadora la cual está compuesto por un CPU, Monitor, teclado o mouse en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.				

Anexo 4:

Solicitud de autorización de uso de datos para la investigación

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

Cusco, 27 de julio del 2023

Carta N°01-2023/ RCVS-UCV-LIMA ESTE

Sra: ISIDORA ESPINOZA VDA DE CUBA

GERENTE ADMINISTRATIVO

ASUNTO: SOLICITO PERMISO PARA REALIZAR NUESTRA INVESTIGACION DE TESIS: EL CONTROL DEL ALMACÉN Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DEL CENTRO COMERCIAL GARCILASO OPEN PLAZA DEL DISTRITO DE WANCHAQ - CUSCO, 2022.

De nuestra especial consideración:


Es muy grato dirigimos a Usted, para saludarle cordialmente, Yo, TERRY MENDOZA CACERES con D.N.I N° 76938648 y YEFERSON JUNIOR HUAMAN ROZAS, con D.N.I N° 74066506, detallo lo siguiente:


Que, en nuestra calidad de bachilleres y encontrándonos realizando el programa de titulación en modalidad de taller de elaboración de tesis – Contabilidad de la Universidad Cesar Vallejo, Filial Lima Este, quisiera contar con su autorización y permiso para desarrollar nuestra investigación en su prestigiosa empresa Garcilaso Open Plaza.

Por lo expuesto, ruego a Usted acceder a mi solicitud para realizar mi investigación de tesis en su representada.

Sin más que agregar, quedo de usted a la espera de su pronta respuesta.

Atentamente;


TERRY MENDOZA CACERES
N.º DNI: 76938648


YEFERSON JUNIOR HUAMAN ROZAS
Nº DNI: 74066506

ANEXO 5:

Validez y confiabilidad del instrumento de recolección de datos

Validación del Instrumento experto 1S

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 1: CONTROL DE ALMACÉN

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSIÓN: Aprovechamiento							
1	Un buen control del nivel de compras permite tener un adecuado aprovisionamiento de mercaderías y una mejora en las ventas en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x		
2	el aprovisionamiento del almacén mediante la reducción de los costos de manipulación de los productos mejora la eficiencia del almacén en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x		
3	El nivel de inventario nos indica que mediante los stock de los productos permite tener un control de las existencias y aprovisionamiento en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x		
4	La calidad en los factores de gestión de inventarios ayuda a determinar los puntos de ubicación de los productos para reducir el tiempo de atención a los clientes en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022	x		x		x		
	DIMENSIÓN: Logística							

5	El nivel de control de stock del almacén mejora y aumenta la oferta de los productos a los clientes en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x	
6	La eficiencia en el tiempo de entrega de los productos en las ventas realizadas genera satisfacción en los clientes gracias a un buen control del almacén en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x	
7	El proceso del tiempo medio de producción mejora la logística eficiente a través del control de almacén en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022	x		x		x	
8	El plazo de entrega de los productos en las ventas realizadas es eficaz cuando se tiene una logística y control de almacén eficiente en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x	

Observaciones (precisar si o no hay suficiencia) Si, hay suficiencia

_____ mejorar la redacción de las preguntas señaladas, que sea de fácil comprensión _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Hernandez Muñoz Marco Antonio

Especialidad del validador: Contador Público Colegiado /operaciones y logística/finanzas/Tributación

09 de agosto del 2023



C.P.C. Marco Antonio Hernandez Muñoz
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
MATRÍCULA N° 02 1632

Leyenda:

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

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

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 2: VENTAS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
9	Al definir una segmentación de mercado objetivo le permite mejorar los productos y brindar un mejor servicio al cliente, incrementando de esta manera las ventas del Centro Comercial Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x		
10	EL manejo de las finanzas con la que cuenta el local comercial destina un porcentaje para incrementar las ventas DELOS PRODUCTOS en el Centro Comercial Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x		
11	EL punto de ubicación permite tener ventas diarias de los productos en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x		
12	La cantidad de recursos humanos que tiene en el local comercial permite tener un buen nivel de ventas de los productos en el centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022	x		x		x		
13	La eficiencia de los sistemas de información que se maneja en el local comercial, le permite controlar a tiempo los productos en stock, de esta manera SE incrementa las ventas en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x		
	DIMENSIÓN: Compra del producto	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
14	Cuenta con productos destinados al consumo final, los mismos que tienen un plazo reducido de entrega después de la compra del producto en el centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x		

15	Ofrece productos industriales para que el cliente que lo compre lo destine en la producción de otros bienes en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x	
16	Ofrece al público bienes simples, como una laptop, producto tecnológico que está formado por distintos bienes industriales y su funcionamiento depende de todos sus componentes el centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x	
17	Ofrece bienes compuestos, es decir bienes simples que al unirse componen un bien comercial, como una computadora la cual está compuesto por un CPU, Monitor, teclado o mouse en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x	

Observaciones (precisar si o no hay suficiencia) _____ Si, hay suficiencia

_____ Mejorar la redacción de la pregunta, debe ser puntuales _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Hernandez Muñoz Marco Antonio
Especialidad del validador: Contador Público Colegiado



CPC Marco Muñoz Hernández Muñoz
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
MATRÍCULA N° 12.192

09 de agosto del 2023

Firma del Experto Informante.

Leyenda:

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

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

Validación del instrumento experto 2

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 1: CONTROL DE ALMACÉN

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	Un buen control del nivel de compras permite tener un adecuado aprovisionamiento de mercaderías y una mejora en las ventas en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x		
2	el aprovisionamiento del almacén mediante la reducción de los costos de manipulación de los productos mejora la eficiencia del almacén en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x		
3	El nivel de inventario nos indica que mediante los stock de los productos permite tener un control de las existencias y aprovisionamiento en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x		
4	La calidad en los factores de gestión de inventarios ayuda a determinar los puntos de ubicación de los productos para reducir el tiempo de atención a los clientes en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, Año 2022	x		x		x		
	DIMENSIÓN: Logística	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
5	El nivel de control de stock del almacén mejora y aumenta la oferta de los productos a los clientes en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x		
6	La eficiencia en el tiempo de entrega de los productos en las ventas realizadas genera satisfacción en los clientes gracias a un buen	x		x		x		

	control del almacén en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.						
7	El proceso del tiempo medio de producción mejora la logística eficiente a través del control de almacén en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, Año 2022	x		x		x	
8	El plazo de entrega de los productos en las ventas realizadas es eficaz cuando se tiene una logística y control de almacén eficiente en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x	

Observaciones (precisar si o no hay suficiencia) Si, hay suficiencia

_____mejorar la redacción de las preguntas señaladas, que sea de fácil comprensión_____

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Avelino Sebastián Villafuerte de la Cruz

Especialidad del validador: Finanzas, Contabilidad y Metodología de la Investigación

09 de agosto del 2023



Dr. Avelino Sebastián Villafuerte de la Cruz
 Contador Público Colegiado - CM 1086
 Firma del Experto Informante.

Leyenda:

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

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

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 2: VENTAS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSIÓN: Factores de venta							
9	Al definir una segmentación de mercado objetivo le permite mejorar los productos y brindar un mejor servicio al cliente, incrementando de esta manera las ventas del Centro Comercial Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x		
10	EL manejo de las finanzas con la que cuenta el local comercial destina un porcentaje para incrementar las ventas DELOS PRODUCTOS en el Centro Comercial Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x		
11	EL punto de ubicación permite tener ventas diarias de los productos en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x		
12	La cantidad de recursos humanos que tiene en el local comercial permite tener un buen nivel de ventas de los productos en el centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq – Cusco, Año 2022,	x		x		x		
13	La eficiencia de los sistemas de información que se maneja en el local comercial, le permite controlar a tiempo los productos en stock, de esta manera SE incrementa las ventas en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq – Cusco, 2022.	x		x		x		
	DIMENSIÓN: Compra del producto							
14	Cuenta con productos destinados al consumo final, los mismos que tienen un plazo reducido de entrega después de la compra del producto en el centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x		

15	Ofrece productos industriales para que el cliente que lo compre lo destine en la producción de otros bienes en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x	
16	Ofrece al público bienes simples, como una laptop, producto tecnológico que está formado por distintos bienes industriales y su funcionamiento depende de todos sus componentes el centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq – Cusco, 2022.	x		x		x	
17	Ofrece bienes compuestos, es decir bienes simples que al unirse componen un bien comercial, como una computadora la cual está compuesto por un CPU, Monitor, teclado o mouse en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x	

Observaciones (precisar si o no hay suficiencia) _____ Si, hay suficiencia

_____ Mejorar la redacción de la pregunta, debe ser puntuales _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: Avelino Sebastián Villafuerte de la Cruz
Especialidad del validador: Finanzas, Contabilidad y Metodología de la Investigación



Dr. CPC Avelino Sebastián Villafuerte de la Cruz
Contador Público Colegiado - CM 1088
Cusco - Perú
Firma del Experto Informante.

09 de agosto del 2023

Leyenda:

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

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

Validación del instrumento experto 3

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSIÓN: Aprovisionamiento	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	Un buen control del nivel de compras permite tener un adecuado aprovisionamiento de mercaderías y una mejora en las ventas en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	X		X		X		
2	El aprovisionamiento del almacén mediante la reducción de los costos de manipulación de los productos mejora la eficiencia del almacén en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	X		X		X		
3	El nivel de inventario nos indica que mediante los stock de los productos permite tener un control de las existencias y aprovisionamiento en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	X		X		X		
4	La calidad en los factores de gestión de inventarios ayuda a determinar los puntos de ubicación de los productos para reducir el tiempo de atención a los clientes en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022	X		X		X		
	DIMENSIÓN: Logística	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
5	El nivel de control de stock del almacén mejora y aumenta la oferta de los productos a los clientes en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	X		X		X		
6	La eficiencia en el tiempo de entrega de los productos en las ventas realizadas genera satisfacción en los clientes gracias a un buen control del almacén en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	X		X		X		

7	El proceso del tiempo medio de producción mejora la logística eficiente a través <u>de el</u> control de almacén en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, Año 2022	X		X		X	
8	El plazo de entrega de los productos en las ventas realizadas es eficaz cuando se tiene una logística y control de almacén eficiente en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador.: Dr. Horna Rubio, Abraham Josué

Especialidad del validador: Finanzas y Metodología de la Investigación

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

10 de agosto del 2023



DR. ABRAHAM JOSUÉ RUBIO
CARRERA DE INVESTIGACIÓN
ECONÓMICA

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 2: VENTAS

N°	DIMENSIONES / ítem	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSIÓN: Factores de venta							
9	Al definir una segmentación de mercado objetivo le permite mejorar los productos y brindar un mejor servicio al cliente, incrementando de esta manera las ventas del Centro Comercial Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, Año 2022.	x		x		x		
10	EL manejo de las finanzas con la que cuenta el local comercial destina un porcentaje para incrementar las ventas DE LOS PRODUCTOS en el Centro Comercial Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, Año 2022.	x		x		x		
11	EL punto de ubicación permite tener ventas diarias de los productos en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, Año 2022.	x		x		x		
12	La cantidad de recursos humanos que tiene en el local comercial permite tener un buen nivel de ventas de los productos en el centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, Año 2022,	x		x		x		
13	La eficiencia de los sistemas de información que se maneja en el local comercial, le permite controlar a tiempo los productos en stock, de esta manera SE incrementa las ventas en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, Año 2022.	x		x		x		
	DIMENSIÓN: Compra del producto	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
14	Cuenta con productos destinados al consumo final, los mismos que tienen un plazo reducido de entrega después de la compra del producto en el centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, Año 2022.	x		x		x		
15	Ofrece productos industriales para que el cliente que lo compre lo destine en la producción de otros bienes en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, Año 2022.	x		x		x		

	depende de todos sus componentes el centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq – Cusco, 2022.						
17	Ofrece bienes compuestos, es decir bienes simples que al unirse componen un bien comercial, como una computadora la cual está compuesto por un CPU, Monitor, teclado o mouse en el Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wánchaq – Cusco, 2022.	x		x		x	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador.: Dr. Horna Rubio, Abraham Josué

Especialidad del validador: Finanzas y Metodología de la Investigación

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado. ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

10 de agosto del 2023



EGO ABRAHAM J. HORNA RUBIO
EXPERTO INFORMANTE

Firma del Experto Informante.

**Anexo 6:
Carta de solicitud a la empresa para realizar el estudio**

ANEXO 7.

GALERIA COMERCIAL GARCILASO OPEN PLAZA - CUSCO



“Año de la unidad, la paz y el desarrollo”

Cusco 01 de agosto 2023.

SEÑORES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO – LIMA ESTE

A través del presente, en mi condición de Gerente Administrativo de la Galería Comercial Garcilaso Open Plaza del distrito de Wanchaq –Cusco me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que las siguientes personas:

- a) TERRY MENDOZA CACERES, con DNI N° 76938648
- b) YEFERSON JUNIOR HUAMAN ROZAS, con DNI N° 74066506

Están autorizados para:

- a) Recoger y emplear datos estadísticos e información básica de cada stand que se encuentra en el establecimiento, para efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada “Control del Almacén y su Incidencia en las Ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito de Wanchaq –Cusco Año 2022.

Sí No

- b) Emplear el nombre de la Galería Comercial dentro del referido trabajo.

Sí No

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

Atentamente.

BUSINESS PAIS SAC

Isidora Espinoza Vda. de Cuba
Firma y Sello

Base de datos

V 1: Control de almacén

N°	Dimensión 1. Aprovisionamiento				dimensión 2. Logística			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
1	5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	4	4	4	4	3	4	3
3	4	4	4	4	4	4	3	4
4	3	4	3	4	3	4	5	2
5	4	4	3	4	3	4	3	4
6	3	3	4	3	4	4	4	4
7	3	3	4	4	3	4	3	4
8	4	4	4	4	4	3	4	3
9	4	5	5	5	4	4	3	3
10	3	3	3	3	3	3	3	3
11	2	2	3	2	3	2	3	3
12	3	3	4	3	3	3	3	3
13	4	4	5	4	5	4	5	3
14	4	4	4	4	4	3	4	4
15	4	4	5	4	5	3	4	5
16	3	3	3	3	4	3	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4
18	2	3	3	3	2	3	2	2
19	4	4	4	4	4	4	4	4
20	2	3	3	3	3	3	3	4
21	4	4	4	4	4	4	5	5
22	4	5	5	4	4	4	5	4
23	4	4	5	4	5	5	4	5
24	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	3	5	5	5	5	5	5
26	4	5	4	5	5	4	5	4
27	4	5	5	5	4	5	5	5
28	4	4	5	4	5	4	5	4
29	5	5	5	5	5	5	4	4
30	4	5	4	5	4	4	5	4
31	4	5	4	5	4	4	3	4
32	5	5	5	5	5	5	5	5
33	4	4	5	5	5	5	5	5
34	5	4	5	4	4	4	4	4
35	5	4	5	5	5	5	4	4
36	5	5	5	5	5	5	4	5
37	5	4	5	4	5	4	4	4
38	5	5	5	5	5	5	5	5
39	4	4	4	4	4	4	4	4
40	5	4	4	4	4	3	3	3

V 2: Ventas

Nº	Dimensión 1. Factores de venta					Dimensión 2. Compra del producto			
	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	5	4	3	3	4	3	4	4
3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
4	2	3	2	3	2	3	2	3	4
5	2	3	4	3	4	4	4	4	4
6	3	3	4	4	4	5	5	5	3
7	3	4	3	2	3	4	4	4	4
8	4	3	3	4	3	4	4	4	4
9	4	4	4	2	4	3	3	3	4
10	4	3	3	3	3	3	3	3	3
11	3	2	3	3	2	3	2	3	2
12	3	3	4	3	4	4	3	3	3
13	3	4	5	4	4	4	4	4	4
14	4	3	4	3	4	3	4	3	4
15	4	4	5	4	5	5	4	4	5
16	3	4	3	3	4	3	4	3	4
17	3	3	4	3	3	3	3	3	3
18	3	2	2	3	4	4	3	3	3
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	3	3	4	3	3	3	3	3	3
21	4	3	3	3	3	3	3	3	3
22	4	4	3	3	4	4	4	5	5
23	4	5	3	5	5	5	4	3	4
24	4	4	5	4	5	5	3	4	4
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	3	5	3	5	5	4	3	4	5
27	4	5	4	5	5	4	5	3	3
28	4	5	4	5	4	3	4	4	4
29	4	4	4	3	4	3	3	3	4
30	5	4	4	4	4	3	3	3	3
31	3	5	5	4	5	3	3	5	4
32	4	5	5	3	5	3	3	3	3
33	4	5	4	3	5	3	3	3	3
34	3	3	5	1	3	3	3	3	3
35	3	5	5	3	5	3	3	3	3
36	5	5	5	3	3	3	3	3	3
37	5	1	5	1	5	3	3	3	3
38	5	5	5	5	5	3	5	5	5
39	4	4	5	3	3	3	3	3	3
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3

ANEXO 8.

Reporte de turnitin

Resumen de coincidencias

20 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés

Coincidencias

Rank	Source	Percentage
1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	7 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	7 %
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	1 %
4	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	1 %
5	qdoc.tips Fuente de Internet	1 %
6	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
7	w3.esfm.ipn.mx Fuente de Internet	<1 %

Entregado a Universidad Cesar Vallejo el 19-J... Trabajo del estudiante

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Control del Almacén y su incidencia en las Ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito Wanchaq - Cusco, 2022 TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO AUTORES: Huaman Rozas, Yeferson Junior (orcid.org/0009-0008-7330-6058) Mendoza Caceres, Terry (orcid.org/0009-0007-0804-7777) ASESOR: Mq. Urrutia

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Control del Almacén y su incidencia en las Ventas del Centro Comercial Garcilaso Open Plaza del Distrito Wanchaq - Cusco, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR

ANEXO 9.

Respuesta de artículo científico

The screenshot displays a Gmail interface with two email threads. The top thread is from Terry Mendoza Caceres (temendozaca@ucvvirtual.edu.pe) to j.esr@richtmann.org and yehuanarro@ucvvirtual.edu.pe, dated November 12, 2023. The subject is "Submission of article for possible publication". The email content includes a greeting, a request to submit an article, and a thank you. An attachment titled "ARTICULO CIENC..." is visible. The bottom thread is from the Journal of Educational and Social Research, dated November 24, 2023, addressed to the sender. The subject is "Journal of Educational and Social Research". The email content includes a response regarding the article's language and a request to resend it in English.

Submission of article for possible publication Externo Recibidos x

3 de 58

TERRY MENDOZA CACERES -temendozaca@ucvvirtual.edu.pe-
para j.esr@richtmann.org, yehuanarro@ucvvirtual.edu.pe

dom, 12 nov, 10:36

Good morning

Dear editor

I cordially greet you and take this opportunity to submit the article prepared by our research team for your evaluation and possible publication.

I thank you for your valuable support and consideration

1 archivo adjunto • Analizado por Gmail

ARTICULO CIENC...

Journal of Educational and Social Research
para mí

vie, 24 nov, 15:04 (hace 4 días)

Dear Terry,

Sorry for the delay in responding to your email; Thank you very much for your interest in our journal, your paper is received correctly, however we regret to inform that we consider for publication only papers in English language. Please change your article in English language and resend it again directly to our email (j.esr@richtmann.org), for review and possible publication.

Best Regards,

Editorial Office,

Richtmann Publishing Ltd.,