



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**Control interno de inventario y su relación con el área de ventas de una
importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

AUTORA:

Becerra Alvarez, Katherine (ORCID: 0000-0002-6552-4927)

ASESORA:

Mg. Silva Rubio, Edith (ORCID: 0000-0001-7411-2708)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Auditoría

LIMA - PERÚ

2018

Dedicatoria

A Dios, por permitirme llegar con bien hasta la culminación de esta hermosa etapa universitaria y en especial a mi madre, que me brindó su apoyo de manera incondicional en todo momento, además de su constante motivación para seguir adelante y ser lo que hoy en día soy, su orgullo. Y a mi padre que desde el cielo guía mis pasos por el buen camino.

Agradecimiento

A mi querida Universidad por permitirme realizar el intercambio académico a México y así reforzar mis conocimientos, a mis maestros y compañeros de ambos países por brindarme su apoyo en cada ciclo, a mi asesora por hacer de mí una mejor investigadora y a todo aquel que me apoyó y estuvo presente en diversas circunstancias. En especial, a mi familia que apoyaron mis decisiones y me impulsaron a ser una mejor persona. Gracias a todos.

Índice de Contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de Contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	9
II. MARCO TEÓRICO.....	11
III. METODOLOGÍA.....	34
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	34
3.2. Variables y Operacionalización.....	35
3.3. Población, muestra y muestreo.....	36
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	37
3.5. Procedimientos.....	38
3.6. Método de análisis de datos.....	39
3.7. Aspectos éticos.....	39
IV. RESULTADOS.....	40
V. DISCUSIÓN.....	59
VI. CONCLUSIONES.....	62
VII. RECOMENDACIONES.....	64
REFERENCIAS.....	66
ANEXO.....	70

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Descripción de Control Interno de inventario</i>	40
Tabla 2 <i>Descripción de la dimensión riesgo de mercadería</i>	41
Tabla 3 <i>Descripción de la dimensión métodos de control</i>	42
Tabla 4 <i>Descripción de Área de ventas</i>	43
Tabla 5 <i>Descripción de la dimensión diseño de estrategias</i>	44
Tabla 6 <i>Descripción de la dimensión selección de personal</i>	45
Tabla 7 <i>Descripción de la dimensión capacitación</i>	46
Tabla 8 <i>Descripción de la dimensión supervisión y seguimiento</i>	47
Tabla 9 <i>Control interno y área de ventas</i>	48
Tabla 10 <i>Control interno y diseño de estrategias</i>	49
Tabla 11 <i>Control interno y selección de personal</i>	50
Tabla 12 <i>Control interno y capacitación</i>	51
Tabla 13 <i>Control interno y supervisión y seguimiento</i>	52
Tabla 14 <i>Prueba de Normalidad aplicando Shapiro-Wilk</i>	53
Tabla 15 <i>Coeficiente de correlación entre control interno de inventario y área de ventas</i>	54
Tabla 16 <i>Coeficiente de correlación entre control interno de inventarios y diseño de estrategias</i>	55
Tabla 17 <i>Coeficiente de correlación entre control interno de inventarios y selección de personal</i>	56
Tabla 18 <i>Coeficiente de correlación entre control interno de inventarios y capacitación</i> ..	57
Tabla 19 <i>Coeficiente de correlación entre control interno de inventarios y supervisión y seguimiento</i>	58

Índice de figuras

<i>Figura 1</i> Descripción de Control Interno de inventario	40
<i>Figura 2</i> Descripción de la dimensión riesgo de mercadería	41
<i>Figura 3</i> Descripción de la dimensión métodos de control	42
<i>Figura 4</i> Descripción de Área de ventas	43
<i>Figura 5</i> Descripción de la dimensión diseño de estrategias	44
<i>Figura 6</i> Descripción de la dimensión selección de personal	45
<i>Figura 7</i> Descripción de la dimensión capacitación	46
<i>Figura 8</i> Descripción de la dimensión supervisión y seguimiento	47
<i>Figura 9</i> Control interno y área de ventas.....	48
<i>Figura 10</i> Control interno y diseño de estrategias	49
<i>Figura 11</i> Control interno y selección de personal	50
<i>Figura 12</i> Control interno y capacitación.....	51
<i>Figura 13</i> Control interno y supervisión y seguimiento	52

Resumen

La presente investigación se realizó en una importadora de cosméticos ubicado en el distrito del Cercado de Lima, 2018, el mismo que tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el control interno de inventario y el área de ventas de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018. La investigación fue descriptivo correlacional, de diseño no experimental o transversal. La población de este estudio estuvo constituida por 30 colaboradores de una importadora de cosméticos ubicada en el distrito de Cercado de Lima. La muestra estuvo compuesta por 30 trabajadores a quienes se les aplicó dos instrumentos: cuestionarios para medir la variable control interno de inventario y otro cuestionario para medir la variable área de venta; cuestionarios fiables y debidamente validados para la recolección de datos de las variables en estudio. Como resultado se obtuvo que el control interno de inventario se relaciona significativamente con el área de ventas de una importadora de cosméticos del Cercado de Lima; utilizando el coeficiente de correlación de Rho Spearman = 0.650, con nivel de significancia con 5% ($p < 0.05$); se logró demostrar que existe correlación positiva regular entre el control interno de inventario y área de ventas. La conclusión del estudio indica que existe correlación lineal entre las variables analizadas.

Palabras clave: control interno inventario, riesgo de mercadería, área de ventas

Abstract

The present investigation was carried out in a cosmetics importer located in the Cercado de Lima district, 2018, the same that aimed to determine the relationship that exists between internal inventory control and the sales area of a cosmetics importer, Cercado de Lima, 2018. The research was descriptive correlational, non-experimental or cross-sectional design. The population of this study consisted of 30 collaborators of a cosmetics importer located in the Cercado de Lima district. The sample consisted of 30 workers to whom two instruments were applied: questionnaires to measure the internal inventory control variable and another questionnaire to measure the sales area variable; Reliable and duly validated questionnaires for data collection of the variables under study. As a result, it was obtained that the internal inventory control is significantly related to the sales area of a cosmetics importer in Cercado de Lima; using the Rho Spearman correlation coefficient = 0.650, with a significance level of 5% ($p < 0.05$); it was possible to demonstrate that there is a regular positive correlation between internal inventory control and sales area. The conclusion of the study indicates that there is a linear correlation between the variables analyzed.

Keywords: internal inventory control, merchandise risk, sales area.

I. INTRODUCCIÓN

Toda empresa en el mercado tiene como finalidad obtener ganancias, pero muchas veces no se consigue ello porque dichos negocios no poseen con un apropiado control interno de inventarios el cual afecta evidentemente en sus ventas. Los principales problemas relacionados a la mercadería de la empresa son: los inventarios físicos no coinciden con los reportes o comprobantes, existe mercadería dañada, vencida y sobre stock. Estos problemas afectan en gran magnitud a las empresas ya que representa grandes cantidades monetarias. Asimismo, sabemos que cada empresa es un mundo distinto y estos problemas se dan porque muchos negocios no conocen la demanda de su producto.

En nuestro país, cada vez hay más empresas incorporadas al mercado, pero no se sabe cuántas de estas por lo menos llevan un control interno de inventarios de manera regular. Es casi seguro que muchas empresas no lo hacen ya que parece una tarea complicada, pero es cuestión de que tanto, gerencia con almacén coordinen dichas actividades de verificación de existencia de mercadería porque gracias a ello es que también se mueve el área de ventas.

Las empresas importadoras de cosméticos del Cercado de Lima no son ajenas a este problema detectado. Dentro de las principales causas que contribuyen a esta situación son. El personal no calificado, plataforma tecnológicas no apropiada, procedimientos incompletos para el control de ingresos y saldas de mercadería. La falta de control inventario en los inventarios está ocasionando pérdidas, robos, faltantes y deterioro de los mismos.

Así mismo, la presente indagación tuvo como objetivo identificar la relación que existe entre el control interno de inventarios y el área de ventas de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018.

Tras la realidad problemática presentada se formuló el problema de investigación: ¿Qué relación existe entre el control interno de inventario y el área de ventas de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018?

Asimismo el presente estudio pretendió responder a los siguientes problemas específicos: ¿Qué relación existe entre el control interno de inventarios y el diseño de estrategias, la selección de personal, la capacitación de personal,

la supervisión y seguimiento de una importadora de cosméticos del Cercado de Lima, año 2018?

Esta investigación permitió a las empresas examinar sus puntos débiles en cuanto al control de sus inventarios, además resaltar la importancia del control interno de inventarios en la empresa. La investigación permitió identificar alternativas de solución a los problemas y brindó recomendaciones que podrán ayudar al mejor control interno de inventarios de una importadora y el área de ventas.

Los resultados de la prueba de hipótesis, dieron valor teoría al estudio, permitiendo confirmar o rechazar los postulados teóricos, relacionados a la relación entre el control interno de inventarios y el área de ventas

Desde una perspectiva metodología, el presente estudio se justificó debido que se ocuparon como guía de investigación para las posteriores investigaciones que posean idénticas variables así como también para que los indagadores amplifiquen sus entendimientos de variables con similitud.

El objetivo principal que guía la presente investigación fue el de: Determinar la relación que existe entre el control interno de inventario y el área de ventas de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, año 2018.

Asimismo, se presentó los siguientes objetivos específicos: Determinar la relación que existe entre el control interno de inventarios y el diseño de estrategias, la selección de personal, la capacitación de personal, la supervisión y seguimiento de una importadora de cosméticos del Cercado de Lima, año 2018.

Finalmente, el estudio encaró las siguientes hipótesis específicas: Existe relación entre el control interno de inventarios y el diseño de estrategias, la selección de personal, la capacitación de personal, la supervisión y seguimiento de una importadora de cosméticos del Cercado de Lima, año 2018.

II. MARCO TEÓRICO

Se han considerado los siguientes estudios previos como parte de la presente investigación:

Guerra (2016), en su tesis sobre el control interno y su importancia en los inventarios en una ferretería, concluyeron que, dentro de los antecedentes descritos no se encontró trabajos estadísticos que muestren al control interno con la importancia de los inventarios. Este trabajo solo se limitó a describir las variables de manera separada, pero en sus teorías explica la transcendencia el control interno para la empresa e indica que se ejecuta de manera efectiva. Se recomienda a la empresa ferretera a implementar un manual de políticas y procedimientos, asimismo de operaciones y funciones y un manual donde señale los roles administrativos y contables en los diferentes departamentos para que estos respalden la organización de las actividades efectuadas.

Altamirano (2017), en su tesis acerca del control de inventarios y su relación con el volumen de ventas de una farmacia, concluyeron que, el objetivo general fue adecuado porque obtuvieron el Rho de Spearman con de 0,000%, quiere decir que el nivel de significancia es minoritario y por lo tanto esa hipótesis general asimismo señala que el control de inventario tiene relación positiva moderada con respecto al volumen de ventas. La gerencia de este comercial debe de revisar, actualizar, controlar y verificar a diario en lo posible el inventario para que así sea más fácil de detectar su falta de mercadería ya sea por robo o extravió.

Chávez (2017), en su tesis referente al control de Inventario y su relación con la Liquidez en las empresas de Vidrios y Aluminios, concluyeron que, entre el control interno de inventario y la liquidez de dicho ente si hay una relación positiva considerable, ya que el manejo pertinente del inventario accede a una mayor liquidez y así obtener respuestas positivas de la rentabilidad ejerciendo un correcto control de la mercadería y estas a su vez faciliten la toma de decisiones administrativas acerca del inventario y diseñar algún tipo de control de las cantidades recibidas, en existencia y vendidas. Deben adquirir un software donde puedan actualizar de manera adecuada su control de inventarios cuyos impactos se verán reflejados en el oportuno cálculo de precios de venta y asimismo su

proyección para que así puedan organizarse y planificar estrategias de marketing para ingresar al mercado con nuevos productos.

Gonzales (2017), en su tesis sobre control interno de inventarios y la competitividad Empresarial en las mypes de textilera, concluyeron que, hay relación ya que el ámbito de control influye de manera directa en los colaboradores y se refleja en el comportamiento de los directores también. Es relevante hacer mejoras en el ambiente de control ya sea implementando códigos de éticas en la microempresa con el objetivo de promover la eficiencia laboral de todos los trabajadores, además esto permitirá que los trabajadores sepan de sus responsabilidades que tienen, asimismo a la contribución de un ambiente familiar donde existan valores.

Jara (2017), en su tesis acerca del control de Inventarios y su relación con los procesos de almacenamiento en las empresas de grupos electrógenos, concluyeron que, entre los procesos de almacenamiento y la toma física de inventarios de las empresas de electrógenos si existe relación, ya que el aplicar los procesos de almacenamiento beneficia el inventario físico ya que el cumplimiento en los procedimientos al almacenar otorga una buena toma física de inventarios. Se debe capacitar a los colaboradores en el llenado y uso de los comprobantes de solicitud de materiales y órdenes de compra con el objetivo de tener un control de inventarios de manera eficiente y la disposición de información verídica y actualizada para una mejor toma de decisiones y control de inventarios.

Campos (2014), en su tesis referente al stock de mercaderías y su relación con el volumen de ventas de una micro empresa Servirepuesto, tuvo como conclusión que, el stock de mercadería y el volumen de ventas se relacionan de manera directa, además se detectó una debilidad en cuanto a las funciones y responsabilidades de las diversas áreas. Al ser una empresa pequeña y contar con poco personal, hay mayor acceso a trabajar y en equipo, por lo cual se debe de implementar un control acerca del stock del inventario en el almacén.

Carrasco (2015), en su tesis sobre el control de inventarios y la rentabilidad de la ferretería ferro metal, el ingeniero tuvo como conclusión que, esta empresa no ha efectuado un oportuno control de inventario así que afecto a los procedimientos que están bajo normativas contables y las existencias se toman

con un valor incorrecto. Ante ello, es imprescindible ejecutar diversos tipos de procedimientos acerca de la valorización de existencia a través de un control de inventario y este sea actualizado.

Sánchez (2015), en su tesis acerca del control de los inventarios y su aporte en los estados financieros de la empresa tuvo como conclusión, que hay un correcto control de inventario y esto trae como consecuencia que los estados financieros de esta empresa no sean razonables e impidan la toma de decisiones acertadas en el ente. Este negocio debe programar capacitaciones para el personal ya que esto ayudará a que estén informados y actualizados en diversos temas relevantes.

García (2013) in his thesis entitled “Inventory Control in Supply Chains: An Internal Model Control Approach” de la Universidad Nacional Autónoma de Barcelona- España. This thesis is based on the design of inventory management strategies in supply chains using control theory. Therefore, we begin by proposing the design of the control system for a supply chain under the safety inventory strategy (SISE). The design is based on the guidelines of the IMC scheme in which a balance is made between the mitigation of the whip effect and the tracking of the inventory. After that, the control system is designed for a supply chain working without safety inventory (that is, in any operating mode (SISE), (SIBE) or (SL)). It seems to me that you should propose a system to control the commuted inventory under the decentralized control strategy. This is a bank of controllers for each possible operation and a switching logic to select the best controller at each instant of time.

Teoría relacionada al tema

Control interno de inventarios.

Teoría del control interno de inventario.

El término inventario hoy en día se usa de manera frecuente en todas las empresas. Se sabe que este término apareció desde los egipcios, ya que ellos solían almacenar sus alimentos en grandes volúmenes para que estas sean consumidas en tiempos de escasez, es así que aparece la necesidad de llevar un control de los bienes para poder sobrevivir.

En América se daba desde 2500 A.C. con el pueblo incaico, ya que ello fueron los creadores del famoso quipu, que lo consideraban como un vestigio los inventarios ya que este se usaba en los registros, censos, contabilidad de sus cosechas, etc. (Acosta, J., Guamán, M. y García, F., 2015, p. 12).

Hacia la segunda Guerra Mundial, es cuando nace la tecnología, es decir surgen las computadoras y para los finales de los años 50 ya se usaban sistemas para la planificación de sus inventarios.

En el Perú, el surgimiento de esto se dio cuando se instalaban espacios para vender y la mercadería se ponía por montones y a su vez se guardaba en una especie de almacén en la parte trasera del establecimiento, para que así los trabajadores puedan encontrar y entregar sus pedidos a tiempo.

Definición:

Según Apaza (2015, p.58), señala que:

El control interno de inventarios es la administración eficiente de los productos y existencias de la empresa ya que estos representan un valor importante dentro de ella, además que el mayor riesgo que posee es el fraude, el robo de mercadería muchas veces por el mismo personal, daños físicos de los inventarios y el término de ciclo de vida de algún producto. Para ello, existen métodos de control de inventario, tal como el de conteo físico, computarizado, registros internos y la revisión de documentos autorizados por el personal competente.

Para Chiavenato (2014, p.63), "El control interno es el proceso que demanda de que la información, la eficiencia y eficacia de las operaciones se den de manera confiable y estas a su vez cumplan con las normas y control de todo tipo de recursos que sumen para bien a la empresa".

Este control es realizado por el área de administración del ente el cual deben se realizar con responsabilidad y a su vez proporcionar una seguridad razonable para alcanzar la finalidad que tiene la empresa.

Al efectuar el control interno se debe considerar a las personas que estarán en dicho proceso, es importante que los colaboradores participen de dicha evaluación a la empresa ya que es ahí donde observarás como se debe actuar en el trabajo, de manera más cautelosa para así lograr un eficiente control y a su vez se tenga información real para que ayude a mejorar todas las deficiencias dentro de la empresa.

Riesgo de mercadería.

Según, Fernández (2013, p.54), “el riesgo es la manifestación frente a una situación donde existe la probabilidad de sufrir algún daño o estar en peligro”.

Es esa vulnerabilidad o amenaza que suceda algún acontecimiento y las consecuencias sean perjudiciales y que alguna persona u objetos se puedan ver perjudicados por este hecho.

Asimismo, señala que, si se habla de la mercadería dentro de una empresa, se estaría hablando de dichos riesgos como riesgo de fraude, de robos, de daños físicos y de ciclo de vida.

Cabe mencionar, que toda empresa esta propensa de sufrir dichos riesgos, muchas veces porque no cuentan con el personal calificado o con un ambiente adecuado a sus necesidades.

Riesgo de fraude.

Según Tulio, (2014, p.29):

Se conoce como fraude al acto intencional ya sea de una o más personas, que pueden ser incluso trabajadores de la misma empresa, esto implica engañar para obtener algún beneficio. La gerencia tiene la responsabilidad de implantar un control adecuado para la prevención de fraudes, además de la reducción de las posibilidades que suceda un fraude.

Lo mencionado, también involucra con el comportamiento ético del personal que labora dentro de ella. Asimismo, la gerencia debe establecer un ambiente controlado e impulsar a establecer un manual de políticas y

procedimientos para Para así lograr el cumplimiento de los objetivos que se tiene proyectado en la empresa.

Riesgo de robos.

Se denomina robo cuando alguna persona se apodere de objetos o bienes de manera legítima, ya sea por medio de intimidación o violencia.

Para Anaya (2015, p.55), señala que:

Quienes cometen este acto ilícito prefieren muchas veces llevar objetos pequeños y fáciles de ocultar en su cuerpo o en alguna parte de su ropa, estas al final suman cantidades importantes de pérdidas para la empresa, es por ello que es importante detectarlo y evitarlo.

Una de las causas por la cual se reflejan las diferencias en el inventario, es porque muchas veces por el mismo hurto de los colaboradores, esto se da cuenta muchas veces cuando el sistema que tiene la empresa refleja alguna falta en la mercadería.

Es por ello que se debe tener sistemas de seguridad que eviten o de alguna manera disminuya estos robos, asimismo se aconseja que realicen el inventario de manera más continua para poder encontrar algún tipo de pérdida.

Riesgo de daños físicos.

De acuerdo con Brenes (2015, p. 69):

La mercadería o inventario representa al activo más importante de toda empresa, ya que el inventario es igual a las ganancias de una empresa, es así que una eficiente contabilidad de la mercadería reflejará impactos financieros de manera favorable para el ente económico.

El deficiente control de inventario puede repercutir de manera considerable en la empresa además de otras áreas, asimismo, desechar o tirar lo productos que se encuentren en mal estado o muchas veces caducado sin dar el trato correspondiente a esta mercadería al sistema, puede ocasionar las diferencias a la hora de realizar un inventario.

Para Polimeni (2015, p.37), “las unidades dañadas después de salir también tienen un tratamiento puesto que las unidades dañadas ya han sido transferidas como unidades en perfecto estado”.

Riesgo de ciclo de vida.

El periodo de vida de un producto alude a la evaluación de los distintos productos ofertados por un negocio o persona cuando ya están instaurados en el mercado, de igual manera es el cambio sufrido por las ventas de cierto producto definido mientras el periodo que éste se ubique en el mercado.

Para Carreño (2014, p.59):

El ciclo de vida que posee un producto no se acaba por la competencia dentro del mercado sino por la manera de producción de este mismo, ya que cada vez se va introduciendo al mercado nuevos productos innovadores el cual hacen que se deje de lado los demás productos que aún no han tenido mucha rotación y estos toman la mejor posición en las ventas

Asimismo, todos los artículos o productos tienen un ciclo de vida. Todo empieza por una fase de introducción donde se da la inserción al mercado de manera reciente y por ende las ventas no serán muy buenas porque aún no lo conocen en el mercado. La segunda fase tiene que ver al respecto con los costos elevados y beneficios mínimos, ya que muchas veces los clientes recién probarán el producto y no arriesgan pagar tanto por algo desconocido, es por ello que frente a esa situación se realiza muchas veces promociones por las redes sociales incluso con demostraciones para que los clientes tengan mayor confianza con testimonios reales y así tengan salida de dicho producto. Es ahí donde se pasa a la siguiente etapa que es la de crecimiento, donde se empieza a notar el interés de los clientes y por ende las ventas aumentan y empiezan a tener auge en el mercado y es ahí donde se necesita de mucho ingenio para mantener posicionado al producto. Luego de ello llega la madurez del producto donde las ventas ya empiezan a frenar y consolidarse en el mercado y asimismo la rentabilidad es alta. Por último, llega la fase del declive, donde las ventas comienzan a disminuir de manera considerable y el producto se dispone a salir del mercado, muchas veces se debe a que el producto ya está obsoleto o ha ingresado un mejor producto al mercado y este tiene que ser desplazado.

Métodos de control.

Para Díaz (2014, p. 29), el control de inventario se efectúa con el propósito de realizar proyecciones de ventas o presupuestos, así como para costear los inventarios, compras, producción, etc.

Además, es un instrumento relevante en la administración de la empresa, ya que accede a que las empresas o comercios sepan que mercadería tienen disponible para la venta, en un lugar y tiempo establecido, algunos de los métodos que se aplican son los siguientes como el conteo físico, el control computarizado, realización de registros internos y los documentos autorizados.

El inventario significa una inversión importante, además es el activo más importante dentro de la empresa, así que, debe verificarse detenidamente.

Los métodos que tenga la organización internamente para alcanzar los objetivos trazados cambian según la actividad que se realice dentro de la empresa, además van de la mano de acuerdo a la dificultad y volumen de las operaciones.

Conteo físico.

El conteo físico es una alternativa de realizar el control de los inventarios, ya que la empresa en una fecha establecida puede ajustar el inventario en unidades y en valores.

Para eso, la compañía debe ejecutar un inventario en físico de toda la existencia y luego ingresarlas al sistema en forma ordenada y precisa.

El conteo físico del inventario según Villacorta (2013, p.87), “accede a poseer stocks actualizados, mejorar la manera en que se organiza los productos, se puede verificar costos, entre otros aspectos”.

Todo ello permite ofrecer un mejor servicio al cliente, además que al realizar el inventario físico se pueden encontrar varios puntos débiles en los cuales está fallando la empresa, aunque tenga por prioridad determinar las cantidades físicas que hay en el almacén.

Según el Instituto Mexicano de Contadores Públicos (2017), estos son algunos aspectos que podemos determinar gracias al conteo físico del inventario: fijar correctamente el costo del producto, comprobar que los productos existan en físico, confrontar los reportes de ventas con el de producción, corroborar la eficacia y la eficiencia de producción contra compras con relación a las mermas, productos en mal estado, mal elaborados, caducados, faltantes, sobrantes, etc., además de determinar y señalar los productos que tienen menor rotación, que estén obsoletos, verificar su registro en el sistema y en la contabilidad de la

empresa, asimismo, acomodar la mercadería en los establecimientos de manera surtida y que estas a su vez estén en un lugar adecuado.

Control computarizado.

Si se tiene competidores potenciales, las empresas no pueden quedarse con dinero detenido en mercadería en su inventario ni ofrecer un adecuado servicio al cliente ya que no cuenta con abastecimiento suficiente.

Waldegg (2013, p.36) señala que:

La gestión y control de inventario es un procedimiento que tiene un importante impacto de todas las áreas de operación dentro de la empresa, asimismo, es un aspecto significativo en la administración ya que cuando no se tiene un control de los inventarios implica un costo elevado y además se requiere de una mayor inversión.

Tener un sistema de gestión de inventarios trae muchos beneficios para la empresa ya que brindará información relevante y oportuna de inmediato que ayudará a que la empresa tome mejores decisiones, tengan una mejor planificación para ser más eficientes,

Algunos de los beneficios que se puede obtener al contar con algún sistema que controle los inventarios son: mejorar la calidad de servicio a la clientela, disminuir la pérdida de ventas muchas veces por falta de mercadería, asimismo se genera mayor fidelidad de los clientes, mejorara el flujo de efectivo de la empresa, ya que al comprar con información de stock real se puede contar con una mejor rotación de inventario y así el dinero no estará “sentado” en el almacén sino se encontrara trabajando, asimismo podrá identificar que productos tienen mayor rotación y en qué meses para así planificar mejores compras del exterior, también se optimizar los espacios en los almacenes aprovechando al máximo cada metro, se tendrá una mejor control de entadas y salidas de la mercadería así como la localización de los productos.

Registros internos.

Hay diferentes áreas dentro de las empresas y cada una de ellas está encargada de diversas actividades, como por ejemplo el área de contabilidad que es de donde se realiza los diversos informes de registros de compra y venta, además del nivel de ingresos que se obtuvo al día, mensual y anual de la entidad,

asimismo se puede saber rápidamente cuantos productos tiene la empresa y así saber cuál ser el siguiente pedido a realizar o producir, asimismo se debe tener un control de las devoluciones que realizan los clientes.

Según Villanueva (2015, p.64), “los sistemas informáticos en la empresa se basan en categorías y cada una tiene distintas características. Asimismo, cada uno debe señalar sus objetivos hacia el respaldo de las actividades operativas mientras que otros apoyan a la toma de decisiones”.

Documentos autorizados.

Los documentos autorizados para amparar un costo o gasto para efecto tributario y ejercer derecho a crédito fiscal son las facturas y boletas de venta. El comprobante de pago es aquel documento que demuestra la adquisición de bienes o la prestación de servicios.

Para que puedan ser tomados en cuenta como comprobantes de pago deben ser emitidos e impresos conforme al reglamento tributario, asimismo, conforme a este reglamento, existen los siguientes comprobantes como: las facturas, boletas de venta, tickets, liquidaciones de compra, recibos por honorarios y otros documentos autorizados.

Estos documentos deben tener los nombres y apellidos o razón social, dirección del domicilio fiscal, número de RUC, serie y número correlativo del documento, autorización de impresión concedida por la SUNAT y copias a entregar al comprador.

Por otro lado, es importante mencionar a la:

NIC 2- Existencias.

Esta norma internacional tiene como finalidad disponer el tratamiento contable de los inventarios. Algo muy importante en la contabilidad de inventarios es que cantidad del costo se va a reconocer como un activo, para que este sea diferido hasta el momento que los ingresos dados sean contemplados.

Esta Norma internacional brinda un manual práctico para poder determinar el costo, asimismo para reconocer un gasto dentro del periodo, introduciendo además todo deterioro que disminuya el importe en libros al valor neto razonable.

También direcciona acerca de fórmulas del costo que se usan para aplicar costos a los inventarios.

Área de venta

Teoría del área de ventas.

En el inicio de la historia, los humanos subsistían del acopio, cacería y pesca, desconocían de las técnicas agrícolas, intercambios y trueques, pero con el pasar del tiempo entre los años 8000 a 10000 se vieron en la necesidad de aprender de la agricultura y a criar animales para no depender de la cacería.

A la misma vez, en el mundo estaban sucediendo múltiples eventos como la segunda guerra mundial, es así que muchos empresarios se ven forzosos a enviar a su personal laboral y en Europa muchas industrias fueron desapareciendo, así como su población.

Por otro lado, las fábricas estadounidenses, aun contaban con una enorme capacidad productiva instalada en su territorio. ¡Ahora necesitaban vender! Es ahí donde nace el arte de las ventas y donde los empresarios empezaron a contratar personas que tenían que promover sus productos o servicios en todo el país

Se necesita que los vendedores tengan dominio de técnicas de ventas además de la prospección, presentación adecuada de los productos, saber de negociación, realizar cierre de venta efectiva y manejo de adversidades (Mejía, 2013, p. 8).

Luego de ello surge el mercado japonés, un mercado competitivo donde lo que fabricaban y ofrecían era a precios bajos y de calidad aceptable por el mercado, y es así que ahora sus fabricaciones o productos se encuentran bien posicionados en el mercado a nivel mundial.

Definición:

Según De Salterain (2013, p. 56) define:

El área de ventas es uno de los elementos más relevantes que conforma una empresa, es ahí donde se maneja recursos humanos y materiales. En esta área intervienen elementos en las actividades de comercio y negociación tales como el diseño de las estrategias de ventas, selección de personal, capacitación de vendedores y supervisión y seguimiento.

Diseño de estrategias.

Según Mirando (2013, p.63):

Estrategia de ventas es aquella acción que se ejecuta con la finalidad de lograr los objetivos de ventas. La estrategia es mucho más que una sencilla planificación, ya que este debe implicar a todas las áreas de una empresa para conseguir una mayor efectividad en las actividades.

Esto es racional, ya que, cuanto más compacto sea el equipo de trabajo habrá mayor efectividad, además que la empresa necesita de estrategias efectivas y por lo tanto también el desempeño del colaborador dentro de ella.

En este tipo de estrategias de debe de incluir a los canales de venta, los objetivos que tiene que tener, de qué manera se conseguirá cumplir los objetivos, tipo de acciones a realizar, la frecuencia con la que se hará, ordenar el tiempo que se va a establecer, herramientas de análisis, etc.

Además, para que una venta sea exitosa se debe tener en cuenta ciertos factores claves como: optimizar los gastos, incrementar la productividad y determinar los objetivos.

Optimización de gastos.

Se optimiza gastos examinando, modificando y subsanando las acciones y planteando nuevas estrategias de venta. Para saber qué acciones se deben ejecutar para genera una mayor rentabilidad, Jara (2014, p. 55) nos señala que el Benchmarking, es una acción que se puede copia las estrategias de las mejores empresas pero nunca hará que seas el mejor, pero lo que si logrará es que estés cada vez más cerca de ellos.

Asimismo, se realiza la prueba y error que trata de probar nueva estrategias y formas de conseguir clientes ir filtrado y quedarse con los clientes potenciales que generen mayor rentabilidad a la empresa.

Asimismo, según Kearns, Director General de Xerox Corporation señala que “el benchmarking es un procedimiento ordenado y persistente para determinar los productos, servicios y proceso de trabajo de las entidades contempladas como las mejores, es decir los competidos más compactos”.

En síntesis, el benchmarking consiste en tomar como ejemplo referencia a los mejores ubicados en el mercado y adecuar sus métodos y estrategias.

Incremento de productividad.

Aun corrigiendo las acciones negativas, acoplen las mejores acciones a la empresa y realicen la optimización de sus gastos, aun con estas acciones se puede optimizar en gran manera la productividad.

Según Huillca (2013, p. 14), existen 2 formas principalmente de mejorar la productividad:

La primera manera de mejorar la productividad dentro de una empresa es mediante la tecnología, ya que el uso de la tecnología hace potenciar las actividades dentro de ella, además, que sirve tanto para la parte operativa como productiva, se sabe que el contar con tecnología ayudara a agilizar los procesos de producción, venta y demás áreas, también evita tener que contratar a más personas para la mano de obra. Otra manera, es la de hacer uso del marketing de manera interna, esta acción es relevante dentro de una empresa si se quiere incrementar la productividad de los colaboradores de la empresa, no olvidando que ellos pertenecen al activo más importante que la empresa posee.

Determinar los objetivos.

Tener los objetivos claros dentro de la empresa es vital para poder elaborar estrategia de venta, porque así ayudará a tener una guía de ejecución de acciones y animar a los trabajadores de la empresa para alcanzar las metas establecidas dentro de él y evaluar las acciones ejecutadas.

Según Louffat (2013, p.7) señala que:

Es una determinación pertinente, corresponda a subsistencia, sostenimiento, y/o desarrollo adoptada cada entidad para poder desarrollar de manera eficiente sus actividades enfrentándose a las amenazas y oportunidades que se presenten en el mercado donde actúa en base a las fortalezas y debilidades con las que posee.

Selección de personal.

Las compañías de hoy en día se encuentran en constantes cambios organizacionales y la globalización también constante de los mercados, de igual forma, sucede con las actividades a diaria que el profesional se va involucrando.

Estos avances han dado cabida para que las áreas de recursos humanos o de reclutamiento y selección de personal posean nuevos instrumentos de evaluación y tecnología que les otorgue realizar sus funciones de la manera más eficiente.

Este progreso, ha dado paso a que las áreas de reclutamiento y selección de personal posean nuevas herramientas y mayor tecnología que le permita realizar sus funciones de manera más efectivas y eficiente.

Según Ibáñez (2013, p.38):

La empresa como individuo jurídico tiene la completa libertad de disponer a quién emplear para trabajar en su organismo. Pero el contratar a la persona competente que ocupe el puesto requerido puede ser una de las determinaciones más relevantes que se tome.

El reclutamiento es un conglomerado de procedimientos que están dirigidos a descubrir, contactar y captar candidatos potencialmente calificados y que sean capaces de realizar su mayor esfuerzo por ocupar un lugar en la empresa.

El mercado laboral influye de gran manera en el proceso de selección de personal, ya que a diario se busca cubrir puestos dentro de una organización y por ello recurren al reclutamiento de personal, seguidamente se da la elección de colaboradores y finalmente se contrata a la mejor persona que cuente con las capacidades y aptitudes para cubrir el puesto de trabajo solicitado.

Análisis y detección de necesidades.

Según Aldorain (2017, p. 26):

La selección de personal forma parte de una demanda laboral. Un proceso de selección se inicia cuando se necesita cubrir un puesto de trabajo, ante ellos es relevante saber que necesidades tiene la empresa, asimismo saber qué requisitos serán necesarios para elegir a la persona como nueva colaboradora. En función a ello es como debe la empresa iniciar la búsqueda de los candidatos.

Se debe dar información globalizada acerca del puesto a cubrir en la organización, es decir se debe detallar minuciosamente las funciones, requisitos, competencias, aptitudes, etc. Todo ello facilitara a la hora de realizar la selección del nuevo personal y definir de manera segura quien ser finalmente quien ocupe el puesto de trabajo.

Asimismo, se puede señalar el tipo de contrato que se dará ya sea fijo o eventual, también se considerará la experiencia previa y otros aspectos que facilitarán la selección del candidato.

En cuanto a las funciones, se trata de expresar las funciones que realizará el nuevo personal, asimismo, se le debe dar a conocer cuáles son los objetivos en la empresa que se pretende alcanzar, además mencionar los aspectos relevantes dentro de la empresa, como la puntualidad, responsabilidad en el trabajo, clima laboral, cultura organizativa, políticas de la empresa, los clientes y proveedores que tienen y más información que debe saber al encontrarse en ese puesto de trabajo.

Además, otro aspecto importante a considerar en la selección de personal es el perfil de competencia que tiene el reclutado, es decir, es necesario tener conocimiento de las capacidades, habilidades, comportamiento y demás información que se solicite a la persona que desea ocupar el puesto de trabajo y esto tiene que ser comprado con las que posee el candidato y sacar un cálculo de cuanto es lo que el candidato posee frente a nuestras necesidades.

Todo esto es referencial, porque el candidato puede tener algunas capacidades y otras no pero en el transcurso de sus labores pueden ir descubriendo e incorporándolo en sus labores.

Reclutamiento.

Según Ibáñez (2013, p.48):

El reclutamiento de individuos en la empresa reside en captar y explorar candidatos altamente calificados a ocupar el puesto para el cual se le está convocando. El proceso de reclutamiento debe atraer una cantidad suficiente de candidatos, a quienes se les aplicara el proceso de selección.

Hoy en día existen agencias de empleo, páginas de trabajo, anuncios publicitarios que muchas de las empresas acuden a ella para subcontratar y realizar el primer filtro de los candidatos que es el reclutamiento.

Cada empresa realiza su anuncio con todos los requisitos o necesidades que ellos tienen, en el caso de las agencias de empleo las personas que necesitan de un trabajo dejan su curriculum vitae y cuando un empresa solicita a esa agencia un personal pues ellos mismos evalúan cuál de todas las personas

que se acercaron a su agencia cumple con los requisitos que la empresa le está solicitando, por otro lado están las páginas, que es donde uno mismo sube toda su información personal, de experiencia, estudios y de contacto y con tan solo un clic el curriculum vitae se está enviando a la empresa que está solicitando y son ellos mismos los que te llaman, es por ello que tanto la agencia como las páginas solo ayudan al primer filtro, lo que viene después ya depende del candidato.

Contratación.

Según la Ley General del Trabajo, la contratación es el pacto voluntario que se da entre el trabajador y el empleador en capacidad del cual el colaborador es quien ofrece su servicio a los empleados a cambio de una retribución económica.

La planificación de bienvenida es el primer momento que se tiene contacto entre el nuevo empleado y el empleador, asimismo deben orientarlo al cumplimiento eficiente de las metas determinadas por la entidad.

En el momento de realizar el contrato es importante dar a conocer un calendario al colaborador donde indique las fechas de inicio, periodo de prueba, fin de contrato, entre otras, asimismo en el escrito físico del contrato debe señalarse los beneficios del trabajador tales como el seguro médico, aporte de pensión, tarjetas de alimentación, etc.

Todo ello debe ser redactado de acuerdo a los puntos contractuales al que se ha acordado, además aclarar los términos como el monto pagar si será semanal, quincenal o mensual, las vacaciones que se tendrá, el horario de trabajo, dar a conocer las costumbres internas de la empresa, presentar la misión, visión, valores y procedimientos que posee la empresa para que así tenga un mejor desempeño dentro de ella. Esto se puede dar a conocer mediante videos donde se resuma, folletos de la cooperación, revistas internas, manual de organización y funciones, manual de políticas y procedimiento, dar a conocer a su jefe inmediato a sus compañeros que estarán apoyándolo en el día a día

Capacitación.

Según Ibáñez (2013, p.40), “se necesita de capacitación persistente a los colaboradores por los constantes y rápidos cambios tecnológicos, además, de

optimizar la calidad del servicio y producto a ofrecer e incrementar la productividad en la empresa y siga siendo competitiva”.

La capacitación se realiza ante alguna necesidad que tiene la empresa, por decir, una persona puede tener muchas capacidades para ejecutar sus actividades, pero ahí la diferencia con lo que tiene que saber realmente.

Estas pequeñas diferencias son descubiertas en el momento de la selección de personal, puede cubrir el perfil del puesto, pero tiene algunas acciones aun que aprender y es por ello que se le brinda la capacitación oportuna para reforzar.

Hoy en día ya no se cuenta con colaboradores de permanencia fija sino variable porque cuando se le asignan actividades no se sienten capaces de realizarlo, pero sería muy distinto si se recibe una capacitación pues es ahí donde el colaborador tendrá mayor confianza en hacer lo encomendado.

Impacto administrativo.

Según Bohlander (2013, p. 148) los impactos a nivel administrativo que se da son los siguientes:

La planeación ya que el calendario de capacitación permite a la organización a realizar planes a posterioridad acerca de cada puesto de trabajo y área del ente que necesiten para lograr con el cumplimiento de su visión. Otro impacto que se da es la organización, ya que la capacitación posibilita una estructura más ordenada y definida para escoger con facilidad a las personas con quien se contara en los proyectos, porque ya conoceremos sus habilidades, actitudes y comportamiento. Asimismo, impacta en la dirección, ya que al recibir las capacitaciones respectivas ellos mejorarán su rendimiento dentro de la empresa los jefes tendrán un panorama más claro de cómo dirigir al grupo o a cada persona. Por último, el control, al conocer las capacidades dentro de la organización los procesos serán más factibles para controlar

Impacto organizacional.

Según Bohlander (2013, p. 150) los impactos organizacionales son:

El clima y cultura organizacional, la capacitación del personal ayuda a que el clima laboral sea mejor y que los nuevos colaboradores se sientan considerados al recibir esa preocupación de desarrollo y mejora por parte de la empresa. También apoya en el planteamiento de empleos, en solicitar para un lugar de trabajo algún

requisito específico y así al ingresar a la empresa la persona pueda ser capacitada en dicho requerimiento. El reclutamiento y selección, la capacitación facilita la selección del nuevo personal permitiendo así evaluar a candidatos que tenga lo imprescindible para la vacante de trabajo. Asimismo, permite reconocer a las personas más preparadas para asumir el trabajo a través de la evaluación de desempeño. Además, posibilita identificar las carreras que tiene como profesional y saber en qué área se pueden desempeñar de la mejor manera, así también se podrá identificar que personas se encuentran más aptas y poder establecer una escala de remuneración según su evolución en la empresa.

Impacto en las áreas.

Según Bohlander (2013, p. 152) los impactos en las diversas áreas son:

En la producción permite que los colaboradores que trabajan en dicha área sean más eficientes gracias a las capacitaciones constantes. En el marketing, ya que es importante complementar los conocimientos básicos con las capacitaciones por profesionales en el rubro. En las finanzas, porque las capacitaciones son necesarias para estar al pendiente de alguna modificación en la normatividad del país donde se ubica la empresa porque el cambio se da cada año. En la tecnología, porque los cambios de hoy en día son muy rápidos y efímeros, si el personal no está capacitado no podrá adaptarse a los cambios organizacionales y sobre todo tecnológicos y esto representará un retraso en el trabajo.

La capacitación fomenta el desarrollo de las personas dentro de la empresa y por consecuente posibilita que la empresa se encuentre cada vez más preparada para lograr con el cumplimiento de su visión empresarial, sostener mejor rentabilidad y ser competitiva dentro del mercado.

Supervisión y seguimiento.

La supervisión es una ocupación de experiencia y capacidades que tiene como finalidad principal usar de manera racional los instrumentos y factores que hacen que sea posible la ejecución de los trabajos encomendados como la mano de obra, materia prima, maquinaria y equipo, efectivo entre otros factores que intervengan ya sea de manera directa o indirecta en la obtención de productos, bienes o servicios destinados a la satisfacción de necesidades de los consumidores que cada día son más exigentes y que mediante el desempeño de los supervisores y una buena gestión por parte de ellos se colabore con el éxito de la organización.

Actualmente, se necesita en las empresas personas con raciocinio, que tengan la capacidad de realizar sus actividades con alto nivel de productividad en un entorno y ambiente motivador hacia los trabajadores.

El supervisar a un quipo requiere de planificación, organización, dirección, ejecución y de realiza la retroalimentación correspondiente de manera constante en la empresa, además se necesita que dicha persona designada como supervisor tenga mucha continuidad, dedicación, perseverancia en su labor dentro de la entidad.

Propósito.

La supervisión es muy relevante del dentro de la empresa y para el proceso administrativo ya que ayuda a dirigir los proyectos del ente por la ruta más pertinente hacia los objetivos establecidos.

El propósito de la supervisión es proporcionar información que sirva para que la empresa analice cual es la situación en la que se encuentra actualmente, de los avances que se está dando en los días, para la determinación de que si los recursos empleados están siendo aprovechado de la mejor manera y correctamente, para reconocer los problemas que están suscitando y asimismo darle soluciones, de asegurar todas las actividades que se llevan de la manera más adecuada por los colaboradores y en el tiempo establecido, además, usar las lecciones y experiencias obtenidas en el transcurso y así poder establecer si la manera en que se planifico el programa ha sido la adecuada para encontrar solución a los problemas.

Funciones del supervisor.

Las funciones de un supervisor son muy importantes dentro de una empresa, además, estas personas deben dominar el rubro del que se trate su trabajo, ya que sus actividades van desde asociar áreas dentro de una empresa hasta coordinar y organizar las labores de los trabajadores.

Los supervisores deben de conocer de qué trata su trabajo, realizar planificación de sus actividades y sobre todo tener capacidad de liderazgo

Los roles de los supervisores pueden ser variados como, el de ser asesor, líder de grupo e incluso como un representante de cambio dentro de la entidad.

Los clientes, los trabajadores, la gerencia y demás personas son aquellos grupos que se vinculan de manera directa con los supervisores en un ambiente laboral.

Dentro de las funciones del supervisor están las de planificar los trabajos diarios realizados por parte del personal, asimismo el de organizar, para ver la estructura de la entidad en función a los recursos usados para el cumplimiento de objetivos, por otro lado está la función de dirigir a todo un equipo en conjunto con una adecuada comunicación, además el supervisor debe enriquecer el talento y conocimiento de su personal mediante capacitaciones y controlar que ello se esté poniendo en práctica y ejecutar los objetivos planificados ya sea a corto o largo plazo.

Características del supervisor.

Las características con la que debe de contar el supervisor son las siguientes:

Tener conocimiento del trabajo en el que se va a desenvolver, esto significa que debe de tener buen manejo de la tecnología, de las características de los productos o materiales, conocer la calidad de los productos que se venden, los costos incurridos, procesos establecidos, etc. Así como tener conocimiento de la responsabilidad dentro del ente, esto es muy relevante y significa que el supervisor debe tener en claro las políticas, procedimientos, reglamentos internos de la empresa, que grado de autoridad tiene, con quienes debe relacionarse en las distintas áreas, las normas de seguridad, calidad, etc. Además, la habilidad para instruir, es decir el supervisor necesita instruir a su personal para poder alcanzar a obtener resultados óptimos. La información que brinda a los colaboradores debe darse de manera clara y precisa sin que haya duda alguna. También debe tener habilidad para mejorar los Métodos, es decir, el supervisor debe emplear de la mejor manera posible los recursos con lo que se cuenta en la empresa tales como recursos materiales, recursos humanos y todo lo que el ente facilite para el mejor desempeño de los empleados. Otra característica es la de la habilidad para dirigirse al personal, el supervisor debe saber liderar al personal a cargo, dirigir confianza y convicción suficiente para tener credibilidad y apoyo de sus trabajadores.

Marco conceptual

Almacenes: Es un lugar que posee capacidad para salvaguardar, resguardar y expedir todo tipo de mercadería como objetos u artículos que signifiquen el tesoro de una empresa. (Morales, 2014, p.29)

Control: Es un proceso determinativo que se lleva a cabo para la valorización del trabajo que se realiza dentro de la empresa con la colaboración de todas las áreas, pero específicamente de almacén porque son ellos quienes llevan el control de los inventario. (Olivare, 2014, p. 7)

Control interno: Es el proceso que demanda de que la eficiencia y eficacia en las operaciones, así como la información sea confiable y se dé en conjunto a la determinación de las normas, control de todo tipo de recursos que sumen para bien a la empresa. (Chiavenato, 2013, p. 34)

Contrato: Es un pacto entre el empleador y el colaborador, el trabajador es el que presta su servicio y está al mando de un jefe a cambio de una remuneración económica. Un contrato de trabajo constituye los derechos laborales que automáticamente se convierten en obligaciones para la organización. (Camones, 2013, p. 47)

Control presupuestario: Es el control que se realiza a las áreas para realizar los pronósticos de los gastos financieros y corroborar si se presenta algún desvío en los gastos de la empresa. (Ventura, 2014, p. 94)

Costo: Es el desembolso de dinero que se puede utilizar para la producción de un producto o servicio. Todo costo tiene una retribución, es decir se obtendrá una ganancia. Al calcular el costo de producción del producto o servicios pues la empresa podrá establecer el precio de venta que va a otorgar al público. (Pérez, 2013, p. 54).

Clima laboral: Es el ambiente donde se desarrolla las actividades diarias de los colaboradores, influye directamente en cuan satisfechos se encuentra los trabajadores y por ende en la productividad de la empresa. (Rivas, 2014, p.89)

Cliente: Es un individuo físico o jurídico que adquiere un bien o recibe un servicio a cambio de un dinero o algún tipo de retribución. (Bada, 2014, p 37)

Competitividad: Es el talento que tiene una empresa para fomentar ventajas competitivas frente a los demás negocios y obtener una posición en el mercado de manera destacada. (Soto, 2015, p. 102)

Desmedro: Es la pérdida o deterioro de manera cualitativa como las propiedades físicas, calidad y además irrecuperable e inutilizables para los fines que había sido destinado inicialmente. (Valencia, 2014, p. 54)

Desvalorización de Existencias: Es la pérdida de valor de aquellas existencias que han sido destinadas para la venta o indirectamente para el área de producción, se vuelvan obsoletos, tengan un menor precio en el mercado o tengan daños físicos y pérdida en la calidad del producto. (Andía, 2013, p. 102)

Diversificación: es el proceso donde un ente económico empieza a introducirse en nuevos mercados y también nuevos productos. (Huarcaya, 2015, p. 75)

Gasto: Son las erogaciones de dinero sin cambio alguno de retribución económica. (NIC - Normas Internacionales, 2018)

Inventario: Es la existencia de bienes que están almacenados con el fin de realizar alguna operación de venta, compra, uso o transformación para su posterior comercialización. Es el activo más importante dentro de la empresa y contablemente aparece como activo circulante o corriente. (Villanueva, 2016, p. 13)

Mercadería: Son aquellos bienes que pueden ser destinados para vender, fabricar para uso industrial o comprar cuando es una empresa comercial. (Ticona, 2016, p.54)

Merma: Es la pérdida de algunas características físicas del producto como su peso, volumen, longitud, etc. La merma se da de manera natural con el tiempo o causas inherentes al proceso productivo. (Alvarez, 2016, p. 31)

Organización: Es el correcto orden de los recursos que posee la empresa y el cumplimiento de las funciones asignadas para alcanzar los objetivos establecidos por la empresa. Es establecer una estructura sistematizada con los recursos que se cuenta. (Quispe, 2017, p. 34)

Orden de compra: Es un documento interno denominado orden de compras. El área que emite el documento detalla en él las características de los productos que necesitan y cuando tienen que estar disponibles. (Escudero, p.54)

Proveedor: Es quien abastece de materiales y/o servicios a la empresa, los cuales son necesarios para su desarrollo y funcionamiento adecuado. (López, 2013, p.69)

Productividad: Es la efectividad con la cual se logra alcanzar los objetivos y de desarrollar las acciones con calidad y con menor esfuerzo. Esto permite que las personas muestren su potencial en la empresa y obtener mejores retribuciones (Hidalgo, 2014, p. 89).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

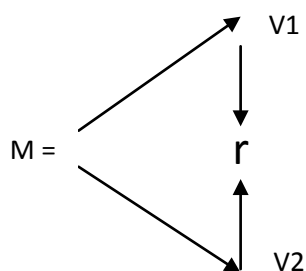
3.1.1. Tipo.

El tipo de la investigación fue básica y tuvo como objetivo la adquisición y selección de información. Según la revista Ciencia Hoy (como se citó en Valderrama, 2013, p.39), la investigación básica es aquella que se desarrolla en el inicio de la investigación para comprender los cimientos de los fenómenos.

3.1.2. Diseño.

En la investigación el diseño fue no experimental de corte transaccional. Para Valderrama, la investigación no experimental es aquella investigación que no requiere de la manipulación de las variables porque ya están establecidas en su contexto natural. Se basa principalmente en la observación de los fenómenos tal y como se están dando y así analizarlo posteriormente (2013, p. 67).

El gráfico de este diseño es el siguiente:



Dónde, $M \rightarrow$ Representa a los 30 trabajadores del almacén y el área de ventas de una empresa importadora de cosméticos en el Cercado de Lima. Asimismo, $V1$, representa la variable Control interno de inventario, así como, $V2$, representa la variable Área de ventas y la r , representa la relación que existe entre las dos variables.

3.1.3. Nivel.

Se empleó el nivel descriptivo correlacional, debido a que se basó solo el nivel de relación de las variables: control interno de inventarios y área de ventas. Para Hernández (como se citó en Valderrama, 2013, p.169) describe que este tipo de nivel de estudio tiene como propósito escribir las situaciones o eventos de ciertos fenómenos y buscan cierta relación existente en un contexto en específico.

3.1.4. Enfoque.

Esta investigación fue de dirección cuantitativa. Este enfoque es conocido por hacer uso de la recolección de datos, así como el análisis de estos para responder a la formulación del problema y hacer uso de métodos y técnicas de estadística como el programa SPSS para medir las variables. Fernández y Batista (2014, p.4), señalan que, el enfoque cuantitativo se da de manera secuencial y probatoria porque cada etapa antecede a la siguiente etapa por lo que no se puede saltar algún paso.

3.1.5. Método.

El método fue hipotético deductivo porque, se consideró el grado de dificultad y se estableció hipótesis para que estén sean cotejadas con la práctica. Los datos obtenidos inferirán el grado de relación entre una y otra variable. Según Bernal et al. (2014, p. 39) señalan que el método hipotético deductivo radica en un recurso que empieza de la observación hasta llegar a un conjunto de aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o confirmar aquellas hipótesis planteadas, infiriendo de ellas conclusiones que deben comprobarse con los hechos.

3.2. Variables y Operacionalización

3.2.1. Variable.

Las variables son aquellos factores que pueden medir, controlar y estudiar durante un estudio o una investigación. Es por ello que es fundamental que al empezar una investigación se conozca las variables a medir y la manera en que se hará, ello quiere decir que las variables deber ser susceptibles de medición (Universidad Andrés Bello, s.f., pár. 1)

V1: Control interno de inventario

V2: Área de venta

3.2.2. Operacionalización.

Es el proceso en donde la variable se separa desde lo general a lo determinado y que estas a su vez deben ser observables y medibles ya sea en indicadores o ítems.

Para Valderrama (2013), señala que, la operacionalización de las variables consiste en descomponer las variables que está constituido en el problema de la

investigación, empezando de lo general a lo particular, es decir se precisa las dimensiones e indicadores; estas operan mediante la definición conceptual. (p. 160).

Variable: Control interno de inventario.

Definición conceptual.

Según Apaza (2015. p. 58), señala que, el control interno de inventarios es la administración eficiente de los productos y existencias de la empresa ya que estos representan un valor importante dentro de ella, además que el mayor riesgo que posee es el fraude, el robo de mercadería muchas veces por el mismo personal, daños físicos de los inventarios y el término de ciclo de vida de algún producto. Para ello, existen métodos de control de inventario, tal como el de conteo físico, control computarizado, registros internos y la revisión de documentos autorizados por el personal competente.

Definición operacional.

La variable control interno es de tipo cualitativa, que se dimensiona en. Riesgo de mercadería y métodos de control cada una con sus propios indicadores, completando así los ítems por medio de un cuestionario con escala de Likert de medición ordinal (24).

Variable: Área de ventas.

Según De Salterain (2013, p.56), señala que, el área de ventas es uno de los elementos más relevantes que conforma una empresa, es ahí donde se maneja recursos humanos y materiales. En esta área intervienen elementos en las actividades de comercio y negociación en el nombre de un producto o marca tales como el diseño de las estrategias de ventas, selección de personal, capacitación de vendedores y supervisión y seguimiento.

Definición conceptual.

La variable área de venta es de tipo cualitativa, que se dimensiona en: diseño de estrategias, selección de personal, capacitación, supervisión y seguimiento, cada una con sus propios indicadores, completando así los ítems por medio de un cuestionario con escala de Likert de medición ordinal (24).

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población.

En la presente investigación la población está constituida por todos trabajadores de una importadora de cosméticos, se estudió a 30 personas que laboran. Según Valderrama (2013, p.182), manifiestan al respecto que es aquel conjunto total de personas o cosas que poseen cualidades o particularidades comunes, dispuestos a ser observados en un lugar y momento determinado.

3.3.2. Muestra.

La muestra del presente trabajo de investigación fue una muestra censal ya que se utilizó los mismos elementos de la población. Asimismo, Hayes (2015), señala que la muestra censal es cuando la muestra es la totalidad de la población.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la investigación se elaboro dos encuestas, estas han posibilitado la recolección de datos de las variables en estudio. Las técnicas, son los recursos empleados para la recolección de información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas. etc (Hernández, 2014, p. 194).

El instrumento es un elemento que se usa para reunir y anotar lo que se observa. Para esta investigación se aplicó el cuestionario para recibir información de forma confiable y veraz. Se aplica según la escala de Likert de frecuencia con 5 niveles de respuesta: nunca, muy pocas veces, algunas veces casi siempre y siempre.

Según Salkind (como se citó en Valderrama, 2013, p.195) señala que el cuestionario es aquella miscelánea de preguntas organizadas y ordenadas que se contestan de manera manual o electrónica, los cuestionarios ahorran tiempo porque facilitan a las personas a llenarlo sin ayuda ni intervención directa por parte del investigador.

3.4.1. Análisis estadístico.

La investigación se conformó de dos cuestionarios, los cuales se admitieron para recolectar datos cuantitativos de las variables. El primero nos permitió determinar la adecuada ejecución de un control interno de inventario y el segundo consultar sobre la relación del área de ventas de las importadoras dedicadas a la venta de cosméticos en el Cercado de Lima.

3.4.2. Validez.

Para la validación del instrumento se recurrió primero al juicio de expertos luego se utilizó el coeficiente de V de Aiken como sustento para la presente investigación.

La presente investigación tuvo como resultado en el V de aiken = 93%, ello quiere decir que el cálculo y la evaluación de resultados garantizan la objetividad del procedimiento de la presente investigación.

Validez de contenido:

Se basa en que tan apropiado es el muestreo que hace una prueba del universo en relación a lo que se pretende medir, los miembros que pertenecen a ese universo se denominan ítems. Según Bisquerra (como se citó en Valderrama 2013, p.206), señala que esta validez precisa el grado en que los ítems tienen relación con los elementos de dichos indicadores.

La validación del constructo:

Según (Molina, 2014, p. 209) se refiere al grado en que una medición se relaciona con otras, de acuerdo con hipótesis derivadas y que concierne a los constructos que están siendo medidos. Un constructo es un variable medida y que tiene lugar dentro de esquema teórico.

Validez de expertos:

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 204), describe al grado en que un instrumento de medición mide la variable a tratar, de acuerdo con personas competentes en el tema.

3.4.3. Confiabilidad.

Según, Hernández (2014), el coeficiente del Alfa de Cronbach necesita de una sola gestión del instrumento de medición y este a su vez produce valores que van desde 0 hasta 1. Para el primer cuestionario de la variable control interno de inventario, el Alfa de Cronbach obtenido fue de 0.879; para el segundo cuestionario de la variable el área de ventas, resultó ser un 0.853, reflejando una alta confiabilidad del instrumento. Son dos cuestionarios, cada una tiene 24 ítems.

3.5. Procedimientos

La empresa importadora que se encuentra en estudio se encuentra ubicado en el distrito del Cercado de Lima, cuenta con una gerencia de por medio y es por ello que se solicitó permiso para aplicar una encuesta a sus 30 colaboradores, ya

que su empresa se encuentra en estudio y la opinión de ellos será vital para los resultados de la presente investigación.

3.6. Método de análisis de datos

Se usó el programa SPSS para analizar los datos que se recolectaron en base a las encuestas y estas fueron usadas para el debido procedimiento de análisis y presentación de datos estadístico correspondientes.

3.6.1. Estadística descriptiva.

Según Valderrama (2013, p. 233) señala que, se debe elaborar una base con los datos de las variables en estudio con el propósito de acelerar el análisis de la información recolectada y esta pueda ser interpretada. En esta investigación se usó el cálculo de frecuencias descriptivas de acuerdo a los datos obtenidos por el instrumento de recolección de datos.

3.6.2. Estadística de prueba o inferencial.

3.6.2.1. Prueba de normalidad.

Se utilizó la prueba de Shapiro-Wilk así establecer el análisis conveniente y utilizar la prueba correspondiente, por contar con una muestra menos de cincuenta.

3.6.2.2. Prueba de hipótesis.

De los procedimientos establecidos se usó la prueba de correlación no paramétrica de Rho de Spearman dado que los datos difieren de la distribución normal.

3.7. Aspectos éticos

Durante el desarrollo del estudio las fuentes fueron citadas de acuerdo al cumplimiento de ética profesional evitando el plagio, y tomando la confidencialidad de la información recaudada de la empresa y colaboradores de la empresa que participaron en la investigación, así como la objetividad de las fuentes bibliográficas, y por último la veracidad de la información mostrada es verdadera, cuidando la confidencialidad de esta.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

4.1.1. Tablas de frecuencia con datos descriptivos.

Tabla 1

Descripción de Control Interno de inventario

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Medio	8	26,7
	Alto	22	73,3
	Total	30	100,0

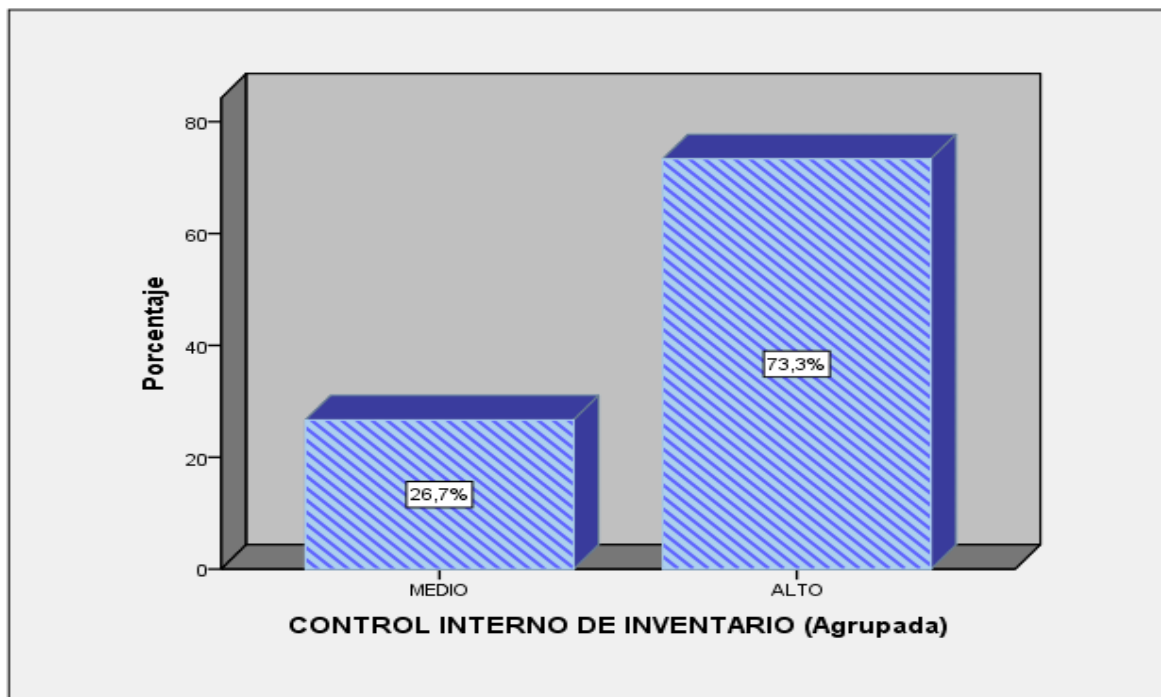


Figura 1 Descripción de Control Interno de inventario

Según la tabla y figura 1, 8 personas encuestadas en una importadora de cosméticos opinan que tienen un control interno de inventario medio y 22 opinan que efectivamente se presenta un control interno de inventario alto.

Tabla 2

Descripción de la dimensión riesgo de mercadería

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Medio	8	26,7
	Alto	22	73,3
	Total	30	100,0

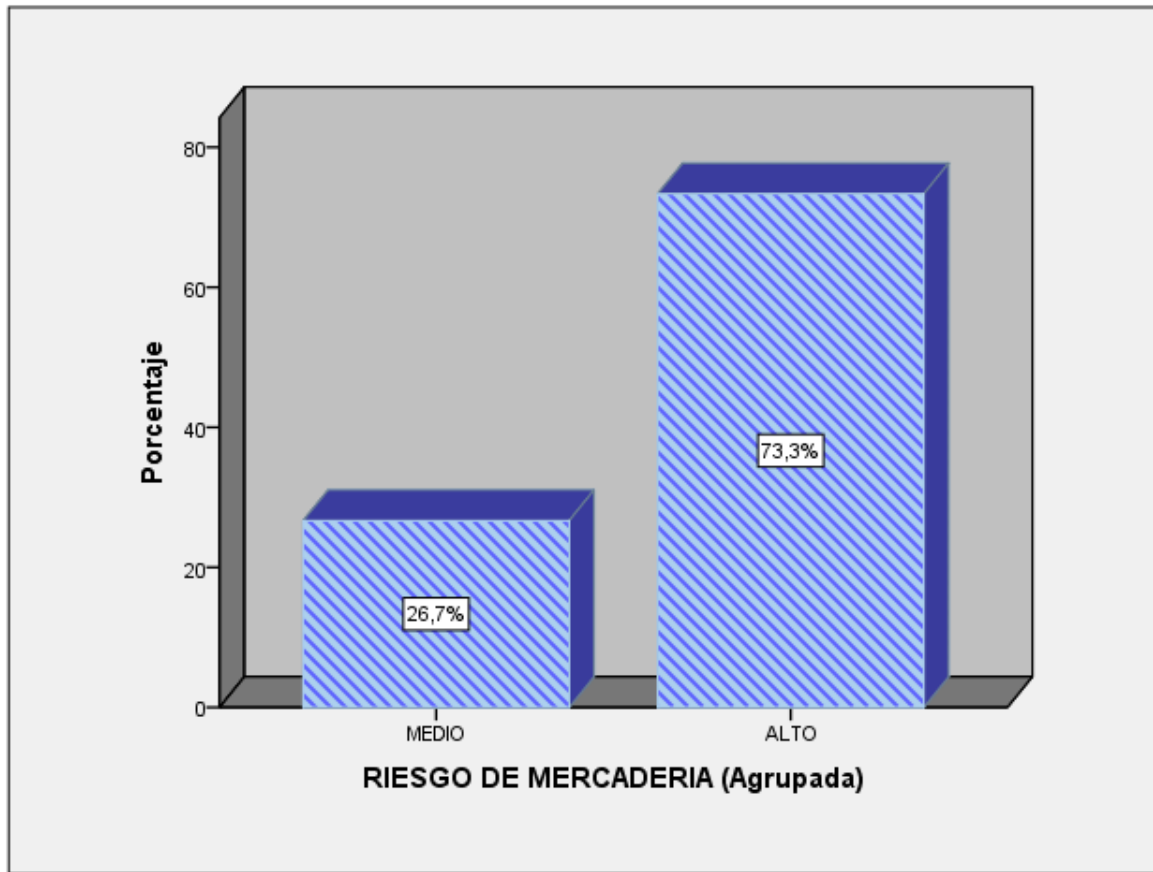


Figura 2 Descripción de la dimensión riesgo de mercadería

Según la tabla y figura 2, 8 de las personas encuestadas en una importadora de cosméticos opinan que existen riesgos de mercadería medio y 22 opinan que efectivamente se presentan riesgos de mercadería alto por diversas herramientas que la empresa aún no cuenta para evitar ser víctimas de ello.

Tabla 3

Descripción de la dimensión métodos de control

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Medio	6	20,0
	Alto	24	80,0
	Total	30	100,0

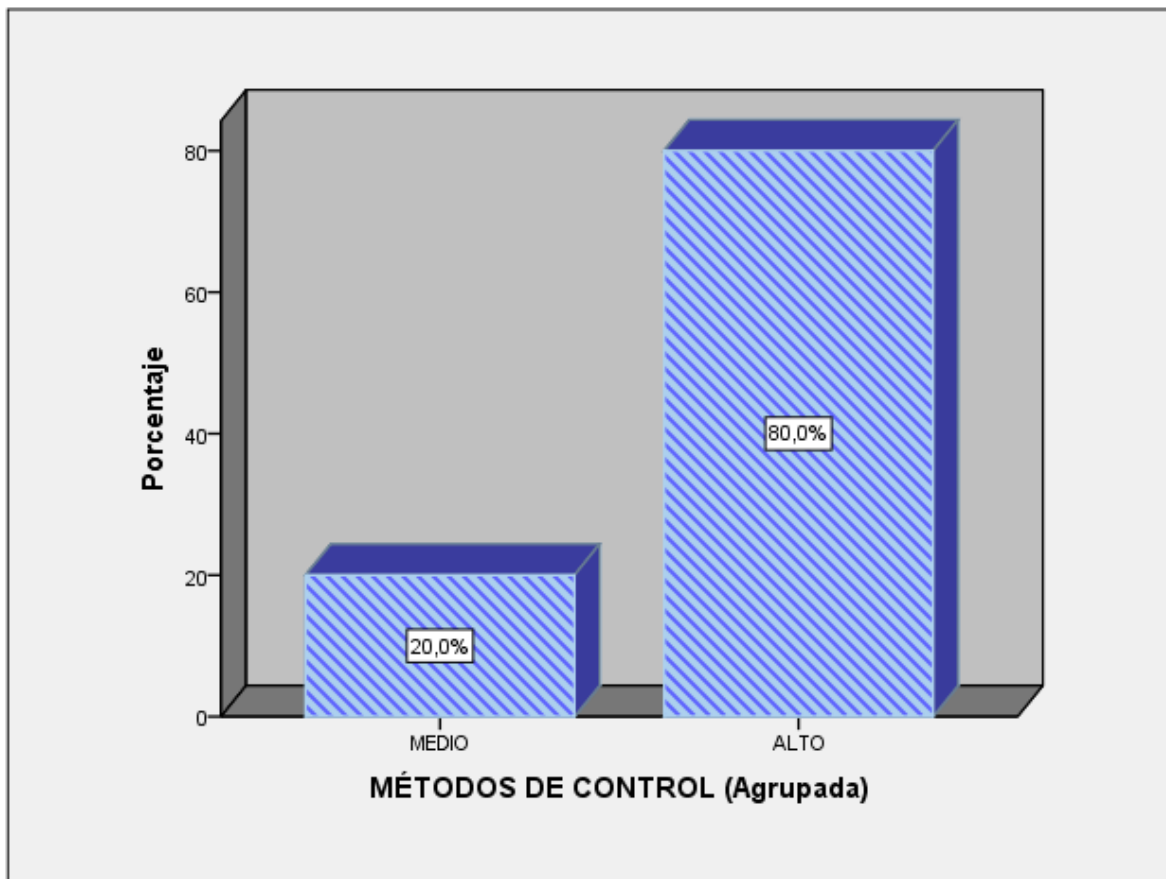


Figura 3 Descripción de la dimensión métodos de control

Según la tabla y figura 3, 6 de las personas encuestadas en una importadora de cosméticos opinan que existen métodos de control medio y 24 opinan que efectivamente se presentan métodos de control alto, ya que la empresa se está preocupando en ese aspecto.

Tabla 4

Descripción de Área de ventas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Inadecuado	4	13,3
	Adecuado	26	86,7
	Total	30	100,0

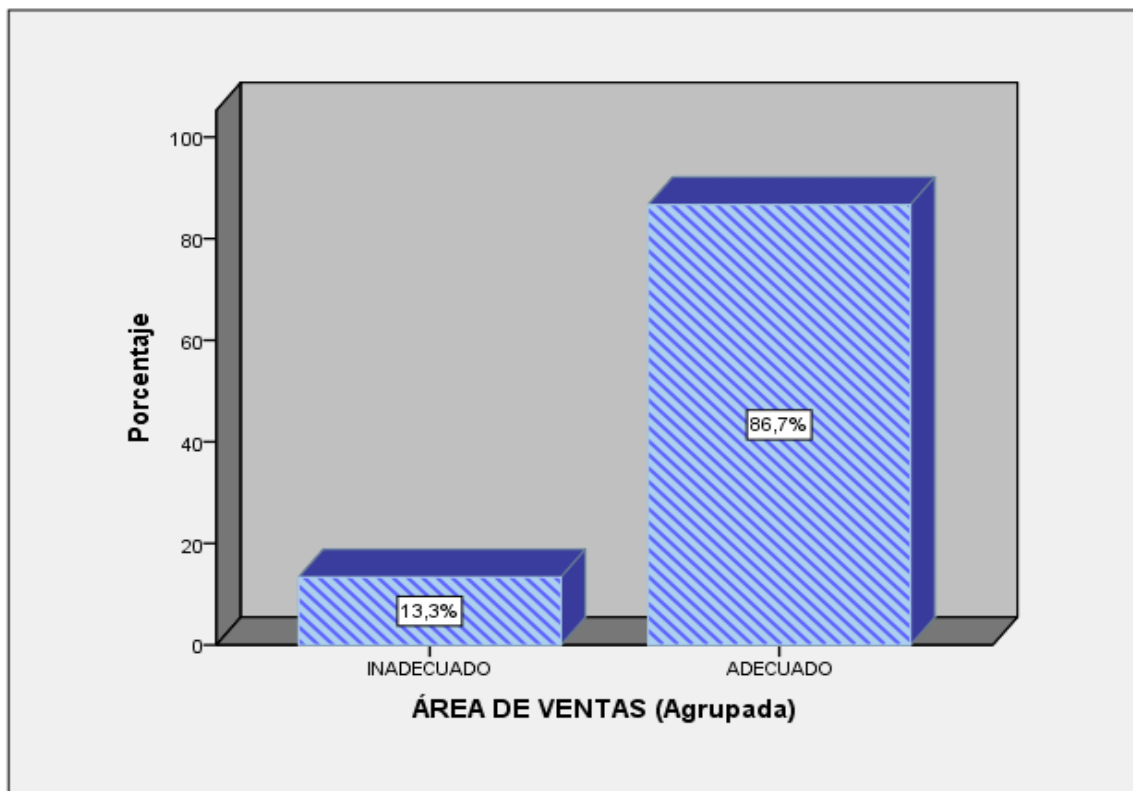


Figura 4 Descripción de Área de ventas

Según la tabla y figura 4, 4 de las personas encuestadas en una importadora de cosméticos opinan el área de ventas se lleva de manera inadecuada y el 26 opinan que efectivamente el área de ventas se lleva de manera adecuada.

Tabla 5

Descripción de la dimensión diseño de estrategias

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Inadecuado	3	10,0
	Adecuado	27	90,0
	Total	30	100,0

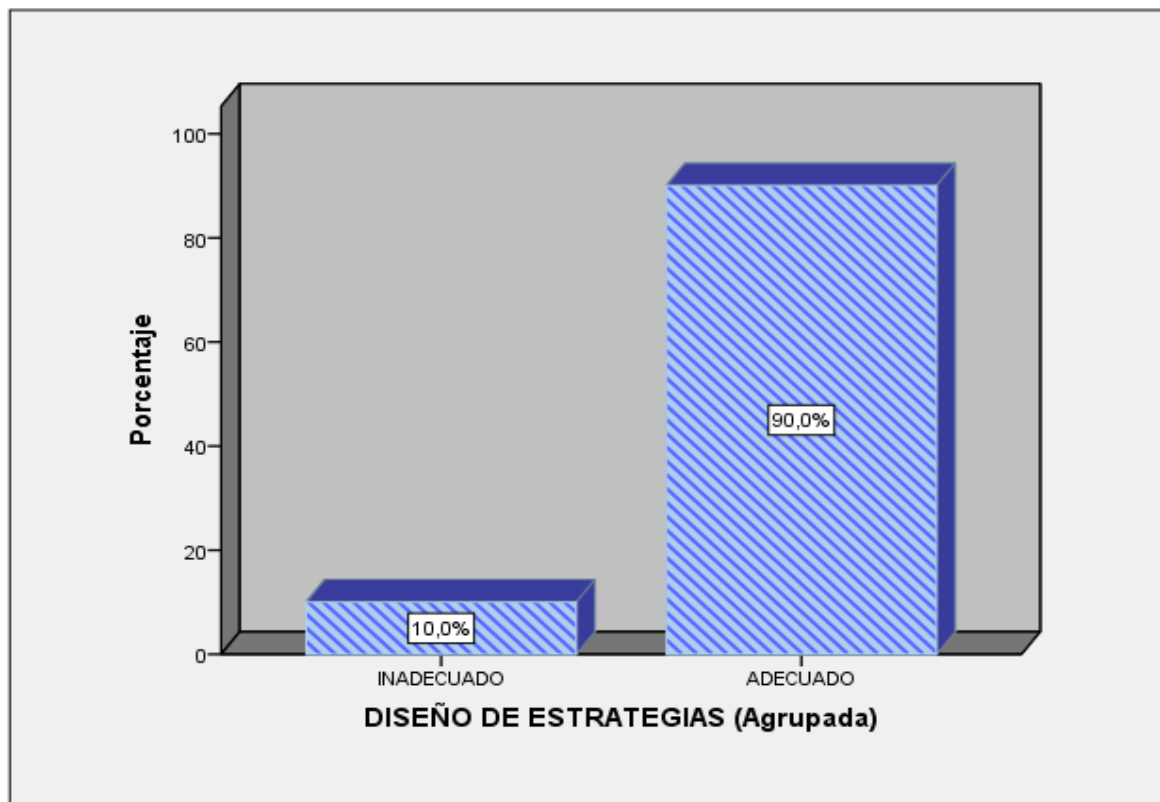


Figura 5 Descripción de la dimensión diseño de estrategias

Según la tabla y figura 5, 3 de las personas encuestadas en una importadora de cosméticos opinan el diseño de estrategias se da de manera inadecuada y 27 opinan que efectivamente el diseño de estrategias se da de manera adecuada.

Tabla 6

Descripción de la dimensión selección de personal

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Inadecuado	6	20,0
	Adecuado	24	80,0
	Total	30	100,0

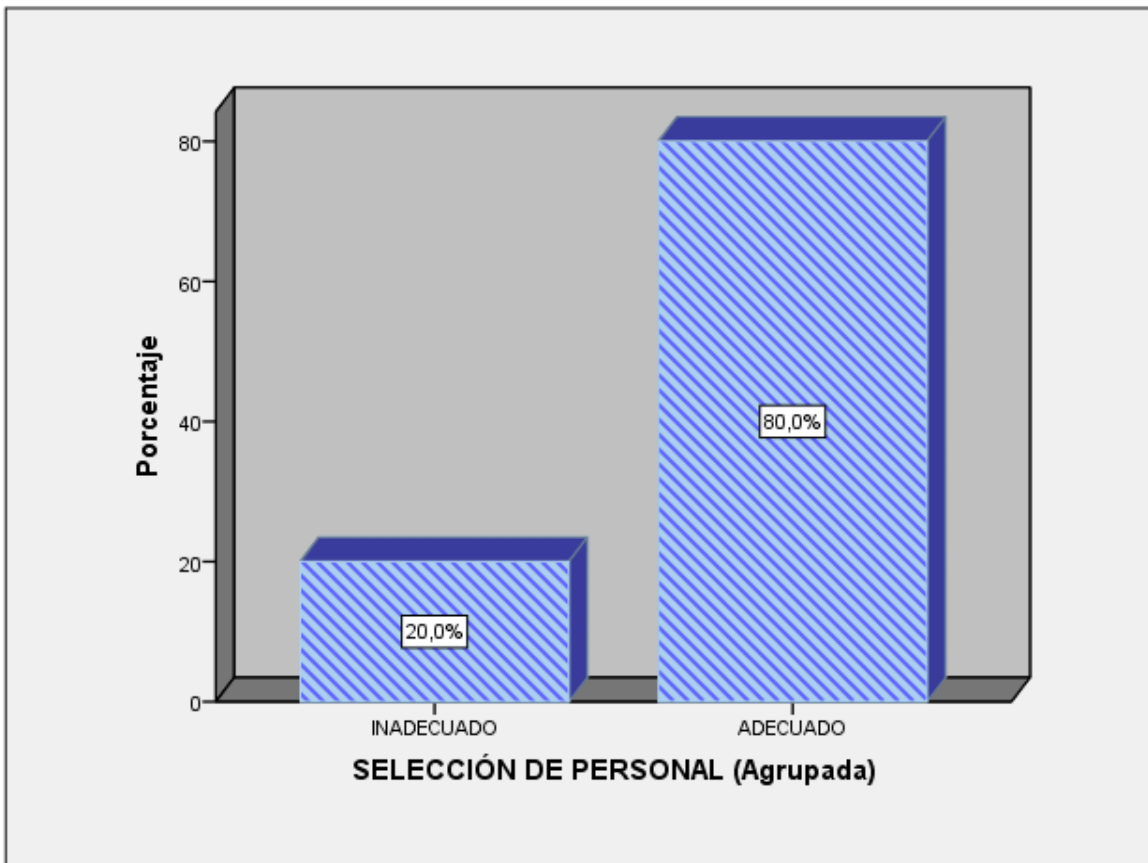


Figura 6 Descripción de la dimensión selección de personal

Según la tabla y figura 6, 6 de las personas encuestadas en una importadora de cosméticos opinan que la selección de personal se da de manera inadecuada y 24 opinan que efectivamente la selección de personal se da de manera adecuada.

Tabla 7

Descripción de la dimensión capacitación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Adecuado	30	100,0

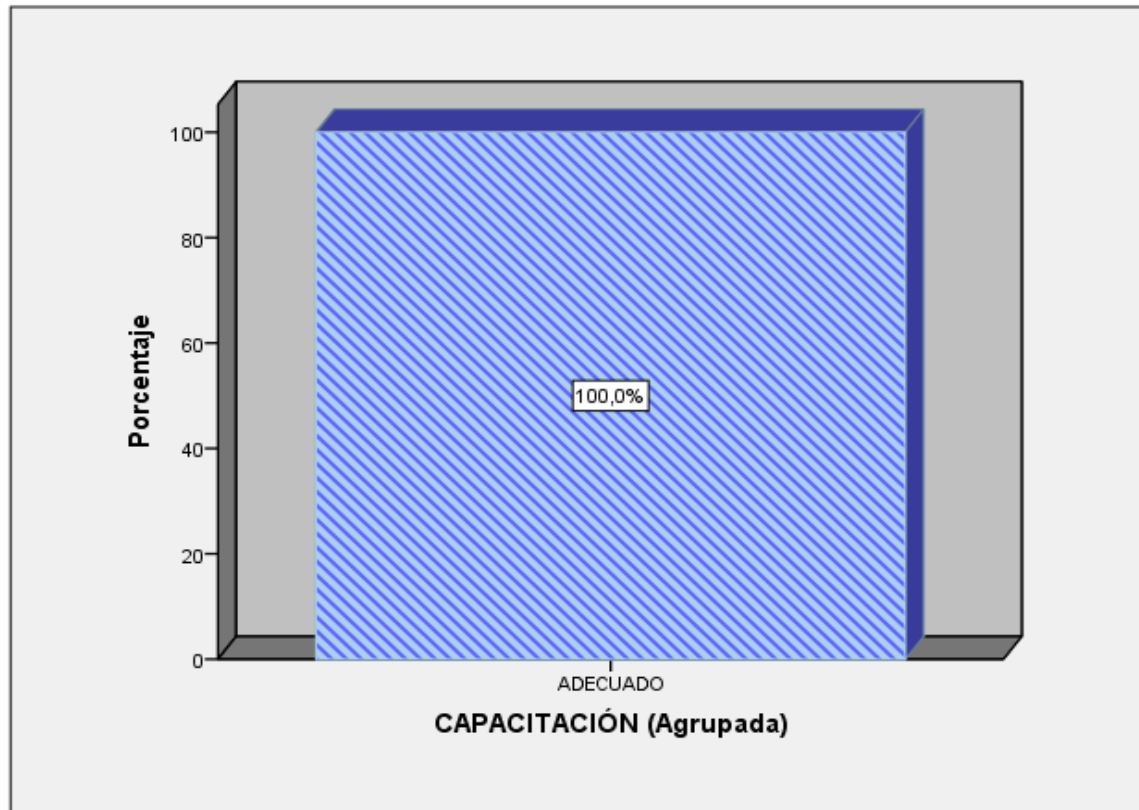


Figura 7 Descripción de la dimensión capacitación

Según la tabla y figura 7, las 30 personas encuestadas en una importadora de cosméticos opinan que la capacitación que recibe el personal se da de manera adecuada.

Tabla 8

Descripción de la dimensión supervisión y seguimiento

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Inadecuado	3	10,0
	Adecuado	27	90,0
	Total	30	100,0

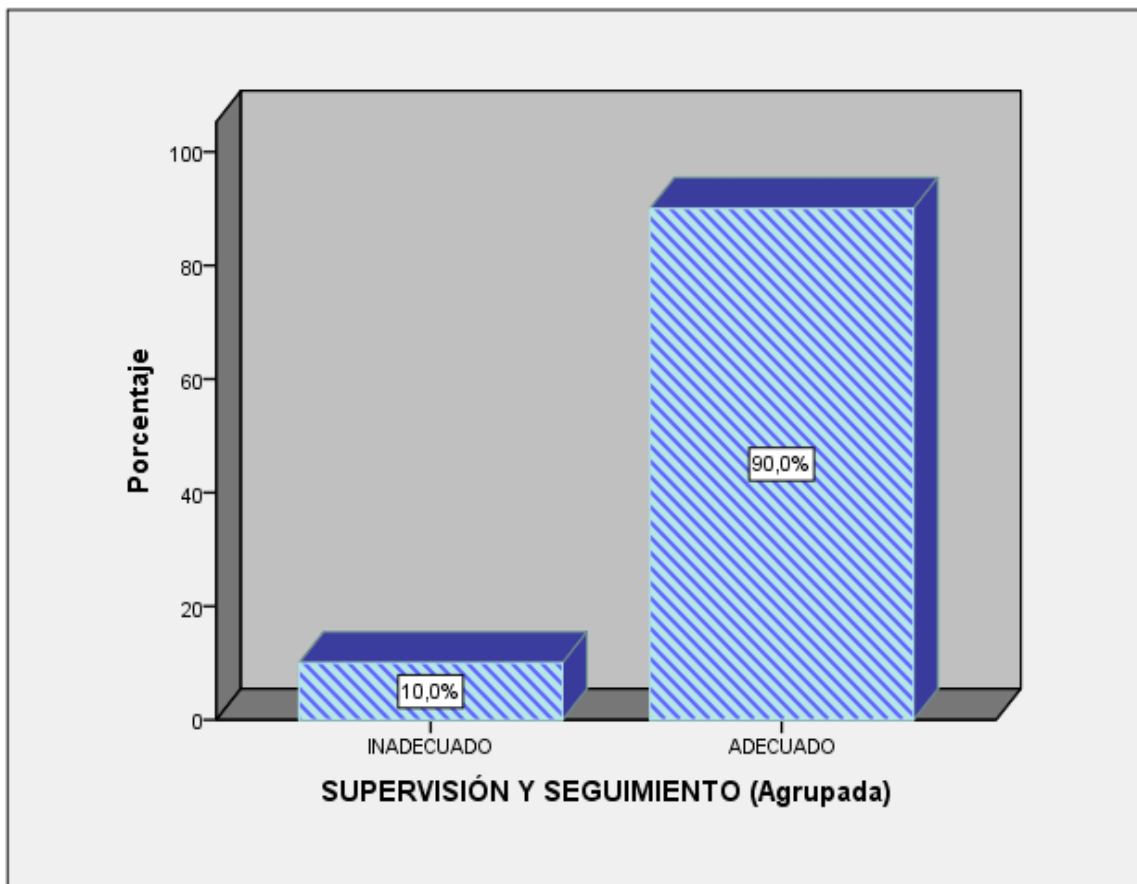


Figura 8 Descripción de la dimensión supervisión y seguimiento

Según la tabla y figura 8, 3 de las personas encuestadas en una importadora de cosméticos opinan que la supervisión y seguimiento se da de manera inadecuada y 27 opinan que efectivamente la supervisión y seguimiento se da de manera adecuada.

4.2. Análisis de contingencia

Tabla 9

Control interno y área de ventas

		Área de ventas (agrupada)			
		Inadecuado	Adecuado	Total	
Control interno de Inventario (Agrupada)	Medio	Recuento	4	4	8
		% del total	13,3%	13,3%	26,7%
	Alto	Recuento	0	22	22
		% del total	0,0%	73,3%	73,3%
Total		Recuento	4	26	30
		% del total	13,3%	86,7%	100,0%

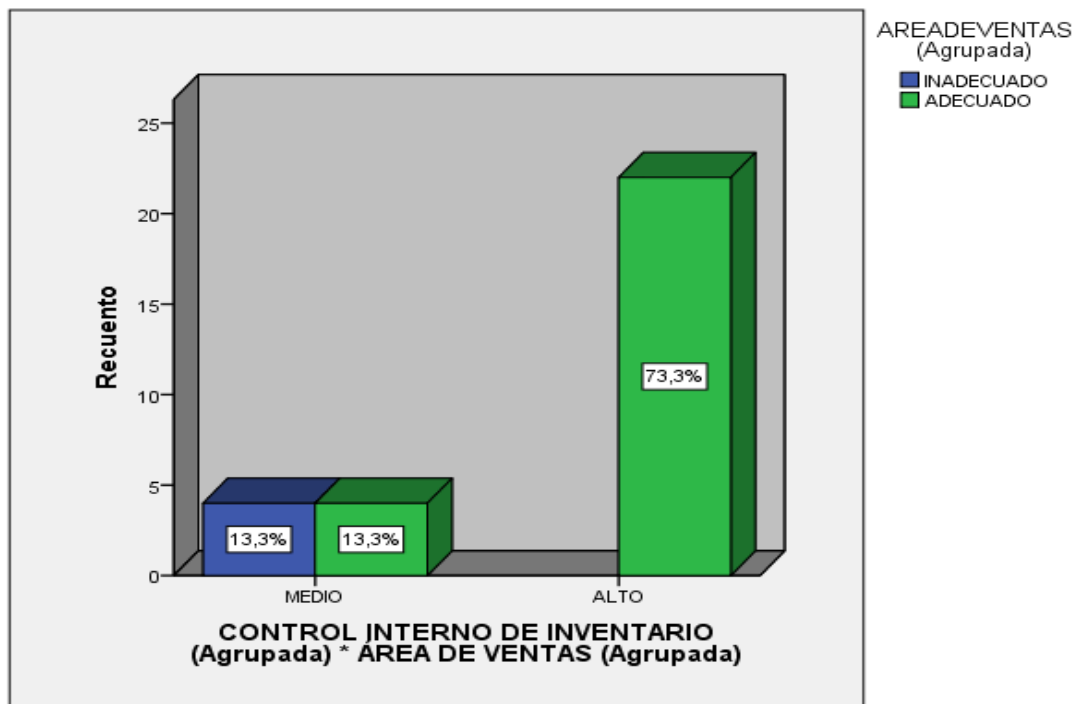


Figura 9 Control interno y área de ventas

Según la tabla y figura 9, de los 30 trabajadores de una importadora de cosméticos en el Cercado de Lima, el 8 tiene un control interno de inventario medio, de los cuales el 4 muestra un área de ventas inadecuado y 4 mantienen un área de ventas adecuado, así mismo 22 del total de 30 trabajadores de una importadora de cosméticos tienen un alto control interno de inventario, de los cuales 0 muestra un área de ventas inadecuado y el 22 muestra un área de ventas adecuado.

Tabla 10

Control interno y diseño de estrategias

		Diseño de estrategias (agrupada)			
		Inadecuado	Adecuado	Total	
Control interno de inventario (agrupada)	Medio	Recuento	3	5	8
		% del total	10,0%	16,7%	26,7%
	Alto	Recuento	0	22	22
		% del total	0,0%	73,3%	73,3%
Total	Recuento	3	27	30	
	% del total	10,0%	90,0%	100,0%	

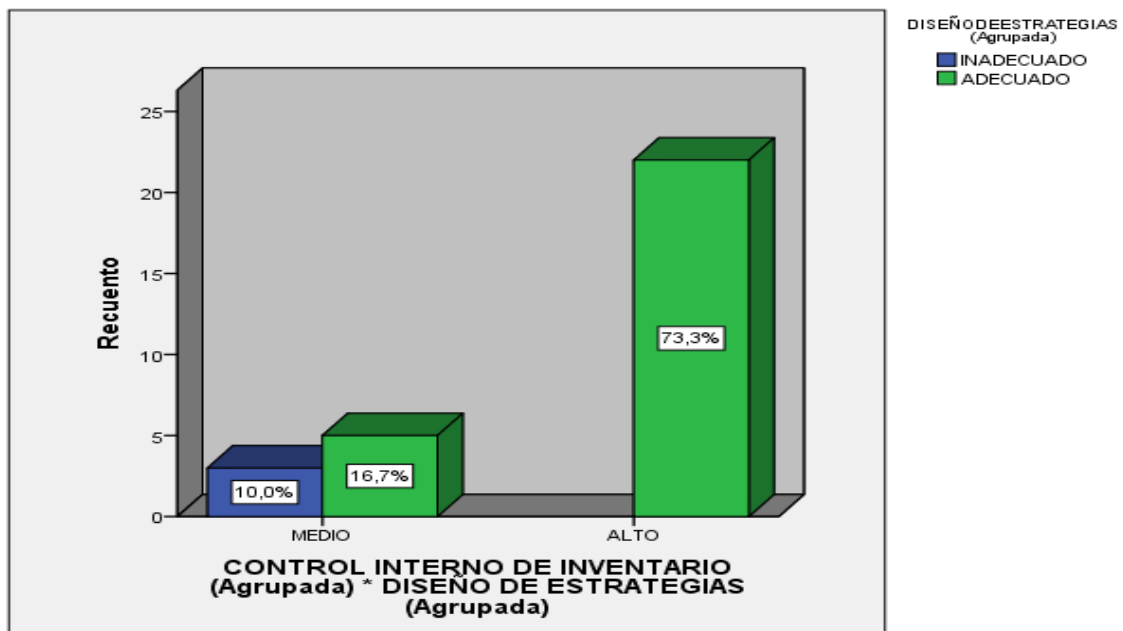


Figura 10 Control interno y diseño de estrategias

Según la tabla y figura 10, de los 30 trabajadores de una importadora de cosméticos en el Cercado de Lima, 8 tienen un control interno de inventario medio, de los cuales 3 muestran que el diseño de estrategias es inadecuado y 5 muestran que el diseño de estrategias es adecuado, así del total de 30 trabajadores de una importadora de cosméticos muestra que para los 22 el diseño de estrategias es adecuado.

Tabla 11

Control interno y selección de personal

		Selección de personal (agrupada)			
		Inadecuado	Adecuado	Total	
	Medio	Recuento	6	2	8
Control interno de inventario (agrupada)		% del total	20,0%	6,7%	26,7%
	Alto	Recuento	0	22	22
		% del total	0,0%	73,3%	73,3%

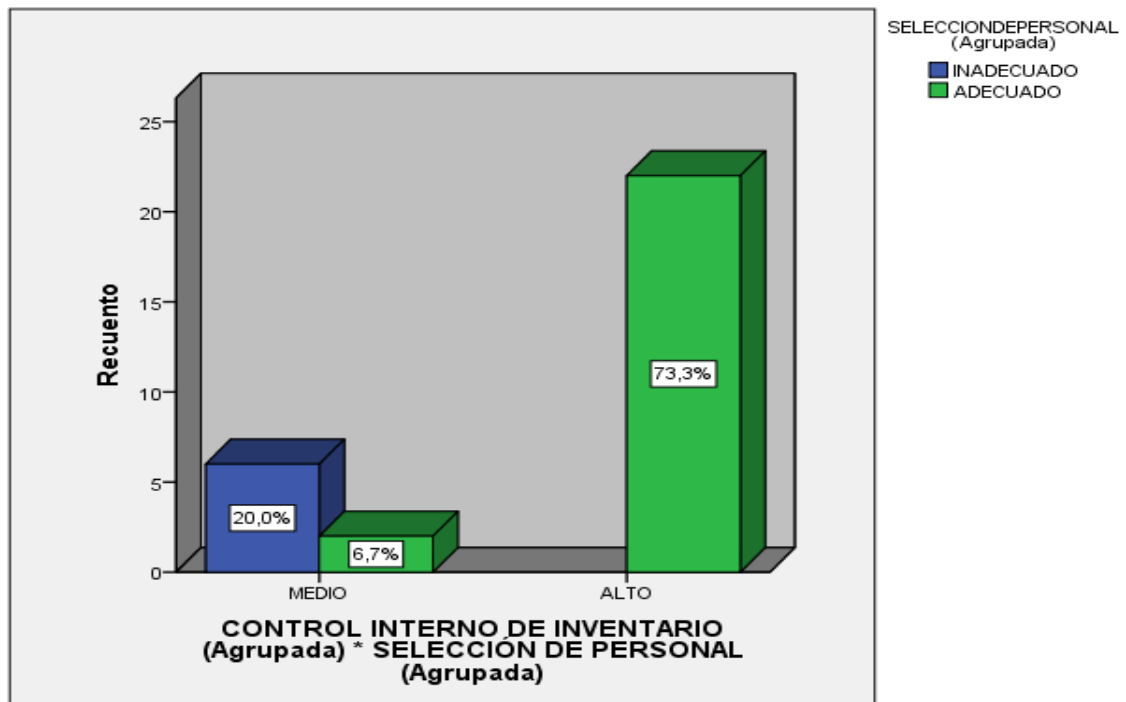


Figura 11 Control interno y selección de personal

Según la tabla y figura 11, de los 30 trabajadores de una importadora de cosméticos en el Cercado de Lima, 8 tienen un control interno de inventario medio, de los cuales 6 muestran que la selección de personal es inadecuada y 2 muestran que la selección de personal es adecuado, así mismo 22 del total de 30 trabajadores de una importadora de cosméticos tienen un control interno de inventario alto, de los cuales todos opinan que la selección de personal es adecuada.

Tabla 12

Control interno y capacitación

		Capacitación (agrupada)	
		Adecuado	Total
	Medio	Recuento	8
		% del total	26,7%
Control interno de inventario (agrupada)	Alto	Recuento	22
		% del total	73,3%
Total		Recuento	30
		% del total	100,0%

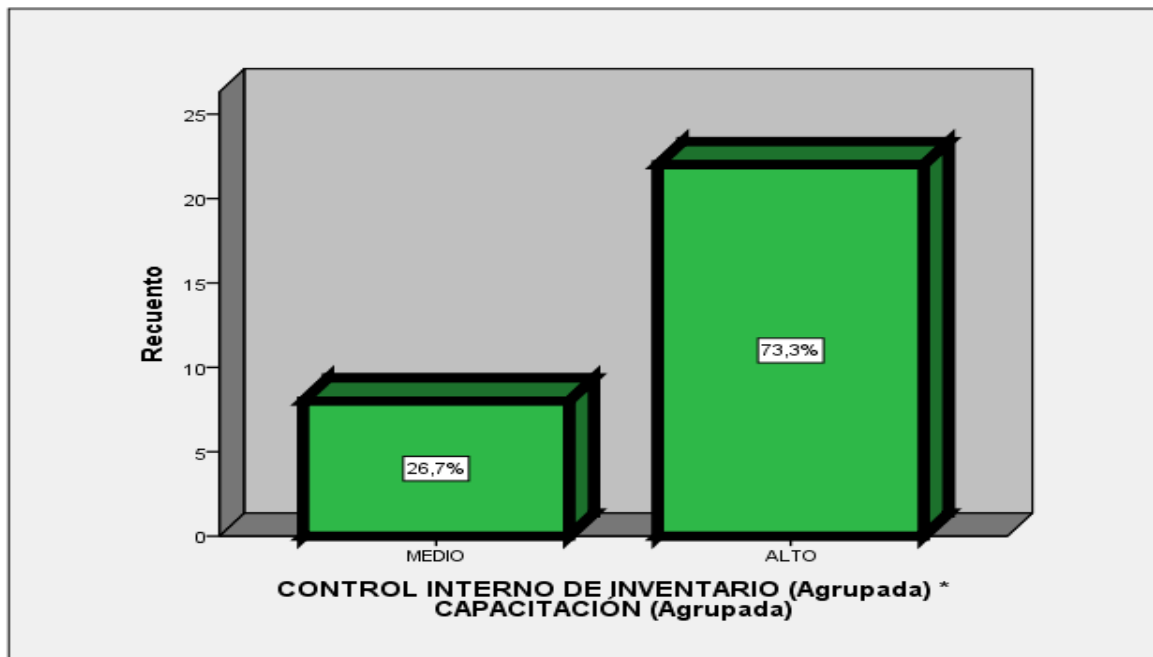


Figura 12 Control interno y capacitación

Según la tabla y figura 12, de los 30 trabajadores de una importadora de cosméticos en el Cercado de Lima, 8 tienen un control interno de inventario medio, de los cuales 8 muestran que la capacitación se da de manera adecuada, así mismo 22 muestran el total de 30 trabajadores de una importadora de cosméticos tienen un control interno de inventario alto, de los cuales todos muestran que la capacitación se da de manera adecuada.

Tabla 13

Control interno y supervisión y seguimiento

		Supervisión y seguimiento (agrupada)			
		Inadecuado	Adecuado	Total	
Control interno de inventario (Agrupada)	Medio	Recuento	3	5	8
		% del total	10,0%	16,7%	26,7%
Total	Alto	Recuento	0	22	22
		% del total	0,0%	73,3%	73,3%
Total		Recuento	3	27	30
		% del total	10,0%	90,0%	100,0%

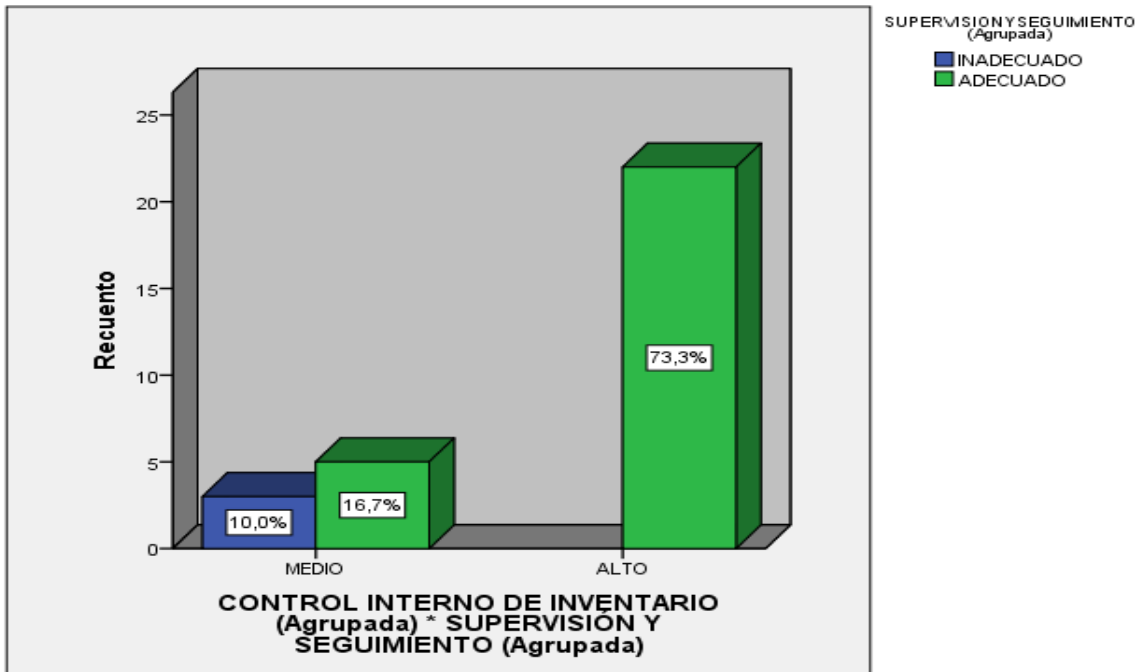


Figura 13 Control interno y supervisión y seguimiento

Según la tabla y figura 13, de los 30 trabajadores de una importadora de cosméticos en el Cercado de Lima, 8 tienen un control interno de inventario medio, de los cuales el 3 muestran que la supervisión y seguimiento es inadecuado y 5 muestran que la supervisión y seguimiento es adecuado, así mismo 22 muestran el total de 30 trabajadores de una importadora de cosméticos tienen un control interno de inventario alto, de los cuales todos opinan que la supervisión y seguimiento es adecuado.

4.3. Resultados inferenciales

Tabla 14

Prueba de Normalidad aplicando Shapiro-Wilk

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Riesgo de mercadería (agrupada)	,554	30	,000
Métodos de control (agrupada)	,492	30	,000
Control interno de inventario (agrupada)	,554	30	,000
Diseño de estrategias (agrupada)	,347	30	,000
Selección de personal (agrupada)	,492	30	,000
Supervisión y seguimiento (agrupada)	,347	30	,000
Área de ventas (agrupada)	,404	30	,000

En la tabla 14 se observa que el resultado obtenido en la prueba de normalidad, nos da un grado de significación de 0.00 siendo estos valores menores al 0.05, la cual se afirma que los datos no provienen de una distribución normal y pertenecen a pruebas no paramétricas.

4.3.1. Prueba de Hipótesis.

Hipótesis

H₀: No existe relación entre el control interno de inventarios y el área ventas de una empresa importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018

H₁: Existe relación entre el control interno de inventarios y el área ventas de una empresa importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018.

Regla de decisión

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05 \rightarrow 5\%$ de margen máximo de error.

$p \geq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula H_0

$p \leq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis alterna H_1

Tabla 15

Coefficiente de correlación entre control interno de inventario y área de ventas

		CONTROL INTERNO DE INVENTARIO (Agrupada)	ÁREA DE VENTAS (Agrupada)
Rho de Spearman	Control interno de inventario (agrupada)	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 30
	Área de ventas (agrupada)	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,650** 1,000 . 30

Interpretación

Dado que el nivel de significancia o valor de $p= 0.00$ es menor que 0.05 permitió aceptar la hipótesis alterna. Es decir que el control interno de inventarios se relaciona significativamente con el área de ventas. Además, el coeficiente de correlación Rho Spearman = 0.650 , que indica que existe correlación positiva regular entre el control interno de inventario y área de ventas en una empresa importadora de cosméticos en el distrito del Cercado de Lima.

4.3.1.1. Hipótesis Específicos 1.

Hipótesis

H₀: No existe relación entre el control interno de inventarios y el diseño de estrategias de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018.

H₁: Existe relación entre el control interno de inventarios y el diseño de estrategias de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018.

Regla de decisión

Nivel de significancia: $\alpha= 0.05 \rightarrow 5\%$ de margen máximo de error.

$p \geq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula H_0

$p \leq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis alterna H_1

Tabla 16

Coefficiente de correlación entre control interno de inventarios y diseño de estrategias

		CONTROL INTERNO DE INVENTARIO (Agrupada)	DISEÑO DE ESTRATEGIAS (Agrupada)
Rho de Spearman	Control interno de inventario (agrupada)	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000 . 30
	Diseño de estrategias (agrupada)	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,553** ,002 30

Interpretación

Dado que el nivel de significancia o valor de $p= 0.02$ es menor que 0.05 permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna. Es decir que el control interno de inventarios se relaciona significativamente con el diseño de estrategias. Además, el coeficiente de correlación Rho Spearman = 0.553 , que indica que la relación entre el control interno de inventario y el diseño de estrategias en una empresa importadora de cosméticos en el distrito del Cercado de Lima es una correlación positiva regular.

4.3.1.2. Hipótesis Específicos 2.

Hipótesis

H₀: No existe relación entre el control interno de inventarios y la selección de personal de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018.

H₁: Existe relación entre el control interno de inventarios y la selección de personal de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018.

Regla de decisión

Nivel de significancia: $\alpha= 0.05 \rightarrow 5\%$ de margen máximo de error.

$p \geq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula H_0

$p \leq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis alterna H_1

Tabla 17

Coefficiente de correlación entre control interno de inventarios y selección de personal

		CONTROL INTERNO DE INVENTARIO (Agrupada)	SELECCIÓN DE PERSONAL (Agrupada)
Rho de Spearman	Control interno de inventario (agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,829**
		N	,000
	Selección de personal (agrupada)	Coeficiente de correlación	30
		Sig. (bilateral)	,829**
		N	,000
			30

Interpretación

Dado que el nivel de significancia o valor de $p = 0.00$ es menor que 0.05 permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna. Es decir que el control interno de inventarios se relaciona significativamente con la selección de personal. Además, el coeficiente de correlación Rho Spearman = 0.829 , que indica que la relación entre el control interno de inventario y la selección de personal en una empresa importadora de cosméticos en el distrito del Cercado de Lima es una correlación positiva buena.

4.3.1.3. Hipótesis Específicos 3.

Hipótesis

H_0 : No existe relación entre el control interno de inventario y la capacitación de personal de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018.

H_1 : Existe relación entre el control interno de inventario y la capacitación de personal de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018.

Regla de decisión

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05 \rightarrow 5\%$ de margen máximo de error.

$p \geq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula H_0

$p \leq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis alterna H_1

Tabla 18

Coefficiente de correlación entre control interno de inventarios y capacitación

Correlaciones			CONTROL INTERNO DE INVENTARIO (Agrupada)	CAPACITACIÓN (Agrupada)
Rho de Spearman	Control interno de inventario (agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,650**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N		30	30
	Capacitación (agrupada)	Coeficiente de correlación	,650**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N		30

Interpretación

Dado que el nivel de significancia o valor de $p = 0.00$ es menor que 0.05 permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna. Es decir que el control interno de inventarios se relaciona significativamente con la capacitación. Además, el coeficiente de correlación Rho Spearman = 0.650 , que indica que la relación entre el control interno de inventario y la capacitación en una empresa importadora de cosméticos en el distrito del Cercado de Lima es una correlación positiva regular.

4.3.1.4. Hipótesis Específicos 4.

Hipótesis

H_0 : No existe relación entre el control interno de inventario y la supervisión y seguimiento de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018.

H_1 : Existe relación entre el control interno de inventario y la supervisión y seguimiento de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018.

Regla de decisión

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05 \rightarrow 5\%$ de margen máximo de error.

$p \geq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula H_0

$p \leq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis alterna H_1

Tabla 19

Coefficiente de correlación entre control interno de inventarios y supervisión y seguimiento

Correlaciones				
			CONTROL INTERNO DE INVENTARIO (Agrupada)	SUPERVISIÓN Y SEGUIMIENTO (Agrupada)
Rho de Spearman	CONTROL INTERNO DE INVENTARIO (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1,000	,553**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	30	30
	SUPERVISIÓN Y SEGUIMIENTO (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,553**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	30	30

Interpretación

Dado que el nivel de significancia o valor de $p= 0.02$ es menor que 0.05 permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna. Es decir que el control interno de inventarios se relaciona significativamente con la supervisión y seguimiento. Además, el coeficiente de correlación Rho Spearman = 0.553, que indica que la relación entre el control interno de inventario y la supervisión y seguimiento en una empresa importadora de cosméticos en el distrito del Cercado de Lima es una correlación positiva regular.

V. DISCUSIÓN

Según los resultados estadísticos obtenidos el control interno de inventarios se relaciona significativamente con el área ventas de una importadora de cosméticos cuyo resultado se muestran en la hipótesis general donde se aplicó la prueba de Rho de Spearman, donde el valor del nivel de significancia o valor de $p= 0.00$ es así que la prueba de hipótesis de las variables nos permite mencionar que el control interno de inventarios se relaciona significativamente con el área de ventas en una importadora de cosméticos. Estos resultados son confirmados por el estudio realizado por Misari (2013), quien señala en su conclusión que la aplicación de un eficiente control de inventarios servirá como base y sustento para la eficiente gestión de las empresas. De igual manera concuerda con Altamirano (2017), quien señala, los resultados obtenidos en el Rho de Spearman es de 0,000%, lo que indica que es menor a la significancia del trabajo por lo tanto la hipótesis general fue probada, es decir el control de inventarios si tiene correlación positiva moderada con el volumen de ventas.

Los resultados obtenidos de la hipótesis específica N° 1: El control interno de inventarios se relaciona significativamente con el diseño de estrategias, se aplicó la prueba de Rho de Spearman, donde el valor del nivel de significancia o el valor de $p=0.002$, dicha prueba permite mencionar que el control interno de inventario se relaciona significativamente con el diseño de estrategias en una importadora de cosméticos en el distrito del Cercado de Lima, 2018, así mismo estos resultados concuerdan con Aldoradin (2017), quien concuerda que el control interno de inventarios incide de forma significativa en el área de ventas, ya que así se obtiene una mejora continua en cuanto al manejo de mercadería. Asimismo Chávez (2017) concluyó en su trabajo que existe una relación positiva considerable moderada entre el Control de Inventario y la Liquidez en las empresas de Vidrios y Aluminios, pues el manejo adecuado de los inventarios permite asegurar la mayor liquidez obteniendo resultados positivos en la rentabilidad, ejerciendo un control adecuado sobre las existencias que faciliten las decisiones administrativas sobre el nivel de inventario y a diseñar controles que permitan establecer las cantidades recibidas, en existencia y las ventas.

Los resultados obtenidos de la hipótesis específica N° 2: El control interno de inventarios se relaciona significativamente con la selección de personal, se aplicó la prueba de Rho de Spearman, donde el valor del nivel de significancia o el valor de $p=0.000$, dicha prueba permite mencionar que el control interno de inventario se relaciona significativamente con la selección de personal en una empresa importadora de cosméticos en el distrito del Cercado de Lima, 2018, así mismo estos resultados concuerdan con Gonzales (2017) quien concuerda que existe relación entre ambiente de control y competitividad empresarial en las Mypes del Sector Textil, dado que el ambiente de control influye en la conciencia del personal y refleja la actitud asumida de los directores. Asimismo, Pablo (2017), concluyó en su tesis que existe relación entre el control de inventario y la rentabilidad de las empresas de servicio de restaurante, esto indica que, si cuentan con un adecuado control incrementarían sus ventas generando así utilidades y rentabilidad. Asimismo, con ello tendrán stock suficiente y necesario para sus ventas.

Los resultados obtenidos de la hipótesis específica N° 3: El control interno de inventarios se relaciona significativamente con la capacitación de personal, se aplicó la prueba de Rho de Spearman, donde el valor del nivel de significancia o el valor de $p=0.000$, dicha prueba permite mencionar que el control interno de inventario se relaciona significativamente con capacitación de personal en una empresa importadora de cosméticos, así mismo estos resultados concuerdan con Rojas (2017) quien concuerda que existe una relación directa y significativa ($r = 0,470$; $p < 0,05$) entre la selección de personal y el desempeño laboral en los colaboradores de la empresa de Servicios Eléctricos. El 100% se encuentra en nivel alto de selección de personal y el 78,8% en nivel alto de desempeño laboral. Asimismo, Rios (2017), concluye que existe relación significativa entre la Selección de Personal y Desarrollo Organizacional en la empresa Makro Supermayorista S.A. Dado que el coeficiente de correlación de Spearman fue de .980, Y el nivel de significancia es de 0.000 menor que $\alpha = 0.05$.

Los resultados obtenidos de la hipótesis específica N° 4: El control interno de inventarios se relaciona significativamente con la supervisión y seguimiento, se aplicó la prueba de Rho de Spearman, donde el valor del nivel de significancia o

el valor de $p=0.002$ es menor que 0.05 , el mismo que nos indica que se acepta la hipótesis alterna, dicha prueba permite mencionar que el control interno de inventario se relaciona significativamente con la supervisión y seguimiento en una empresa importadora de cosméticos, así mismo estos resultados concuerdan con Guerra (2016), quien concuerda que la encuesta realizada al caso en estudio, de las 27 preguntas efectuadas sobre los componentes del control interno, 9 han sido SI y 18 NO haciendo un 33.33% y 66.67% respectivamente, ante ello se ha evidenciado que el control interno que tienen es insuficiente y ello ha traído consecuencias de que carezcan una óptima supervisión. Asimismo, los componentes del control interno no están operando eficientemente, pues los resultados encontrados no son favorables y, por lo tanto, requiere de una implementación del sistema que asegure el buen desarrollo de las funciones establecidas. Asimismo, Jara (2017) señala que existe relación entre el control de inventarios y procesos de almacenamiento en las empresas de grupos electrógenos, ya que el adecuado manejo de sus mercaderías ha permitido mantener un óptimo almacenamiento y se ha evitado robo y pérdidas de sus mercaderías.

VI. CONCLUSIONES

La información del presente trabajo de investigación nos permite determinar las siguientes conclusiones:

1. Según el objetivo general planteado, se ha logrado determinar que el control interno de inventarios se relaciona significativamente con el área de ventas de una empresa importadora de cosméticos del distrito de Cercado de Lima, como muestra la tabla N° 25, debido a que se llegó a la mencionada conclusión luego de identificar que a mayor control interno de inventario se tiene una mejor área de ventas, es decir, si el área de almacén tiene un correcto control de inventario se podrá desempeñar de mejor manera las actividades en la empresa, asimismo repercutirá en el área de ventas porque así no perderán ventas y generaran mayores ingresos, pero siempre y cuando ambas áreas estén controladas, ambas tienen que tener información real de la mercadería para que así el almacén no tenga un sobre stock y en el área de ventas sean más eficientes a la hora de entrega de productos. Es por esto que, el control interno de inventarios tiene relación con el área de ventas.
2. Según el primer objetivo específico, se determinó que el control interno de inventarios se relaciona significativamente con el diseño de estrategias de una importadora de cosméticos del distrito de Cercado de Lima, 2018. Se llegó a dicha conclusión luego de determinar que la necesidad de tener un correcto control interno de inventario permite que se diseñe dichas estrategias para un mejor control dentro de la empresa, ya que al establecer una matriz de selección de proveedores para la comparación de precios se está elaborando una estrategia ya que así se decidirá comprar a quien tenga el mejor precio y asimismo el área de venta tendrá precios competitivos en el mercado y hará que los ingresos de ventas sean cada vez mayores.
3. Según el segundo objetivo específico, se logró determinar que el control interno de inventarios se relaciona significativamente con la selección de personal de una importadora de cosméticos del distrito de

Cercado de Lima, 2018. Esto se debe a que las exigencias dentro de una empresa cada vez son mayores y tratándose mercadería aún más, ya que representa al mayor activo de un ente, es por ello que se selecciona a personal calificado para que realice todas las actividades dentro del almacén y otras para el área de ventas, que cuenten con capacidades y aptitudes que aporten en la empresa de manera eficiente.

4. Según el tercer objetivo específico, se determinó que el control interno de inventarios se relaciona significativamente con la capacitación de personal de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018. Se llegó a dicha conclusión ya que, para manejar algún sistema computarizado para el control de mercadería u otras actividades y asimismo para la atención al público se necesita de capacitación constante al personal de ambas áreas, ya que el área de ventas tiene contacto directo con el público y por ende tienen que estar capacitadas para cerrar ventas efectivas y generar ingresos, en el caso del personal de almacén también tiene que estar capacitados para reconocer con facilidad los productos porque sabemos que es un mercado que está dirigido mayormente al sector femenino y ellos tienen que conocer de dichos productos para la entrega eficiente de mercadería.
5. Según el cuarto objetivo específico, se logró determinar que el control interno de inventarios se relaciona significativamente con la supervisión y seguimiento de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018. Esto se debe a que, si bien es cierto hay una persona que está encargada de supervisar las actividades de ambas áreas y es esta misma que tiene que informar si los recursos de la empresa se están vendiendo y si en el almacén está haciendo uso correcto de las herramientas de trabajo, asimismo este debe dirigir a todo el equipo y supervisar si las actividades encomendadas se están efectuando, además que al notar la rotación de mercadería este debe estar en contacto con el área de almacén para abastecer el área de ventas

VII. RECOMENDACIONES

Como resultado del presente trabajo de investigación se aporta las siguientes recomendaciones.

Se recomienda implementar un sistema computarizado que tenga los módulos completos de compra y venta, ya que de esa manera se podrá controlar de mejor manera los ingresos y salidas de mercadería, y según los resultados que se obtenga se pueda plantear estrategias efectivas para mejorar ambos procesos, porque muchas veces ni el área de almacén ni el de ventas sabe que se tiene en stock por lo mismo que no cuenta con un sistema y asimismo se pierden ventas el cual significa menos ingresos para la empresa, esto además ayudara a que no falte mercadería y tengan stocks reales, además evitar robos o perdida de mercadería, ya que todo estará controlado.

Se recomienda también, realizar selección de personal calificado y que estos tengan un periodo de prueba comprometiéndolos así a un mejor desempeño y asimismo un contrato, ya que el actual personal no cuenta con contrato ni mucho menos posee beneficios, esta acción provoca que los colaboradores no se sientan seguros, ya que ante cualquier eventualidad no podrá gozar de ningún beneficios, es por ello que es importante seleccionar personas fijas y se les realice un contrato formal para que así la empresa tenga a personas que le duren un largo tiempo y no estén en constante rotación de personal en ambas áreas.

Establecer capacitaciones continuas al personal de ambas áreas, al área de almacén para que conozca de qué manera se debe ingresar la mercadería la sistema y asimismo darle salida, además, que estén pendientes de la fecha de caducidad de los productos para así saber hasta cuando se le puede dar rotación, ordenar la mercadería según va llegando, según PEPS, es decir que a las primeras entradas se debe dar primeras salidas para que vaya rotando y no se vaya quedando hasta el final, el costo lo determina la empresa pero tienen que aplicar este método porque se corre el riesgo que esta mercadería que se quede en almacén por priorizar las ultimas entradas

Se debe realizar supervisiones más constantes al personal tanto al área de almacén como el de ventas, asimismo corroborar si las funciones asignadas al personal encargado de cada área está cumpliendo con lo establecido, por el

ejemplo el área de ventas debe tener un catálogo de los productos que venden con las especificaciones correspondientes para que al cliente se le haga más fácil escoger sus productos, asimismo deben estar a la vanguardia del mercado e informar las nuevas tendencias para traer nuevos productos,

Asimismo, se recomienda establecer un manual de organización y funciones, para que así puedan identificar de qué manera deben realizarse las actividades dentro de la empresa, a quienes deben dirigirse ante cualquier situación, y ver las funciones principales que cada uno debe desempeñar de la manera más eficiente posible.

REFERENCIAS

- Acosta, J., Guamán, M. y García, F. (2015). *Administración De Almacenes y Control De Inventarios*. Bogotá: Servicios Académicos Internacionales.
- Anaya, J. (2015). *Almacenes, análisis, diseño y organización*. Madrid: Esic.
- Apaza, M. (2015). *Auditoría Financiera Basada en las Normas Internacionales de Auditoria Conforme a las NIIF*. Perú: Editorial Instituto Pacifico S.A.C
- Añari, H. (2014). *Logística: administración de la cadena de suministro*. México: Pearson Educación.
- Barquero, M. (2013). *Manual Práctico de Control Interno*. Barcelona: Editorial Profit.
- Bernal, C. et. al. (2014). *Fundamentos de investigación*. México: Editorial Pearson.
- Bohlander, G. y Snell S. (2013). *Administración de recursos humanos*. (16.^a ed.). Ciudad de México, México: Cengage Learning.
- Brenes, P. (2015). *Técnicas de almacén*. Madrid: Editex.
- Bravo, M. (2016). *Auditoría Integral*. Lima, Perú: Editorial San Marcos.
- Cámara, P. (2016). *El control interno de inventarios*. Recuperado de: <http://eempreario.mx/gestion-empresarial/control-internoinventarios>.
- Campos, D. (2014). El stock de mercaderías y su relación con el volumen de ventas de la micro empresa Servirepuestos Hondas. (Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato-Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/8049/1/173%20MKT.pdf>
- Carrasco, S. (2017). *Metodología de la Investigación Científica*. Perú. (3.^a ed.). Lima: Editorial San Marcos E.I.R.L.
- Carreño, A. (2014). *Logística de la A a la Z*. Lima: Pontifica Universidad Católica del Perú.
- Chiavenato, N. (2013). *El Auditor Financiero y sus Papeles de Trabajo*. Lima, Perú: Editorial Gráfica Faval.
- Committee of Sponsoring Organizations of the Tread way Commission (2013). *Marco integrado de Control Interno*. España: Instituto de auditores internos de España.

- Cortes, H. (2016). *Jefe de almacén por primera vez*. Lima, Perú: Editora Macro EIRL.
- De Salterain F. (2013). *Gerencia exitosa de venta*. Buenos Aires. Argentina: Editorial Granica SA.
- Díaz, H. (2014). *Jefe de almacén por primera vez*. Lima: Editora Macro EIRL.
- Díaz de Santos S.A. (2015). *Marketing Publishing. Compras e Inventarios*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Escudero, J. (2014). *Logística de almacenamiento* España: Ediciones Paraninfo SA.
- Escudero, J. (2016). *Gestión de compras*. España: Ediciones Paraninfo SA.
- Estupiñán, R. (2014). *Control interno y fraudes con base en los ciclos transaccionales*. (3.^a ed.). Bogotá: Eco Ediciones.
- García, C. (2013). *Almacenes, planeación, organización y control*. (4.^a ed.). México: Editorial Trillas.
- García, C. (2013). *Inventory Control in Supply Chains: An Internal Model Control Approach*. (Tesis de Doctorado, Universidad Nacional Autónoma de Barcelona- España). Recuperado de <https://www.tdx.cat/handle/10803/116201>
- Gareth, J. (2013). *Teoría organizacional: diseño y cambios en las organizaciones*. (7.^a ed.). México: Editorial Pearson Educación.
- Gonzales, I. (2017). *Control interno de inventarios y la competitividad Empresarial en las mypes del sector textil de la Galería rodríguez, la victoria - 2016*. (Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo-Lima). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9865/Gonzales_AIK.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- González, M. (2015). *Selección de personal: Buscando al mejor candidato*. Ciudad de México: Alfaomega Grupo Editor.
- Guerra, S. (2016). *El control interno y su importancia en los inventarios de la empresa, Inversiones corazón de Jesús SAC rubro ferretería, concepción 2015*. (Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote - Lima). Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1128/CONTR>

OL_INTERNO_INVENTARIOS_EFICIENCIA_GUERRA_ROMERO_SAUUL_E
DWIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Guerrero, H. (2017). *Inventarios, manejo y control*. Bogotá: Eco Ediciones.
- Guzmán, Sierra y García (2015). *Administración de Almacenes y Control de Inventarios*.
- Hernández, R y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (9.^a ed.). México: Editorial McGRAW-Hill.
- Jara, N. (2017). Control de Inventarios y su relación con los procesos de almacenamiento en las empresas de grupos electrógenos en Breña, año 2017. (Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo-Lima). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/20709/Jara_TN.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Julio, O. (2014). *La administración eficiente de los inventarios*. Madrid: Editorial La ensenada.
- Louffat. E. (2013). *Administración del talento humano*. (2.^a ed.). Buenos Aires, Argentina: Editorial Cengage Learning.
- Maldonado E., y Milton, K. (2010). *Auditoría de Gestión*. México: Editorial Milla.
- Mamani, J. (2014). *Aplicación de la NIC 2 Inventarios: Valuación de las existencias*. Lima: Pacífico
- Mantilla, S. (2005). *Control Interno: Un Mundo globalizado*. Colombia: Editorial McGrawHill.
- Marthans, C. (2013). *Tratado integral de logística empresarial*. Lima: San Marcos.
- Mauleón, M. (2013). *Logística y costos*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos
- Montoya, A. (2014). *Administración de Compras*. (5.^a ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Mora, L. (2013). *Gestión Logística en centros de distribución, bodegas y almacenes*. Bogotá: Ecoe.
- Norma Internacional de Contabilidad 2, (2018). *Inventario*. Recuperado de: https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/vigentes/nic/2_NIC.pdf.
- Perdomo, A. (2004). *Fundamentos de control Interno*. (9.^a ed.). México: Editorial Thomsom.

- Pontificia Universidad Javeriana. (2013). *Macroproceso gestión de bienes y servicios proceso inventarios*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Ramón, J. (2013). *Auditoria Interna*. (3.^a ed.). México: Pearson Educación.
- Rincón, C. y Villareal, F. (2016). *Costos, Decisiones empresariales*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Sánchez, V. (2015). El control de los inventarios y su aporte en los estados financieros de la empresa. (Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Machala- Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/3100/1/TTUACE-2015-CA-CD00070.pdf>
- Tamayo, M. (2015). *El proceso de la Investigación Científica*. (5° Ed.). México: Limusa S.A.
- Torres, C. (2007). *El Proyecto de Investigación Científica*. Lima, Perú: Editorial San Marcos.
- Tulio, V. M. (2014). *Logística Empresarial*. Bogotá: Buena Semilla.
- Valderrama, S. (2014). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica: cuantitativa, cualitativa, mixta*. (3.^a ed.). Lima: Editorial San Marcos.
- Valdivia, C (2014). *Actualidad Empresarial*. (3.^a ed.). Perú: Editorial Instituto Pacific.
- Vélez, T. (2014). *Logística empresarial*. Bogotá: De la U-Transversal.
- Villalba, J. (2014). *Administración del capital humano*. Bogotá, Colombia: Editorial Buena semilla.
- Vizoso, J. (2014). *Gestión de Stocks*. La Coruña: Colegio Marista Cristo Rey.
- Zapata, J. (2014). *Fundamentos de la gestión de inventarios*. Medellín, Colombia: Centro Editorial Esumer.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Operacionalización de las variables de la investigación

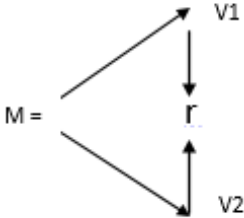
Control interno de inventario y su relación con el área de ventas en una empresa importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 201

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO	ESCALA DE VALORES
Control interno de inventario	Según Apaza (2015. p. 58), señala que "el control interno de inventarios es la administración eficiente de los productos y existencias de la empresa ya que estos representan un valor importante dentro de ella, además que el mayor riesgo que posee es el fraude, el robo de mercadería muchas veces por el mismo personal, daños físicos de los inventarios y el término de ciclo de vida de algún producto. Para ello, existen métodos de control de inventario, tal como el de conteo físico, control computarizado, registros internos y la revisión de documentos autorizados por el personal competente".	La variable es cualitativa y se operativiza en dos dimensiones, riesgo de mercadería y métodos de control, a su vez en indicadores para así lograr perfeccionar los ítems, a través de la escala de Likert de medición ordinal, es por ello que se categoriza en los siguientes niveles: Alto Medio Bajo	Riesgos de mercadería	Riesgo de fraude	Cuestionario	Likert Nunca=1 Muy poca veces=2 Algunas veces=3 Casi siempre=4 Siempre=5
				Riesgo de robos		
				Riesgo de daños físicos		
				Riesgo de ciclo de vida		
			Métodos de control	Conteo físico		
				Control computarizado		
				Registros internos		
				Documentos autorizados		

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO	ESCALA DE VALORES
Area de Ventas	" El área de ventas es uno de los elementos más relevantes que conforma una empresa, es ahí donde se maneja recursos humanos y materiales. En esta área intervienen elementos en las actividades de comercio y negociación en el nombre de un producto o marca tales como el diseño de las estrategias de ventas, selección de personal, capacitación de vendedores y supervisión y seguimiento" (De Salterain , 2013, p.56).	La variable es cualitativa y se operativiza en cuatro dimensiones, diseño de estrategias, selección de personal, capacitación y supervisión y seguimiento, a su vez en indicadores para así lograr perfeccionar los items, a través de la escala de Likert de medición ordinal , es por ello que su desempeño se categoriza en los siguientes niveles: Adecuado Inadecuado	Diseño de estrategias	Optimización de gastos	Cuestionario	Likert Nunca=1 Muy poca veces=2 Algunas veces=3 Casi siempre=4 Siempre=5
				Incremento de productividad		
				Determinación de objetivos		
			Selección de personal	Análisis y detección de necesidades		
				Reclutamiento		
				Contratación		
			Capacitación	Impacto administrativo		
				Impacto organizacional		
				Impacto en las áreas		
			Supervisión y seguimiento	Propósito		
				Funciones del supervisor		
				Características del supervisor		

Anexo 2. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES
<p>General:</p> <p>¿Qué relación existe entre el control interno de inventario y el área de ventas de una importadora de cosméticos Cercado de Lima, 2018?</p>	<p>General:</p> <p>Determinar la relación que existe entre el control interno de inventario y el área de ventas de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, año 2018.</p>	<p>General:</p> <p>Existe relación entre el control interno de inventarios y el área ventas de una empresa importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018.?</p>	<p>VARIABLE 1:</p> <p>Control interno de inventario</p> <p><u>Dimensiones e indicadores</u></p> <p>D1: Riesgo de mercadería Riesgo de fraude, riesgo de robos, riesgo de daños físicos y riesgo de ciclo de vida.</p>
<p>Específicos:</p> <p>¿Qué relación existe entre el control interno de inventarios y el diseño de estrategias de una empresa importadora de cosméticos del Cercado de Lima, año 2018?</p> <p>¿Qué relación existe entre el control interno de inventarios y la selección de personal de una empresa importadora de cosmético del Cercado de Lima, año 2018?</p> <p>¿Qué relación existe entre el control interno de inventarios y la capacitación de personal de una empresa importadora de cosméticos del Cercado de Lima, año 2018?</p> <p>¿Qué relación existe entre el control interno de inventario y la supervisión y seguimiento de una empresa importadora de cosméticos del Cercado de Lima, año 2018?</p>	<p>Específicos:</p> <p>Determinar la relación que existe entre el control interno de inventarios y el diseño de estrategias de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018.</p> <p>Determinar la relación que existe entre el control interno de inventarios y la selección de personal de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018.</p> <p>Determinar la relación que existe entre el control interno de inventarios y la capacitación de personal de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018</p> <p>Determinar la relación que existe entre el control interno de inventarios y la supervisión y seguimiento de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018</p>	<p>Específicos:</p> <p>Existe relación entre el control interno de inventarios y el diseño de estrategias de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018.</p> <p>Existe relación entre el control interno de inventarios y la selección de personal de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018.</p> <p>Existe relación entre el control interno de inventario y la capacitación de personal de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018.</p> <p>Existe relación entre el control interno de inventario y la supervisión y seguimiento de una importadora de cosméticos, Cercado de Lima, 2018.</p>	<p>D2: Métodos de control Conteo físico, control computarizado, registros internos y documentos autorizados.</p> <p>VARIABLE 2</p> <p>Área de ventas</p> <p><u>Dimensiones e indicadores</u></p> <p>D1: Diseño de estrategias Optimizar los gastos, incrementar la productividad y determinar los objetivos.</p> <p>D2: Selección de personal Análisis y detección de necesidades, Reclutamiento y Contratación.</p> <p>D3: Capacitación Impacto administrativo, Impacto organizacional e Impacto en las áreas</p> <p>D4: Supervisión y seguimiento Propósito, Funciones del supervisor y Características del supervisor.</p>

TIPO Y DISEÑO DE ESTUDIO	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	MÉTODO DE ANÁLISIS
<p>Tipo de Investigación. Basica</p> <p>Diseño del estudio. El diseño de estudio de esta investigación es “El diseño NO experimental en su forma de investigación transeccional correlacional. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 149).</p> <p>El gráfico que le corresponde a este diseño es el siguiente:</p>  <p>Dónde: M → Representa a los 30 trabajadores del almacén y el área de ventas de una empresa importadora de cosméticos en el Cercado de Lima. V1 → Representa la variable Control interno de inventario. V2 → Representa la variable Área de ventas. r → Representa la relación que existe entre el control interno de inventario y el área de ventas en una empresa importadora de cosméticos en el Cercado de Lima.</p>	<p>Población: Para la investigación se determinó que la cantidad de población de este estudio está constituida por todos trabajadores de una importadora de cosméticos del Cercado de Lima, el universo a estudiar es a 30 personas que laboran.</p> <p>Muestra: La muestra del presente trabajo de investigación es una muestra censal ya que se utilizó los mismos elementos de la población, tomando los 30 trabajadores de una empresa importadora de cosméticos del Cercado de Lima.</p>	<p>La técnica que se empleó es la encuesta para la recolección de datos con el cual se obtuvo información acerca de hechos objetivos para determinar la relación que existe entre control interno de inventario y el área de ventas en una empresa importadora de cosméticos del Cercado de Lima, 2018.</p> <p>El primer instrumento es el cuestionario para medir el control interno de mercadería, está conformada por 24 ítems, las cuales describen las dos dimensiones con 8 indicadores.</p> <p>El segundo instrumento es el cuestionario para medir el área de ventas, está conformada por 24 ítems, las cuales describen las cuatro dimensiones con 12 indicadores.</p>	<p>Se utilizó la técnica de la encuesta ya que se aplicó dos instrumentos que permitirá determinar la relación entre el control interno de mercadería y el área de ventas de una importadora de cosméticos del Cercado de Lima, 2018.</p> <p>El primer instrumento es el cuestionario para medir el control interno de mercadería, está conformada por 24 ítems, las cuales describen las dos dimensiones con 8 indicadores.</p> <p>El segundo instrumento es el cuestionario para medir el área de ventas, está conformada por 24 ítems, las cuales describen las cuatro dimensiones con 12 indicadores.</p>

Anexo 3. Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Cuestionario de control interno de inventario y el área de ventas

INSTRUCCIONES: Estimados, la presente encuesta busca recoger información respecto al control interno de inventario y el área de ventas de una empresa importadora de cosméticos en el Cercado de Lima, a las actividades realizadas. Elija y marque la respuesta que mejor exprese su satisfacción o percepción.

OPCIONES DE RESPUESTA:

- 5 = Siempre
 4 = Casi Siempre
 3 = Algunas Veces
 2 = Muy pocas veces
 1 = Nunca

VARIABLE: CONTROL INTERNO DE INVENTARIO

DIMENSIÓN 1: RIESGO DE MERCADERIA		5	4	3	2	1
1.	El control interno de inventario evita fraudes en la empresa					
2.	Se toma medidas se sanción cuando existe fraude por parte de los colaboradores de almacén					
3.	Los documentos de compra son detallados con hora de entrega para evitar fraudes por parte del personal					
4.	Se detecta los robos de mercadería cuando existe diferencia al momento de realizar el inventario					
5.	El almacén cuenta con alarma de seguridad ante algún robo en la empresa					
6.	La empresa cuenta con documentos que acrediten los antecedentes del personal que labora en el área de almacén para evitar robo alguno					
7.	Efectuar la manipulación de mercadería de manera eficiente evita daños físicos en los productos					
8.	Realizan el descuento en el kardex cuando una mercadería ha sido dañada					
9.	Se realiza la devolución de mercadería cuando este ha sufrido daño físico por parte del transportista					
10.	El jefe de almacén lleva un control interno de la mercadería que esta por vencer					
11.	La mercadería que ingresa se ordena de acuerdo a la fecha de su caducidad					
12.	Verifican la fecha de vencimiento de los productos cuando se ingresa al almacén					

DIMENSIÓN 2: MÉTODOS DE CONTROL		5	4	3	2	1
13.	Los productos en general tienen un código de identificación que facilita realizar un conteo físico					
14.	El conteo físico de los productos que ingresan se realizan por docenas					
15.	Ejecutan el conteo físico de la mercadería conjuntamente con el personal de reparto de los proveedores.					
16.	La implementación de un sistema computarizado ayuda al manejo de control de inventario.					
17.	Tener un sistema computarizado actualizado permite informar el stock de manera oportuna.					
18.	Un control computarizado permite realizar pedidos de cantidades precisas al proveedor.					
19.	Registran el ingreso de mercadería en el sistema interno que maneja la empresa.					
20.	Se registras las devoluciones que se realiza por parte de los clientes.					
21.	Registran los datos del proveedor para un mejor control de pedidos.					
22.	El ingreso de mercadería se recepciona si ha tenido una orden de compra autorizada.					
23.	Se autoriza la salida de mercadería cuando se llena la guía de traslado de almacén.					
24.	Los pedidos del área de almacén están oportunamente autorizados por el área de contabilidad.					



VARIABLE: ÁREA DE VENTAS

DIMENSIÓN 1: DISEÑO DE ESTRATEGIAS		5	4	3	2	1
25.	La estrategia que se usa para la reducción de gastos en el proceso de la cadena de operaciones se ejecuta de manera conveniente.					
26.	Se optimiza gastos al evaluar la matriz de selección de proveedores para la comparación de los mejores precios.					
27.	La tecnología disponible permite que la productividad de los trabajadores sea eficiente.					
28.	Los trabajadores reciben incentivos según su productividad.					
29.	El personal de ventas tiene establecido un objetivo de venta por día.					
30.	La empresa cuenta con objetivos determinados de forma mensual.					

DIMENSIÓN 2: SELECCIÓN DE PERSONAL		5	4	3	2	1
31.	Analizan la demanda para realizar la contratación de nuevo personal.					
32.	Se acude a convocatorias de nuevo personal cuando se detecta una necesidad en la empresa.					
33.	La empresa realiza reclutamientos de manera trimestral					
34.	Durante el reclutamiento de personal se evalúa las aptitudes de participantes para cubrir el puesto solicitado.					
35.	Se realiza la contratación con el mejor candidato que cumpla con los requisitos solicitados.					
36.	Realizan la contratación formal mediante un documento.					

DIMENSIÓN 3: CAPACITACIÓN		5	4	3	2	1
37.	El área administrativa planifica las capacitaciones para la inducción del personal contratado.					
38.	El área administrativa organiza las capacitaciones con el fin de conocer con claridad las habilidades de los contratados.					
39.	La cultura organizacional influye en el clima laboral que se trabaja.					
40.	Se identifica la preparación de los colaboradores para un mejor desempeño en la organización.					
41.	El personal tiene un mejor rendimiento cuando tiene conocimiento de las innovaciones en el mercado que labora.					
42.	Los colaboradores del área de ventas tienen mejores técnicas de venta después de las capacitaciones.					

DIMENSIÓN 4: SUPERVISIÓN Y SEGUIMIENTO		5	4	3	2	1
43.	La empresa realiza supervisión en las áreas con el propósito de obtener mejores resultados.					
44.	La empresa tiene como propósito identificar si los recursos de la empresa se usan correctamente.					
45.	El supervisor tiene como función corroborar el trabajo diario del personal a cargo.					
46.	El supervisor dirige de manera correcta al equipo de trabajo con actitud de liderazgo.					
47.	El supervisor tiene conocimiento de sus responsabilidades en el área designada.					
48.	El supervisor posee habilidades para dirigir al personal a cargo.					

Anexo 4. Validez del instrumento de expertos 1



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: José María Quiroz L. DNI: 07742062

Especialidad del validador: Doc. Juríd.

12de Octubre del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

Firma del Experto Informante.

Especialidad

Anexo 5. Validez del instrumento de expertos 2



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Yaribel Rodríguez P. DNI: 16721264

Especialidad del validador: Estadístico

...12...de Octubre del 2018

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

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

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

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

Firma del Experto Informante.

Especialidad

Anexo 6. Validez del instrumento de expertos 3



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Dr. Juan Luis Aguilar Cuzcocondor. DNI: 09567956

Especialidad del validador: auditor financiero.

22 de Octubre del 2018

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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



Firma del Experto Informante.
Especialidad

Anexo 7. Validez del instrumento de expertos 4



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: CAMPOS HUAMAN NANCY DNI: 08113034

Especialidad del validador: AUDITORIA INTEGRAL

.....22.....de Octubre del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

..........

Firma del Experto Informante.

Especialidad

Anexo 8. Validez del instrumento de expertos 5



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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


Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Riverón Luna Jorge Luis DNI: 0725564

Especialidad del validador: Contador

22 de Octubre del 2018

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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



Firma del Experto Informante.
Especialidad

Anexo 9. Estadístico Total – elemento variable 1

Variable: Control interno de inventario

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1.El control interno de inventario evita fraudes en la empresa	94,47	118,464	,440	,846
2.Se toma medidas de sanción cuando existe fraude por parte de los colaboradores de almacén	94,53	126,464	,193	,855
3.Los documentos de compra son detallados con hora de entrega para evitar fraudes por parte del personal	94,90	116,714	,546	,842
4.Se detecta los robos de mercadería cuando existe diferencia al momento de realizar el inventario	94,43	122,944	,437	,847
5.El almacén cuenta con alarma de seguridad ante algún robo en la empresa	95,40	113,352	,623	,838
6. La empresa cuenta con documentos que acrediten los antecedentes del personal que labora en el área de almacén para evitar robo alguno	94,37	129,344	,109	,856
7.Efectuar la manipulación de mercadería de manera eficiente evita daños físicos en los productos	94,80	110,097	,672	,835
8.Realizan el descuento en el kardex cuando una mercadería ha sido dañada	94,63	120,516	,466	,845
9.Se realiza la devolución de mercadería cuando este ha sufrido daño físico por parte del transportista	95,30	112,217	,664	,836
10.El jefe de almacén lleva un control interno de la mercadería que esta por vencer	94,53	123,913	,376	,848
11.La mercadería que ingresa se ordena de acuerdo a la fecha de su caducidad	94,67	119,195	,516	,843

12. Verifican la fecha de vencimiento de los productos cuando se ingresa al almacén	94,67	124,368	,381	,848
13. Los productos en general tienen un código de identificación que facilita realizar un conteo físico	94,80	118,717	,557	,842
14. El conteo físico de los productos que ingresan se realizan por docenas	94,63	127,137	,162	,856
15. Ejecutan el conteo físico de la mercadería conjuntamente con el personal de reparto de los proveedores.	94,83	119,178	,415	,847
16. La implementación de un sistema computarizado ayuda al manejo de control de inventario.	94,20	128,855	,239	,852
17. Tener un sistema computarizado actualizado permite informar el stock de manera oportuna.	94,27	126,478	,351	,850
18. Un control computarizado permite realizar pedidos de cantidades precisas al proveedor.	94,20	125,821	,510	,847
19. Registran el ingreso de mercadería en el sistema interno que maneja la empresa.	94,60	127,766	,179	,854
20. Se registran las devoluciones que se realiza por parte de los clientes.	94,63	125,964	,266	,852
21. Registran los datos del proveedor para un mejor control de pedidos.	94,40	124,386	,319	,850
22. El ingreso de mercadería se recepciona si ha tenido una orden de compra autorizada.	94,83	125,661	,279	,851
23. Se autoriza la salida de mercadería cuando se llena la guía de traslado de almacén.	94,30	130,010	,078	,856
24. Los pedidos del área de almacén están oportunamente autorizados por el área de contabilidad.	95,23	107,013	,740	,832

Anexo 10. Estadístico Total – elemento variable 2

Variable: Área de ventas

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. La estrategia que se usa para la reducción de gastos en el proceso de la cadena de operaciones se ejecuta de manera conveniente.	88,60	227,145	,388	,903
2. Se optimiza gastos al evaluar la matriz de selección de proveedores para la comparación de los mejores precios.	88,77	213,909	,661	,896
3. La tecnología disponible permite que la productividad de los trabajadores sea eficiente.	89,13	221,706	,514	,900
4. Los trabajadores reciben incentivos según su productividad.	89,20	213,476	,581	,899
5. El personal de ventas tiene establecido un objetivo de venta por día.	88,47	226,395	,429	,902
6. La empresa cuenta con objetivos determinados de forma mensual.	88,30	231,666	,317	,904
7. Analizan la demanda para realizar la contratación de nuevo personal.	89,90	209,679	,643	,897
8. Se acude a convocatorias de nuevo personal cuando se detecta una necesidad en la empresa.	88,80	224,303	,440	,902
9. La empresa realiza reclutamientos de manera trimestral	89,87	224,671	,513	,900
10. Durante el reclutamiento de personal se evalúa las aptitudes de participantes para cubrir el puesto solicitado.	88,90	215,610	,588	,898
11. Se realiza la contratación con el mejor candidato que cumpla con los requisitos solicitados.	88,50	239,707	,019	,908

12. Realizan la contratación formal mediante un documento.	89,63	204,171	,768	,893
13. El área administrativa planifica las capacitaciones para la inducción del personal contratado.	89,87	218,120	,527	,900
14. El área administrativa organiza las capacitaciones con el fin de conocer con claridad las habilidades de los contratados.	89,13	209,706	,718	,895
15. La cultura organizacional influye en el clima laboral que se trabaja.	88,27	238,340	,102	,906
16. Se identifica la preparación de los colaboradores para un mejor desempeño en la organización.	88,83	222,489	,474	,901
17. El personal tiene un mejor rendimiento cuando tiene conocimiento de las innovaciones en el mercado que labora.	88,60	230,317	,325	,904
18. Los colaboradores del área de ventas tienen mejores técnicas de venta después de las capacitaciones.	88,67	218,368	,592	,898
19. La empresa realiza supervisión en las áreas con el propósito de obtener mejores resultados.	88,57	224,944	,531	,900
20. La empresa tiene como propósito identificar si los recursos de la empresa se usan correctamente.	88,47	229,637	,405	,902
21. El supervisor tiene como función corroborar el trabajo diario del personal a cargo.	89,43	215,082	,643	,897
22. El supervisor dirige de manera correcta al equipo de trabajo con actitud de liderazgo.	88,40	236,731	,143	,906
23. El supervisor tiene conocimiento de sus responsabilidades en el área designada.	88,83	208,626	,744	,894
24. El supervisor posee habilidades para dirigir al personal a cargo.	89,27	223,168	,571	,899

Anexo 11. Base de datos Variable Control Interno de mercadería

	DIMENSIÓN 1												DIMENSIÓN 2											
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24
1	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4
3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	5	5
4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3	5	4	5	4	5	5
5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5
6	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4
7	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5
8	5	3	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	3	5	5	5
9	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	3	5	4	5	5	5	5	3	5	4	3	5	5
10	5	3	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	5	4	4
11	5	5	3	4	5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5
12	5	5	3	5	4	5	3	5	5	5	4	4	4	5	3	4	5	5	4	3	5	5	5	5
13	5	5	3	4	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	3
14	5	4	5	5	3	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4
15	5	3	5	5	4	5	4	4	3	5	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5
16	4	5	4	4	1	5	5	3	5	3	5	5	3	5	3	4	4	5	4	4	5	5	5	4
17	5	5	4	5	4	3	5	4	3	3	3	4	3	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4
18	5	3	5	5	3	3	5	4	4	3	5	3	3	5	4	5	4	5	3	5	4	3	4	5
19	4	3	3	4	3	5	4	2	5	4	5	5	3	5	5	4	5	4	3	5	5	3	4	3
20	5	5	3	3	4	4	4	3	3	5	5	3	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	3	3
21	5	5	3	3	4	4	4	4	2	5	4	3	5	3	4	4	3	4	5	5	4	3	5	4
22	4	4	3	3	3	3	5	5	3	3	5	5	1	3	4	5	5	5	5	3	5	4	5	3
23	5	4	3	4	1	5	5	1	3	3	4	3	4	1	5	4	5	4	5	4	5	3	5	1
24	5	4	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	5	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4
25	5	5	5	4	1	5	1	3	1	3	3	4	3	5	4	4	4	5	5	4	2	3	4	1
26	4	5	1	5	3	3	2	4	3	4	2	3	3	4	4	5	5	4	5	5	2	3	3	1
27	1	5	4	3	3	4	4	4	1	5	1	4	3	4	1	5	5	4	3	3	5	5	5	1
28	1	1	3	4	4	5	1	4	3	4	5	4	4	2	4	5	4	4	4	4	3	3	5	1
29	4	3	4	5	1	4	1	4	1	5	3	4	4	5	1	4	4	4	3	4	5	3	4	1
30	1	4	1	4	1	5	1	4	2	3	3	4	3	4	1	4	4	4	3	3	5	4	4	3

Anexo 12. Base de datos Variable Área de ventas

	VARIABLE 2																							
	DIMENSIÓN 1						DIMENSIÓN 2						DIMENSIÓN 3						DIMENSIÓN 4					
	p25	p26	p27	p28	p29	p30	p31	p32	p33	p34	p35	p36	p37	p38	p39	p40	p41	p42	p43	p44	p45	p46	p47	p48
1	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5
2	5	5	4	5	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
3	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
4	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	3	5	5	5	2	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4
6	5	5	3	5	5	5	5	4	2	4	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4
7	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	2	4	4	5	4	5	4	5	5	5	3	5	4
8	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	4	3	3	4	5	5	5	4	3	5	3	4	5	4
9	4	4	5	5	5	5	3	4	3	4	5	5	3	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5
10	3	5	5	4	5	5	5	5	2	3	4	5	3	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	4
11	4	5	5	3	5	5	2	5	4	5	3	5	2	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4
12	4	5	4	5	4	4	4	5	3	4	4	3	2	5	5	4	4	5	5	5	4	5	3	3
13	5	5	2	5	4	5	4	5	4	4	4	2	2	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	3
14	5	5	4	3	5	4	2	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	5	4	5	3	5	4	3
15	4	5	4	5	4	4	2	3	2	5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	5	4	5	4	4
16	3	5	5	4	4	5	5	3	4	3	5	2	2	4	4	4	5	5	5	4	1	5	5	4
17	5	3	5	3	4	5	2	5	3	4	5	2	3	3	5	5	4	4	4	5	4	3	5	3
18	5	4	3	3	4	5	2	3	3	5	5	3	1	5	4	5	4	4	5	5	3	3	5	5
19	4	5	5	1	4	5	1	5	2	5	4	3	1	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	2
20	4	2	3	5	4	4	2	4	3	4	4	3	2	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3
21	5	3	3	2	4	5	1	5	2	4	5	3	2	4	4	3	5	4	5	3	4	4	4	3
22	2	5	4	2	5	3	4	5	1	5	3	1	3	4	4	1	5	4	5	3	3	3	5	2
23	5	2	5	4	1	4	3	3	2	5	3	3	4	3	5	3	1	5	4	4	1	5	5	4
24	2	2	3	5	5	4	2	4	3	3	5	2	3	1	5	5	3	4	5	2	3	4	3	4
25	2	4	3	2	4	5	1	4	2	3	5	1	1	3	5	5	5	1	3	4	1	5	1	2
26	5	2	2	1	5	5	3	5	2	1	4	1	2	4	4	1	4	4	4	5	3	3	2	2
27	4	5	4	1	4	1	1	3	4	1	5	2	3	1	5	5	3	1	4	3	3	4	4	4
28	4	3	1	2	4	4	1	1	2	5	4	2	2	1	4	2	3	5	4	4	4	5	1	2
29	5	1	2	4	1	4	1	1	2	1	5	1	2	1	5	2	3	3	1	5	1	4	1	4
30	2	2	2	1	5	5	1	3	2	1	3	1	1	1	4	4	5	1	3	4	1	5	1	2

Anexo 13. Empresas importadoras de cosmético

RUC	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
20557233114	IMPORTACIONES EPAVAL S.A.C.	JR. ANDAHUAYLAS NRO. 1195 INT. 1010 (AL COSTADO DE LA IGLESIA SANTA CATALINA) LIMA - LIMA - LIMA
20551491278	DROGUERIA REVE´L COSMETICS IMPORT EXPORT E.I.R.L.	JR. YAULI NRO. 1618 INT. 2DO URB. CHACRA RIOS NORTE (1ER PISO) LIMA - LIMA - LIMA
20523823940	DROGUERIA IMAGEN LATINA E.I.R.L	AV. NICOLAS DE PIEROLA NRO. 1607 INT. 101 URB. LIMA (TIENDA 101-S) LIMA - LIMA - LIMA
20522264904	DROGUERIA BELLASPA IMPORT EIRL	JR. YAULI NRO. 1622 URB. CHACRA RIO NORTE (ESPALDA DE NACIONES UNIDAS) LIMA - LIMA - LIMA
20600338286	CORPORACION BEIFA S.A.C.	JR. ANDAHUAYLAS NRO. 1205 INT. 1118 URB. BARRIOS ALTOS LIMA - LIMA - LIMA
20524653975	ALICES COSMETICOS E.I.R.L	JR. CUZCO NRO. 572 INT. 141 LIMA - LIMA - LIMA
20602623379	INVERSIONES SOHO MAKE UP S.A.C.	JR. CUZCO NRO. 572 INT. 230A GALERIA TRADICION (JR. CUZCO 572 INT. 230A - 231 GAL. TRADI) LIMA - LIMA - LIMA
20523823940	DROGUERIA IMAGEN LATINA E.I	AV. NICOLAS DE PIEROLA NRO. 1607 INT. 101 URB. LIMA (TIENDA 101-S) LIMA - LIMA - LIMA
20522335186	IMPORTADORA SHIALER & ALVIC S.A.C.	CAL.1 MZA. D LOTE. 31 ASC. LAS PRADERAS DEL SOL 3RA ETAPA (1ER PISO) PROV. CONST. DEL CALLAO
20600925637	IMPORT & EXPORT EVOK ABGASI S.A.C.	JR. INAMBARI NRO. 721 URB. BARRIOS ALTOS LIMA - LIMA - LIMA

Anexo 14. Evidencias



