



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“RELACIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS CON LAS
VENTAS EN LA EMPRESA CORPORACIÓN GLOBAL S.A.C., SAN
ISIDRO, 2016”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

GUANILO CABELLOS, SANDRA MARICRUZ

ASESOR:

Dr. FERNÁNDEZ SAUCEDO, NARCISO

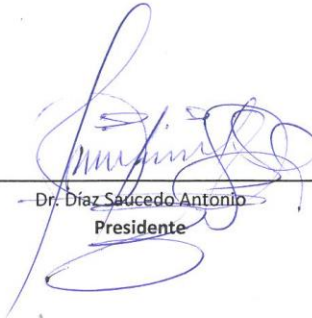
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES

LIMA - PERÚ

2016

Página del Jurado



Dr. Díaz Saucedo Antonio
Presidente



Dr. Fernández Saucedo Narciso
Secretario



Dra. Rey Córdova Nérida
Vocal

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a mis padres por el apoyo incondicional que me han brindado para mi desarrollo personal y profesional.

.

AGRADECIMIENTO

Quiero brindar un agradecimiento a mis asesores por el apoyo brindado en el desarrollo de la tesis. A mis amigos que me acompañaron en los años de universidad dándome mensajes de aliento.

Declaración de autenticidad

Yo, **Sandra Maricruz Guanilo Cabellos**, estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Escuela de Académico Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo declaro que el trabajo académico titulado “**La relación de administración de inventarios con las ventas en la empresa Corporación Global S.A.C., San Isidro, 2016**”, presentado en VII capítulos para la obtención del grado académico de Licenciada en Administración, es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

— He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.

- No he utilizado ninguna fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.

- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.

De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Lima, Diciembre del 2016



Sandra Maricruz Guanilo Cabellos
DNI N°: 46733869

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Relación de administración de inventarios con las ventas en la empresa Corporación Global S.A.C., San Isidro, 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración.

Atentamente,

La Autora

ÍNDICE

Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	
1.1 Realidad Problemática	12
1.2 Trabajos Previos	13
1.2.1 Antecedentes Internacionales	13
1.2.2 Antecedentes Nacionales	14
1.3 Teorías relacionadas al tema	17
1.3.1 Variable X: Administración de Inventarios	17
1.3.2 Variable Y: Ventas	19
1.4 Formulación del Problema	21
1.4.1 Problema General	21
1.4.2 Problemas Específicos	21
1.5 Justificación del Estudio	21
1.6 Hipótesis	22
1.6.1 Hipótesis General	22
1.6.2 Hipótesis Específicas	22
1.7 Objetivos	22
1.7.1 Objetivo General	22
1.7.2 Objetivos Específicos	22

II. MÉTODO	
2.1 Método, tipo, nivel y diseño de Investigación	24
2.1.1 Método de Investigación	24
2.1.2 Tipo de Investigación	24
2.1.3 Diseño de Investigación	24
2.1.4 Nivel de Investigación	25
2.2 Variables, Operacionalización	25
2.3 Población y Muestra	27
2.3.1 Población	27
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	27
2.4.1 Técnica de recolección de datos	27
2.4.2 Instrumento de recolección de datos	28
2.4.3 Recolección de datos	28
2.4.4 Validez	28
2.4.5 Confiabilidad del Instrumento	29
2.5 Métodos de análisis de datos	30
2.6 Aspectos éticos	30
III. RESULTADOS	
3.1 Análisis de los resultados	32
3.2 Prueba de normalidad	35
3.3 Contrastación y correlación de hipótesis	35
IV. DISCUSIÓN	41
V. CONCLUSIÓN	46
VI. RECOMENDACIONES	48
VII. REFERENCIAS	51
ANEXOS	
Anexo 1 Instrumento de medición	55
Anexo 2 Matriz de consistencia	56
Anexo 3 Validación de cuestionario a juicio de expertos	57
Anexo 4 Acta de aprobación de originalidad de los trabajos académicos	63

Resumen

Se realizó la investigación titulada “Relación de administración de inventarios con las ventas en la empresa Corporación Global S.A.C., San Isidro, 2016” cuyo objetivo de estudio es determinar la relación entre la administración de inventarios con las ventas, se realizó con una población de 40 personas que es el total de trabajadores en la institución, con un margen de error de 5% y un nivel de confiabilidad del 95%. Los datos se recolectaron mediante la técnica de la encuesta usando como instrumento al cuestionario, conformado por 20 preguntas en la escala de tipo Likert. La validación del instrumento se realizó mediante juicio de expertos y la Fiabilidad del mismo se calculó a través del coeficiente Alfa de Cronbach. Una vez recolectados los datos estos fueron procesados mediante el SPSS V. 23. Teniendo como resultado que la administración de inventarios tiene relación con las ventas en la empresa Corporación Global S.A.C., San Isidro.

Palabras clave: Administración de inventarios, ventas.

Abstract

The research was conducted entitled "Inventory management relationship with sales at Corporación Global SAC, San Isidro, 2016" whose objective is to determine the relationship between inventory management and sales, was carried out with a population of 40 The total number of workers in the institution, with a margin of error of 5% and a reliability level of 95%. The data were collected using the survey technique using the questionnaire as the instrument, comprising 20 questions on the Likert type scale. The validation of the instrument was made by expert judgment and the reliability of the instrument was calculated using the Cronbach Alpha coefficient. Once the data were collected, they were processed using SPSS V. 23. As a result, inventory management is related to sales at Corporación Global S.A.C., San Isidro.

Keywords: *Inventory management, sales.*

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

A nivel internacional la administración de un inventario se considera un factor estratégico en toda organización a nivel mundial ya que mediante dicha administración se puede alcanzar los objetivos planteados de cada empresa. De esta manera, *Chapman (2006)* nos menciona que la administración de los inventarios es uno de los retos más importantes que enfrentan los gerentes hoy en día a nivel de planificación y control, sobre todo en las empresas de manufactura.

Empero, a nivel nacional este tema se considera irrelevante o en el mejor de los casos se encuentra en su segundo plano para muchas organizaciones, ya que muchas de ellas no consideran el impacto negativo económico que puede ocasionar una mala administración de inventarios, tal y como lo menciona la revista *GS1 Perú (2010)* afirmando que teniendo una adecuada gestión de inventarios, las empresas obtienen ganancias, sin embargo, los empresarios peruanos aún no toman conciencia de su real importancia, lo que conlleva a que sufran pérdidas considerables en el mercado.

A nivel local en el distrito de San Isidro el comercio y los servicios son los principales rubros económicos, además que es considerado como el centro financiero de Lima, distrito donde se encuentra ubicada la empresa Corporación Global la cual se analiza en la presente investigación. Debido a que San Isidro es el centro financiero de Lima, la mayoría de empresas generan estrategias para obtener un mayor posicionamiento sobre la competencia y esto parte inicialmente en la definición y ejecución de sus procesos internos tales como una buena administración de los inventarios.

La empresa Corporación Global maneja en el Perú la marca EPK, una franquicia venezolana que se dedica a la venta minorista de ropa para niños, la cual está presente en nuestro país desde el 2005. En la empresa Corporación Global se ha observado en los últimos periodos que atraviesa por un problema, en el cual destaca la mala administración de los inventarios propios de cada tienda y lo que impacta negativamente en las ventas

Con todo lo observado se ha detectado que el problema radica en que el personal de tienda no lleva una adecuada gestión de sus inventarios, al no tener ordenada en almacén la mercadería de manera correcta, no tener identificada físicamente la mercadería faltante, retrasarse en inventariar la mercadería mensualmente, lo que impacta significativamente en las ventas, al retrasar la atención al público e inclusive no atenderlos apropiadamente por haber estado realizando el inventario mensual la noche anterior, no saber si cuentan con la talla que solicita el cliente.

De la situación planteada surge entonces la necesidad de analizar la administración de los inventarios con el fin de corroborar lo expuesto con respecto a las ventas el cual constituye las ganancias de la empresa.

1.2. Trabajos previos

1.2.1.1. Antecedentes Internacionales

Meneses (2009) en su tesis “Propuesta de implementación de Políticas de Control de Inventarios y Planificación de los Recursos para la Producción en Tatio Cía. Ltda.”, para obtener el título de Ingeniería Industrial, sustentada en la Universidad San Francisco de Quito – Ecuador. Este estudio lo elaboró con el objetivo de facilitar a la empresa Tatio Cía. Ltda. los conocimientos fundamentales que son necesarios para poder tener una adecuada planificación de los procesos de la compañía.

Se tienen las siguientes conclusiones:

La empresa Tatio Cía. Ltda. no cuenta con una planificación ni control de los inventarios.

Se puede observar que la empresa de estudio en la actualidad no cuenta con indicadores de medición para poder analizar el desempeño en cuanto se refiere al manejo de los inventarios de materia prima. Asimismo, no se maneja de manera apropiada la información por lo que es complicado establecer medidas para conocer el nivel de desempeño.

Se aplicaron medidas de desempeño en las cuales se demostró que existen deficiencia en el departamento de producción, se verificó que existe un porcentaje de días en los cuales no hubo gestión debido a la falta de insumos, lo que finalmente genera una determinada cantidad de clientes afectados por la falta de productos terminados.

Eugenio R. (2010) en su tesis titulada “Logística de inventario y su incidencia en las ventas de la Farmacia Cruz Azul Internacional de la ciudad de Ambato”, para obtener el título de Ingeniero de Empresas, sustentada en la Universidad Técnica de Ambato – Ecuador. Este estudio lo elaboró con el objetivo de determinar de qué manera impacta la logística de los inventarios en el crecimiento o aumento de las ventas.

La investigación es descriptiva con enfoque cualitativo. Finalmente se obtuvieron las siguientes conclusiones:

El gerente debe dar cumplimiento a los requerimientos que se solicitan ya que estos serán los resultados de la logística que se aplica. Asimismo, la aplicación de dicha logística de inventario permitirá tener a la empresa una visión clara de las adquisiciones de fármacos.

La adecuada logística de inventario servirá para que se tenga una adecuada distribución de los fármacos, lo cual permitirá una localización oportuna de dichos productos por ende se puede realizar una mejor atención a los clientes e incrementar las ventas, además de la rotación adecuada de los productos.

Sierra (2012) en su tesis titulada “Propuesta de mejoramiento de procedimientos para el control de inventarios aplicado en la empresa Vanidades S.A.”, para obtener el título de Ingeniero en Contabilidad y auditoría, sustentada en la Universidad Central del Ecuador. Llegó a las siguientes conclusiones:

No existe una adecuada asignación de funciones, es decir se centralizan varias funciones en pocas personas, por lo que existe deficiencia, ya que no pueden asumir completamente las funciones asignadas por su departamento.

El espacio físico asignado para almacenamiento es insuficiente por lo que no se puede realizar un inventario correcto de los productos, además de no tenerlos distribuidos correctamente.

1.2.2. Antecedentes Nacionales

Kong (2013), en su tesis titulada “Implementación de un sistema de control de inventarios y su efecto sobre las utilidades de la empresa HDTV Satelital S.A.C”, para obtener el título de Licenciado de Administración, sustentada en la Universidad Nacional de Trujillo. Este estudio lo elaboró con el objetivo principal de crear un nuevo sistema de control de inventarios con la finalidad de acrecentar las ganancias de la empresa en estudio.

Esta investigación fue realizada bajo el esquema no experimental. La metodología que se utilizó es descriptiva y analítica. Se obtuvo por conclusiones lo siguiente:

La puesta del nuevo sistema de inventarios incrementa las ganancias de la empresa, esto basado en los ratios de rentabilidad los que fueron aplicados al estado de ganancias y pérdidas durante el periodo 2013.

Aumentaron las utilidades de la empresa debido a que con el nuevo sistema de inventarios se redujeron los costos al no tener que pagar por los equipos que se utilizaban anteriormente.

Álvarez (2009), en su tesis titulada “*Análisis y propuesta de implementación de pronósticos y gestión de inventarios en una distribuidora de productos de consumo masivo*”, para obtener el título de Ingeniero Industrial, sustentada en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Este trabajo tiene como objetivo implementar pronósticos de ventas y mejorar la gestión de los inventarios.

Esta investigación fue realizada bajo el esquema no experimental. La metodología que se utilizó es cuantitativa y cualitativa. Las conclusiones obtenidas son las siguientes:

Muchas empresas que suelen crecer sin tener un orden incurrir en innumerables pérdidas económicas, las cuales podrían ser eliminadas sencillamente, sin embargo lo

dejan de lado ya que ponen prioridad a actividades del día a día. Es por ello que para que una empresa sea rentable debe evaluar los procesos que llevan a cabo e identificar las falencias que tienen y que puedan mejorar con la finalidad de volverse más eficiente.

Realizar la planificación de las compras en base a la experiencia y el criterio del encargado del almacén no siempre es la mejor manera para realizar estas actividades, ya que se puede incurrir en errores, lo que podría significar una pérdida considerable de dinero. Por ello, el tener un sistema de planificación de la demanda puede disminuir dichos errores y también generar ahorros significativos para la empresa.

Quispe & Santos (2014), en su tesis titulada “Plan de marketing y estimación de su impacto en las ventas de la empresa Turismo Ejecutivo S.R.L. de la ciudad de Trujillo – 2014”, para el título de Licenciado en Administración, sustentada en la Universidad Privada Antenor Orrego – Trujillo. La investigación tiene como objetivo establecer un plan de marketing y medir el impacto en el crecimiento de las ventas.

La investigación utiliza los métodos: analítico, sintético, comparativo, deductivo y científico. El diseño de la investigación es pre experimental. Por último, tenemos las siguientes conclusiones:

La empresa de Transporte ejecutivo S.R.L. no cuenta con un plan estratégico que impulse el crecimiento de las ventas, por ello existen inconformidad por parte de los clientes.

Con el paso de los años la empresa ha ido creciendo y por lo tanto cuenta con más sucursales a nivel nacional, específicamente en la región de la selva, sin embargo al incrementar la competencia y no tener un plan estratégico actual, genera pérdidas de significativas además de un servicio deficiente.

Analizando los datos obtenidos y aplicando el plan de marketing, este tiene un impacto positivo sobre las ventas de 8.06%.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Variable X: Administración de inventarios

Parafraseamos a Chapman (2006) quién menciona que existen dos conceptos para comprender la administración de inventarios.

El primero, es que gran parte del inventario de una empresa es capacidad almacenada, es decir, gran parte del inventario representa el uso para crear un producto con anticipación a la demanda, esta es la diferencia entre una empresa de manufactura y una de servicio. La empresa de servicio no puede anticiparse a la demanda, por lo cual se ve forzada a utilizar la capacidad después que se genera la demanda.

El segundo concepto es que los inventarios pocas veces representan un problema, en casi todas las empresas, el inventario es un síntoma de la forma en que se dirige el negocio; se trata únicamente de un síntoma, aunque bastante visible y costoso, en muchos casos. Para controlar el inventario se debe analizar los métodos directivos del negocio para distinguir cuáles de ellos genera la presencia de grandes inventarios. (p.100).

Inventario

Según Escudero (2013): “El inventario es un informe o relación detallada de los materiales, productos y mercancías que tiene la empresa almacenados y clasificados según categorías”.

Se parafrasea a García (2010):

Consiste en una lista detallada de los bienes de la compañía; esta lista se clasifica contablemente en fijo y circulante.

El inventario del activo fijo de la compañía comprende los bienes que no se consumen durante la práctica diaria de las operaciones de la oficina o de la producción, como muebles, equipo y máquinas; el del activo circulante comprende los bienes que se gastan o se consumen en las operaciones de la oficina o de

producción como la papelería, los útiles del trabajo de la oficina o los materiales que entran en producción o se usan para el mantenimiento del equipo y la maquinaria.

Realizar un inventario

Se parafrasea a Allende (2007):

Consiste en contabilizar todos los artículos que se encuentran en el almacén para validar su existencia, además sirve para llevar un control adecuado de la mercadería.

Los siguientes pasos son los que se deben considerar al momento de realizar un inventario:

Fijar una fecha: Debe ser en el momento que no exista mucha rotación en el almacén

Localizar: La mercadería debe estar ordenada correctamente

Identificar: Se debe mantener los envoltorios de cada producto

Contar el total de artículos de cada clase

Comprobar la existencia de los productos mencionados en las fichas del almacén.

Anotar toda la información. (p. 141).

1.3.1.1. Dimensión: Planificación

Para Equipo Vértice (2007). “Planificar tiene un sentido más amplio, en la medida que implica diseñar un proyecto y definir todos los elementos necesarios para su realización, incluyendo los parámetros que habrán de utilizarse para medir esta realización con respecto a lo proyectado”. (p.2).

1.3.1.2. Dimensión: Coordinación

Reyes A. (2009). “Implica el ordenamiento simultáneo y armonioso de varias cosas. Supone, por lo mismo, que hay diferentes personas, y medios diversos, orientados todos ellos a la realización de un fin único”. (p.19).

1.3.1.3. Dimensión: Control

Robbins S. & DeCenzo D. (2009) El autor menciona que es un proceso en el cual uno está pendiente o atento a las actividades que se realizan con el fin de asegurar el cumplimiento de los planes que han sido planteados inicialmente, asimismo en caso se presente alguna desviación esta se pueda corregir a tiempo. Lo que busca un sistema de control es que se cumplan con las actividades planificadas con la finalidad que se alcancen las metas que se ha planteado la organización. (p.356).

García A. (2010) “El concepto de control ha cambiado: el antiguo consistía en controlar cosas y gente, el nuevo concepto controla resultados; es decir, coteja las metas deseadas en la planificación, organización, aplicación y dirección con los resultados obtenidos”. (p. 21).

1.3.2. Variable Y: Ventas

Según Llamas (2004) “Es la ciencia de interpretar características del producto o servicio, en términos de satisfacción del consumidor, para actuar después mediante técnicas adecuadas, sobre el convencimiento de sus beneficios y la persuasión de la conveniencia de su posesión o disfrute inmediatos”. (p.73)

Las ventas son una gestión que ejerce toda organización para que el consumidor compre o adquiera un producto pagando cierta cantidad de dinero a cambio de la misma, toda empresa busca de esa manera generar el mayor ingreso posible de dinero y que éste justifique los egresos por fabricar o importar los productos que pone en vitrina para el consumidor.

Importancia de las ventas

“Si las empresas no venden, de nada sirven oficinas lujosas, ejecutivos bien remunerados, departamentos de marketing numerosos o maquinaria innovadora. Si no hay venta, la empresa desaparece [...]” (Cantizano, 2010, p.4).

Podemos decir que toda empresa genera ingresos a través de las ventas, por lo tanto si no existen ventas, tampoco existiría la empresa.

1.3.2.1.1. Dimensión: Proceso

Según Cervera J. (2001) “El proceso es un conjunto de actividades mutuamente relacionadas que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados” (p.29).

1.3.2.1.2. Dimensión: Promoción

Según Camino J. & Garcillán M. (2012): Es una técnica intermedia entre la publicidad y las fuerzas de ventas con el objetivos a muy corto plazo para el consumidor o el distribuidor, incentivos concretos, con una audiencia no tan masiva como la de la publicidad y que permite una respuesta inmediata.

Para Dvoskin R. (2004). La promoción, o comunicación, es el trabajo que realiza la empresa con la finalidad de dar a conocer a los compradores que el producto que ofrece es superior al de la competencia, ello con el único propósito de persuadirlos a que adquieran dicho producto. Esta promoción o comunicación abarca distintas estrategias de publicidad, tales como gráficas en distintos medios como vía pública, la publicidad televisiva, la publicidad en los puntos de ventas, etc. (p.27).

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema General

¿Qué relación existe entre la administración de inventarios y las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016?

1.4.2. Problema Específicos

¿Qué relación existe entre la planificación de la administración de inventarios y las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016?

¿Qué relación existe entre la coordinación de la administración de inventarios y las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016?

¿Qué relación existe entre el control de la administración de inventarios y las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016?

1.5. Justificación del estudio

Desde el surgimiento del hombre, la administración siempre ha luchado por subsistir en un mundo tan cambiante tratando de dar soluciones a los diversos problemas que puedan surgir en una organización, aplicando distintos métodos con la finalidad de hacer empresas rentables.

La presente investigación servirá como material de consulta y apoyo para la empresa Corporación Global S.A.C. y demás entidades donde tengan una problemática similar. El estudio también podrá ser utilizado por personas interesadas en el tema y entidades que busquen soluciones e información acerca de la administración de inventarios y las ventas.

El trabajo servirá como medio informativo respecto a las variables planteadas, además el tema puede servir de apoyo para muchos estudiantes en sus investigaciones futuras. A la vez, este trabajo también nos permitirá obtener la titulación de la carrera de administración.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis General

La administración de inventarios se relaciona significativamente con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016.

1.6.2. Hipótesis Específico

La planificación de la administración de inventarios se relaciona significativamente con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016.

La coordinación de la administración de inventarios se relaciona significativamente con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016.

El control de la administración de inventarios se relaciona significativamente con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General

Determinar la relación entre la administración de inventarios y las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016

1.7.2. Objetivos Específicos

Determinar la relación entre la planificación de la administración de inventarios y las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016.

Determinar la relación entre la coordinación de la administración de inventarios y las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016.

Determinar la relación entre el control de la administración de inventarios y las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016.

II. MÉTODO

2.1 Método, tipo, nivel y diseño de investigación

2.1.1 Método de Investigación

El método de investigación que se realizó es el hipotético deductivo; así como menciona Hernández, Fernández y Baptista (2006, p.12), porque “se utiliza la lógica deductiva, ir de lo general a lo particular”.

2.1.2 Tipo de Investigación

La presente investigación es de tipo aplicada.

Según Carrasco (2005). “Esta investigación se distingue por tener propósitos prácticos inmediatos bien definidos, es decir, se investiga para actuar, transformar, modificar o producir cambios en un determinado sector de la realidad” (p.43).

2.1.3 Diseño de Investigación

La presente investigación, es de enfoque cuantitativo, no experimental – transversal.

Hernández (2010) nos dice “son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de las variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (p.149)

Además de ello es transversal, según Carrasco (2005): “Este diseño se utiliza para realizar estudios de investigación de hechos y fenómenos de la realidad, en un momento determinado del tiempo”. (p. 72).

2.1.4 Nivel de Investigación

Para la presente investigación el nivel de investigación es descriptiva correlacional

Para Hernández et al. (2010), “los diseños transeccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades; y así proporcionar su descripción” (p.152-153).

Para Hernández et al. (2010), “estos diseños describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado. A veces, únicamente en términos correlacionales, otras en función de la relación causa-efecto (causales)” (p.154).

2.2 Variables, Operacionalización

2.2.1. Administración de inventarios

Según Muñoz (2009) La administración de inventarios puede entenderse como la planificación, coordinación y control de la adquisición, almacenamiento y movimiento de insumos, bienes terminados, repuestos y herramientas. (p.146)

El autor considera como proceso la gestión de la administración de inventarios dedicada a la planificación, coordinación y control de la adquisición.

2.2.2. Ventas

Según García. (2007) Ventas es uno de los pilares fundamentales de toda empresa, al fin y al cabo, es la parte que de forma permanente está en contacto con los clientes, y no olvidemos que estos (los clientes) son el principal activo de la empresa. (p.27)

El autor considera que la venta es fundamental para una empresa, así como los clientes del mismo.

2.2.3. Operacionalización de variable

VARIABLES		DIMENSIONES DE LAS VARIABLES	INDICADORES	ITEMS	TECNICA E INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN	
X	Administración de inventarios	Planificación	Análisis interno y externo	1, 2	Encuesta	Ordinal	
			Visión	3, 4			
			Misión	5, 6			
			Objetivos	7, 8			
			Estrategias	9, 10			
		Coordinación	Gestión	11,12			
			Inventarios	13,14			
		Control	Almacenamiento	15,16			Cuestionario tipo Likert.
			Resultados	17,18			
			Rotación	19,20			
Y	Ventas	Proceso	Transacción	1, 2			
			Contado	3, 4			
			Crédito	5, 6			
		Promoción	Fuerza de ventas	7, 8			
			Publicidad	9, 10			
			Oferta	11, 12			
			Competencia	13, 14			

2.3 Población y muestra

2.3.1 Población

Según Carrasco (2005). Población “Es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación”. (p.236).

El universo poblacional motivo de esta investigación, está conformado por 40 colaboradores de la empresa Corporación Global S.A.C., San Isidro, 2016.

La muestra se confirmó por la misma cantidad de la población ya que no se excluyó a ninguno con una totalidad de 40 colaboradores de la empresa Corporación Global S.A.C. San Isidro; 2016, es decir, una muestra censal.

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

2.4.1 Técnica

Según Carrasco (2005). “Las técnicas constituyen el conjunto de reglas y pautas que guían las actividades que realizan los investigadores en cada una de las etapas de la investigación científica”. (p. 274).

Para fines de la investigación la técnica fue la encuesta, como explica:

Carrasco (2005), “La encuesta es una técnica para la investigación social por excelencia, debido a su utilidad, versatilidad, sencillez y objetividad de los datos que con ella se obtiene” (p.314).

Se toma en cuenta la utilización de la encuesta para poder determinar la relación de la administración de inventario con las ventas de la Empresa Corporación Global S.A.C.

2.4.2 Instrumento

Asimismo, definiremos que es un instrumento.

Según Fernández, Hernández y Baptista (2006) un instrumento de medición: “es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o las variables que el investigador tiene en mente.” (p. 276).

Para la investigación se utilizó como instrumento el cuestionario.

Según Carrasco (2005), el cuestionario “es el instrumento de investigación social más usado cuando se estudia gran número de personas, ya que permite una respuesta directa, mediante la hoja de preguntas que se le entrega a cada una de ellas”. (p. 318).

2.4.3 Recolección de datos

La recolección de datos se dio a través del instrumento llamado cuestionario que consta de 20 preguntas en la escala de Likert teniendo en cuenta los objetivos de la investigación.

2.4.4 Validez

Se obtendrá la validez a través del juicio de expertos.

Según Fernández, Hernández y Baptista (2006) el juicio de expertos: “En ciertos estudios es necesaria la opinión de individuos expertos en un tema” (p.566).

El instrumento que se utilizará para la investigación será sometido a juicio de expertos, recurriendo a la opinión de docentes de reconocida trayectoria en la Escuela de Administración de la Universidad Cesar Vallejo, como son:

Dra. Esterfilia Alama Sono

Dr. Pedro Constante Costilla Castilla

MBA. David Fernando Aliaga Correa

2.4.5 Confiabilidad

La confiabilidad del instrumento se realizó con el método de Alfa de Crombach, ingresando los datos recolectados al estadístico SPSS 23 con una prueba piloto de 20 personas, cuyo coeficiente resultó 0,803, considerando como bueno según la tabla 3 de estandarización.

Tabla 1:

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	40	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	40	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Tabla 2:

Estadísticas de confiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,803	20

Tabla 3:

Estandarización de coeficientes	
COEFICIENTES DE ALPHA DE CRONBACH	
Coeficiente alfa >.9	es excelente
Coeficiente alfa >.8	es bueno
Coeficiente alfa >.7	es aceptable
Coeficiente alfa >.6	es cuestionable
Coeficiente alfa >.5	es pobre
Coeficiente alfa <.5	es inaceptable

Fuente: George y Mallery (2003, p.231)

Interpretación:

El resultado del Alfa de Cronbach es 0.803, esto nos indica que es confiable ya que su valor es mayor a 0.70, lo cual nos indica que es confiable según el cuadro de George Mallery.

2.5 Métodos de análisis de datos

El método que se utilizó en la investigación es: Hipotético Deductivo, con el método estadístico e inferencial mediante el programa estadístico informático Statistical Package for the social Sciences en este paquete se almacenó los datos para luego proceder a realizar los cálculos que nos proporcionó la información relevante para la investigación.

Se presenta los resultados obtenidos luego del análisis mediante tablas y gráficas de barras.

2.6 Aspectos éticos

Los datos que se incorporaron fueron válidos para dar confianza a la información y resultados de la investigación. Teniendo respeto por la propiedad intelectual de los autores mencionados; el respeto ético y moral, protegiendo la identidad de las personas que colaboraron con la realización de la encuesta; y la honestidad correspondiente al enfoque global de este proyecto de investigación.

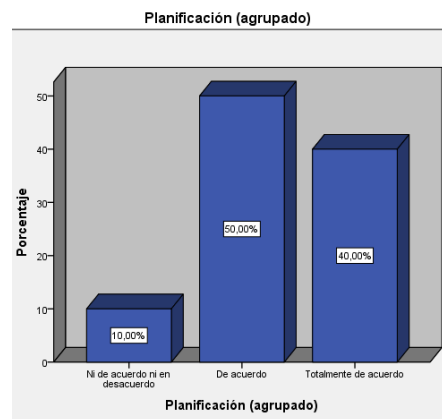
iii. RESULTADOS

3.1 Análisis de los resultados

El análisis de los resultados se dio gracias a las 40 encuestas realizadas al personal de la empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro, 2016. El resultado final de la investigación fue el siguiente:

Tabla 4:
Dimensión 1: Planificación (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	20	50,0	50,0	60,0
	Totalmente de acuerdo	16	40,0	40,0	100,0
Total		40	100,0	100,0	

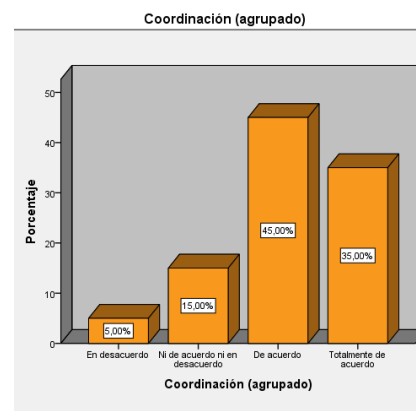


Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los resultados, podemos mencionar que el 50% de los encuestados que representan 20 personas, respondieron que están de acuerdo en que la empresa Corporación Global cuenta con una correcta planificación. Asimismo, se observa que el 40% de los encuestados que representan 16 personas están de totalmente de acuerdo, mientras que el 10% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la dimensión estudiada en la empresa Corporación Global, en el distrito de San Isidro, 2016.

Tabla 5:
Dimensión 2: Coordinación (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	5,0	5,0	5,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	15,0	15,0	20,0
	De acuerdo	18	45,0	45,0	65,0
	Totalmente de acuerdo	14	35,0	35,0	100,0
Total		40	100,0	100,0	



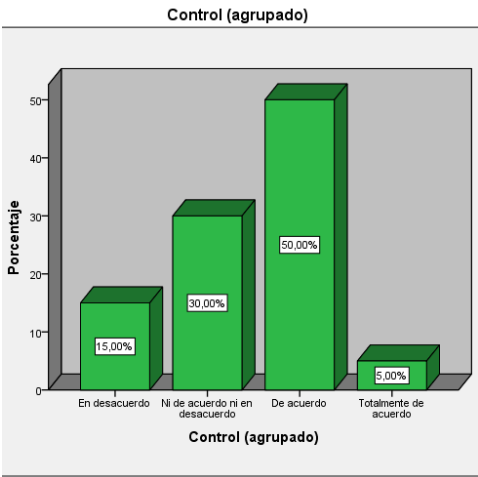
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los resultados, se observa que el 45% que representan 18 encuestados del total están de acuerdo con la coordinación que se tienen con los inventarios en la empresa, además el 35% está totalmente de acuerdo, mientras que el 15% y el 5% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y en desacuerdo respectivamente con la dimensión estudiada en la empresa Corporación Global, San Isidro, 2016.

Tabla 6:
Dimensión 3: Control (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	15,0	15,0	15,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	30,0	30,0	45,0
	De acuerdo	20	50,0	50,0	95,0
	Totalmente de acuerdo	2	5,0	5,0	100,0
Total		40	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia*

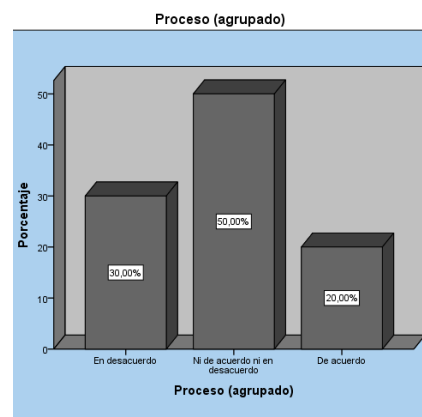


Interpretación: Según los resultados, se observa que el 50% de los encuestados que representan 20 personas están de acuerdo con el control de inventarios que tiene la empresa, mientras que el 30% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 15% está en desacuerdo con la dimensión estudiada y el 5% está totalmente de acuerdo con la dimensión estudiada en la empresa Corporación Global, en el distrito de San Isidro, 2016.

**Tabla 7:
Dimensión 4: Proceso (agrupado)**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	30,0	30,0	30,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	50,0	50,0	80,0
	De acuerdo	8	20,0	20,0	100,0
Total		40	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia*

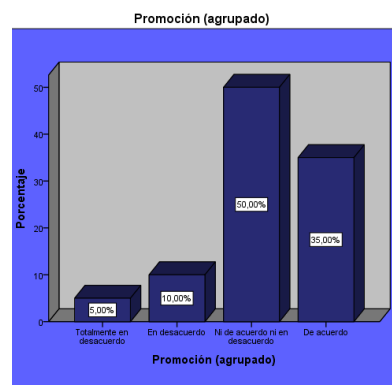


Interpretación: Según los resultados, se observa que el 50% de los encuestados que representan 20 personas no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el proceso de ventas que se lleva, mientras que el 30% está en desacuerdo con la dimensión estudiada y el 20% está totalmente de acuerdo con la dimensión estudiada en la empresa Corporación Global, en el distrito de San Isidro, 2016.

**Tabla 8:
Dimensión 5: Promoción (agrupado)**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	5,0	5,0	5,0
	En desacuerdo	4	10,0	10,0	15,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	50,0	50,0	65,0
	De acuerdo	14	35,0	35,0	100,0
Total		40	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia*



Interpretación: Según los resultados, se observa que el 50% de los encuestados no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con la promoción de ventas, el 35% está de acuerdo con la promoción de ventas, el 10% está en desacuerdo y el 5% está totalmente en desacuerdo con la dimensión estudiada en la empresa Corporación Global, en el distrito de San Isidro, 2016.

3.2 Prueba de Normalidad

Este cálculo se realizó a través de la prueba de Shapiro:

H_0 : La muestra es normal

H_1 : La muestra no es normal

Tabla 9:

Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
Administración de inventarios (agrupado)	,279	40	,000	,800	40	,000
Ventas (agrupado)	,352	40	,000	,746	40	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: elaboración propia

- a) Si $\text{Sig } p < \text{Sig } T = \text{Rechaza } H_0$
- b) Si $\text{Sig } p > \text{Sig } T = \text{Acepta } H_0$

Interpretación: La muestra es menor a 50, por lo que asumo la prueba de Shapiro. Se observa asimismo que la significancia es menor a 0.05 por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna como verdadera, es decir **la muestra no es normal.**

3.3 Contrastación y correlación de Hipótesis

De acuerdo al contraste para realizar las pruebas de hipótesis, se corroboró que las variables y dimensiones en investigación no tienen una distribución normal, por lo tanto para este estudio se aplicarán pruebas no paramétricas. Es decir, dicho cálculo se realizó mediante la Prueba de Spearman.

Tabla 10:

Grado de correlación	
Coeficiente	Correlación
-1.00	Correlación negativa perfecta.
-0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.75	Correlación negativa considerable.
-0.50	Correlación negativa media.
-0.25	Correlación negativa débil.
-0.10	Correlación negativa muy débil.
0.00	No existe correlación alguna entre las variables.
+0.10	Correlación positiva muy débil.
+0.25	Correlación positiva débil.
+0.50	Correlación positiva media.
+0.75	Correlación positiva considerable.
+0.90	Correlación positiva muy fuerte.
+1.00	Correlación positiva perfecta.

Fuente: Hernández (2010, p.312)

a) Hipótesis general

H_g. La administración de inventarios se relaciona significativamente con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016

H₀. La administración de inventarios no se relaciona significativamente con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016

H₁. La administración de inventarios si se relaciona significativamente con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016

Regla de decisión

Si valor $p > 0.05$, se acepta la H_0

Si valor $p < 0.05$, se rechaza la H_0 y se acepta la H_1

Tabla 11:

Correlación hipótesis general

		Correlaciones		
			Administración de inventarios (agrupado)	Ventas (agrupado)
Rho de Spearman	Administración de inventarios (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000	,668**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Ventas (agrupado)	Coeficiente de correlación	,668**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

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

Fuente: *Elaboración propia.*

Interpretación: El coeficiente de correlación de Spearman es de 0,668 lo que significa que la relación entre las dos variables es positiva según el cuadro de correlación. (ver tabla 5 – pág.35)

Además se muestra a las variables de estudio con un nivel de significancia menor a 0,05, por ende se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de investigación como verdadera indicando que existe una relación positiva media entre la Administración de inventarios con las Ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016.

b) Hipótesis específica 1

H_0 . La planificación de inventarios no se relaciona significativamente con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016.

H_1 .- La planificación de inventarios si se relaciona significativamente con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016.

Tabla 12:

Correlación hipótesis específica 1

			Correlaciones	
			Planificación (agrupado)	Ventas (agrupado)
Rho de Spearman	Planificación (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000	,659**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Ventas (agrupado)	Coeficiente de correlación	,659**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

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

Fuente: *Elaboración propia.*

Regla de decisión

Si valor $p > 0.05$, se acepta la H_0

Si valor $p < 0.05$, se rechaza H_0 y se acepta la H_1

Interpretación: El coeficiente de correlación de Spearman es de 0,659 lo que significa que la relación entre las dos variables es positiva según el cuadro de correlación. (Ver tabla 5 – pág.35)

Además se muestra a las variables de estudio con un nivel de significancia menor a 0,05, por ende se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de investigación como verdadera indicando que existe una relación positiva media entre la planificación de inventarios con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016.

c) Hipótesis Específica 2

H₀. La coordinación de inventarios no se relaciona significativamente con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016

H₁. La coordinación de inventarios si se relaciona significativamente con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016

Tabla 13:

Correlación hipótesis específica 2

		Correlaciones		
			Ventas (agrupado)	Coordinación (agrupado)
Rho de Spearman	Ventas (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000	,627**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Coordinación (agrupado)	Coeficiente de correlación	,627**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

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

Fuente: *Elaboración propia.*

Regla de decisión

Si valor $p > 0.05$, se acepta la H_0

Si valor $p < 0.05$, se rechaza H_0 y se acepta la H_1

Interpretación: El coeficiente de correlación de Spearman es de 0,627 lo que significa que la relación entre las dos variables es positiva media según el cuadro de correlación. (Ver tabla 5 – pág.35)

Además se muestra a las variables de estudio con un nivel de significancia menor a 0,05, por ende se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de investigación como verdadera indicando que existe una relación positiva media entre la coordinación de inventarios con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016.

d) Hipótesis Específica 3

H_0 .- El control de inventarios no se relaciona significativamente con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016

H_1 .- El control de inventarios si se relaciona significativamente con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016

Tabla 14:

Correlación hipótesis específica 3

		Correlaciones	
		Ventas (agrupado)	Control (agrupado)
Rho de Spearman	Ventas (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,702**
		N	40
	Control (agrupado)	Coeficiente de correlación	,702**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	40

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

Fuente: *Elaboración propia.*

Regla de decisión

Si valor $p > 0.05$, se acepta la H_0

Si valor $p < 0.05$, se rechaza H_0 y se acepta la H_1

Interpretación: El coeficiente de correlación de Spearman es de 0,702 lo que significa que la relación entre las dos variables es positiva media según el cuadro de correlación. (Ver tabla 5 – pág.35)

Además se muestra a las variables de estudio con un nivel de significancia menor a 0,05, por ende se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de investigación como verdadera indicando que existe una relación positiva media entre el control de inventarios con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016.

IV. DISCUSIÓN

De acuerdo a los resultados de la presente investigación, se llegó a determinar

Hipótesis y objetivo general:

Se tuvo como objetivo determinar la relación de la administración de inventarios con las ventas en la empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro, año 2016. Mediante la prueba de RHO de Spearman se demostró que con un nivel significancia (bilateral) menor a 0,05, por ende se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna indicando que existe una relación positiva media entre la administración de inventarios con las ventas en el distrito de San Isidro, año 2016, por ende el objetivo general queda demostrado.

Según Eugenio (2010) en su tesis titulada “Logística de inventario y su incidencia en las ventas de la Farmacia Cruz Azul Internacional de la ciudad de Ambato” para obtener el título de Ingeniero de Empresas, en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Se concluyó que una adecuada logística de inventarios sirve para una adecuada distribución de los fármacos y una mejor atención al público con lo que se incrementarían las ventas.

Para este trabajo de investigación se llega a coincidir con la conclusión de Eugenio en donde contar con un correcto control de inventarios mejora las ventas de la empresa.

Según la American Marketing Association, define la venta como “el proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador) “.

En la empresa Corporación Global, los inventarios lo realizan los vendedores y al no estar capacitados o no tener las herramientas necesarias para ejecutarlo, como consecuencia se tienen pérdidas de ventas.

Hipótesis y objetivo específico 1:

Se tuvo como objetivo determinar la relación entre la planificación de inventarios con las ventas en la empresa Corporación Global S.A.C. San Isidro, 2016. Mediante la prueba de RHO de Spearman se demostró que con un nivel de significancia menor a 0,05, es decir " $0,000 < 0,05$ ", por ende se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Además que ambas variables poseen una correlación de 0,659 lo cual indica que es una relación positiva media. Por lo tanto se acepta la hipótesis de investigación indicando que existe relación entre la planificación de inventarios con las ventas en la empresa Corporación Global S.A.C., San Isidro, 2016, por ende el objetivo específico 1 queda demostrado.

Según Meneses (2009) en su tesis titulada "Propuesta de implementación de Políticas de Control de Inventarios y Planificación de los Recursos para la Producción en Tatio Cía. Ltda." para obtener el título de Ingeniero Industrial, en la universidad San Francisco de Quito, Ecuador. Se concluyó que la empresa no cuenta con una planificación ni control de los inventarios, así como indicadores de medición que permitan realizar un control correcto de los inventarios.

Para este trabajo de investigación se llega a coincidir con la conclusión de Meneses, afirmando que es necesario implementar políticas para controlar los inventarios y una planificación correcta para alcanzar los objetivos.

Para Lépez C. (1986). "La planificación es un proceso coherente en cuanto supone una secuencia de fases, etapas y pasos interrelacionados y dirigidos hacia un objetivo común, y es un proceso científico debido a que requiere la aplicación de principios, métodos y técnicas probadas y con una base teórica". (p.153).

En la empresa Corporación Global la correcta planificación de inventarios es necesaria para que se obtenga un resultado por tienda lo cual permite la jefatura tener un mejor panorama de las fallas y errores a corregir, además de verse reflejado en las ventas por cada tienda y en el cumplimiento de funciones de los trabajadores.

Hipótesis y objetivo específico 2:

Se tuvo como objetivo determinar la relación entre la coordinación de inventarios con las ventas en la empresa Corporación Global S.A.C., San Isidro, 2016. Mediante la prueba de RHO de Spearman se demostró que con un nivel de significancia menor a 0,005, es decir " $0,000 < 0,005$ ", por ende se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Además que ambas variables poseen una correlación de 0,627 lo que indica que es una relación positiva media. Por lo tanto se acepta la hipótesis de investigación indicando que existe relación entre la coordinación de inventarios con las ventas en la empresa Corporación Global S.A.C., San Isidro, 2016, por ende el objetivo específico 2 queda demostrado.

Según Sierra (2012) en su tesis titulada "Propuesta de mejoramiento de procedimientos para el control de inventarios aplicado en la empresa Vanidades S.A.", para obtener el título de Ingeniero en contabilidad y auditoría, en la Universidad Central de Ecuador. Se concluyó que no cuenta con una con una adecuada distribución de funciones, además de no tener un espacio físico dificultando la gestión de bodega y producción.

Para Anaya (2008), "[...] la palabra almacén sugiere una instalación específica para albergar productos de diferentes naturalezas [...]".

En cuanto a la conclusión de Sierra no afirmamos que no exista una adecuada distribución de funciones ya que éstas son informadas desde que el colaborador ingresa a la empresa, por el contrario coincidimos en que no en todas las tiendas existe un espacio físico adecuado para el almacenamiento de la mercadería dificultando el control y registro de la mercadería.

Hipótesis y objetivo específico 3:

Se tuvo como objetivo determinar la relación entre el control de inventarios con las ventas en la empresa Corporación Global S.A.C., San Isidro, 2016. Mediante la prueba de RHO de Spearman se demostró que con un nivel de significancia menor a 0,005, es decir " $0,000 < 0,005$ ", por ende se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Además que ambas variables poseen una correlación de 0,702 lo que indica que es una relación positiva media. Por lo tanto se acepta la hipótesis de investigación indicando que existe relación entre el control de inventarios con las ventas en la empresa Corporación Global S.A.C., San Isidro, 2016, por ende el objetivo específico 3 queda demostrado.

Según Kong (2013) en su tesis titulada "Implementación de un sistema de control de inventarios y su efecto sobre las utilidades de la empresa HDTV Satelital S.A.C", para obtener el título de Licenciado de Administración, en la Universidad Nacional de Trujillo. Se concluyó que el aumentaron las utilidades con el nuevo sistema de control de inventarios.

Para este trabajo de investigación se llega a coincidir con la conclusión de Kong en donde contar con un correcto control de inventarios mejora en este caso, las utilidades de la empresa.

En el campo de la economía y las finanzas, la utilidad está asociada a la ganancia que se obtiene a partir de un bien o una inversión.

La administración de inventarios es aplicada a todas las áreas de la empresa, mediante las recepciones semanales de mercadería como los inventarios mensuales teniendo un resultado por tienda lo cual permite a la jefatura tener un mejor visión y control de las falencias y errores a corregir, lo cual se ve reflejado en las ventas por cada tienda y en el cumplimiento de funciones de los trabajadores.

v. **CONCLUSIÓN**

Contrastando los resultados de la investigación de campo, los objetivos planteados y la comprobación de hipótesis, se llegaron a obtener las siguientes conclusiones:

1. Se determinó que existe relación entre la administración de inventarios con las ventas; por ende, concluimos que una buena administración de inventarios repercute significativamente en las ventas, dado que para ser rentables y competitivos en el mercado, es conveniente establecer procesos correctos para la administración de inventarios.
2. Se determinó que existe relación entre la planificación de inventarios con las ventas; se concluye por lo tanto, que una buena planificación de los inventarios impacta significativamente en las ventas, teniendo en cuenta todos los procesos necesarios para cumplir con lo planificado de manera objetiva.
3. Se determinó que existe relación entre la coordinación de inventarios con las ventas; se concluye por lo tanto, que una buena coordinación impacta significativamente en las ventas, teniendo en cuenta la responsabilidad y comunicación entre las áreas de apoyo y colaboradores.
4. Se determinó que existe relación entre el control de inventarios con las ventas; se concluye por lo tanto, que un buen control de inventario impacta significativamente en las ventas, teniendo en cuenta que el control debe ser constante para alcanzar los objetivos planteados por la empresa.

vi. RECOMENDACIONES

Luego del análisis de los resultados de esta investigación se propone las siguientes recomendaciones:

1. Se recomienda a la jefatura establecer un manual con el proceso detallado de como inventariar la mercadería cuando se recepciona o cuando se realiza un inventario de manera mensual.
2. Se recomienda capacitación a los trabajadores en referencia a la gestión de inventarios con la finalidad de realizar los inventarios en tiempo y forma correcta. Dentro de la capacitación se tiene que incluir a todo el personal de manera obligatoria y el encargado de la capacitación tiene que ser un profesional experto del tema.
3. Se recomienda a la jefatura de cada área implementar políticas de comunicación para difundir los inventarios con el propósito de retroalimentar las fallas detectadas y así mejorarlas para el siguiente inventario.
4. Se recomienda capacitaciones de ventas al personal de cada tienda, para reforzar el proceso del mismo.

vii. REFERENCIAS

- Alvarez R. (2009). Análisis y propuesta de implementación de pronósticos y gestión de inventarios en una distribuidora de productos de consumo masivo. (Tesis para optar el título de Ingeniero Industrial, Pontificia Universidad Católica del Perú). Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/302>
- Allende M. (2007) Operaciones administrativas y documentación sanitaria. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=zQ4nqaj3AH4C&pg=PA141&dq=localizaci%C3%B3n+de+inventarios&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi6ydimj9DMAhVK6iYKHZx9Cxl4ChDoAQg7MAM#v=onepage&q=localizaci%C3%B3n%20de%20inventarios&f=false>
- Anaya J. (2008). Almacenes, análisis, diseño y organización. Madrid: Esic Editorial.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3ra ed.). Colombia: Pearson Education.
- Chapman S. (2006). *Planificación y control de la producción*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=ceHEMOttnh4C&pg=PA99&dq=adminis tracion+de+inventarios&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjG9qT56KfMAhWGWYKHUITCOcQ6AEIODAC#v=onepage&q=adminis tracion%20de%20inventarios&f=false>
- Cantizano L. (2010). *Estudio de Investigación. El ADN del Nuevo Vendedor. Hacia un modelo de gestión del rendimiento en el departamento comercial*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=C Ud3m-KGLQwC&pg=PA4&dq=importancia+de+las+ventas&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwim1af1vM3MAhUDeSYKHUIzDm04KBD0AQg3MAY#v=onepage&q=importancia%20de%20las%20ventas&f=false>
- Carrasco, S. (2005). *Metodología de la investigación científica. Pautas metodológicas para diseñar y elaborar proyecto de investigación*. Perú: San Marcos.
- Cervera J. (2001). *La transición a las nuevas ISO 9000:2000 y su implantación*. España: Ediciones Díaz de Santos S.A.

- Cite Logística informa. *GS1 Perú*. (Febrero, 2010). Recuperado de http://www.gs1pe.org/e_news/11_citelogistica_01.htm
- Dvoskin R. (2004). *Fundamentos del marketing: Teoría y experiencia*. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Escudero M. (2013). *Gestión logística y comercial*. España: Ediciones Paraninfo S.A. (reimp. 2014).
- Equipo Vortice (2007), *Planificación de los recursos humanos*. España: Editorial Vórtice S.L.
- García L. (2007). *Ventas*. (2da ed.). Madrid, España: ESIC Editorial.
- García A. (2010). *Almacenes: planeación, organización y control*. (4ta. Ed). México: Trillas (reimp. 2013).
- George, D. & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. 11.0 update (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Hernández, S., Fernández, C. & Baptista, L, (2006). *Metodología de la investigación*. (4ta ed.). México: Mc Graw-Hill.
- Hernández, R. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5ta. Ed). México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA.
- Lépiz C. (1986). *La administración y planificación como procesos*. (1era ed.). Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Llamas J. (2004) *Estructura científica de la venta – 2da edición*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=gzx5nhwgPewC&pg=PA67&dq=ventas+concepto&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiewo9ix473MAhWBYyYKHRZABrcQ6AEIQzAF#v=onpage&q=ventas%20concepto&f=false>

- Meneses A. (2009) Propuesta de implementación de Políticas de Control de Inventarios y Planificación de los Recursos para la Producción en Tatio Cía. Ltda. (Opta el título de Ingeniería Industrial, Universidad San Francisco de Quito Ecuador). Recuperado de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:wiaQP6VdoBcJ:repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/862/1/92998.pdf+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>
- Mercado S. (2004) *Compras. Principios y aplicaciones*. (4ta ed.). México: Editorial Limusa S.A.
- Quispe M. & Santos C. (2014). Plan de marketing y estimación de su impacto en las ventas de la empresa Turismo Ejecutivo S.R.L. de la ciudad de Trujillo – 20 (Tesis para obtener el título de Licenciado de Administración, Universidad Privada Antenor Orrego). Recuperado de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/713/1/MEREGILDO_GIANCARLO_MARKETING_IMPACTO_VENTAS_EMPRESA%20TURISMO.pdf
- Reyes A. (1992). *Administración de empresas*. Teoría y práctica. (1era ed.). México: Limusa.
- Rivera J. & de Garcillán M. (2012). *Dirección de marketing: fundamentos y aplicaciones*. (6ta ed.). España: Esic.
- Robbins S. & DeCenzo D. (2009). *Fundamentos de administración*. (6ta ed.). México: Prentice Education
- Sierra W. (2012). Propuesta de mejoramiento de procedimientos para el control de inventarios aplicado en la empresa Vanidades S.A. (Tesis para la obtención del título de Ingeniero en Contabilidad y auditoría. Universidad Central del Ecuador). Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1063/1/T-UCE-0003-125.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1: INSTRUMENTO

CUESTIONARIO

Estimado (a) colaborador (a):

El presente instrumento tiene como objetivo conocer **la relación de la administración de inventarios con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016**

Por ello se le solicita responda todos los siguientes enunciados con veracidad.

Edad:

Género: masculino () femenino ()

INSTRUCCIONES:

A continuación se presenta una serie de enunciados a los cuales usted deberá responder marcando con un (X) de acuerdo a lo que considere conveniente, siendo:

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

Variable: Administración de inventarios		1	2	3	4	5
1	¿Considera que la empresa Corporación Global S.A.C. se siente amenazada por la competencia?					
2	¿Conoce la visión de la empresa Corporación Global S.A.C?					
3	¿El trabajo que se realiza actualmente apunta a cumplir la visión de la empresa Corporación Global S.A.C?					
4	¿Conoce la misión de la empresa Corporación Global S.A.C?					
5	¿Se cumple la misión dentro de la empresa Corporación Global S.A.C.?					
6	¿Se cumplen los objetivos establecidos de la empresa Corporación Global S.A.C.?					
7	¿Se llevan a cabo las estrategias implementadas en la empresa Corporación Global S.A.C.?					
8	¿Es eficiente la gestión del área de logística en la empresa Corporación Global S.A.C.?					
9	¿Se realizan inventarios periódicamente de la mercadería en la empresa Corporación Global S.A.C.?					
10	¿Se lleva un control correcto del almacenamiento de la mercadería en la empresa Corporación Global S.A.C.?					
11	¿Los resultados de inventarios cumplen el estándar de política en la empresa Corporación Global S.A.C.?					
12	¿La rotación de mercadería está en la relación con la distribución interna y externa de la empresa Corporación Global S.A.C?					
Variable: Ventas		1	2	3	4	5
13	¿En los últimos meses incrementaron las ventas en la empresa Corporación Global S.A.C.?					
14	¿El proceso de venta en la empresa Corporación Global S.A.C. desde el saludo hasta la finalización es fiable?					
15	¿Usted considera que hay más ventas al contado en los últimos meses en la empresa Corporación Global S.A.C.?					
16	¿En los últimos meses se incrementaron las ventas en la modalidad de pago al crédito en la empresa Corporación Global S.A.C?					
17	¿El equipo de fuerza de ventas de la empresa Corporación Global S.A.C. conoce a detalle los productos que ofrece?					
18	¿La publicidad de la empresa Corporación Global S.A.C. logra persuadir a los clientes para que compren?					
19	¿La empresa Corporación Global S.A.C. realiza ofertas atractivas para los clientes?					
20	¿La empresa Corporación Global S.A.C tiene ventajas sobre la competencia?					

Gracias por su colaboración - Fuente: El investigador

ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS (General)	OBJETIVOS (General)	HIPOTESIS (General).
¿Cómo se relaciona la administración de inventarios con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016?	Determinar la relación de la administración de inventarios con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016	La administración de inventarios se relaciona significativamente con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016
PROBLEMAS (Especifico)	OBJETIVOS (Especifico)	HIPOTESIS (Específico).
¿Cómo se relaciona la planificación de inventarios con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016?	Determinar la relación de la planificación de inventarios con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016	La planificación de inventarios se relaciona significativamente con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016
¿Cómo se relaciona la coordinación de inventarios con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016?	Determinar la relación de la coordinación de inventarios con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016	La coordinación de inventarios se relaciona significativamente con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016
¿Cómo se relaciona el control de inventarios con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016?	Determinar la relación del control de inventarios con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016	El control de inventarios se relaciona significativamente con las ventas en la Empresa Corporación Global S.A.C, San Isidro; 2016

ANEXO 4

VALIDEZ DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	DIMENSIÓN 1: Planificación ¿Considera que la empresa Corporación Global S.A.C. se siente amenazada por la competencia?	✓		✓		✓		
2	¿Conoce la visión de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
3	¿El trabajo que se realiza actualmente apunta a cumplir la visión de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
4	¿Conoce la misión de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
5	¿Se cumple la misión dentro de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
6	¿Se cumplen los objetivos establecidos de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
7	¿Se llevan a cabo las estrategias implementadas en la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Coordinación							
8	¿Es eficiente la gestión del área de logística en la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
9	¿Se realizan inventarios periódicamente de la mercadería en la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Control							
9	¿Se lleva un control correcto del almacenamiento de la mercadería en la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
10	¿Los resultados de inventarios cumplen el estándar de política de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
11	¿La rotación de mercadería está en relación con la distribución interna y externa de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Dr. Estefilia Alamo Sorio DNI: 06770732

Especialidad del validador: Docente Universitario - Investigador

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

0 de juio del 20.16
 Firma del Experto Informante.
 Directora en Educación
 Asesora en Investigación

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE * ADMINISTRACION DE INVENTARIOS

N°	DIMENSIONES / items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSION 1: Planificación ¿Considera que la empresa Corporación Global S.A.C. se siente amenazada por la competencia?	✓		✓		✓		
2	¿Conoce la visión de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
3	¿El trabajo que se realiza actualmente apunta a cumplir la visión de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
4	¿Conoce la misión de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
5	¿Se cumple la misión dentro de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
6	¿Se cumplen los objetivos establecidos de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
7	¿Se llevan a cabo las estrategias implementadas en la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
8	DIMENSION 2: Coordinación ¿Es eficiente la gestión del área de logística en la empresa Corporación Global S.A.C.?	SI	No	SI	No	SI	No	
9	¿Se realizan inventarios periódicamente de la mercadería en la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
9	DIMENSION 3: Control ¿Se lleva un control correcto del almacenamiento de la mercadería en la empresa Corporación Global S.A.C.?	SI	No	SI	No	SI	No	
10	¿Los resultados de inventarios cumplen el estándar de política de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
11	¿La rotación de mercadería está en relación con la distribución interna y externa de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA.


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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: COSLINA CASILLAS PEDRO DNI: 099258340

Especialidad del validador: DA. EN ADMINISTRACION

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

08 de 06 del 2016

 Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS

N°	DIMENSIONES / items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	DIMENSIÓN 1: Planificación ¿Considera que la empresa Corporación Global S.A.C. se siente amenazada por la competencia?	✓		✓		✓		
2	¿Conoce la visión de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
3	¿El trabajo que se realiza actualmente apunta a cumplir la visión de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
4	¿Conoce la misión de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
5	¿Se cumple la misión, dentro de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
6	¿Se cumplen los objetivos establecidos de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
7	¿Se llevan a cabo las estrategias implementadas en la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
8	DIMENSIÓN 2: Coordinación ¿Es eficiente la gestión del área de logística en la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
9	¿Se realizan inventarios periódicamente de la mercadería en la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
9	DIMENSIÓN 3: Control ¿Se lleva un control correcto del almacenamiento de la mercadería en la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
10	¿Los resultados de inventarios cumplen el estándar de política de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
11	¿La rotación de mercadería está en relación con la distribución interna y externa de la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Mg: MAR PURSA CARRO DAVID FERRANDO DNI: 22168879

Especialidad del validador: ADMINISTRACION

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

08 JUNIO 16
de del 20.....


Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE **VALORABLE VENTAS**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	DIMENSIÓN 1: Proceso ¿En los últimos meses incrementaron las ventas en la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓				✓		
2	¿El proceso de venta en la empresa Corporación Global S.A.C. desde el saludo hasta la finalización es el fiable?	✓		✓		✓		
3	¿Usted considera que hay más ventas al contado en los últimos meses en la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
4	¿En los últimos meses se incrementaron las ventas en modalidad de pago al crédito en la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
5	DIMENSIÓN 2: Promoción ¿El equipo de fuerza de ventas de la empresa Corporación Global S.A.C. conoce a detalle los productos que ofrece?	Si	No	Si	No	Si	No	
6	¿La publicidad de la empresa Corporación Global S.A.C. logra persuadir a los clientes para que compren?	✓		✓		✓		
7	¿La empresa Corporación Global S.A.C. realiza ofertas atractivas para los clientes?	✓		✓		✓		
8	¿La empresa Corporación Global S.A.C. tiene ventajas sobre la competencia?	✓		✓		✓		
9	DIMENSIÓN 3: Compra ¿La venta presencial en la empresa Corporación Global S.A.C. ha aumentado en comparación con sus inicios?	Si	No	Si	No	Si	No	
10	¿La venta online en la empresa Corporación Global S.A.C. tiene mayor acogida?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: **Dr. Eskefilia Alamo Soro** DNI: **06.7.70.932**

Especialidad del validador: **Docente universitario - Investigador**

B de **junio** del 20**16**

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

Firma del Experto Informante.
Eskefilia Alamo S.
 Doctora en Educación
 Asesora en Investigación

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE VARIABLE VENTAS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSIÓN 1: Proceso ¿En los últimos meses incrementaron las ventas en la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
2	¿El proceso de venta en la empresa Corporación Global S.A.C. desde el saludo hasta la finalización es el fiable?	✓		✓		✓		
3	¿Usted considera que hay más ventas al contado en los últimos meses en la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
4	¿En los últimos meses se incrementaron las ventas en modalidad de pago al crédito en la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Promoción	SI	No	SI	No	SI	No	
5	¿El equipo de fuerza de ventas de la empresa Corporación Global S.A.C. conoce a detalle los productos que ofrece?	✓		✓		✓		
6	¿La publicidad de la empresa Corporación Global S.A.C. logra persuadir a los clientes para que compren?	✓		✓		✓		
7	¿La empresa Corporación Global S.A.C. realiza ofertas atractivas para los clientes?	✓		✓		✓		
8	¿La empresa Corporación Global S.A.C. tiene ventajas sobre la competencia?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Compra	SI	No	SI	No	SI	No	
9	¿La venta presencial en la empresa Corporación Global S.A.C. ha aumentado en comparación con sus inicios?	✓		✓		✓		
10	¿La venta online en la empresa Corporación Global S.A.C. tiene mayor acogida?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA.

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: COSME CASTILLO PEDRO. DNI: 09925834.

Especialidad del validador: DM. EN ADMINISTRACIÓN

08 de 06 del 2016

Firma del Experto Informante.



¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiendo 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

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE *VARIABLE VENTAS*

N°	DIMENSIONES / items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	DIMENSIÓN 1: Proceso ¿En los últimos meses incrementaron las ventas en la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
2	¿El proceso de venta en la empresa Corporación Global S.A.C. desde el saludo hasta la finalización es el fiable?	✓		✓		✓		
3	¿Usted considera que hay más ventas al contado en los últimos meses en la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
4	¿En los últimos meses se incrementaron las ventas en modalidad de pago al crédito en la empresa Corporación Global S.A.C.?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Promoción	Si	No	Si	No	Si	No	
5	¿El equipo de fuerza de ventas de la empresa Corporación Global S.A.C. conoce a detalle los productos que ofrece?	✓		✓		✓		
6	¿La publicidad de la empresa Corporación Global S.A.C. logra persuadir a los clientes para que compren?	✓		✓		✓		
7	¿La empresa Corporación Global S.A.C. realiza ofertas atractivas para los clientes?	✓		✓		✓		
8	¿La empresa Corporación Global S.A.C. tiene ventajas sobre la competencia?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Compra	Si	No	Si	No	Si	No	
9	¿La venta presencial en la empresa Corporación Global S.A.C. ha aumentado en comparación con sus inicios?	✓		✓		✓		
10	¿La venta online en la empresa Corporación Global S.A.C. tiene mayor acogida?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Apellidos y nombres del juez validador: *DR. MRS. PUGA CORREA DAVID FERNANDO* **DNI:** *2768879*

Especialidad del validador: *DOMINI STRAPOR*

08 de Junio del 2016


Firma del Experto Informante.

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

ANEXO 5

Acta de aprobación de originalidad de los trabajos académicos

	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo, IVÁN ORLANDO TANTALEÁN TAPIA, docente de la Facultad CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN de la Universidad César Vallejo LIMA NORTE (precisar filial o sede), revisor(a) de la tesis titulada

"RELACIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS CON LAS VENTAS EN LA EMPRESA CORPORACIÓN GLOBAL S.A.C., SAN ISIDRO, 2016"

del (de la) estudiante SANDRA MARICRUZ GUANILO CABELLOS, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 22 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

Lima, 09 de Octubre del 2018



Firma

IVÁN ORLANDO TANTALEÁN TAPIA

DNI: 20036332

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

22 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1 repositorio.ucv.edu.pe 22 %
Fuente de Internet



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TÍTULO

"RELACIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS CON LAS VENTAS EN LA EMPRESA CORPORACIÓN GLOBAL S.A.C., SAN ISIDRO, 2016"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

GUANILO CABELLOS, SANDRA MARICRUZ

ASESOR:

Dr. FERNÁNDEZ SAUCEDO, NARCISO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“RELACIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS CON LAS
VENTAS EN LA EMPRESA CORPORACIÓN GLOBAL S.A.C., SAN
ISIDRO, 2016”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**



AUTORA:

GUANILO CABELLOS, SANDRA MARICRUZ

ASESOR:

Dr. FERNÁNDEZ SAUCEDO, NARCISO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES

LIMA - PERÚ

2016



AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo SANDRA MARICRUZ GUANILO CABELLOS identificado con DNI N° 46733869,

egresado de la Escuela Profesional de CIENCIAS EMPRESARIALES de la Universidad César Vallejo, autorizo () No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "RELACIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS CON LAS VENTAS EN LA EMPRESA CORPORACIÓN GLOBAL S.A.C., SAN ISIDRO, 2016"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derechos de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....





FIRMA

DNI: 46733869

FECHA: 09 de octubre del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------