



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Gestión de stock y las ventas de la empresa Megabotikas. San Martín de Porres, 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciada en Administración

AUTORA:

Lázaro Gómez, Graciela Dina (ORCID: 0000-0002-6432-9310)

ASESORA:

Mg. Maurtua Gurmendi, Luzmila Gabriela (ORCID: 000-0002-0812-3473)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LIMA - PERÚ

2019

## Dedicatoria

A Dios, por darme la vida, la actitud para salir adelante a pesar de toda las adversidades, asimismo por darme la oportunidad de realizar este sueño de ser un profesional con valores y con ganas de servir a la sociedad.

### **Agradecimiento**

A Dios, por hacer realidad esta bonita etapa de mi vida. A mi familia e hijas por apoyarme y aconsejarme en todo momento. A mis hermanos de iglesia, por estar pendiente de mí todo estos años. A mis amigos y toda persona que influyó con buenos consejos en mi vida espiritual y profesional. Por último, a todos los docentes por brindarme los conocimientos necesarios y consejos que de seguro siempre los guardaré en mi mente y corazón.

## Página del jurado

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código : F07-PP-PR-02.02
		Versión : 10
		Fecha : 10-06-2019
		Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la Tesis presentada por don(ña) LÁZARO GÓNEZ GRACIELA DÍAZ cuyo título es: "GESTIÓN DE STOCK Y LAS YENTRAS DE LA EMPRESA MEGACORIKAS, SAN MARTÍN DE PORRES, 2018."

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 12 (número) PRECOSO CMO (letras).

Los Olivos, 16 de Julio de 2019



Dr. Juan Manuel Vasquez Espinoza

**PRESIDENTE**



Mgr. Hector Chico Tasayco

**SECRETARIO**



Mgr. Luzmila Gabriela Maurtua Gurmendi

**VOCAL**

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

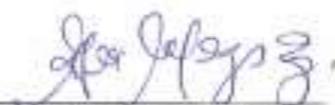
## Declaratoria de autenticidad

Yo, Graciela Dina Lázaro Gómez con DNI Nº 09965445, en la senda de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, declaro bajo juramento que los documentos que se adjuntan son fidedignos.

Asimismo, indico bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces. En el caso que hubiera falta, omisión o falsedad asumo los correspondientes procesos investigativos y sanciones de acuerdo a las normas internas de la Universidad.

En concordancia, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, con las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 08 de Julio del 2019.



Graciela Dina Lázaro Gómez  
D.N.I. 09965445

## Índice

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página de Jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	25
2.1. Tipo y diseño de investigación	25
2.2. Operacionalización de la variable	26
2.3. Población, Muestra y muestreo	29
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	29
2.5. Método de análisis de datos	32
2.6. Aspectos éticos	33
III. RESULTADOS	34
IV. DISCUSIÓN	51
V. CONCLUSIONES	52
VI. RECOMENDACIONES	52
REFERENCIAS	54
ANEXOS	56

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulada: Gestión de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martín de Porres, 2018, tuvo como objetivo general Determinar la relación entre la Gestión de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martín de Porres, 2018., con dicho propósito se ha tenido como base las teorías: Bifactorial de Frederik Herzberg y la Teoría Erg de Clayton Alderfer, para la primera variable; Asimismo, la teoría Marxista y Teoría neoclásica de la productividad para la segunda variable

El trabajo de investigación según su finalidad fue de tipo aplicada y nivel descriptivo correlacional, enfoque cuantitativo y de diseño no experimental de corte transversal. La población y muestra estuvo conformada por 34 trabajadores del área de servicios. La técnica que se utilizó fue la encuesta y los instrumentos que se utilizaron para la recolección de los datos fueron los cuestionarios debidamente estructurados y validados mediante juicio de los especialistas metodólogos y temáticos de la investigación, cuya confiabilidad se determinó mediante el estadístico Alfa de Cronbach, lo cual dio como resultado: gestión de stock=0.950 y las ventas=0.952. De los resultados, se obtiene que de los trabajadores encuestados de la empresa Megabotikas, San Martín de Porres, manifiestan que la gestión de stock se mantiene en un rango entre Moderado y Bueno con un 63,6% y 23,6% respectivamente, a la vez las ventas se encuentra entre moderado y alto con un 38,2 para ambas variables. Además el coeficiente de correlación confirmado mediante la prueba de Rho Spearman=0.786, permitió afirmar que si existe una correlación positiva moderada para las variables Gestión de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martín de Porres, 2018

**Palabras claves:** Gestión de stock, Ventas, Planificación.

## ABSTRACT

This research work entitled: Stock management and sales of the company Megabotikas, San Martin de Porres, 2018, had the general objective of determining the relationship between stock management and sales of the company Megabotikas, San Martin de Porres, 2018., with this purpose has been based on the theories: Bifactorial Frederik Herzberg and Erg Theory of Clayton Alderfer, for the first variable; Also, the Marxist theory and neoclassical theory of productivity for the second variable

The research work according to its purpose was of applied type and correlational descriptive level, quantitative approach and non-experimental cross-sectional design. The population and sample consisted of 34 workers in the service area. The technique that was used was the survey and the instruments that were used to collect the data were the questionnaires duly structured and validated by the methodologists and thematic specialists of the research, whose reliability was determined by the Cronbach's Alpha statistic. Which resulted in: stock management = 0.950 and sales = 952. From the results, it is obtained that of the surveyed workers of the company Megabotikas, San Martin de Porres, they show that the management of stock remains in a range between Moderate and Good with 63.6% and 23.6% respectively, to the time the sales are between moderate and high with 38.2 for both variables. In addition, the correlation coefficient confirmed by the Rho Spearman test = 0.786 allowed us to affirm that there is a moderate positive correlation for the variables Stock management and sales of the company Megabotikas, San Martin de Porres, 2018

**Keywords:** Stock management, Sales, Planning.

# **I. INTRODUCCIÓN**

## **1.1 Realidad Problemática**

La empresa megabotikas, con dirección en la av. los pinos # 351 San Martín de Porres Lima - Perú. Siendo una empresa dedicada a la venta de productos farmacéuticos, por más de 20 años. La cual realiza las operaciones de comercialización y distribución de productos farmacéuticos, galénicos y perfumería. La cual tiene como misión dar un buen servicio de calidad y garantía a las familias, promoviendo la salud y bienestar en la comunidad. Y como visión consolidarse como la mejor alternativa, en productos farmacéuticos para sus clientes.

El origen de la mercadería es a través de proveedores. La respectiva distribución se realiza desde este almacén (local), a las diferentes boticas (clientes). El despacho a los diferentes distritos se da a través de 1 unidad de transporte propia de la empresa. La empresa actualmente falta de una preparación aprobada con el contexto de la solicitud, que conceda la validez de las distintas diligencias que se lleva a cabo con el registro.

Estas deficiencias no se reportan al sistema y se mantiene como productos aptos para la venta. El personal de almacén desconoce las funciones del área, no reciben capacitación ni orienta al desarrollo de su trabajo en almacén. El aprendizaje que realizan se da de una forma práctica; empleando así más pérdidas de tiempo como en productos, por lo cual se generan notas de crédito, que se dan por anulaciones de facturas, debido a las devoluciones de productos. Es por ello que se presenta un alto porcentaje de diferencia de inventarios y esto se sincera cuando se realizan los inventarios, 1 vez al año.

Es por consecuencia que ante esta necesidad se lleva a cabo esta investigación; la cual el objetivo es determinar la afinidad entre la gestión de stock y las ventas en la empresa megabotikas 2018. Bajo esta propuesta se plantea realizar este estudio, que permita definir la semejanza que hay de la gestión de stock como variante la cual perjudica en la empresa en las ventas. La gestión de stock tiene como dimensiones: la planificación de stock, organización de stock y control de stock, considerando como indicadores: métodos de previsión, momentos y cantidades de reposición, políticas y criterios para la regulación de stock, definición de técnicas, movimiento de entrada y salida, inventario valorado, tareas a realizar.

Como variable las ventas se considera como dimensiones: comodidad, servicio que provee, la demostración y explicación personal de los productos, entrega a domicilio y la garantía; tomando como indicadores: pedido en su domicilio, catalogo disponible, facilidad del teléfono móvil, cercanía con el vendedor, tener muestras a disposición, posibilidad de tocar el producto, venta al detalle, reducido al periodo de envío, devolución o cambio de productos y generar la confianza entre los clientes. Todo ello se va a realizar a través de encuestas aplicadas a cada trabajador de la empresa, la cual permitirá poder observar el vínculo que se encuentra entre la variable dependiente y la variable independiente, de igual manera encontrar la raíz que está perjudicando la gestión de stock de la empresa.

En el ámbito local; En septiembre de 2017, el comercio minorista registro un crecimiento de 6,9% parecido al año anterior. Dicho crecimiento fue consecuencia del esfuerzo de la actitud dinámica de tiendas por departamento y supermercados, de ferreterías electrodomésticos y de libros, periódicos y artículos de papelería; sin embargo, la actividad de boticas y farmacias descendió en 0,8%. El estudio busca reconocer la relación que se pueda tener entre el sistema de gestión y una mayor condición de servicio que se adquiera en las boticas de Lima Norte para el periodo 2018. La finalidad es lograr la integración entre la dirección y nuevos sistemas de gestión y a la vez permitir a las boticas adaptarse al mundo cambiante y complejo, para la mejora de los procesos que en estas se realizan.

El cumplimiento de este objetivo permite precisar, la agresiva campaña que a diario se da; campañas que se concentran en estrategias de precios (descuentos, monederos, días de ofertas, etc.). La competitividad del sector de venta minorista de medicamentos se ha concentrado también en el manejo de los costos, aplicando políticas más duras de compras hacia los laboratorios. Si bien resulta vital la eficiencia económica para el éxito empresarial, cabe la posibilidad que es razonable el posterior crecimiento empresarial farmacéutico a nivel minorista. Va en aumento el grado de satisfacción integral, que se ocasionando en los clientes, en cuanto a la atención que están realizando las farmacias. Ahí es donde se va midiendo calidad, la competitividad y eficiencia. El interés por el nivel de la atención en las farmacias, se inicia en el malestar expresado por los clientes de los servicios farmacéuticos en las boticas.

En el ámbito internacional; El uso de la automedicación es muy frecuente en el mundo, la causa se atribuye a muchos factores: económicos, culturales y sociales, como

resultado muchas veces no solo asume riesgos de salud, sino que también pueden ser muy perjudiciales a la salud. El crecimiento de la industria farmacéutica, va unida a los acontecimientos, ampliando la difusión y repartición de medicamentos en los diferentes países, facilitando el acceso o adquisición de fármacos desde una compra virtual, usando al conocido delivery, y muchas veces no se cuenta con la receta médica. La automedicación es un impedimento que detalla la literatura médica, la cual identifica el comportamiento de consumo de diferentes tipos de fármacos, Así, se realizan diferentes estudios en la cual se detalla la concentración de nuevos factores en la explicación de automedicación, por lo que se requiere difundir el conocimiento sobre estas prácticas, en la variedad de manifestaciones.

Se conoce que las mujeres son más cuidadosas y exigentes en cuidar la salud a diferencia de los hombres, aun sin tener mucho conocimiento con respecto a la salud. En ese escenario, sobresale el adulto mayor, ya que son más prácticos dando la solución respectiva de salud, ya que recurren a hospitales y clínicas. También se espera la asistencia frecuente de los adultos a más establecimientos farmacéuticos buscando la asistencia oportuna. Con respecto al adulto mayor, se espera dar mayor atención con responsabilidad en el cuidado de la salud, ya que cuentan con familiares a los cuales asiste; es así que ellos adquieren medicamentos en los centros farmacéuticos, sin recetas médicas en muchos casos.

Por lo cual, se busca conocer las prácticas de automedicación en el adulto mayor, y así detallar los factores más notables que se unen en los procesos: La diversidad de fármacos que se auto medican para aliviar las dolencias; por otro lado, en los centros farmacéuticos se capacita al personal para enfrentar la informalidad y así saber recomendar un medicamento. La automedicación tiene como participes al paciente y también al personal de las farmacias y boticas, son muy importantes en la selección de los medicamentos. El estudio muestra la importancia que tiene la investigación, demostrando que es fundamental para las empresas farmacéuticas tener un control exhaustivo y riguroso en las prescripciones médicas y ventas de medicamentos.

## **1.2 Trabajos Previos**

### **1.2.1 A nivel internacional**

López (2014), with his article inventory management in business administration, Venezuela. Expose as objective to examine the certainty of the realization of stock by

means of the concentration of analytical examples with the outcome of emphasizing the investments to the benefit that will be offered. Having as conclusion the importance of the realization of stock in the direction is emphasized therefore of the hypothetical study of the problematic of stock they interpret a basic instrument by means of examples of order and jointly with the decisions, also determining the conduct and price of the stock.

Rojas (2016), He pointed out in his study the stock logistics and his success in the sales of the Cruz Azul Pharmacy. Exposing as objective to establish how items of the relationship study in the increase of sales in the Botica Farma. Concluding that the concentration of a stock study will grant to have an intermediate approach of the obtainments, the Manager is forced to provide performance to the applications that the consequence of the study. The stock study will allow to optimize the trade of inputs and their commercialization, authorizing an adequate placement of inputs for marketing. The study of the inspection of stock, and will achieve to optimize the care to the extended and for that reason to increase the commerce, likewise will prosper the turn of insumos avoiding the prescription. In this research the pharmacies are in immutable capacity and want to optimize the care to the consumer; the start-up of stock study optimizes the intervention of inventories, wishing to establish stages and situation of regeneration of the products.

Torrado (2015), realizo una investigación sobre el diseño de un modelo de gestión de inventarios para la empresa importadora de vinos y licores. Propuso como propósito proyectar con similitud a los procedimientos del proceso de suministro para la organización que importa vinos y licores. El registro sistemático de stock brinda como resultado la eficiencia de cada producto elaborado. El estudio muestra un nivel significativo en cuanto al valor de la investigación demostrando la importancia fundamental en la organización; la cual ayuda a mantener a los inventarios en constante actualización sistemática, en la cual permitirá y ayudara a que la empresa pueda tomar una mejor decisión en cuanto al manejo correcto del activo de la empresa.

Broggi (2016), señalo en su investigación La gestión de empresas de servicio en etapa de maduración. Exponiendo como objetivo perfeccionar las prestaciones y capacidad de la organización, aprovechando los avances tecnológicos que se han desarrollo en los últimos años. Tuvo como conclusión que se ha realizado el ajuste del SMA basándose en aspectos como el precio y la confianza con la que cuentan los proveedores, este último

aspecto se va actualizando en función de las características de disponibilidad de productos y calidad de servicio que cada proveedor va adquiriendo a medida que la relación comercial se va consolidando. Los Medios están obteniendo una labor crecidamente trascendental en el desarrollo de las organizaciones. En la actualidad, los progresos en la tecnología usados por las organizaciones, los operativos beneficiosos asimismo se encuentran alcanzables por similar, la disimilitud primordial implanta las personas, que es notable que no se encuentra intercambiable.

Prieto (2016), señalo en su estudio la, determinación del mercado de venta directa de ropa por catálogo. Exponiendo como objetivo el fijar el comercio de personas disgustados en la comercialización inmediato de indumentaria por inventario, el proyecto de la indagación compensa al prototipo expresivo, los pobladores está establecido por 4888 mujeres entre 15 a 30 años, de la cual su muestra a 356 mujeres que habitan en el lugar de la Alborada, el instrumento de medición utilizada es el cuestionario. Concluyendo en que la indagación de compradores efectuó, cuestionarios en su fragmento de damas del fragmento, estudio que mantuvo que un cuarenta por ciento de la muestra está decepcionado con la función y muy poca aptitud del beneficio cedido de algunos trabajos lo concedan a la comercialización inmediata de vestuario por registro.

Loja (2015), realizo la investigación de propuesta de un sistema de gestión de inventarios, Ecuador. Tuvo como objetivo abastecer los elementos esenciales para la organización. Siendo en el período conveniente, inmediatamente que se previniera altos costos, desorientación de los semejantes. Determinado a recompensar las exigencias existentes de la organización; y al mismo tiempo debe persistir perpetuamente adecuado. Es por lo cual que la gestión de stock debe ser moderado y resguardados. Teniendo como conclusión que no hay un minucioso control. Y a la vez no se capacita al personal, por lo que descuido esta actividad. No hay una constante revisión física de la existencias de tal modo en donde las diferentes situaciones se han dado a conocer demandas que no se lograra efectuar de acuerdo a que no se halla en realidad. La empresa FEMARPE, es una empresa que ha progreso debido a la experiencia de sus propietarios; y no cuenta con ninguno prototipo de soporte estudiado en su funcionar a medida administrativamente.

Eugenio (2016) señalo en su estudio la logística de stock y su suceso en las ventas de la Farmacia Cruz Azul. Exponiendo como objetivo el de establecer cómo ítems del estudio de relación en el acrecentamiento de las ventas en la Botica Farma. Concluyendo

en que la concentración de un estudio de stock concederá poseer un enfoque intermedia de las obtenciones, el Directivo está forzado a proporcionar desempeño a las solicitudes que la consecuencia del estudio. El estudio de stock concederá optimizar el comercio de insumos y su comercialización, autorizando una colocación adecuada de insumos para la comercialización. El estudio de la inspección de stock, y conseguirá optimizar el cuidado al extendido y por ello acrecentar el comercio, asimismo prosperará el giro de insumos eludiendo la prescripción. En esta investigación las boticas están en inmutable capacidad y se desea optimizar el cuidado al consumidor; la puesta en funcionamiento de estudio de stock optimizara la intervención de los inventarios, deseando establecer etapas y situación de regeneración de los productos.

Garrido (2014) con su artículo la gestión de inventario en la administración de empresas, Venezuela. Exponiendo como objetivo examinar la certeza de la realización de stock por medio de la concentración de ejemplos analíticos con el desenlace de recalcar las inversiones al beneficio que se ofrecerá. Teniendo como conclusión se enfatiza la significación de la realización de stock en la dirección por ende del estudio hipotético de la problemática de stock interpretan un instrumento básico por medio de ejemplos de encargo y conjuntamente con las decisiones, determinando asimismo la conducta y precio de los stock.

### **1.2.2 A nivel nacional**

Valladares (2014), conducted the investigation of the implementation of an inventory management to improve the supply process. Obtained the purpose of implementing a stock management to correct the supply procedures. The implementation of a Stock Management changes a method, applying the execution of the quality of the service to the client. Having as conclusion that the correct coding of stocks to transfer termination the superior development of supply in the organization, that the scope that gender investigations A form of that in which an alteration was superior, is why it is not finished, because it transcends the superior fragment of the fundamental. The development of efficiency, invention, time and variability is achieved to the particularity. The effective superior of the organization are the stock but justifies with the correct application and arranged what as a result of occasions. With the ability of financial part, it is easier to require higher portions of services, to submit prices through the levels of certainty, rebound

and waste inventories. That is why it is possible to be more assertive in decisions, and thus have the client satisfied.

Alvarez (2016), did research on the design of an inventory management system to reduce losses in the Faber Castell company. I propose as an objective to propose a method of commission of stock, to reduce supplies internally of the company Faber Castell S.A.C. the research design corresponds to the descriptive type. The sample is not probabilistic, it was used in this work are: administration, sales and warehouse. Alarming figures were obtained at the same time, since it was observed that there are products that due to lack of organization remain in the company's warehouse for an 80-day general. For this reason they took the respective dimensions.

Gutiérrez (2013), investigo sobre el análisis y propuesta de implementación de pronósticos y gestión de inventarios en una distribuidora de productos de consumo masivo. Propuso como objetivo dirigir sus empeños en los asuntos primordiales de su oficio observando que es necesario en búsqueda llevar a cabo procedimientos de la cadena de suministro de una forma más efectiva. Muchas veces las instituciones empiezan a progresar de modo inordenado que serían suprimidas de modo simple, porque lo olvidan a un lugar por ejecutar los oficios cotidianos. Concluyo que para sostener una empresa en crecimiento, se evalúa sus procedimientos, así poder reconocer los progresos que se logre llevar a cabo y de esta manera convertirse crecidamente positivo. El referir con una forma que asocie las distintas labores de cada estado, es primordial para conseguir arrebatar elecciones crecidamente efectivas a excepción de poseer que ejecutar re-procedimientos insignificante.

Saldarriaga (2017), en su investigación sobre la mejora de los procesos de ventas y distribución en una empresa de venta directa a través de la implementación. Señalo el objetivo de aumentar las etapas de ocupación al consumidor por medio de la prosperidad de las etapas de comercio y comercialización, el diseño de la investigación corresponde al tipo descriptivo, la población en análisis es la información de los resultados de la empresa en 02 periodos comparables: abril - Setiembre 2014 y Abril - Setiembre 2015. La muestra es no probabilística y corresponde a los resultados de la población en análisis, el instrumento de medición utilizada es diagramas de flujo e información de desempeño de los procesos. La mejora del proceso de distribución es resultado de las operaciones tecnológicas, del proceso de planificación, control y monitoreo del transporte, y también la

integración del proceso de expedición. El uso de unidades de manipulación incrementa el seguimiento durante el despacho y distribución hasta la debida entrega al cliente.

Albujar (2014), hizo una investigación sobre el diseño de un sistema de gestión de inventario para reducir las pérdidas en la empresa tai loy. Planteo como objetivo el plantear un método de comisión de stock, para rebajar insumos internamente de la compañía Tai Loy S.A.C. el diseño de investigación corresponde al tipo descriptivo. La muestra es no probabilística, se usó en este trabajo son: administración, ventas y almacén. Se obtuvieron cifras alarmantes a la vez, ya que se observó que hay productos que por falta de organización permanecen en el depósito de la compañía por un general de 80 días. Por tal motivo tomaron las dimensiones respectivas, para trabajar una planificación efectiva y así obtener un stock apruebe un producto por crecidamente a 30 días o en productos que están por caducar en el depósito; conservarlos en un tiempo determinado de 7 a 15 días.

Villavicencio (2015), realizo la investigación de la implementación de una gestión de inventarios para mejorar el proceso de abastecimiento. Obtuvo como finalidad implementar una gestión de stock para corregir los procedimientos de abastecimiento. La implementación de una Gestión de Stock cambia un método, aplicando la ejecución de la calidad del servicio al cliente. Teniendo como conclusión que la correcta codificación de stocks para trasladar terminación el superior desarrollo de suministro en la organización, que el alcance que las investigaciones de género A forma de eso en lo que una alteración fue superior, es por ello que no se termina, porque trasciende el superior fragmento del fundamental. A la particularidad se consigue el desarrollo de la eficacia, invención, época y variabilidad. El superior eficaz de la organización son los stock sino justifica con la correcta aplicación y arreglado lo que por resultado de ocasiones. Con la habilidad de parte financiero se facilita requerir superior porciones de servicios, someter precios a través de los niveles de inventarios de certeza, de rebote y desechos. Es por ello que se logra ser más asertivos en las decisiones, y así tener satisfecho al cliente.

Ramos (2013), señalo en su estudio análisis y propuesta de implementación de pronósticos, gestión de inventarios y almacenes en una comercializadora de vidrios y aluminios. Exponiendo como objetivo en donde los stocks son porción esencial para el progreso íntimo de una organización, por medio del buen manejo se puede implementar una flexibilidad en cuanto a la realización; es así, que se toma como necesidad absoluta en la empresa. Concluyendo, que el uso de métodos de pronósticos cuantitativos es más

acertados a los que usa la empresa. Todas sus fases se encuentran cualitativos, apoyándose en la costumbre de los trabajadores, y se fundamenta en el contenido de stock y el precio de los insumos en instante. La costumbre de las personas les concede poseer entendimiento de las etapas de instancia relativo todo molde de beneficio.

León (2013) con su artículo fuerza de ventas determinante de la competitividad empresarial. Propuso como objetivo es contar como la potencia de ventas acredita internamente y externamente de la institución corporativo para conseguir la competencia. Por ello se asocia el trabajo de la potencia de comercio en el vínculo de importe, y se investiga este significativo grillete del vínculo. Concluyendo, que el uso de métodos de pronósticos cuantitativos es más acertados a los que usa la empresa. Todas sus fases se encuentran cualitativos, apoyándose en la costumbre de los trabajadores, y se fundamenta en el contenido de stock y el precio de los insumos en instante. La costumbre de las personas les concede poseer entendimiento de las etapas de instancia relativo todo molde de beneficio.

### **1.3 Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1 Teoría relacionada con la variable GESTIÓN DE STOCK**

Según Veritas (2017), define la gestión de stock es ese conjunto de beneficio que se almacenara en una parte decidido y en habilidad de forma única, repartida o utilizada. Actualmente en fecha se piensa en los inventarios como un espacio de sustento de las instituciones en la investigación de la validez. Aproximadamente las empresas contienen inventarios de diferentes modelos de precios afiliado. En donde se lleva problema regularizar la petición y la provisión de insumos, es ineludible poseer diferentes en las porciones necesario a demoras.

Según Carro (2013), sostiene la gestión de inventarios es un significativo componente que capta el beneficio de los asociados de diferente ejemplo de la organización. Para ello las empresas que manipulan los límites de beneficios comparativamente mínimos en la dirección de inventarios pueden damnificar difícilmente. El reto recibe en conservar el conjunto correcto para que la organización logre sus preferencias rivalizaste con superior validez.

Según Viciano (2015), define obtener virtudes y saberes para negociar las adquisiciones en el servicio de inventarios de los insumos, asimismo de tramitar los gastos

de la comercialización, averiguamiento e inspección de la asignación, y la realización del depósito, ejecutar stocks, percibir el contingente, constituir presencialmente el depósito.

Según Reyero (2016) sostiene la gestión de inventarios es el ámbito en el que son imprescindibles las nuevas tecnologías y la informática. Se establece las diferencias existentes entre inventario real e informático y se explica las causas y consecuencias de un tipo de inventario concreto, los también llamados inventarios incorrectos. Existe controles de las desviaciones más comunes dentro del inventario de existencias y también hay acciones correctivas que pueden aplicarse en el control de inventarios.

Según Andino (2016), define la gestión de inventarios es una comisión vigorosa, los principios requeridos para la considerada forma de un depósito y la calidad de la trama de ciencia. Se suceso en la calidad que presume una eficaz gestión de inventarios y lo que traza para la capacidad de la organización, constituyendo métodos de gestión de stock para estar a la mira de los requisitos de las personas y someter precios actuales.

### **Dimensión 01: Planificación de stock**

Según Veritas (2017), señala sobre la planificación de stock que consta como herramienta principal y considerada como el objetivo para las empresas el de que se tiene que planificar, organizar y controlar la variedad de insumos que la empresa está ofreciendo. El planificar se convierte en una herramienta importante y fundamental para la empresa ya que es bastante efectiva para que de esa manera se evite que la empresa pierda objetividad y hasta efectividad, lo cual provoque que se pueda desviar de su meta marcada y definida desde antes.

La planificación ayuda a que se puede conocer siempre en cualquier momento el estado verdadero de la empresa ya sea en cuanto a términos que sean de productividad, al poder visualizar si se han alcanzado los plazos de tiempo y también las condiciones de mercado que se plantearon con anterioridad por parte de la empresa y su equipo de trabajadores. Claro está que para que se pueda llegar a lograr los propósitos planteados por las empresas que tendrán que realizar junto a la mano de cada trabajador una correcta organización interna en las diversas áreas o departamentos que tiene la empresa interconectada mente. Esto ayudara a que se pueda detectar los errores o puntos débiles que puede ver o esté dándose dentro de la empresa.

## **Indicadores**

### Método de previsión

Según Veritas (2017), señala que el proceso dará inicio con normalidad con el primer aspecto que es el método de previsión el cual se convierte en el periodo en donde todo comienza en donde la empresa empezara a enfocarse lo que quiere lograr y como lo va a realizar. Esto se convierte en la predicción difícil o crítica ya que todo parte desde aquí para la empresa, en la cual podrá determinar por ejemplo que programas de producción realizaran, que materias primas o productos terminados utilizaran y ofrecerán al cliente, los gastos que implicara el llevar los productos, etc.

### Momentos y cantidades de reposición

Según Veritas (2017), define que en este punto se tiene que ver los momentos y cantidades de reposición, porque esto debe de convertirse en la herramienta que brinde una solución simple en donde se pueda mejorar la predicción posible y se pueda utilizar para que de esa manera se consiga lograr los objetivos. Esto ayudara a que la empresa pueda trabajar de una forma en la cual cada trabajador tenga en la mira un solo objetivo común.

## **Dimensión 02: Organización de stock**

Los seres humanos somos crecidamente productivos y eficientes cuando trabajamos en lugares en que existe un mandato y comprobación entre los correcto que nos rodean. Este habituado es equivalente en el compromiso y crecidamente concretamente en un almacén. Si somos capaces de crear disposición y sistema entre todas las referencias que disponemos, el adeudo será más fluido y eficaz.

Según Veritas (2017), indica que la Organización de Stock es uno de los deberes importantes que deben realizarse si en el ejercicio se trabaja con existencias y productos. La Gestión de Stock es la cabida y distribución de poseer inspeccionado el conjunto mecánica e informática de todo beneficio en un instante determinado. Además, esta realización te permite poseer controlar en todo instante el término en el cual se encuentra un beneficio decidido.

## **Indicadores**

Fijar políticas y criterios para la regulación de los stocks

Según Veritas (2017), define que en la actualidad no existe una buena o mala técnica que se puede utilizar en la gestión de stock, es por ese motivo que cada empresa decide de qué manera es la mejor forma de poder adaptar las necesidades que tiene la empresa hacia las dinámicas que se le va imponer al lugar o escenario donde se va a operar o realizar los productos. Es por ello que es importante que hay una buena organización ya que eso ayudara a que todo marche según lo planificado con anterioridad, esto conseguirá que las estrategias planteadas sean conocidas por cada trabajador sobre todo en cuando al proceso de ventas que se va a realizar.

Definir técnicas a utilizar en la gestión de stock

Según Veritas (2017), manifiesta que esto ayudara a que los productos que se tienen en los depósitos de la empresa se conserven y se encuentren seguros hasta que llegue el momento en que lleguen a las manos de los clientes cuando se logren venderlos. Es por ello que la empresa de esa manera toda marche de acuerdo al planeado y se realizar las cosas de manera correcta y en un tiempo determinado. La empresa debe conservar y tener los derechos legales sobre cada producto que se encuentre en el depósito de la empresa, para que todo esté en el orden determinado y no se preste para malos entendidos, confusiones, discusiones, etc.

### **Dimensión 03: Control de stock**

Según Veritas (2017), menciona que el control de stock forma fragmento de la ciencia de una compañía y consiste en constituir, proyectar e intervenir el ligado de mercancías que hay en un almacén. Una de sus múltiples definiciones dice asimismo: “la comisión de stocks es la labor y el cargo de esencial y medios para planear, constituir, guiar y confrontar los productos y materiales almacenados con el final de brindar un rendimiento firme a la petición efectivo con la norma fiabilidad, precipitación, ligereza y aptitud al mínimo precio posible.” El interesado es, por consiguiente, avalar que eternamente que un comprador solicite un beneficio podamos proporcionárselo en el lugar y la representación esperados.

### **Indicadores**

Movimiento de entrada y salida

Según Veritas (2017), menciona que la gestión de stock, su objetivo es poder fijar un buen equilibrio entre dos factores importantes primero: En cuanto a la calidad de los

precios que van a derivar la posesión de los stocks. Dado que lleva cierta dificultad de poder coordinar u organizar la petición y la provisión de los insumos que ofrece la empresa, y se convierte en necesario poseer variantes o modificaciones en las medidas adecuado a las dilaciones que puede realizar.

Es por ello que se debe realizar siempre movimientos de entrada y salida de stocks para poder tener el control de cada producto que se puede realizar dentro de la empresa. Se debe realizar un inventario valorado lo cual permitirá a la empresa que se pueda ver detalladamente las cosas que se debe realizar. Y por último se debe hacer tareas a realizar porque es importante para cada empresa para que se pueda hacer las cosas de manera correcta.

#### Inventario valorado

Según Veritas (2017), indica que los stock valorado en correspondencia precisa, organizada y reconocida de los componentes que forman la propiedad de la sociedad en elemento del instante decidido. Hace tiempo lo estándar era que los inventarios se realizaran por intermedio abstracto (se escribían en un documento), pero actualmente se suelen conservar en bases de datos de modo centralizada a toda una sociedad, no obstante haya empresas o tiendas pequeñas que lo sigan haciendo con documento.

#### Tareas a revisar

Según Veritas (2017), menciona la carencia de un método que sustente el procedimiento y sistematización para precisar las normas de abastecimiento, y asimismo analice las variantes esenciales para reducir la posibilidad de equivocaciones en la solicitud y los evidentes transformaciones de transformaciones de indicativos de comprobación, porque obstaculiza importante mente la preparación de los insumos; ya sea en la adquisición o del abastecimiento a los accesos de comercio.

### **1.3.2 Teoría relacionada con la variable LAS VENTAS**

Ongallo (2016), sostiene as ventas como el proceso de compraventa cara a cara, rescata el efectivo importe del beneficio, le da al igual la categoría que tiene sin crecidamente medianero a los clientes, y deja en certeza lo que para algunas personas del anuncio todavía no se ha manifestado: la poca similitud entre alteración en folleto, impresión en el cliente, y consecuencia existente en la comercialización del beneficio.

Navarro (2014), define la institución de la potencia de comercio puede darse en lugares geográficas, por maneras de insumos, por consumidores. La magnitud de la organización: a superior dígito de vendedores, superior arranque envíos al registro y rastreo, de los insumos utilice una organización y se localiza en un superior dígito de ordenaciones, se deben retribuir a personas específico para poseer una excelente colocación y por ello una mejor venta.

Kotler (2015), expone las ventas son como un desarrollo mutuo y dependiente por ello los conjuntos y personas agradan sus requisitos al establecer e cambiar fondos y servicios. Es un desarrollo que entiende la caracterización de requisitos y anhelos de empresas imparcial, el planteamiento de los propósitos guiados al cliente, la edificación de tácticas que creen un importe sumo, el establecimiento de socializarse con el cliente y la conservación del importe del cliente para lograr servicios.

Figueredo (2014), define la venta directa facilita el cuidado particularizada y eso dice más ocasiones su eficacia y aprobación en lugares con gran particularidad, enormes identidades e inmenso alteración. La comercialización no es una grafía habitual de suministrar: los consumidores no son consumidores convencionales y las avenencias entre las organizaciones y los consumidores diferencias varios puntos de vista.

Recondo (2015), sostiene la venta de insumos es un argumento sensitivo para toda organización. Una vez descubiertos los factibles consumidores, es ineludible acordar las conferencias y establecer el trabajo. Para que se pueda traspasarse a fin de satisfacer, la cualidad de aquella persona que haga la conferencia es tan significativo como el entendimiento que pueda poseer el beneficio.

### **Características de las ventas**

Las ventas es el ejercicio de ceder, es transferir a tercero la pertenencia por el importe acordado. Las ventas y el marketing están juntos, es así que los importes tiene el imparcial de ceder todo beneficio que la organización puede producir, fabricar o realizar ya sean considerados productos o servicios. Hoy en día vender se está convirtiendo en algo difícil, ya que los clientes están cada día más preparado y eso hace que se conviertan en más exigentes con las decisiones que tomas, otro factor es también que la competencia se ha vuelto de manera agresiva ya que con tal de conseguir clientes ofrecerán cualquier tipo de cosas.

En la actualidad las innovaciones que cada empresa puede sacar o tener van a ser efectividad en cuanto a su velocidad que se lo muestren a su público objetivo ya que a los clientes les interesa que la empresa se preocupe de sus necesidades y puedan complacerlas. Es por ello que eso lleva a que la empresa tenga que mantener y aumentar aún más la cartera de clientes que pudiera haber tenido porque eso es lo que le exige y exigirá el equipo de ventas de la empresa misma, lo que requiere una empresa es el esfuerzo de cada trabajador, y lo más importante es que cada trabajador se esté preparando, capacitando eso llevara a que cada día pueda conocer aún más de las necesidades de cada cliente.

Para algunos, la comercialización es la habilidad asentado en la certidumbre. Para diferente es una sabiduría, compuesta en una orientación de métodos, por lo cual prosiga una sucesión de procedimientos incluso conseguir que el consumidor viable se convenza que el beneficio que se le muestre tapará las probabilidades y escasez en una gráfica financiera

### **Importancia de las ventas**

La venta como actividad principal se promueve en todos los sectores, siempre hay algo que vender. La lógica nos dice que antes de lograr una venta, hay que primero negociar; ya que la venta puede ser de menor a mayor proporción ya que todo se sujeta al valor del producto o servicio.

Según Heller (2015), manifiesta las ventas es desarrollo de insumos por patrimonio. A partir el lugar de perspectiva lógico, se frecuenta de la cesión del equitativo de propiedad de un conforme, a diferencia de capital. Comenzando en el sitio de perspectiva y bancario, la comercialización es el importe general de insumos brindados.

Decimos entonces, que la comercialización se ejecuta con personas importantes un comerciante y un cliente los cuales intercambia un producto por un determinado valor; en estos tiempos, sin embargo existen diferentes tipos.

En estos tiempos las empresas deciden enfocarse es así que el consumidor tiene la potestad de elegir la mejor oferta, ya que cuenta con la opción de consultar diversas páginas, y a la vez poder tener consultas más cercanas con el proveedor directo. Gracias al marketing, las ventas han ido en crecimiento en cuanto a las utilidades, siendo de ayuda a las grandes empresas.

Lo importante de las ventas, es que es un trabajo que promueve. Todo esto se enfoca con la tecnología, teniendo en consideración a la clientela y dándoles a elegir la oferta que les beneficie a ambas partes; tanto al vendedor como al cliente. De esta forma las ventas en la mercadotecnia han sufrido un crecimiento en utilidades, a favor de las empresas. A la vez reconociendo lugares estratégicos para ceder, actualmente sea por la circulación de clientes o los costos.

Diremos que las ventas se ejecutan con dos personajes importantes un vendedor y un consumidor, en la cual intercambio de productos por un determinado valor; las cuales serían ventas directas, indirectas, y ventas industriales, en la actualidad influye fuertemente la tecnología teniendo una venta indirecta.

### **Dimensión 01: Comodidad**

Según Ongallo (2016), manifiesta que La principal diferencia de manera favorable de las ventas frente a otros tipos de sistemas de venta sin incluir a los establecimientos comerciales es que los consumidores o clientes pueden ver y verán el producto o servicio en directo esto quiere decir que él lo puede tocar, para que de esa manera compruebe su calidad. Es por ello que se convierte en su matiz muy importante, ya que en muchas oportunidades el usuario puede percibir y al final es lo que recibe.

Bienestar forma algunas de las estrategias que los comercios están poniendo en partida para optimar sus ventas. De ningún modo los procesos había sido tan significativo para proporcionar a los consumidores una habilidad única de importe y obtener una importante discrepancia con nuestros competidores, el fragmento tiene tranquilo que el interés ofrecimiento y es la que pauta el cambio.

### **Indicadores**

Pedido en su domicilio

Según Ongallo (2016), indica que por ello que los consumidores, los usuarios finales del producto o servicio que se está brindando, tienen beneficios a través de la compra por medio de la venta directa. Para ello intervienen los siguientes beneficios de las ventas: ya sea en un centro laboral, establecimiento, institución, etc.

Catálogo disponible

Según Ongallo (2016), menciona otro punto importante es que tienen catálogo disponible y de esa manera puedo realizar mi pedido y lo más importante es que no hay la insuficiencia de trasladarme de la prosperidad de la morada o del lugar donde se encuentre.

### **Dimensión 02: Servicio que provee**

Según Ongallo (2016), indica que otro beneficio que tiene las ventas es el servicio que provee, ya que a través de ello el distribuidor suele estar permanente a disponibilidad de los clientes, ya sea para casos como devoluciones de algún producto, aclaraciones de alguna inquietud o queja del cliente, y por ultimo para que se pueda obtener y clasificar toda variedad de información.

Sé tiene que realizar diferentes consumidores, pero a base a que no se cuenta con el inventario suficiente (faltantes) y de esa manera tiene el 30% del inventario, en donde se generó necesario a las restituciones de los clientes, por error del personal de facturación.

La conceptualización legal es necesario en la organización, ya que no se encuentra; las determinaciones se dan en las jefaturas, que luego la gerencia discrepa, los jefes y supervisores solicitan la fijación de políticas y a través de ellas se incorporen a las metas de la empresa, y no se cambien constantemente.

### **Indicadores**

Facilidad del teléfono móvil

Según Ongallo (2016), menciona básicamente todo ello está a completa disposición de los clientes, una de las cosas importante para el consumidor es que haya una facilidad del teléfono móvil o también puede ser un teléfono fijo de la empresa.

En la cual la empresa tenga un número con línea gratuita o semi gratuita en donde el cliente pueda exponer sus inquietudes de cual producto pero que no tenga la preocupación de que la llamada me saldrá cara o cuánto dinero gastare si llamo a la empresa.

## Cercanía con el vendedor

Según Ongallo (2016), indica Una garantía de continuidad que tiene que tener la empresa con los consumidores acerca de los productos es la cercanía con el vendedor ya que de esa manera los clientes podrán saber que la empresa está pendiente de las necesidades del consumidor y siempre estará pendiente de ello y lo tomara en cuenta. Porque es muy importante y fundamental que la empresa siempre este pendiente de las necesidades e inquietudes que tienen los consumidores ya que ello también ayudara a que la empresa pueda seguir creciendo aún más, pueda ser mejorando, innovando, creando novedades que impacten a los clientes de tal manera no solo se queden con los consumidores fieles sino puedan atraer a más público para la empresa.

### **Dimensión 03: Demostración y explicación personal de los productos**

Según Ongallo (2016), manifiesta Los registros de control de ingresos, no se realiza con prontitud, por lo cual no contamos con el stock real. Y también con un porcentaje de productos obsoletos, generadas por devoluciones. La mercadería carece de orden y clasificación, manejar un buen control de almacenamiento; así mismo los productos se encuentran desprotegidos lo que perjudica y daña el stock, por lo cual no está apto para la venta.

En asunto de que el beneficio deba trasladarse a manufactura o laboratorio para su resarcimiento, los gastos de importe y patente o cualquier ajeno que demande el envío quedan a deber del garante de la garantía. Salvo que esté explícitamente sabido en la protección, en asunto de deterioro no corresponde requerir el cambio del beneficio por particular original; la necesidad de distribuidor es remediar la forma y dejarla en agraciado cambio de funcionamiento.

### **Indicadores**

#### Tener muestras a disposición

Según Ongallo (2016), menciona la exhibición y la definición particular de los insumos es un beneficio fundamental ya que ayudara a obtener más clientes para la empresa. Porque en cualquier momento se puede presentar una reunión o entrevista de improviso con un cliente o consumidor y en especial si son personas nuevas. Por ello es indispensable que el vendedor debe tener muestras a disposición, ya que de esa manera

podrá hacer ver de qué es lo que está hablando y de manera física podrá mostrarlo y será la mejor manera de ofrecer el producto, es así que podrán conocer características, composición, aroma, etc.

Posibilidad de tocar el producto

Según Ongallo (2016), indica el aspecto muy apreciado y considerado por el cliente es la posibilidad de tocar el producto significa que el cliente desee, se vea reflejado por parte del consumidor el interés por el producto. Todo esto lleva a que se realice una relación entre el cliente y el producto de esa manera se podrá ver cuán efectivo fue que las personas puedan tocar el producto, es por ello que esto lleva a que se agudice el deseo de compra por parte del consumidor hacia la empresa.

#### **Dimensión 04: Entrega a domicilio**

Según Ongallo (2016), manifiesta un desarrollo de transferencia a domicilio elaborado adecuadamente le permitirá a tu ejercicio desarrollar la complacencia del consumidor y por resultante se generará un acrecentamiento en la consecución de tus servicios o productos. Si al través de tu ejercicio ofreces el oficio de cancelación a domicilio o estás pensando en incluirlo este concepto te servirá para manifestar cuales son los principales elementos a poseer en cuenta para brindar un rendimiento de transmisión a domicilio excelente. Lo precedente en lo que debes detenerte a recapacitar es en tu perfecto ejercicio.

Brindar utilidad de reparto a domicilio actualmente en tiempo no es un acontecimiento, deberías hallar un importe añadido conforme a tu modelo de ejercicio que genere curiosidad e utilidad entre los clientes. La Venta Directa (domicilio), consiste en el proceso de compra cara a cara directamente al consumidor sin más intermediarios que la misma persona y recuperan el verdadero valor del producto.

#### **Indicadores**

Venta al por menor

Según Ongallo (2016), indica que la entrega a domicilio junto de la mano con la empresa o distribuidor habitual que se utiliza, se convierte en una superioridad ya que ejecuta una llamada y lograr obtener una compra por venta al detalle (venta al por menor).

Reducido al período de envío

Según Ongallo (2016), menciona Hoy en día los sistemas modernos de transporte facilitan la movilidad de los productos de un lugar a otro (de la empresa al cliente). Por consiguiente se logra realizar, los productos de la organización distribuidora. Trae como consecuencia que los repartos se realicen en menos de 48 horas, esto significa que el cliente tendrá su producto en el menor tiempo posible.

### **Dimensión 05: Garantía**

Según Ongallo (2016), manifiesta las garantías forman grandemente importantes para los clientes. Permiten poseer la convicción de que, en asunto de vicios o defectos que afecten el considerado movimiento del beneficio, los responsables se harán deber de su satisfacción para que el beneficio vuelva a congregar las circunstancias óptimas de uso. Son responsables del consentimiento y desempeño de la protección reglamentado los productores, importadores, distribuidores y vendedores del producto.

En asunto de que el beneficio deba trasladarse a manufactura o laboratorio para su resarcimiento, los gastos de importe y patente o cualquier ajeno que demande el envío quedan a deber del garante de la garantía. Salvo que esté explícitamente sabido en la protección, en asunto de deterioro no corresponde requerir el cambio del beneficio por particular original.

### **Indicadores**

Devolución o cambio de producto

Según Ongallo (2016), indica mayormente las empresas brindan la garantía total del producto, si en algún caso el producto llega a su destino en mal estado, roto, sucio, etc. La empresa realiza la devolución o cambio de productos de manera inmediata porque no se quiere que los consumidores piensen o digan que la empresa no está cumpliendo con las expectativas que se le ofreció.

Generar la confianza entre los clientes

Según Ongallo (2016), menciona que ayuda en generar la confianza entre los clientes y que sepan que la empresa siempre está pendiente de las necesidades que pueden tener. Multinivel se define en una estrategia asociado son remunerados la comercialización en donde se da, o asimismo por el comercio brindado por gente de la organización.

Mermas se define como logística se define a las herramientas y métodos que permiten llevar a cabo operaciones y estrategias que una empresa debe poner en marcha. Renegociación se define como un sistema útil, cuyo fin es introducir modificaciones en algo ya acordado con el proveedor, como bajar costes.

## **1.4 Formulación del problema**

### **1.4.1 Problema General**

¿Qué relación existe entre la Gestión de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018?

### **1.4.2 Problemas Específicos**

¿Qué relación existe entre la Planificación de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018?

¿Qué relación existe entre la Organización de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018?

¿Qué relación existe entre el Control de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018?

## **1.5 Justificación del estudio**

### **1.5.1 Práctico**

La presente investigación representa a la organización en estudio, una ocasión significativa en detallar en donde las dificultades que le sucede a la organización presentemente, en donde a la recomendación de inventario y la comercialización. En la presente indagación se centra al complemento de la problemática que se halla en el espacio que fue substancia de exposición.

Los primordiales de la problemática se hallan se encuentran en el contexto de comercialización y depósito, la carencia legales, los excedentes de quiebre de stock, precios elevados de productos y planificación de stock.

Por lo mostrado antes, se necesita encontrar una solución a la problemática por medio de procedimientos muy bien ejecutados, con el propósito de concientizar a los empleados para concientizarlos y darles a entender la importancia de mejorar como personas y como empresa.

### **1.5.2 Teórico**

Se recurrió a fuentes bibliográficas, y revisión de teóricos seleccionados y en la búsqueda se halló a teóricos como Veritas, Bureau y Ongallo, Carlos; quienes según la realidad problemática, son autores ideales para el desarrollo de esta investigación, porque se asemeja con la organización, donde se ha ejecutado el desarrollo del estudio. También a través del uso de diversas teorías sobre la gestión de stock y las ventas se pudo desarrollar un marco teórico y conceptual de las variables de estudios planteadas. Es así, que se identifican las teorías indicadas que ayudara al desarrollo de la investigación.

Esta investigación ayuda a contribuir de manera positiva en la solución de problemáticas que deben estar atravesando muchas empresas en cuanto a la relación que existe entre la gestión de stock y las ventas. Consignar al autor llevo a la realidad de la problemática, a que se tome esta investigación como antecedentes para otras investigaciones.

### **1.5.3 Metodológico**

Para conseguir un resultado a favor de esta investigación, se acudió a técnicas de indagación para el estudio conveniente, por medio del sondeo que es una herramienta frecuente en donde permite la recolección de datos y asimismo de esta forma se pueda experimentar las hipótesis formuladas, en donde se usó un método que permite proporcionar confiabilidad y de la misma forma se pueda exponer la eficacia del efecto, del cuestionario usado en la indagación ofrecimiento para todo mudable. De esta forma se establece la semejanza entre la gestión de stock y las ventas. Así es que facilitará a proyectar la problemática que se dará medio realizable manifestado en el resultado de la indagación.

El estudio de un interrogatorio, nos favorece en la recolección de datos para un conjunto de personas en un decidido instante. Conjuntamente fue un intermedio estrechamente ventajoso para conseguir la percepción del conjunto de investigación. Esta herramienta es fundamental para el hábito en las organizaciones puesto que brinda información en un periodo breve, te podrá ayudar a plantear nuevos mejoramientos en la investigación.

#### **1.5.4 Económico**

De captar en recuento las sugerencias y emplearlo, la organización deberá capitalizar el coste de las formaciones. Por eso se deberá distinguir una transformación a extenso término puesto que ayudará a la mejora de la producción de la organización y se alcanzará que se logre que funcione superior jornada a jornada para la prosperidad de todos.

#### **1.5.5 Social**

El estudio aprobará que el conjunto de trabajadores logre mostrarse de acuerdo la calidad de la gestión de stock y como se emplea en donde se podrá elaborar sus labores en la organización. Permitiendo establecer lugares adecuados y cómodos por medio de un excelente clima laboral.

### **1.6 Hipótesis**

#### **1.6.1 Hipótesis General**

Existe relación entre la Gestión de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

#### **1.6.2 Hipótesis Específicos**

Existe relación entre la Planificación de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

Existe relación entre la Organización de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

Existe relación entre el Control de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

### **1.7 Objetivos**

#### **1.7.1 Objetivo General**

Determinar la relaciona entre la Gestión de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

#### **1.7.2 Objetivos Específicos**

Determinar la relaciona entre la Planificación de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

Determinar la relaciona entre la Organización de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

Determinar la relaciona entre el Control de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

## II. MÉTODO

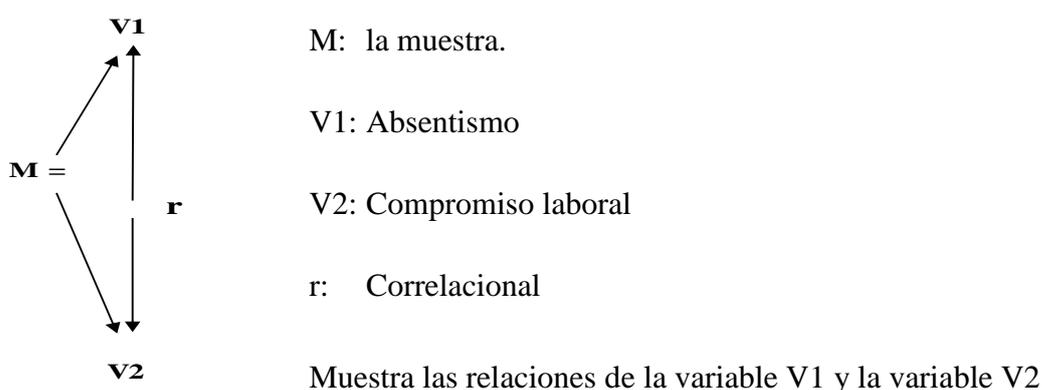
### 2.1 Tipo y Diseño de investigación

Se encuentra fundamentado en una medición de carácter numérico y en el análisis estadístico, la cuales establecerán un modelo de comportamiento con el fin de probar teorías. Asimismo, la investigación aplica este enfoque ya que aplica una lógica deductiva (de la teoría a los datos), en otras palabras, nace de ideas preconcebidas, y también porque se busca comprobar hipótesis.

No experimental, puesto que no se ha manipulado ni una de las variables. Es decir, es una investigación en la cual no se hace variar o cambiar intencionalmente las variables independientes, de tal manera pueda ser analizado. El investigador sólo analiza dichas variables en su entorno natural; y transversal o transaccional, porque la recolección de datos tomará lugar en un solo momento

Transversal, por su temporalidad, Hernández (2003), indica que es de tipo transversal, ya que sirve para poder recolectar y agrupar los datos obtenidos en un solo momento y de igual manera en un tiempo único. El propósito que tiene es poder describir cada variable y de esa manera se pueda analizar su interrelación en un momento determinado.

El siguiente esquema corresponde al diseño transversal correlacional – causal:



Donde:

V1= Medición de la variable 1 – Gestión de stock

V2= Medición de la variable 2 – Las ventas

M= muestra del estudio.

r= correlación entre competencias laborales y compromiso organizacional

## **2.2 Operacionalización de la variable**

### **2.2.1 Diseño de variable**

#### **2.2.1.1 GESTIÓN DE STOCK**

Según Veritas (2017) en su libro Logística Integral define la gestión de stock es ese conjunto de beneficio que se almacenara en una parte decidido y en habilidad de forma única, repartida o utilizada. Actualmente en fecha se piensa en los inventarios como un espacio de sustento de las instituciones en la investigación de la validez. Aproximadamente las empresas contienen inventarios de diferentes modelos de precios afiliado.

Las empresas incluyen en su organización el stock que tiene variedad de diferentes etapas. Después de todo lleva a una cierta dificultad de poder coordinas la demanda y a la par el suministro de los productos, es por ello que es inevitable e infaltable tener variedad en las cantidades debido a los retrasos que pueden ver.

#### **2.2.1.2 LAS VENTAS**

Según Ongallo (2016) en su libro la venta directa, sostiene las ventas como el proceso de compraventa cara a cara, rescata el efectivo importe del beneficio, le da al igual la categoría que tiene sin crecidamente medianero a los clientes, y deja en certeza lo que para algunas personas del anuncio todavía no se ha manifestado: la poca similitud entre alteración en folleto, impresión en el cliente, y consecuencia existente en la comercialización del beneficio.

## 2.2.2 Operacionalización de las variables

### 2.2.2.1 Operacionalización de la variable GESTIÓN DE STOCK

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA ORDINAL	INSTRUMENTO
Gestión de stock	Según Veritas, B. (Logística Integral, 2017), la gestión de stock es ese conjunto de beneficio que se almacenara en una parte decidido y en habilidad de forma única, repartida o utilizada. Actualmente en fecha se piensa en los inventarios como un espacio de sustento de las instituciones en la investigación de la validez.	La variable de gestión de stock será medida a través de una encuesta utilizando la escala de Likert con preguntas que se muestra como indicador de las dimensiones.	Planificación de Stock	<ul style="list-style-type: none"> <li>Método de previsión</li> <li>Momentos y cantidades de reposición</li> </ul>	P1, P2 P3, P4	1= Nunca 2= Casi Nunca 3= A veces 4= Casi Siempre 5= Siempre	Cuestionario
			Organización de stock	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fijar políticas y criterios para la regulación de los stock</li> <li>Definir técnicas a utilizar en la gestión de stock</li> </ul>	P5, P6 P7, P8		
			Control de stock	<ul style="list-style-type: none"> <li>Movimiento de entrada y salida de los stock</li> <li>Inventario valorado</li> <li>Tareas a revisar</li> </ul>	P9, P10 P11, P12 P13, P14		
			Garantía	<ul style="list-style-type: none"> <li>Devolución o cambio de producto</li> <li>Generar la confianza entre los clientes</li> </ul>	P31, P32 P33, P34		

Fuente: Elaboración propia

### 2.2.2.2 Operacionalización de la variable LAS VENTAS

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA ORDINAL	INSTRUMENTO
Las ventas	Según Ongallo, C. (La venta directa, 2016) las ventas como el proceso de compraventa cara a cara, rescata el efectivo importe del beneficio, le da al igual la categoría que tiene sin crecidamente medianero a los clientes, y deja en certeza lo que para algunas personas del anuncio todavía no se ha manifestado: la poca similitud entre alteración en folleto, impresión en el cliente, y consecuencia existente en la comercialización del beneficio	La variable las ventas será medida a través de una encuesta utilizando la escala de Likert con preguntas que se muestra como indicador de las dimensiones.	Comodidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pedido en su domicilio</li> <li>Catálogo Disponible</li> </ul>	P15, P16 P17, P18	1= Nunca 2= Casi Nunca 3= A veces 4= Casi Siempre 5= Siempre	Cuestionario
			Servicio que provee	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilidad del teléfono móvil</li> <li>Cercanía con el vendedor</li> </ul>	P19, P20 P21, P22		
			Demostración y explicación personal de los productos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tener muestras a disposición</li> <li>Posibilidad de tocar el producto</li> </ul>	P23, P24 P25, P26		
			Entrega a Domicilio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Venta al por menor</li> <li>Reducido al periodo de envío</li> </ul>	P27, P28 P29, P30		
			Garantía	<ul style="list-style-type: none"> <li>Devolución o cambio de producto</li> <li>Generar la confianza entre los clientes</li> </ul>	P31, P32 P33, P34		

Fuente: Elaboración propia

## **2.3 Población, muestra y muestreo**

### **2.3.1 Población**

En la presente investigación se considera a la población involucrada en la gestión de stock y las ventas (35 empleados de la empresa Megabotikas), en la cual por consecuencia la muestra será de 35 empleados, de tal manera no se aplicaran ningún tipo de muestreo porque se operara sobre el total de la población.

### **2.3.2 Muestra**

En la presente investigación se considera a la muestra involucrada en la gestión de stock y las ventas (35 empleados de la empresa Megabotikas), de tal manera no se aplicaran ningún tipo de muestreo porque se operara sobre el total de la población.

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

### **2.4.1 Técnica**

En esta exploración se empleara la técnica del sondeo con el propósito de recolectar datos por medio de los instrumentos. El instrumento de cálculo que se usa para esta actual indagación es el sondeo cuya escala de medición es tipo Likert. El sondeo que se aplicó tuvo como propósito recoger datos para establecer la semejanza entre la gestión de stock y las ventas. Asimismo se utilizará la recolección de materialista bibliográfico para la producción del marco teórico y conceptual.

El cuestionario es un instrumento de indagación que se empleará, de una forma dominante, en el progreso de una indagación en el término de las ciencias, es una técnica generosamente empleada en la presente indagación de gráfica cuantitativa.

### **2.4.2 Instrumentos de recolección de datos**

Se aplica un instrumento de recopilación de información, por medio de la colocación de indagación, al particular de la organización Megabotikas. Adonde se verificará que la semejanza entre la gestión de stock y las ventas, se formularon 34 preguntas, las cuales 14 corresponde a la gestión de stock y 20 a las ventas. Cerca de indicar que la colocación de la encuesta a cada interrogación.

### 2.4.3 Validez

EL instrumento se sometió a juicio de 03 expertos docentes de la Universidad Cesar Vallejo, se determinó su validez en base a 9 criterios: claridad, objetividad, actualidad, suficiencia, intencionalidad, consistencia, coherencia, metodología y pertinencia; para lograr como resultado si el instrumento puede ser aplicado al estudio.

N°	Nombres y Apellidos	Grado	Porcentaje	Resultado
1	Genaro Sandoval Nizama	Magister	80 %	Aplicada
2	Teodoro Carranza Estela	Doctor	85 %	Aplicada
3	Bernardo Cojal Loli	Magister	80 %	Aplicada
4	Pedro Castilla Castilla	Doctor	75 %	Aplicada

### 2.4.4 Confiabilidad

Para medir el nivel de confiabilidad del instrumento de medición, se utiliza el Alfa de Cronbach que valida los instrumentos empleados en recabar información de Gestión de Stock y las Ventas.

Fiabilidad del primer objeto de estudio Gestión de Stock

Se aplica el Alfa de Cronbach al primer objeto de estudio, la cual arroja un valor de 0,950 lo que determina que el instrumento de medición de consistencia interna tiene tendencia a ser muy alta, con lo cual se asegura la fiabilidad.

Fiabilidad del segundo objeto de estudio Las Ventas.

Se aplica el Alfa de Cronbach al segundo objeto de estudio, la cual arroja un valor de 0,944 lo que determina que el instrumento de medición de consistencia interna tiene tendencia a ser muy alta, con lo cual se asegura la fiabilidad.

Fiabilidad de variable 1 y variable 2: Gestión de stock y Las Ventas.

Se aplica el Alfa de Cronbach a las dos variables en estudio, arrojando un valor de 0,975 lo que determina que el instrumento de medición de consistencia interna tiene tendencia a ser muy alta, con lo cual se asegura la fiabilidad de ambas variables.

*Tabla 1. Confiabilidad de variable Gestión de stock*

Estadísticos de Gestión de stock	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,950	18

Fuente: Alfa de Cronbach

La herramienta que se utilizó para determinar la confiabilidad de la escala para la variable gestión de stock fue alpha de Cronbach. Con una prueba realizado a 10 trabajadores, obteniendo 0,950 y evidenciando que la escala aplicada es una prueba de alta confiabilidad.

*Tabla 2. Confiabilidad de la variable Las Ventas*

Estadísticos de Las Ventas	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,952	18

Fuente: Alfa de Cronbach

La herramienta que se utilizó para determinar la confiabilidad de la escala para la variable Las Ventas fue alpha de Cronbach. Con una prueba realizado a 10 trabajadores, obteniendo 0,952 y evidenciando que la escala aplicada es una prueba de fuerte confiabilidad.

*Tabla 3. Nivel de confiabilidad de Planificación de stock*

Estadísticos de Planificación de stock	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,630	6

Fuente: Alfa de Cronbach

La herramienta que se utilizó para determinar la confiabilidad de la escala para la dimensión Planificación de stock fue alpha de Cronbach. Con una prueba realizado a 10

trabajadores, obteniendo 0,630 y evidenciando que la escala aplicada es una prueba de moderada confiabilidad.

*Tabla 4. Confiabilidad de la dimensión Organización de stock.*

Estadísticos de Organización de stock.	
<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>N de elementos</i>
,642	6

Fuente: Alfa de Cronbach

La herramienta que se utilizó para determinar la confiabilidad de la escala para la dimensión Organización de stock fue alpha de Cronbach. Con una prueba realizado a 10 trabajadores, obteniendo 0,642 y evidenciando que la escala aplicada es una prueba de moderada confiabilidad.

*Tabla 5. Nivel de confiabilidad de la dimensión Control de stock*

Estadísticos de Control de stock	
<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>N de elementos</i>
,797	6

Fuente: Alfa de Cronbach

La herramienta que se utilizó para determinar la confiabilidad de la escala para la dimensión Control de stock fue alpha de Cronbach. Con una prueba realizado a 10 trabajadores, obteniendo 0,797 y evidenciando que la escala aplicada es una prueba de alta confiabilidad.

## **2.5 Métodos de análisis de datos**

Para conseguir los resultados de una indagación se debe ejecutar por medio de un programa estadístico que se favorecerá el proceso de la información recogida por medio de la encuesta, el esquema que elige el científico apoyará a probar la hipótesis. Para dar validez a los resultados obtenidos de la encuesta, utilizamos un software estadístico SPSS

(Statistical Product and Service Solution) versión 22. Este programa nos brinda como resultado tablas de frecuencia y gráficos que permite validar los resultados obtenidos.

## **2.6 Aspectos éticos**

Para el estudio consideramos el establecimiento de la reserva del origen de los encuestados, así como de las respuestas emitidas en el cuestionario, por ello se presenta instrumentos anónimos.

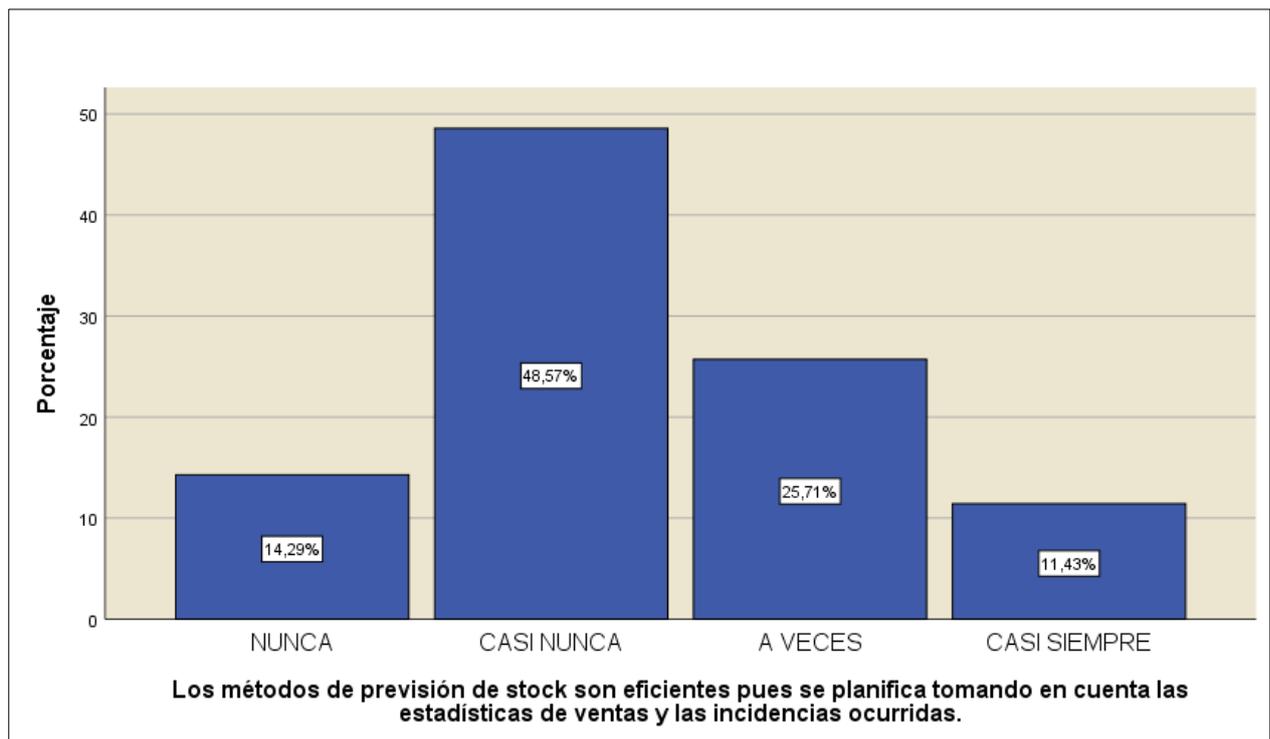
### III. RESULTADOS

**TABLA 1**

**Los métodos de previsión de stock son eficientes pues se planifica tomando en cuenta las estadísticas de ventas y las incidencias ocurridas.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NUNCA	5	14,3	14,3	14,3
CASI NUNCA	17	48,6	48,6	62,9
A VECES	9	25,7	25,7	88,6
CASI SIEMPRE	4	11,4	11,4	100,0
Total	35	100,0	100,0	

**GRÁFICO 1**



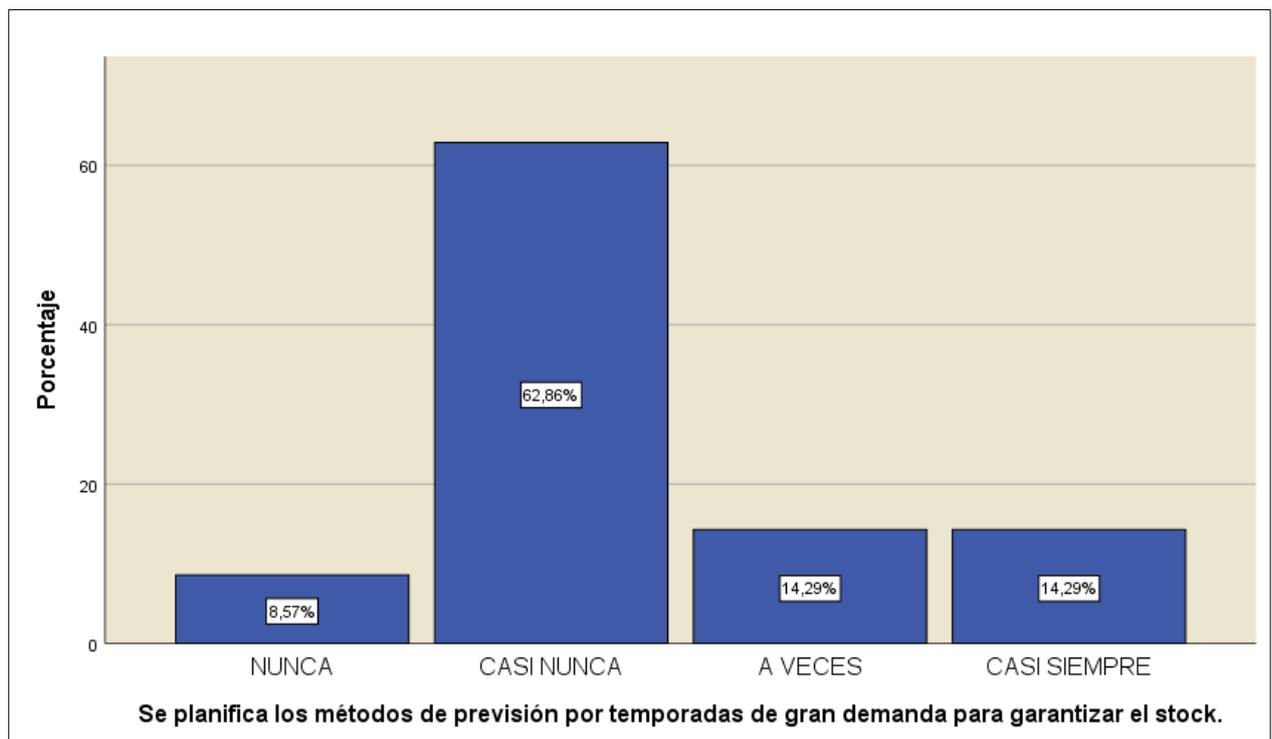
Interpretación: En la encuesta aplicada a los empleados se establece que el 48,57% de los encuestados indican como “Casi nunca” que los métodos de previsión de stock no son eficientes, mientras que el 25,71% dice “A veces”, por otro lado, el 14,29 % dice “Nunca” y el 11,43% dice “Casi siempre”.

**TABLA 2**

**Se planifica los métodos de previsión por temporadas de gran demanda para garantizar el stock.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NUNCA	3	8,6	8,6	8,6
CASI NUNCA	22	62,9	62,9	71,4
A VECES	5	14,3	14,3	85,7
CASI SIEMPRE	5	14,3	14,3	100,0
Total	35	100,0	100,0	

**GRÁFICO 2**



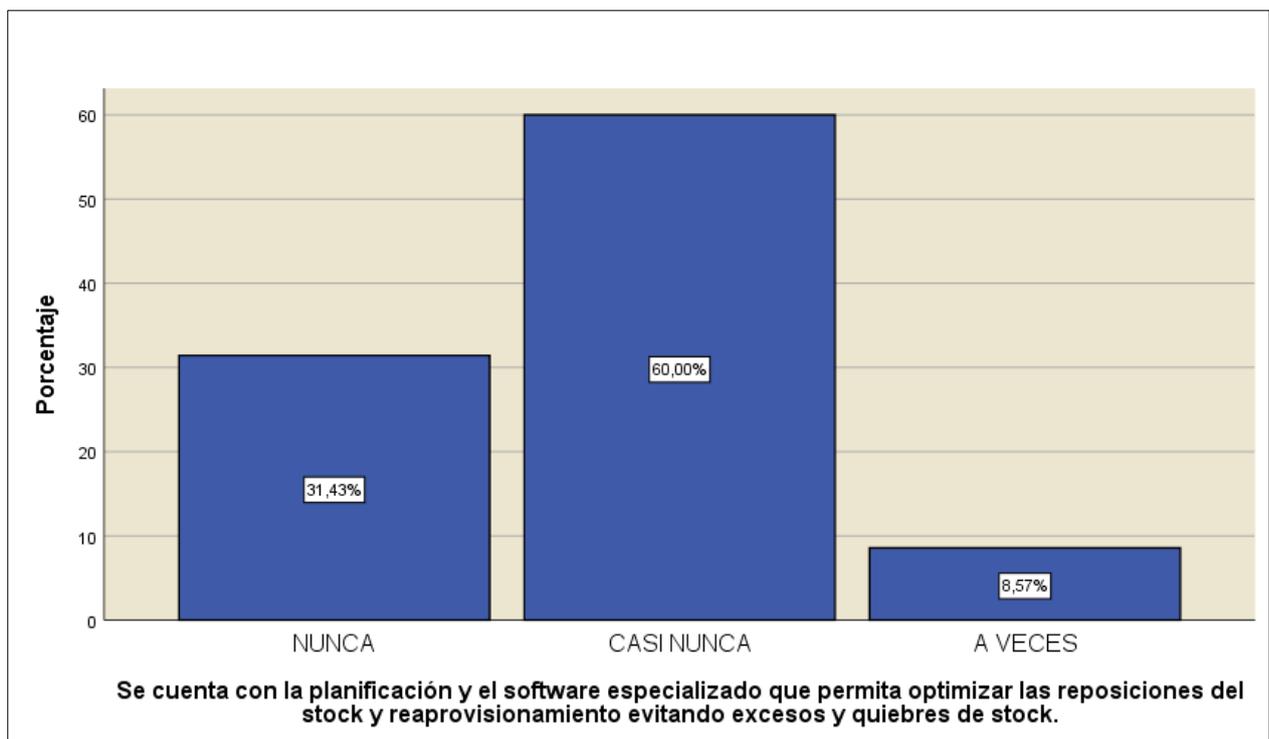
Interpretación: En la encuesta aplicada a los empleados se establece que el 62,86% de los encuestados indican como “Casi nunca” que la planificación de los métodos de previsión por temporadas no son los adecuados, mientras que el 14,29% dice “A veces”, al igual que el “Casi siempre” con un 14,29% y el 6,57% dice “Nunca”.

**TABLA 3**

**Se cuenta con la planificación y el software especializado que permita optimizar las reposiciones del stock y reaprovisionamiento evitando excesos y quiebres de stock.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NUNCA	11	31,4	31,4	31,4
CASI NUNCA	21	60,0	60,0	91,4
A VECES	3	8,6	8,6	100,0
Total	35	100,0	100,0	

**GRÁFICO 3**

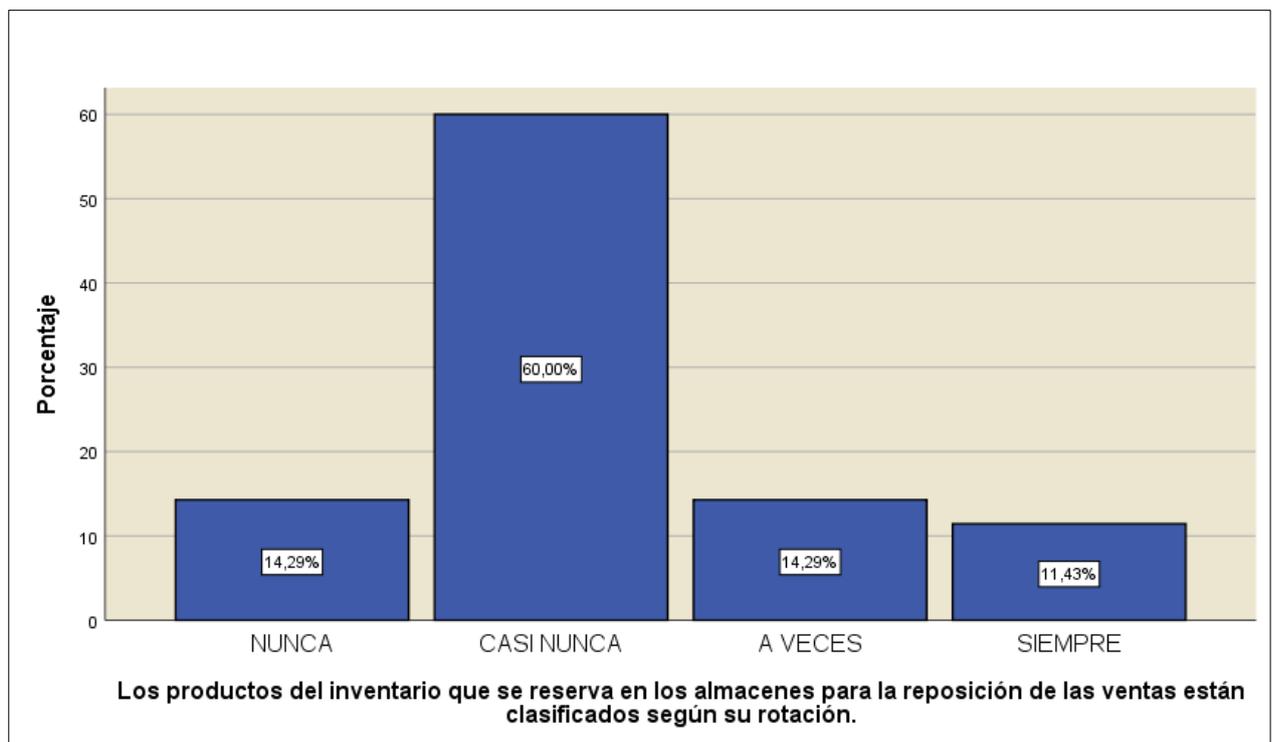


Interpretación: En la encuesta aplicada a los empleados se establece que el 60,00% de los encuestados indican como “Casi nunca” que es muy bajo la planificación que permita las reposiciones del stock, mientras que el 31,43% dice “Nunca”, y el 8,57% dice “A veces”.

**TABLA 4**

**Los productos del inventario que se reserva en los almacenes para la reposición de las ventas están clasificados según su rotación.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	5	14,3	14,3	14,3
	CASI NUNCA	21	60,0	60,0	74,3
	A VECES	5	14,3	14,3	88,6
	SIEMPRE	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

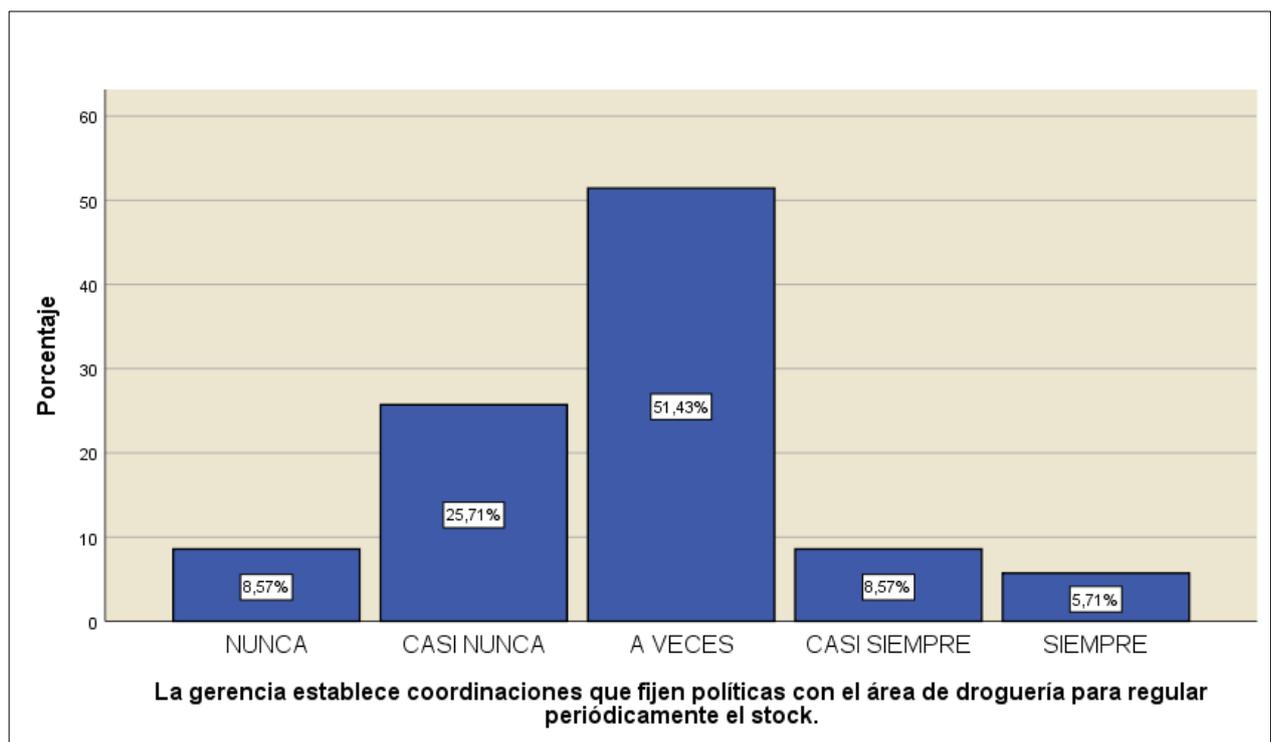
**GRÁFICO 4**

Interpretación: En la encuesta aplicada a los empleados se establece que el 60,00% de los encuestados indican como “Casi nunca” que los productos del inventario no se encuentra clasificados, mientras que el 14,29% dice “A veces”, al igual que “Nunca” con un 14,29%, y el 11,43% dice “Siempre”.

**TABLA 5**

**La gerencia establece coordinaciones que fijen políticas con el área de droguería para regular periódicamente el stock.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NUNCA	3	8,6	8,6	8,6
CASI NUNCA	9	25,7	25,7	34,3
A VECES	18	51,4	51,4	85,7
CASI SIEMPRE	3	8,6	8,6	94,3
SIEMPRE	2	5,7	5,7	100,0
Total	35	100,0	100,0	

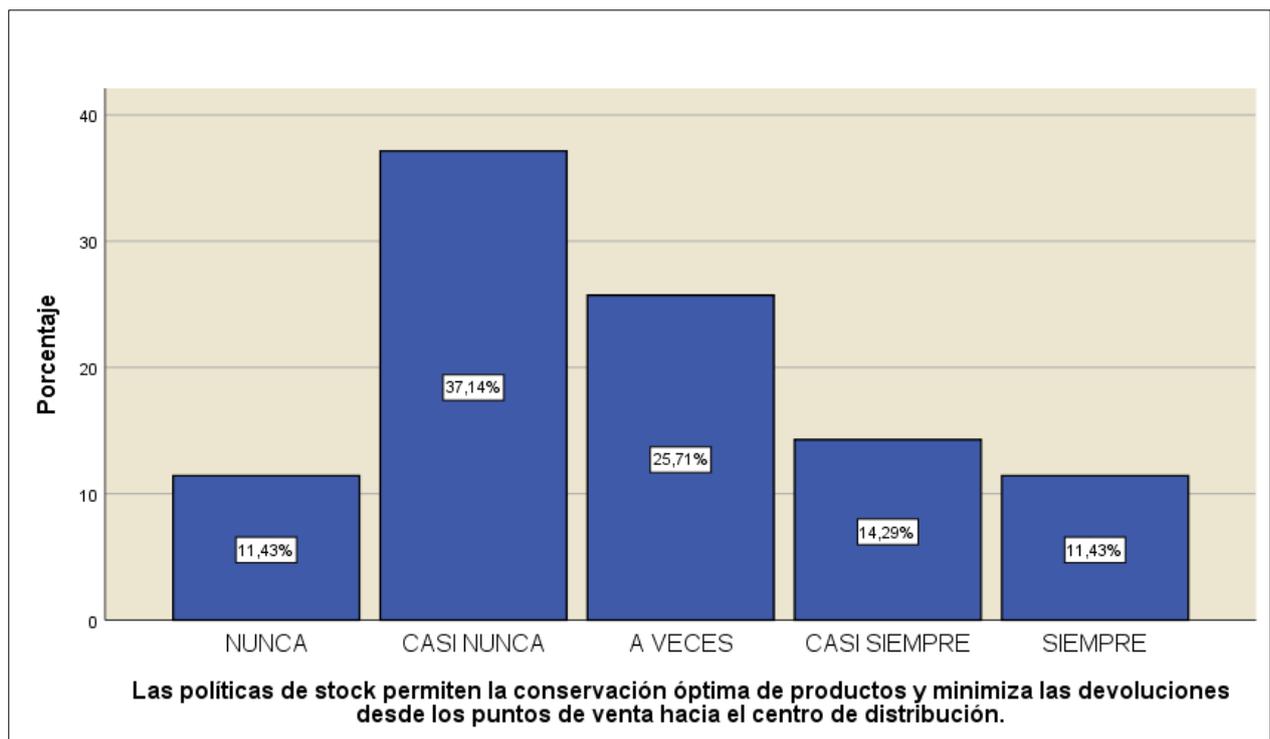
**GRÁFICO 5**

Interpretación: En la encuesta aplicada a los empleados se establece que el 51,43% de los encuestados indican como “A veces” que la gerencia establece coordinaciones que fijen políticas con el área, mientras que el 25,71% dice “Casi nunca”, por otro lado, el 8,57 % dice “Nunca” al igual que el “Casi siempre” con un 8,57 y el 5,71% dice “Siempre”

**TABLA 6**

**Las políticas de stock permiten la conservación óptima de productos y minimiza las devoluciones desde los puntos de venta hacia el centro de distribución.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	4	11,4	11,4	11,4
	CASI NUNCA	13	37,1	37,1	48,6
	A VECES	9	25,7	25,7	74,3
	CASI SIEMPRE	5	14,3	14,3	88,6
	SIEMPRE	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

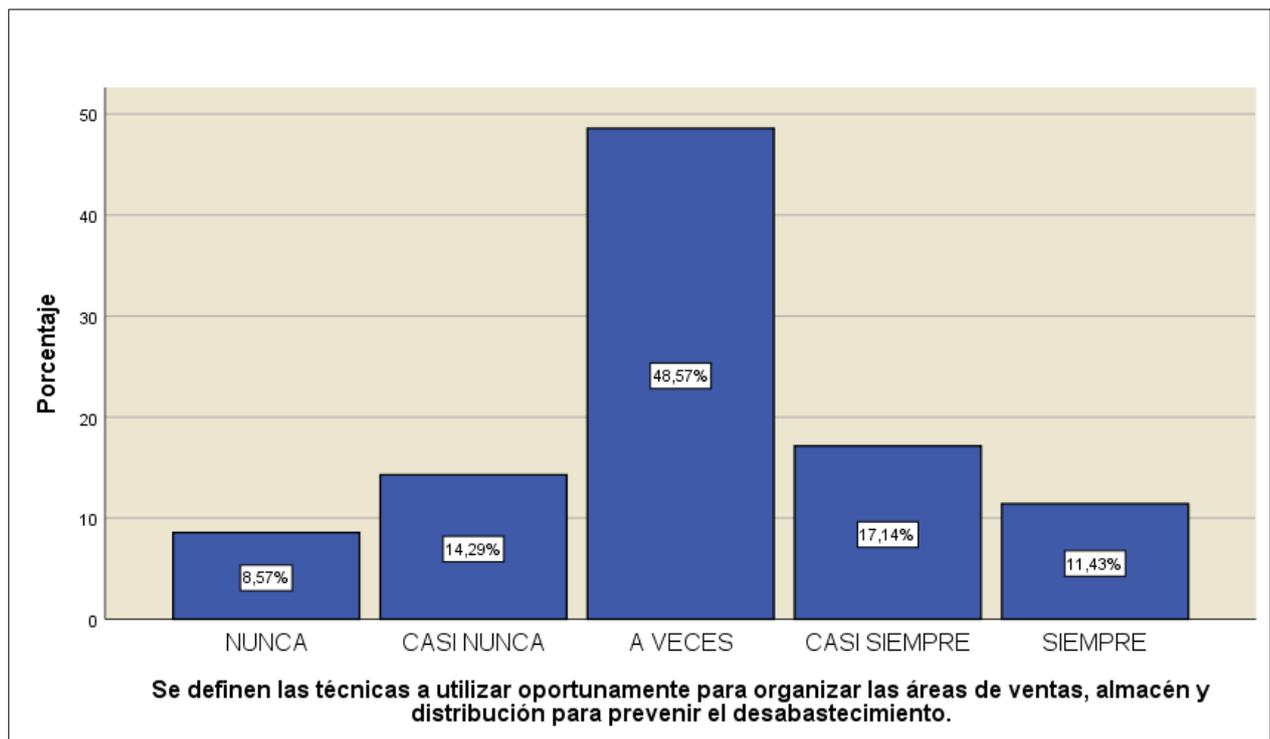
**GRÁFICO 6**

Interpretación: En la encuesta aplicada a los empleados se establece que el 37,14% de los encuestados indican como “Casi nunca” que las políticas de stock no permiten la conservación óptima de productos, mientras que el 25,71% dice “A veces”, por otro lado, el 14,29 % dice “Casi siempre” y el 11,43% dice “Nunca” al igual que “Siempre” con un 11,43%.

**TABLA 7**

**Se definen las técnicas a utilizar oportunamente para organizar las áreas de ventas,  
almacén y distribución para prevenir el desabastecimiento.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	8,6	8,6	8,6
	CASI NUNCA	5	14,3	14,3	22,9
	A VECES	17	48,6	48,6	71,4
	CASI SIEMPRE	6	17,1	17,1	88,6
	SIEMPRE	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**GRÁFICO 7**

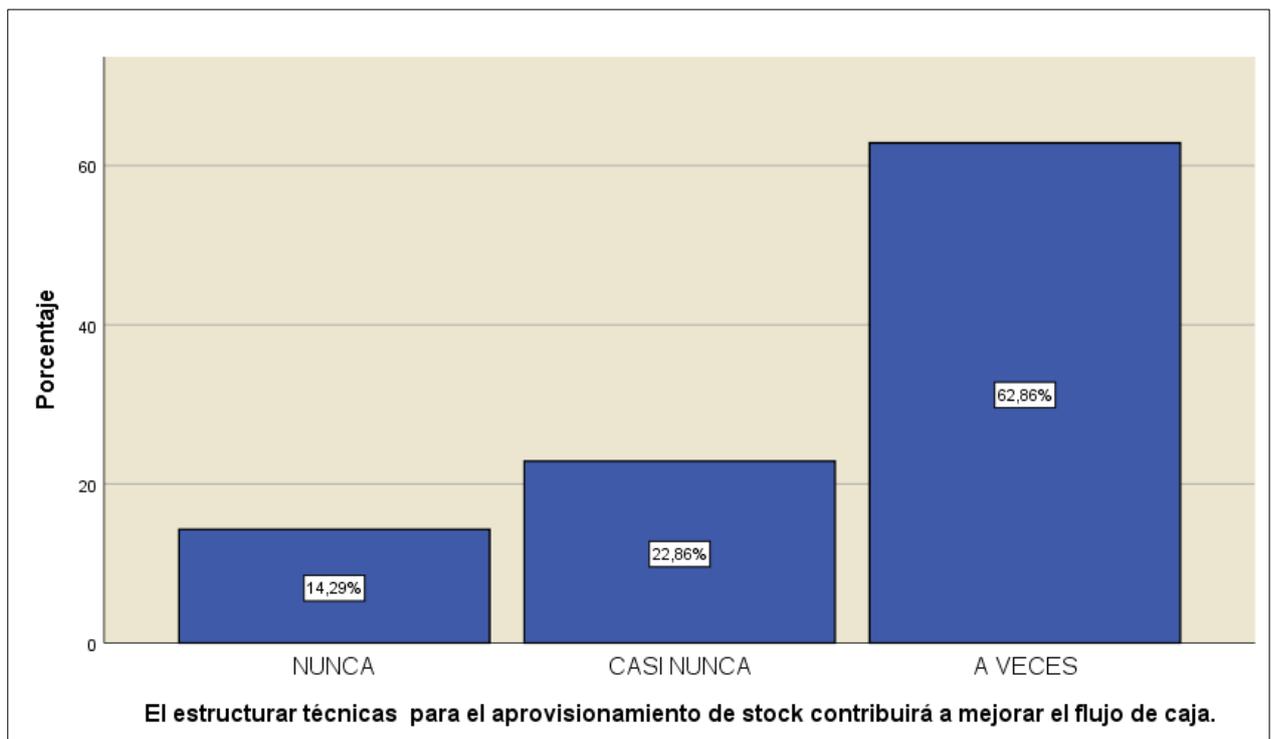
Interpretación: En la encuesta aplicada a los empleados se establece que el 48,57% de los encuestados indican como “A veces” que se definen las técnicas a utilizar oportunamente para organizar las áreas de ventas, mientras que el 17,14% dice “Casi siempre”, por otro lado, el 14,29 % dice “Casi nunca” y el 11,43% dice “Siempre” y “Nunca” con un 8,57%.

**TABLA 8**

**El estructurar técnicas para el aprovisionamiento de stock contribuirá a mejorar el flujo de caja.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	5	14,3	14,3	14,3
	CASI NUNCA	8	22,9	22,9	37,1
	A VECES	22	62,9	62,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**GRÁFICO 8**



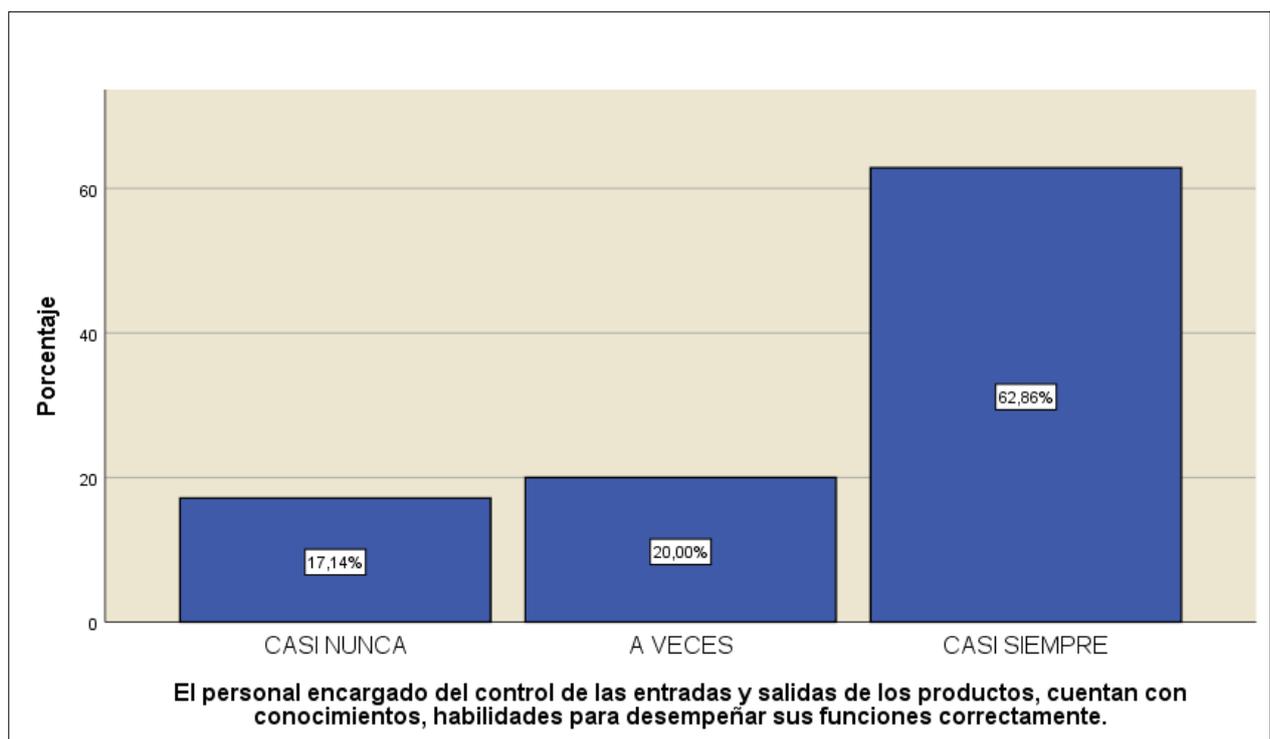
Interpretación: En la encuesta aplicada a los empleados se establece que el 62,86% de los encuestados indican como “A veces” que el estructurar técnicas para el aprovisionamiento de stock no contribuirá a mejorar el flujo de caja, mientras que el 22,86% dice “Casi nunca”, y el 14,29% dice “Nunca”.

**TABLA 9**

**El personal encargado del control de las entradas y salidas de los productos, cuentan con conocimientos, habilidades para desempeñar sus funciones correctamente.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	6	17,1	17,1	17,1
	A VECES	7	20,0	20,0	37,1
	CASI SIEMPRE	22	62,9	62,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**GRÁFICO 9**



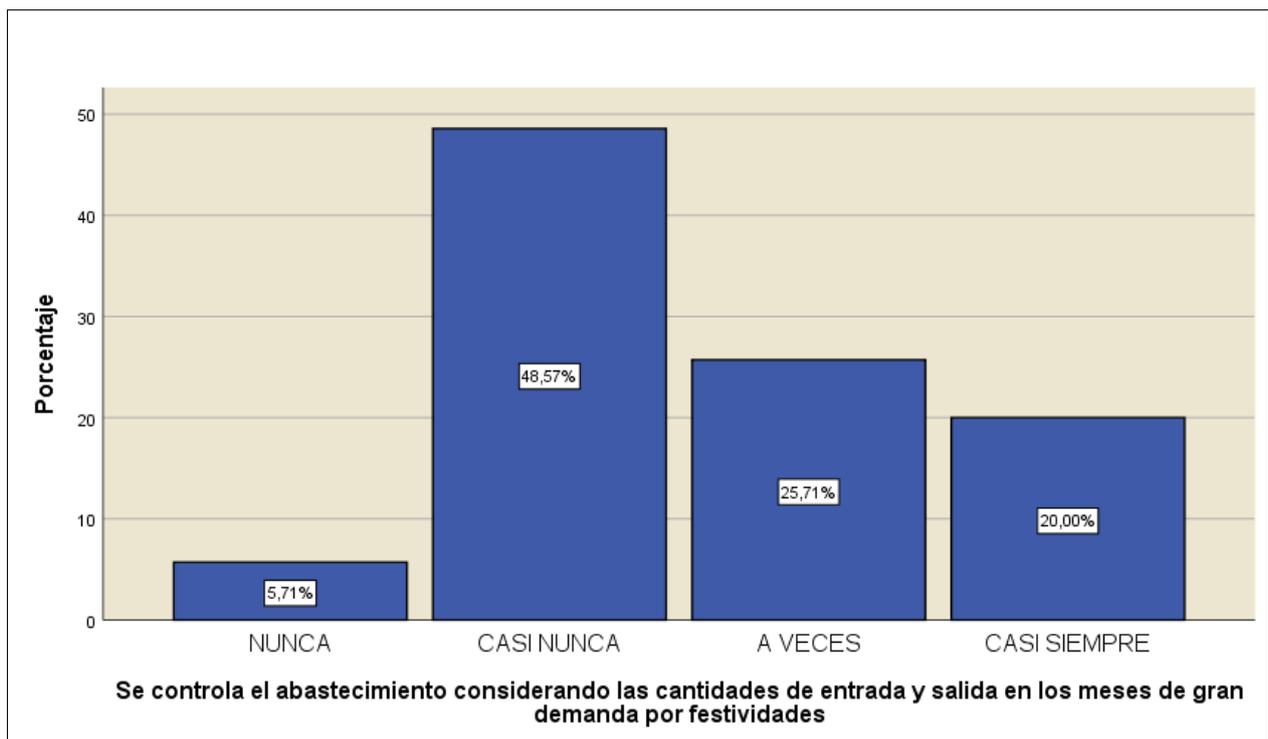
Interpretación: En la encuesta aplicada a los empleados se establece que el 62,86% de los encuestados indican como “Casi siempre” que el personal encargado del control de las entradas y salida de los productos cuenta con conocimientos y habilidades, mientras que el 20,00% dice “A veces”, y el 17,14% dice “Casi nunca”.

**TABLA 10**

**Se controla el abastecimiento considerando las cantidades de entrada y salida en los meses de gran demanda por festividades**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NUNCA	2	5,7	5,7	5,7
CASI NUNCA	17	48,6	48,6	54,3
A VECES	9	25,7	25,7	80,0
CASI SIEMPRE	7	20,0	20,0	100,0
Total	35	100,0	100,0	

**GRÁFICO 10**

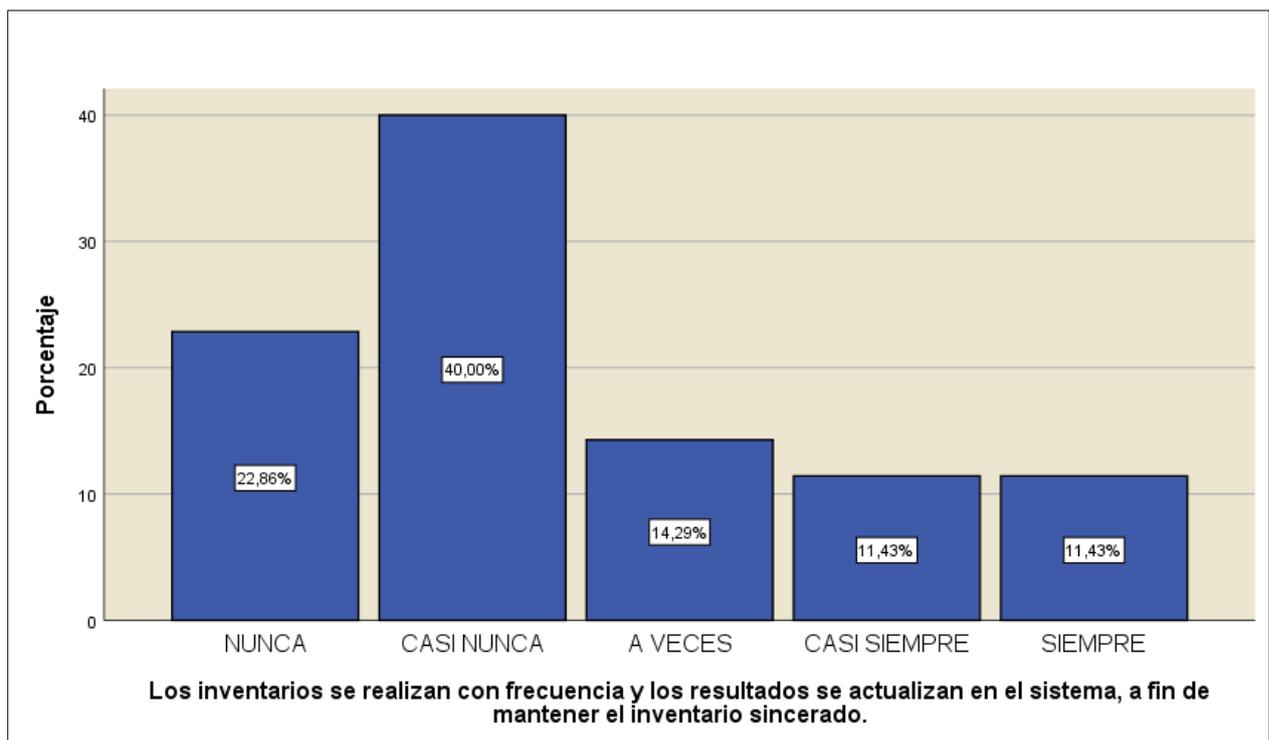


Interpretación: En la encuesta aplicada a los empleados se establece que el 48,57% de los encuestados indican como “Casi nunca” que no se controla el abastecimiento considerando las cantidades de entrada y salida, mientras que el 25,71% dice “A veces”, por otro lado el 20,00% dice “Casi siempre” y el 5,71% dice “Nunca”.

**TABLA 11**

**Los inventarios se realizan con frecuencia y los resultados se actualizan en el sistema, a fin de mantener el inventario sincerado.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	8	22,9	22,9	22,9
	CASI NUNCA	14	40,0	40,0	62,9
	A VECES	5	14,3	14,3	77,1
	CASI SIEMPRE	4	11,4	11,4	88,6
	SIEMPRE	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	



**GRÁFICO 11**

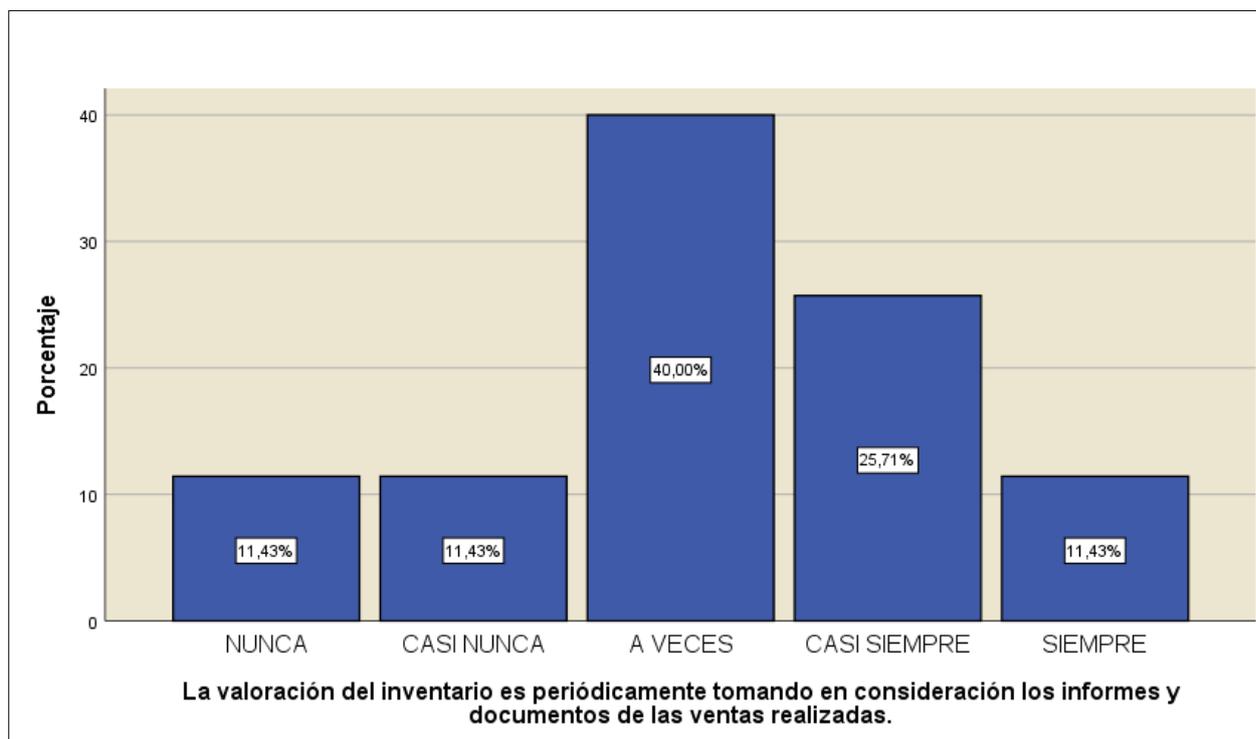
Interpretación: En la encuesta aplicada a los empleados se establece que el 40,00% de los encuestados indican como “Casi nunca” que los inventarios no se realizan con frecuencia, mientras que el 22,86% dice “Nunca”, por otro lado, el 14,29 % dice “A veces” y el 11,43% dice “Casi siempre” y “Siempre” con un 11,43%.

**TABLA 12**

**La valoración del inventario es periódicamente tomando en consideración los informes y documentos de las ventas realizadas.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NUNCA	4	11,4	11,4	11,4
CASI NUNCA	4	11,4	11,4	22,9
A VECES	14	40,0	40,0	62,9
CASI SIEMPRE	9	25,7	25,7	88,6
SIEMPRE	4	11,4	11,4	100,0
Total	35	100,0	100,0	

**GRÁFICO 12**

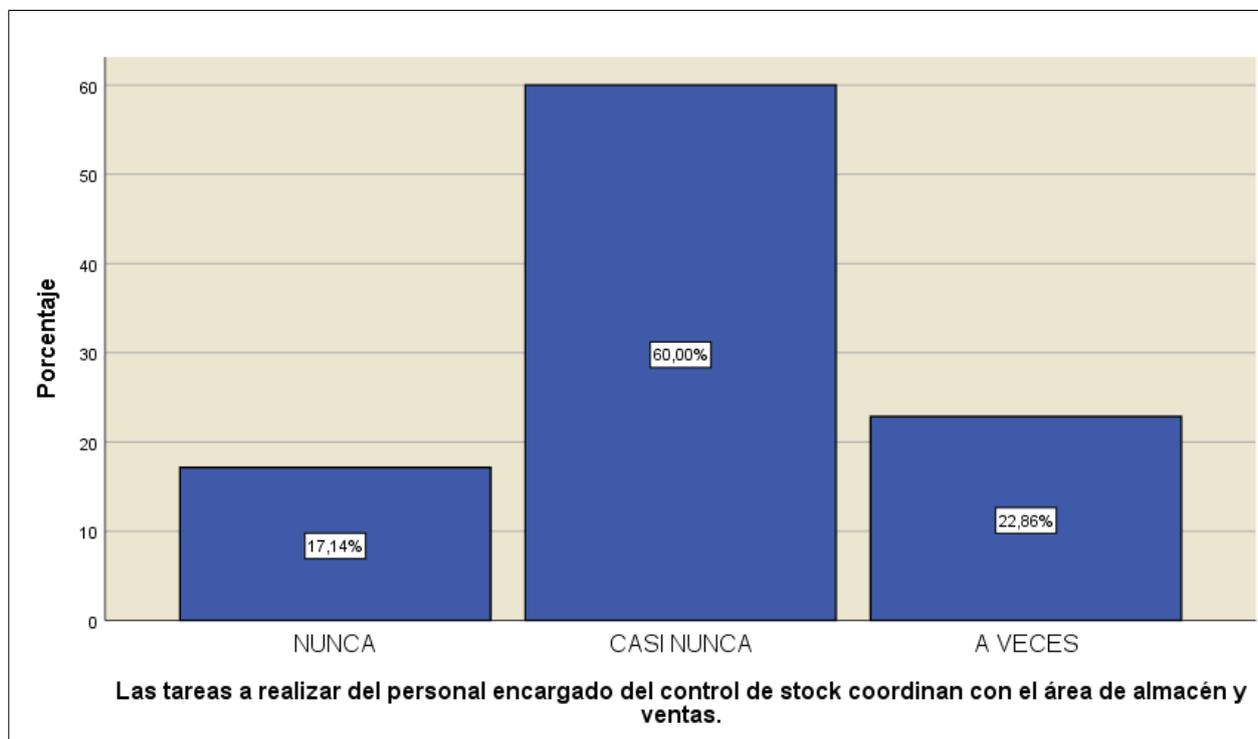


Interpretación: En la encuesta aplicada a los empleados se establece que el 40,00% de los encuestados indican como “A veces” que la valoración del inventario es periódicamente tomada en consideración, mientras que el 25,71% dice “Casi siempre”, por otro lado, el 14,43 % dice “Casi nunca” y el 11,43% dice “Siempre” y “Nunca” con un 11,43%.

**TABLA 13**

**Las tareas a realizar del personal encargado del control de stock coordinan con el área de almacén y ventas.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	6	17,1	17,1	17,1
	CASI NUNCA	21	60,0	60,0	77,1
	A VECES	8	22,9	22,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	



**GRÁFICO 13**

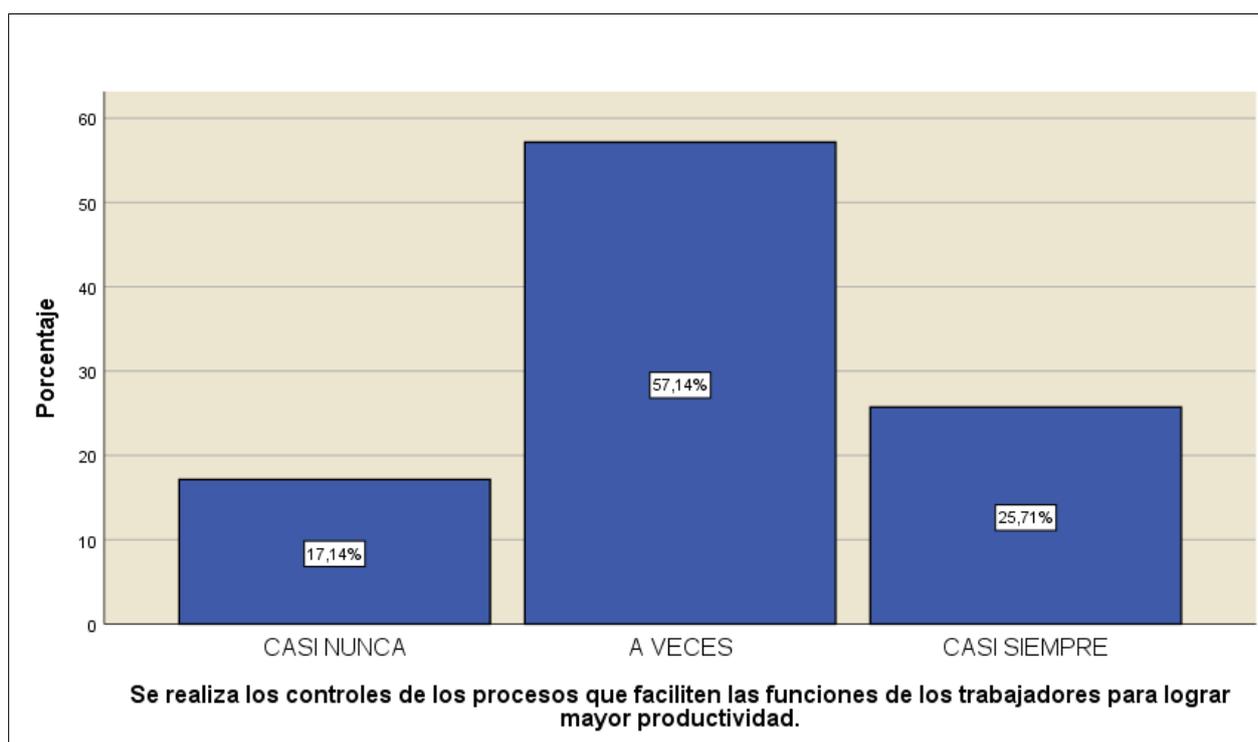
Interpretación: En la encuesta aplicada a los empleados se establece que el 60,00% de los encuestados indican como “Casi nunca” que las tareas a realizar del personal encargado del control de stock no coordinan con el área de almacén, mientras que el 22,86% dice “A veces”, y el 17,14% dice “Nunca”.

**TABLA 14**

**Se realiza los controles de los procesos que faciliten las funciones de los trabajadores para lograr mayor productividad.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	6	17,1	17,1	17,1
	A VECES	20	57,1	57,1	74,3
	CASI SIEMPRE	9	25,7	25,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**GRÁFICO 14**



Interpretación: En la encuesta aplicada a los empleados se establece que el 57,14% de los encuestados indican como “A veces” que se realiza los controles de los procesos que faciliten las funciones de los trabajadores, mientras que el 25,71% dice “Casi siempre”, y el 17,14% dice “Casi nunca”.

## Contrastación de hipótesis

### Prueba de Hipótesis General

H0: No existe relación entre la Gestión de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

H1: Existe relación entre la Gestión de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

Tabla 15. Nivel de correlación y significación de Gestión de Stock y Las Ventas

		var1	var2
Rho de Spearman	Gestión de stock	Coficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,786**
		N	86
	Las ventas	Coficiente de correlación	,786**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	86

La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 15, se observa la relación entre las variables determinada por el Rho de Spearman  $\rho = 0.786$ , lo cual significa que existe una correlación fuerte entre las variables, frente al  $p = 0.000 < 0.05$ , por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: Existe relación entre la Gestión de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

### Prueba de Hipótesis Específicos

#### Hipótesis 01:

H0: No existe relación entre la Planificación de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

H1: Existe relación entre la Planificación de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

Tabla 16. Nivel de correlación y significación de Planificación de Stock y Las Ventas

		<b>Correlaciones</b>		
			dim1v1	var2
Rho de Spearman	Planificación de stock	Coeficiente de correlación	1,000	,675**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	86	86
	Las ventas	Coeficiente de correlación	,675**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	86	86

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 16, se observa la relación entre las variables determinada por el Rho de Spearman  $\rho = 0.675$ , lo cual significa que existe una correlación moderada entre las variables, frente al  $p = 0.000 < 0.05$ , por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: Existe relación entre la Planificación de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martín de Porres, 2018.

### Hipótesis 02:

H0: No existe relación entre la Organización de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martín de Porres, 2018.

H1: Existe relación entre la Organización de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martín de Porres, 2018.

Tabla 17. Nivel de correlación y significación de Organización de Stock y Las Ventas

		<b>Correlaciones</b>		
			dim1v1	var2
Rho de Spearman	Organización de stock	Coeficiente de correlación	1,000	,782**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	86	86
	Las ventas	Coeficiente de correlación	,782**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	86	86

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 17, se observa la relación entre las variables determinada por el Rho de Spearman  $\rho = 0.782$ , lo cual significa que existe una correlación moderada entre las variables, frente al  $p = 0.000 < 0.05$ , por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: Existe relación entre la Organización de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

### Hipótesis 03:

H0: No existe relación entre el Control de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

H1: Existe relación entre el Control de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

Tabla 18. Nivel de correlación y significación de Control de Stock y Las Ventas

<b>Correlaciones</b>				
		dim1v1	var2	
Rho de Spearman	Control de stock	Coeficiente de correlación	1,000	
		Sig. (bilateral)	,814**	
		N	,000	
	Las ventas	Coeficiente de correlación	86	86
		Sig. (bilateral)	,814**	1,000
		N	,000	.

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 18, se observa la relación entre las variables determinada por el Rho de Spearman  $\rho = 0.814$ , lo cual significa que existe una correlación moderada entre las variables, frente al  $p = 0.000 < 0.05$ , por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: Existe relación entre la Control de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

#### **IV. DISCUSIÓN**

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre la gestión de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martín de Porres, 2018. De la misma manera, se determinó la relación de las dimensiones de la variable gestión de stock (planificación de stock, organización de stock y control de stock) entre la variable las ventas.

El objetivo general del trabajo de investigación fue determinar la relación que existe entre la gestión de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martín de Porres, 2018; al resultado se demostró mediante la prueba estadística de correlación Rho Spearman ( $Rho=0.786$ , sig. (Bilateral)=0.000; ( $p<0.05$ ), lo cual permitió afirmar que existe una correlación positiva moderada para las variables gestión de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martín de Porres, 2018.

El objetivo específico N° 1 fue determinar la relación que existe entre la planificación de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martín de Porres, 2018; al resultado se demostró mediante la prueba estadística de correlación Rho Spearman ( $Rho=0.675$ , sig. (Bilateral)=0.000; ( $p<0.05$ ), lo cual permitió afirmar que existe una correlación positiva moderada entre la planificación de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martín de Porres, 2018.

El objetivo específico N° 2 fue determinar la relación que existe entre la organización de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martín de Porres, 2018; al resultado se demostró mediante la prueba estadística de correlación Rho Spearman ( $Rho=0.782$ , sig. (Bilateral)=0.000; ( $p<0.05$ ), lo cual permitió afirmar que existe una correlación positiva moderada entre la organización de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martín de Porres, 2018.

El objetivo específico N° 3 fue determinar la relación que existe entre el control de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martín de Porres, 2018; al resultado se demostró mediante la prueba estadística de correlación Rho Spearman ( $Rho=0.814$ , sig. (Bilateral)=0.000; ( $p<0.05$ ), lo cual permitió afirmar que existe una correlación positiva moderada entre el mensaje visual y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martín de Porres, 2018.

## V. CONCLUSIONES

Se determinó que la gestión de stock influye en las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, puesto que el valor de la significativa bilateral en el nivel es 0,01 y se observa relación entre las variables determinadas por el Rho de Spearman  $\rho= 0.786$ , lo cual significa que existe una correlación fuerte entre las variables, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: Existe relación entre la Gestión de Stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

Se determinó que la planificación de stock influye en las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, puesto que el valor de la significativa bilateral en el nivel es 0,01 y se observa relación entre las variables determinadas por el Rho de Spearman  $\rho= 0.675$ , lo cual significa que existe una correlación fuerte entre las variables, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: Existe relación entre la Planificación de Stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

Se determinó que la organización de stock influye en las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, puesto que el valor de la significativa bilateral en el nivel es 0,01 y se observa relación entre las variables determinadas por el Rho de Spearman  $\rho= 0.782$ , lo cual significa que existe una correlación fuerte entre las variables, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: Existe relación entre la Organización de Stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

Se determinó que el control de stock influye en las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, puesto que el valor de la significativa bilateral en el nivel es 0,01 y se observa relación entre las variables determinadas por el Rho de Spearman  $\rho= 0.814$ , lo cual significa que existe una correlación fuerte entre las variables, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: Existe relación entre el Control de Stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Los químico-farmacéuticos se planteen estrategias de calidad y satisfacción del cliente, observada como indicador de la calidad de los servicios recibidos. Contar con un método de gestión de calidad tiene muchos beneficios como son: Mayor satisfacción y lealtad al usuario, Mayor motivación y competitividad de los empleados; debido a esto, trabajan en forma más eficiente y ayudan a la producción de calidad. Al iniciar una empresa se fijan principios de la actividad a realizar, se establece un plan, de manera formal (plan estratégico) o de manera informal (el hacer haciendo).

Con relación al objetivo específico N° 1, se recomienda a la institución seguir cultivando los beneficios que le brinda a cada uno de los consumidores a quienes va dirigido cada servicio, ya que las personas se sienten motivados, esa manera de relacionarse los unos con los otros hace que convivan en armonía.

Con relación al objetivo específico N° 2, se recomienda a la empresa que el medir la gestión de stock de otras empresas es bueno ya que ayudara a poder saber qué acciones son positivas y cuales son negativas; y en qué aspectos se puede ir mejorando. Los trabajadores de las empresas son parte fundamental de las empresas y es por ello que la organización es fundamental para que todo marche correctamente.

Con relación al objetivo específico N° 3, se recomienda que el plan estratégico de una empresa, es su carta de presentación (buenos propósitos e intenciones). Y muchas veces no se considera en esos planes e ideas, el cómo y para qué realizar la atención al usuario adecuado. Es de vital importancia que el personal que trabaja para la empresa tenga el conocimiento de cómo lograr mantener satisfecho al cliente, la calidad, los métodos de satisfacción, como se logra la expectativa de los clientes.

## REFERENCIAS

- Agencia Alemana. Estanterías y Sistemas de Almacenaje, Montacargas eléctricos, Montacargas a combustión, Transpaletas / Estibadoras Manuales. Obtenida el 09 de junio 2015 Recuperado de <http://1/agencia-alemana.com/ppe>.
- Ballou, R. (2004). Logística, Administración de la cadena de suministros (5ta ed.). México. Editorial: Pearson.
- Gallegos, O. (2015). Almacenes: hay que pensar en crecer verticalmente. Obtenida el 09 de junio de 2015, Recuperado de: <http://innovasupplychain.pe/articulos/12151-almacenes-hay-que-pensar-en-crecer-verticalmente/>.
- Krajewski, L., Ritzman, L., Malhotra, M. (2013) Administración de Operaciones (7ma ed.) México. Editorial: Pearson. Lozano, J. (2002). Cómo y dónde optimizar los costes logísticos: en el sistema integral de operaciones y en las diferentes áreas de actividad logística. España: FC Editorial.
- Hirschhaut H., A. (s.f.). degerencia.com. Recuperado el 20 de 02 de 2014, de ventas: Recuperado de: <http://www.degerencia.com/tema/ventas>
- Maksymiv, N. (10 de abril de 2010). CNN Expansión. Recuperado el 19 de Febrero de 2014, de Estrategia en ventas, clave para Pymes: Recuperado de: <http://www.cnnexpansion.com/emprendedores/marketing-ventas-y-pymes>
- Heller, M. E. (s.f.). degerencia.com. Recuperado el 20 de 02 de 2014, de ventas: Recuperado de: <http://www.degerencia.com/tema/ventas>
- Fernández, A (2015). Investigación y técnicas de mercado. Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=LnVxgMkEhkgC&pg=PA13&source=gbs\\_toc\\_r&cad=3#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=LnVxgMkEhkgC&pg=PA13&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false)
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2015). "Metodología de la investigación". (5a ed.). México D.F.: McGraw-Hill.
- Hernández Martínez, Caridad (2016) Percepción, contexto y creación del mensaje publicitario. [Tesis]
- León, B. (2017). "Transformar la organización: otra televisión es posible" Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=vZyZHM9GVpAC&pg=PA124&dq=Fuent>

es+informativas&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi1s6-  
x5qXXAhUD5yYKHRgFDw4ChDoAQhSMak#v=onepage&q=Fuentes%20infor  
mativas&f=false

Llopis, M. (2015). "la gestión de stock: dimensiones" Recuperado de:  
[http://blogs.icemd.com/blog-la-etica-en-los-mensajes-  
publicitarios/tag/dimensiones-publicidad/](http://blogs.icemd.com/blog-la-etica-en-los-mensajes-publicitarios/tag/dimensiones-publicidad/)

MASLOW, A. (2015) "Comportamiento de los consumidores" Recuperado de:  
<http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448199235.pdf>

MCDUGALL, W. (2017) "Teoría de los instintos" Recuperado de:  
<http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448199235.pdf>

Moragas, M. (2015). "Sociología de la comunicación de masas" Recuperado de:  
[https://carmonje.wikispaces.com/file/view/01+La+mediaci%C3%B3n+de+los+m  
edios+de+comunicaci%C3%B3n+-+M+M+Serrano.pdf](https://carmonje.wikispaces.com/file/view/01+La+mediaci%C3%B3n+de+los+m+edios+de+comunicaci%C3%B3n+-+M+M+Serrano.pdf)

## **ANEXOS**

PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES				
PROBLEMA GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	OBJETIVO GENERAL	Variable 1: GESTIÓN DE STOCK				
¿Qué relación existe entre la Gestión de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018?	Existe relación entre la Gestión de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.	Determinar la relaciona entre la Gestión de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.	Dimensiones	Indicadores	ÍTEMS	ESCALA ORDINAL	INSTRUMENTO
			Planificación de Stock	<ul style="list-style-type: none"> <li>Método de previsión</li> <li>Momentos y cantidades de reposición</li> </ul>	P1, P2 P3, P4	1= Nunca 2= Casi Nunca 3= A veces 4= Casi Siempre 5= Siempre	
			Organización de stock	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fijar políticas y criterios para la regulación de los stock</li> <li>Definir técnicas a utilizar en la gestión de stock</li> </ul>	P5, P6 P7, P8		
			Control de stock	<ul style="list-style-type: none"> <li>Movimiento de entrada y salida de los stock</li> <li>Inventario valorado</li> <li>Tareas a revisar</li> </ul>	P9, P10 P11, P12 P13, P14		
Variable 2: LAS VENTAS							
Dimensiones	Indicadores	ÍTEMS	ESCALA ORDINAL	INSTRUMENTO			
Comodidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pedido en su domicilio</li> <li>Catálogo Disponible</li> </ul>	P15, P16 P17, P18	1= Nunca 2= Casi Nunca 3= A veces 4= Casi Siempre 5= Siempre				
Servicio que provee	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilidad del teléfono móvil</li> <li>Cercanía con el vendedor</li> </ul>	P19, P20 P21, P22					
Demostración y explicación personal de los productos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tener muestras a disposición</li> <li>Posibilidad de tocar el producto</li> </ul>	P23, P24 P25, P26					
Entrega a Domicilio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Venta al por menor</li> <li>Reducido al periodo de envío</li> </ul>	P27, P28 P29, P30					
Garantía	<ul style="list-style-type: none"> <li>Devolución o cambio de producto</li> <li>Generar la confianza entre los clientes</li> </ul>	P31, P32 P33, P34					
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS					
PE1. ¿Qué relación existe entre la Planificación de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018?	HE1. Existe relación entre la Planificación de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.	OE1. Determinar la relaciona entre la Planificación de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.					
PE2. ¿Qué relación existe entre la Organización de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018?	HE2. Existe relación entre la Organización de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.	OE2. Determinar la relaciona entre la Organización de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.					
PE3. ¿Qué relación existe entre el Control de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018?	HE3. Existe relación entre el Control de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.	OE3. Determinar la relaciona entre el Control de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martin de Porres, 2018.					

Cuestionario

Cuestionario

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	ÍTEMS	ESCALA ORDINAL	INSTRUMENTO
Gestión de stock	Según Veritas, B. (Logística Integral, 2009), al respecto de la gestión de stock se define que la cantidad de productos que se pueden encontrar acumulados en un lugar determinado y también en una disposición de ser vendida, distribuida o ser usada. Hoy en día en la actualidad se piensa que en los stocks es como el punto de apoyo para las empresas ya que ayuda en la búsqueda de la eficiencia.	La variable gestión de stock será medida a través de una encuesta utilizando la escala de Likert con preguntas que se muestra como indicador de las dimensiones.	Planificación de Stock	<ul style="list-style-type: none"> <li>Método de previsión</li> <li>Momentos y cantidades de reposición</li> </ul>	P1, P2 P3, P4	1= Nunca 2= Casi Nunca 3= A veces 4= Casi Siempre 5= Siempre	Cuestionario
			Organización de stock	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fijar políticas y criterios para la regulación de los stock</li> <li>Definir técnicas a utilizar en la gestión de stock</li> </ul>	P5, P6 P7, P8		
			Control de stock	<ul style="list-style-type: none"> <li>Movimiento de entrada y salida de los stock</li> <li>Inventario valorado</li> <li>Tareas a revisar</li> </ul>	P9, P10 P11, P12 P13, P14		
Las ventas	Según Ongallo, C. (La venta directa, 2007) define a las ventas como el proceso de compraventa cara a cara, recupera el verdadero valor del producto, le da al mismo la importancia que tiene sin más intermediario que la persona prospectora del mismo, y deja en evidencia lo que para muchos estudiosos de la publicidad aún no está demostrado empíricamente	La variable las ventas será medida a través de una encuesta utilizando la escala de Likert con preguntas que se muestra como indicador de las dimensiones.	Comodidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pedido en su domicilio</li> <li>Catálogo Disponible</li> </ul>	P15, P16 P17, P18	1= Nunca 2= Casi Nunca 3= A veces 4= Casi Siempre 5= Siempre	Cuestionario
			Servicio que provee	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilidad del teléfono móvil</li> <li>Cercanía con el vendedor</li> </ul>	P19, P20 P21, P22		
			Demostración y explicación personal de los productos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tener muestras a disposición</li> <li>Posibilidad de tocar el producto</li> </ul>	P23, P24 P25, P26		
			Entrega a Domicilio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Venta al por menor</li> <li>Reducido al periodo de envío</li> </ul>	P27, P28 P29, P30		
			Garantía	<ul style="list-style-type: none"> <li>Devolución o cambio de producto</li> <li>Generar la confianza entre los clientes</li> </ul>	P31, P32 P33, P34		



UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO EN INVESTIGACIÓN

1. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del Validador Dr/ Mg: Sandoval Arzozma Genero Edilberto
- 1.2. Cargo de Institución donde Labora: Coordinador-DIC
- 1.3. Especialidad del Validador: Asesor. de Tesis.
- 1.4. Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: \_\_\_\_\_
- 1.5. Título de la Investigación: \_\_\_\_\_
- 1.6. Autor del Instrumento: \_\_\_\_\_

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

1. CRITERIOS	2. INDICADORES	DEFICIENTE 00-20%	REGULAR 21-40%	BUENA 41-60%	MUY BUENA 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				/	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.				/	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia la tecnología.				/	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				/	
5. INTENSIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				/	
6. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos - científicos.				/	
7. COERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				/	
8. METOLOGIA	La estrategia responde al proposito del diagnostico.				/	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el proposito de la investigación.				/	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

3. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 75 % OPINIÓN DE APLICABILIDAD.

- (  ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
(  ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha

  
Firma del Experto Informante

DNI N° 0964598 Teléfono N° 992244905



UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO EN INVESTIGACIÓN

1. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del Validador Dr/ Mg: COJAL LOLI BERNARDO
- 1.2. Cargo de Institución donde Labora: COORDINADOR DE EP DE ECONOMIA
- 1.3. Especialidad del Validador: DR. EN ADMINISTRACIÓN
- 1.4. Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: \_\_\_\_\_
- 1.5. Título de la Investigación: \_\_\_\_\_
- 1.6. Autor del Instrumento: \_\_\_\_\_

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

1. CRITERIOS	2. INDICADORES	DEFICIENTE 00-20%	REGULAR 21-40%	BUENA 41-60%	MUY BUENA 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				✓	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.				✓	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia la tecnología.				✓	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				✓	
5. INTENSIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				✓	
6. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos - científicos.				✓	
7. COERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				✓	
8. METOLOGIA	La estrategia responde al proposito del diagnostico.				✓	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el proposito de la investigació.				✓	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

3. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 80 % OPINIÓN DE APLICABILIDAD.

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha

Firma del Experto Informante

DNI: N° 09925834 Teléfono N° \_\_\_\_\_



UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO EN INVESTIGACIÓN

1. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del Validador Dr/ Mg: CARRANZA ESTEVA TEODORO  
 1.2. Cargo de Institución donde Labora: UCV COORDINADOR ACADÉMICO EP. ADM.  
 1.3. Especialidad del Validador: Marketing  
 1.4. Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: \_\_\_\_\_  
 1.5. Título de la Investigación: \_\_\_\_\_  
 1.6. Autor del Instrumento: \_\_\_\_\_

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

1. CRITERIOS	2. INDICADORES	DEFICIENTE 00-20%	REGULAR 21-40%	BUENA 41-60%	MUY BUENA 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					/
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.					/
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia la tecnología.					/
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					/
5. INTENSIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					/
6. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos – científicos.					/
7. COERENCIA	Entre los indices, indicadores y las dimensiones.					/
8. METOLOGIA	La estrategia responde al proposito del diagnostico.					/
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el proposito de la investigació.					/
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						-



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

3. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 85 % OPINIÓN DE APLICABILIDAD.

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha

Firma del Experto Informante

DNI: N° 08074405 Teléfono N° \_\_\_\_\_



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO EN INVESTIGACIÓN

1. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del Validador Dr/ Mg: COSTILLA CASTILLO PEDRO
- 1.2. Cargo de Institución donde Labora: \_\_\_\_\_
- 1.3. Especialidad del Validador: DR. EN ADMINISTRACION
- 1.4. Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: \_\_\_\_\_
- 1.5. Título de la Investigación: \_\_\_\_\_
- 1.6. Autor del Instrumento: \_\_\_\_\_

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

1. CRITERIOS	2. INDICADORES	DEFICIENTE 00-20%	REGULAR 21-40%	BUENA 41-60%	MUY BUENA 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				✓	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.				✓	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia la tecnología.				✓	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				✓	
5. INTENSIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				✓	
6. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos - científicos.				✓	
7. COERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				✓	
8. METOLOGIA	La estrategia responde al proposito del diagnostico.				✓	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el proposito de la investigación.				✓	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					✓	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

3. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 80 % OPINIÓN DE APLICABILIDAD.

- (  ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- (  ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha

Firma del Experto Informante

DNI: N° 09925834 Teléfono N° \_\_\_\_\_

## MATRIZ DEL INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

**TÍTULO:** Gestión de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martín de Porres, 2018

**VARIABLE DE ESTUDIO 1:** Gestión de stock

DIMENSIONES	INDICADORES	PESO	Nº DE ÍTEMES	ÍTEMES/REACTIVOS	CRITERIO DE EVALUACIÓN / ESCALA DE VALORACIÓN
1. Planificación de Stock	Método de previsión		P1	Los métodos de previsión de stock son eficientes pues se planifica tomando en cuenta las estadísticas de ventas y las incidencias ocurridas.	1=Nunca 2=Casi nunca 3=A veces 4=Casi siempre 5=Siempre
			P2	Se planifica los métodos de previsión por temporadas de gran demanda para garantizar el stock.	
	P3		Se cuenta con la planificación y el software especializado que permita optimizar las reposiciones del stock y reaprovisionamiento evitando excesos y quiebres de stock.		
	P4		Los productos del inventario que se reserva en los almacenes para la reposición de las ventas están clasificados según su rotación.		
	Momentos y cantidades de reposición				

2. Organización de stock	Fijar políticas y criterios para la regulación de los stock	P5	La gerencia establece coordinaciones que fijen políticas con el área de droguería para regular periódicamente el stock.	
		P6	Las políticas de stock permiten la conservación óptima de productos y minimiza las devoluciones desde los puntos de venta hacia el centro de distribución.	
	Definir técnicas a utilizar en la gestión de stock	P7	Se definen las técnicas a utilizar oportunamente para organizar las áreas de ventas, almacén y distribución para prevenir el desabastecimiento.	
		P8	El estructurar técnicas para el aprovisionamiento de stock contribuirá a mejorar el flujo de caja.	
3. Control de stock	Movimiento de entrada y salida de los stock	P9	El personal encargado del control de las entradas y salidas de los productos, cuentan con conocimientos, habilidades para desempeñar sus funciones correctamente.	1=Nunca 2=Casi nunca 3=A veces 4=Casi siempre 5=Siempre
		P10	Se controla el abastecimiento considerando las cantidades de entrada y salida en los meses de gran demanda por festividades	

	Inventario valorado		P11	Los inventarios se realizan con frecuencia y los resultados se actualizan en el sistema, a fin de mantener el inventario sincerado.	
			P12	La valoración del inventario es periódicamente tomando en consideración los informes y documentos de las ventas realizadas.	
	Tareas a realizar		P13	Las tareas a realizar del personal encargado del control de stock coordinan con el área de almacén y ventas.	
			P14	Se realiza los controles de los procesos que faciliten las funciones de los trabajadores para lograr mayor productividad.	

Fuente: Elaboración propia.

## MATRIZ DEL INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

**TÍTULO:** Gestión de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martín de Porres, 2018

**VARIABLE DE ESTUDIO 2:** Las ventas

DIMENSIONES	INDICADORES	PESO	Nº DE ÍTEMES	ÍTEMES/REACTIVOS	CRITERIO DE EVALUACIÓN / ESCALA DE VALORACIÓN
1. Comodidad	Pedido en su domicilio		P1	Las ventas a domicilio son atendidas con facilidad pues se cuenta con un buen stock.	1=Nunca 2=Casi nunca 3=A veces 4=Casi siempre 5=Siempre
			P2	Los productos vendidos son entregados a domicilio para dar seguridad y comodidad al cliente.	
	Catálogo Disponible		P3	Se cuenta con un catálogo de fácil entendimiento para el cliente.	
			P4	El catálogo de ventas se implementa cuando surgen nuevos productos.	
Facilidad de uso	Facilidad del teléfono móvil		P5	Los colaboradores del área de ventas conocen herramientas en teléfono móvil para incrementar las ventas.	1=Nunca

			P6	La empresa tiene un soporte técnico para usar telefonía móvil en el incremento de ventas.	2=Casi nunca 3=A veces 4=Casi siempre 5=Siempre
	Cercanía con el vendedor		P7	Se realizan visitas a los clientes potenciales para conocer y atender su necesidad.	
			P8	Cuando un cliente no ha sido atendido en sus compras, los vendedores se acercan a sus locales para explicar las razones.	
3. Demostración y explicación personal de los productos	Tener muestras a disposición		P9	Cuando un producto es nuevo, se impulsa con muestra gratis.	1=Nunca 2=Casi nunca 3=A veces 4=Casi siempre 5=Siempre
			P10	La demostración de productos con muestras gratis generara resultados productivos a la empresa.	
	Posibilidad de tocar el producto		P11	Los clientes son invitados para conocer las propiedades del producto a las instalaciones de la empresa.	
			P12	Los clientes, sin discriminación de volúmenes de compras, son convocados a la empresa para garantizar la cautela y conservación del producto.	
a a Do	Venta al por menor		P13	Las ventas al por menor son entregados domicilio.	1=Nunca

			P14	El nivel de las ventas se incrementa pues se garantiza abastecimiento.	2=Casi nunca 3=A veces
	Reducido al periodo de envío		P15	Cuando el cliente es distante, se cuenta con transporte para reducir el tiempo de envío.	4=Casi siempre 5=Siempre
			P16	Las ventas son atendidas sin postergación, pues hay colaboradores encargados de dar seguimiento.	
Garantía		Devolución o cambio de producto		P17	La empresa garantiza una política clara de devoluciones de productos para fortalecer la confianza del cliente.
			P18	Las devoluciones de productos le garantizan a la empresa productividad económica.	3=A veces
	Generar la confianza entre los clientes		P19	El área de ventas genera la confianza al cliente brindando productos de calidad y garantía.	4=Casi siempre
			P20	La empresa genera la confianza a los clientes brindando un servicio de calidad y garantía.	5=Siempre

Fuente: Elaboración propia

## Pantallazo del software Turnitin

feedback studio - Google Chrome  
en.turnitin.com/.../11877125229/ingreso/.../YEMRDE/4888.../101

feedback studio      GESTIÓN DE STOCK Y LAS VENTAS DE LA EMPRESA MEGABOTIKAS, SAN MARTIN DE PORRES, 2018      /0      < 935 de 935 > ?



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE STOCK Y LAS VENTAS DE LA EMPRESA MEGABOTIKAS, SAN  
MARTIN DE PORRES, 2018

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN

AUTOR  
Lázaro Gómez, Graciela Dina (ORCID: 0000-0002-6432-9310)

ASESOR  
Mg. Mauritus Garmendi, Luzmila Gabriela (ORCID: 000-0002-0812-3473)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN  
Marketing

LIMA - PERÚ  
2019

**Resumen de coincidencias**

## 23 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

**Coincidencias**

Nº	Fuente de coincidencia	Porcentaje
1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	13 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de internet	8 %
3	cybertesis.unim.edu... Fuente de internet	1 %
4	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
5	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
6	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
7	tesa.com Fuente de internet	<1 %
8	www.ceramar.blogspot... Fuente de internet	<1 %
9	tesis.uat.edu.pe Fuente de internet	<1 %
10	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
11	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %



Página: 1 de 39      Número de palabras: 12155      Text-only Report      High Resolution      Actualizado      11:42 1/04/2019



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)  
"César Acuña Peralta"

## FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN O LA TESIS

### 1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Lázaro Gómez Graciela Dina  
D.N.I. : 09965445  
Domicilio : Jr. Guillermo Miller # 182-Sta.Luzmila - Comas  
Teléfono : Fijo : ..... Móvil : 995333884  
E-mail : gracialg71@gmail.com

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Trabajo de Investigación de Pregrado

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales

Escuela : Administración

Carrera : Administración

Grado

Título

Licenciada en Administración

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado : .....

Mención : .....

### 3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Lázaro Gómez Graciela Dina

Título del trabajo de investigación o de la tesis:

Gestión de stock y las ventas de la empresa Megabotikas, San Martín de Porres, 2018

Año de publicación : 2019

### 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento, Autorizo a publicar en texto completo mi trabajo de investigación o tesis.

Firma :

Fecha :

09/09/2019



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

---

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

LÁZARO GÓMEZ, GRACIELA DINA

INFORME TÍTULADO:

" GESTIÓN DE STOCK Y LAS VENTAS DE LA EMPRESA MEGABOTIKAS. SAN MARTIN DE PORRES, 2018 "

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

---

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 16 de julio del 2019

NOTA : 18



*[Handwritten signature]*  
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

## Acta de aprobación de originalidad de tesis

	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PI-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo, Víctor Demetrio Dávila Arenaza, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo campus Lima Norte, revisor (a) de la tesis titulada: "GESTIÓN DE STOCK Y LAS VENTAS DE LA EMPRESA MEGABOTIKAS. SAN MARTIN DE PORRES, 2018", de la estudiante LÁZARO GÓMEZ GRACIELA DINA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23% 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.

Los Olivos, 27 de Julio de 2019

  
Dr. Víctor Demetrio Dávila Arenaza  
C.I. 018467692  
Docente - Asesor

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