



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Cultura organizacional y la gestión de mercaderías en un
minimarket de la Provincia de Piura**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO

AUTORAS:

De La Rosa Anton, Marisse (ORCID: 0000-0001-5804-2156)
Orozco Otero, Diana Criss (ORCID: 0000-0002-9904-5668)

ASESORES:

Dr. Soto Abanto, Segundo Eloy (ORCID: 0000-0003-1004-5520)
Dr. Villafuerte De La Cruz, Avelino Sebastián (ORCID: 0000-0002-9447-8683)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Auditoría

PIURA – PERÚ

2021

Dedicatoria

Esta investigación está dedicada a nuestra familia, en especial a nuestros padres e hijas quienes son la motivación más grande para no rendirnos, esforzarnos y salir adelante en nuestra formación como profesionales, concluyendo con nuestra carrera profesional.

Agradecimiento

Agradecemos a la Universidad César Vallejo que fue parte importante brindándonos las herramientas necesarias para concluir con el proceso de la presente investigación, a todas aquellas personas que han formado parte de todo nuestro proceso de educación, así mismo, el agradecimiento para el Dr. CPC. Avelino Sebastian Villafuerte De La Cruz, a el Dr. Segundo Eloy Soto Abanto, quienes con sus conocimientos nos apoyaron en la ejecución de este informe de investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de tablas	v
Resumen.....	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1. Tipo y diseño de investigación	15
3.2. Variables y Operacionalización	15
3.3. Población, muestra, muestreo.....	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:.....	17
3.5. Procedimientos:	18
3.6. Método de análisis de datos.....	18
3.7. Aspectos éticos:	18
IV. RESULTADOS	20
V. DISCUSIÓN	25
VI. CONCLUSIONES.....	31
VII. RECOMENDACIONES	32
REFERENCIAS.....	33
ANEXOS	40

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Técnicas e instrumentos para la recolección de datos</i>	17
Tabla 2: <i>Lista de expertos</i>	17
Tabla 3: <i>Nivel de la cultura organizacional en un minimarket de Piura</i>	20
Tabla 4: <i>Nivel de la gestión de mercaderías en un minimarket de Piura</i>	22
Tabla 5: <i>Prueba de correlación de Pearson entre las dimensiones de la cultura organizacional y gestión de mercaderías.</i>	23
Tabla 6: <i>Prueba de correlación de Spearman entre la cultura organizacional y gestión de mercaderías</i>	24
Tabla 7: <i>Distribución de los colaboradores según Ítems estudiados de la dimensión Dirección estratégica</i>	62
Tabla 8: <i>Distribución de los colaboradores según Ítems estudiados de la dimensión Adaptabilidad</i>	63
Tabla 9: <i>Distribución de los colaboradores según Ítems estudiados de la dimensión Participación</i>	64
Tabla 10: <i>Distribución de los colaboradores según Ítems estudiados de la dimensión Consistencia</i>	66
Tabla 11: <i>Distribución de los colaboradores según Ítems estudiados de la dimensión Rotación</i>	68
Tabla 12: <i>Distribución de los colaboradores según Ítems estudiados de la dimensión Vencimiento</i>	69
Tabla 13: <i>Distribución de los colaboradores según Ítems estudiados de la dimensión Obsolescencia</i>	70
Tabla 14: <i>Análisis de la ficha de registro para evaluar la gestión de mercaderías</i>	71

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la cultura organizacional y gestión de mercaderías de un Minimarket en la provincia de Piura, la investigación fue de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, con diseño no experimental, de corte transversal y alcance correlacional, aplicado a una muestra de 32 colaboradores de la empresa haciendo uso de las técnicas de encuesta y análisis documental. La investigación tuvo como resultados que entre las variables cultura organizacional y gestión de mercaderías hay una relación positiva ($\rho = 0.798$) y significativa. Por último, se llegó a la conclusión de que existe una relación significativa y positiva entre la cultura organizacional y gestión de mercaderías por lo que la organización debe enfatizarse en mejorar la cultura organizacional creando valores compartidos en los colaboradores para que de esta manera se evidencie mejores resultados en la gestión de mercaderías para el logro de los objetivos institucionales.

Palabras clave: Cultura organizacional, gestión, control, mercaderías.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between the organizational culture and merchandise management of a Minimarket in the province of Piura. The research had a quantitative approach, applied type, with non-experimental design, cross-sectional and scope correlational, applied to a sample of 32 administrative collaborators making use of survey and documentary analysis. The research had as results that between the variables organizational culture and internal control there is a positive ($\rho = 0.798$) and significant relationship. Finally, it was concluded that there is a significant and positive relationship between the organizational culture and merchandise management, so the organization must emphasize on improving the organizational culture creating shared values in the collaborators so that in this way better results are evidenced in merchandise management for the achievement of institutional objectives.

Keywords: Organizational culture, management, control, merchandise

I. INTRODUCCIÓN

En las organizaciones, mejorar el control de sus mercaderías, les permite tener una gestión de los inventarios más eficiente, y una disminución de pérdidas y problemas que implican el ineficiente control de inventarios. Lo cual, contribuirá a que el cliente final tenga una mejor percepción de la empresa (Borbor y Galarza, 2021).

La falta de registro de productos es uno de los principales problemas, la cual desencadena un sin fin de deficiencias para el negocio. Al no conocer de los activos del establecimiento, los conlleva a no saber si los ingresos generados superan al de las adquisiciones; es decir, a las inversiones (Valverde y Medina, 2019).

En su investigación nos dice que el control interno en los inventarios es una técnica fundamental para evitar pérdidas por fraude o negligencia y salvaguardar los recursos de las empresas, dado que la principal fuente del inventario constituye en la generación de ventas. No obstante, sabemos que el control interno nos ayuda a mitigar los riesgos (Díaz et al., 2018).

En investigaciones en Ecuador, se encontró diversos problemas y el más resaltante sucede en las empresas MIPYMES, esto debido a que no tienen un verdadero sistema de control de inventario ya que todo lo realizan de manera empírica. Los procesos que se realizan en esta clase de organizaciones no son ejecutados de la manera correcta y efectiva, las funciones realizadas son efectuadas por un operario, pero este no se encuentra facultado o capacitado para tomar decisiones, por tal motivo se han presentado casos de fraude, hurto y actos desleales por parte de los empleados (Salazar, 2019).

En Perú, se ha visto la apertura de grandes establecimientos durante los últimos años, como las tiendas retails, los supermercados y minimarkets, aquellas que han logrado cambios en los hábitos del consumidor en los diferentes niveles socio económicos, esto representa un gran desarrollo y como consecuencia un alto grado de competitividad y demandantes de la atención rápida. La gestión de mercaderías es de preocupación en diversas empresas, en algunas oportunidades es ineficiente, producto de un inadecuado o desfasado sistema de localización de los productos en el almacén de la misma, ya que no se rige a un sistema específico para

seleccionar, clasificar y distribuir los productos según su operatividad, En tal sentido, el mal manejo de los registros de inventario y control en el almacén, directamente afecta el proceso de aprovisionamiento de la empresa (Martín ,2019).

La empresa en estudio es un minimarket que pertenece a una estación de servicio que se dedica a la venta de bebidas, snack, licores, dulcería y demás. Esta se encuentra ubicada en la provincia de Piura. En dicha empresa se observó la existencia de mercadería vencida, debido a que el personal encargado de recepción no realizaba la correcta revisión en el plazo de duración; mercadería mermada por la falta de control al momento de reponerla y exhibirla; por otro lado, productos de baja rotación a consecuencia de la falta de supervisión en los inventarios de productos de menor rotación; todos estos problemas están generando dificultades para brindar un buen servicio a los clientes.

Dentro de las causas del problema descrito, entre las más resaltantes se identificó que en la empresa se presenta una baja orientación al cliente por parte de los colaboradores, así como falta de coordinación sobre las políticas de manejo de mercadería, desconocimiento por los propósitos de la empresa que se enfocan en el servicio, desinterés por cumplir los procedimientos para la gestión de mercaderías, entre otros ligados a la cultura organizacional.

Si el problema se mantiene, como consecuencia la empresa podría verse afectada de manera económica, como en la disminución de las ventas, incremento de obsolescencia y mercadería mermada, cabe señalar que también existe un riesgo reputacional para la empresa, al vender mercadería vencida que podría llevarlos a enfrentar denuncias, por lo que también representa una pérdida económica dado que es atribución a multas y sanciones.

Para ello, se decidió analizar la cultura organizacional y la gestión de mercaderías y de un minimarket de la provincia de Piura, en concordancia con la investigación de Rivera (2018) La cultura organizacional es considerada como un recurso estratégico que posee el valor de asegurar la continuidad y permanencia de las organizaciones, por ende es parte esencial de todo sistema logístico, implementar estrategias organizacionales que contribuyen al correcto funcionamiento de la

organización, utilizando las herramientas que brinda la gestión organizacional lo cual conlleva a la toma de decisiones.

Como preguntas de investigación se planteó: ¿Cuál es la relación entre la cultura organizacional y la gestión de mercaderías de un minimarket de Piura? y de manera específica: ¿Cuál es el nivel de la cultura organizacional minimarket de Piura?

¿Cuál es el nivel de gestión de mercaderías según los colaboradores del minimarket de Piura? ¿Cuál es la relación de las dimensiones de la cultura organizacional con la gestión de mercaderías en un minimarket de Piura?

Esta investigación se justificó según los criterios de Hernández y Mendoza (2018), según sus implicaciones prácticas, porque se desarrolló tomando en cuenta las investigaciones previas de teorías que permitieron enriquecer dicha investigación acerca de la influencia de la cultura organizacional ante la gestión de mercaderías en un minimarket de la ciudad de Piura. por su relevancia social, porque la cultura organizacional contribuyó al crecimiento de la empresa, lo cual permitió dar estabilidad laboral a 32 trabajadores del minimarket a sus familias y satisfacer las necesidades del cliente final y por su utilidad metodológica porque se construyó un instrumento para estudiar la gestión de mercaderías, lo que permitió a otros investigadores e incluso empresarios a utilizarlo y conocer el comportamiento de dicha variable, tanto de forma general como de manera dimensional.

En la investigación presente, se consideró como objetivo general: Determinar la relación entre la cultura organizacional y la gestión de mercaderías de un minimarket de Piura; y de manera específica: identificar el nivel de la cultura organizacional en un minimarket de Piura, identificar cuál es el nivel de gestión de mercaderías según los colaboradores del minimarket de Piura, y determinar la relación entre las dimensiones de la cultura organizacional con la gestión de mercaderías en el minimarket en estudio.

Para la presente investigación se planteó como hipótesis: la relación entre la cultura organizacional y la gestión de mercaderías de un minimarket de Piura es significativa y positiva.

II. MARCO TEÓRICO

Tras la revisión exhaustiva de diferentes investigaciones y artículos científicos nacionales e internacionales, se encontró en el artículo desarrollado en Cuba por Lopes et al. (2012), donde pretendió analizar la forma en que la baja rotación de inventarios, la falta de disponibilidad e inestabilidad de suministros; afectan la situación de la gestión de inventarios. Aunque no es posible determinar con exactitud las debilidades en la gestión organizacional, para que sean mejoradas, recomiendan un modelo de referencia para una correcta auditoría en la gestión de inventarios, a lo cual, concluyeron que en Cuba no había especialistas encargados de gestionar el inventario afectando así el conocimiento del personal afectado.

Rodríguez (2019), en su investigación realizada en México, tuvo como objetivo implementar un sistema de gestión de almacén e inventarios en una empresa constructora eléctrica latinoamericana; debido a que una de las debilidades de la empresa es que, no se tiene una cultura organizacional y ello afecta la fase de la planeación y para ello se consideró un procedimiento de entrada de materiales. Se concluyó que, al igual que la resistencia al cambio, también la cultura organizacional juega un papel importante en cualquier unidad económica.

Mendoza et al. (2016), en su artículo realizado en Colombia, los productos tenían como parte importante de los mismos, la etiqueta, esto debido a la información contenida en ella que teniendo como finalidad ser útil para el cliente. De manera tal que permitió identificar la marca, diseño y el nombre del producto.

Villasana (2016), en su investigación realizada en la ciudad de Guanajuato en México aduce que, aplicando buenas prácticas logísticas, tienen mucho valor en el ámbito organizacional y económico. Siendo así, la programación mental colectiva a quien definimos como la cultura organizacional, esta resalta a los miembros de una organización de otra. Concluyó que la influencia de la cultura organizacional respecto al desempeño logístico en las pequeñas empresas en México vale la pena tocar y explorar, principalmente para reconocer si este tipo de empresas se preocupa y valora el desempeño logístico, bajo qué modelos o parámetros, y qué complicaciones han encontrado en el camino.

Elizalde (2018), en su artículo se enfocó en analizar de qué forma influye la gestión de almacenes para fortalecer la correcta administración de inventarios, considerando así el afianzamiento que existe entre la gestión de almacén con los diversos procesos que organizacionalmente deben cumplirse para así poder lograr el éxito deseado, siendo así, y de acuerdo con la información recopilada se evidenció que cualquier empresa por grande o pequeña que sea debe centrarse en mantener un inventario que le permita agilidad y rentabilidad en los procesos.

Rodríguez et al. (2014), Concluye que llevar un adecuado control interno de almacén es un factor clave para el logro adecuado de la empresa y buen manejo a nivel institucional asegurando la continuidad del negocio, pues este le da la seguridad y respaldo de alcanzar metas y objetivos trazados dentro del marco de la eficiencia, eficacia y economía; se basan y conforman como los tres pilares que resguardan y sostienen los recursos y bienes de la empresa. Todo ello lleva a la conclusión que realicen inventarios de manera periódica para un mejor control de las existencias de la organización.

Mindiolaza et al. (2012), en su investigación nos dice que para el correcto funcionamiento y obtener un eficiente sistema administrativo, llevar un control es de vital importancia, ya que este le permite tener un panorama más claro y establecer modelos que le faciliten la organización, dirección y ejecución de una empresa. A través del control se puede verificar que todo se haga de acuerdo con lo planteado y organizado, para así poder identificar los errores o falencias, con el fin de corregir, mejorar y evitar su repetición.

Pavón et al. (2019), tomando en cuenta la investigación del autor, plantea la necesidad que existe en un almacén al requerir de los inventarios ya que estos son de naturaleza organizativa de la PYME; por lo que llega a la conclusión que su conformación demanda sistemas de control interno menos complejos que los tradicionales; como también lo más relevante es implantar un sistema de control interno que le permita a la PYME, optimizar el ciclo almacén - inventario y establecerse en el mercado de forma competitiva. De muchas formas el inventario es parte vital por lo que lo convierte en un factor más vulnerable, en algunas ocasiones las existencias no tienen problemas en su salida todo fluye con facilidad y como

consecuencia tenemos un inventario más fluido, por tal motivo la administración o gerencia se interesa fundamentalmente por la planeación y control de estos.

Peña y Silva (2016), en su artículo publicado en Venezuela, consideran que la gestión de inventarios es una de las funciones más complejas en una organización esto debido al entorno, también menciona los diferentes factores internos como, gestión de recursos financieros, gestión de adquisición, información, demanda, almacén; debido a esto también se consideran factores externos que inciden en la administración de sistemas de existencias, en resumen, por los que inciden negativamente sobre la gestión de inventarios.

Rivera (2019), en su investigación formulada en la ciudad de Huacho, tuvo como objetivo plantear la forma en que, el Sistema de Control Interno influye en la Gestión de los Inventarios, para poder cumplir con sus objetivos empleo el instrumento entrevista con la técnica de entrevista obteniendo como resultado cuanto influye un sistema de control interno sobre la gestión de existencias. Por lo que llego a la conclusión que, lo establecido por sus normativas y procedimientos, permite tener seguridad y garantía de que el proceso de suministro de las existencias sea correctamente organizado, planificado, controlado y ejecutando.

Abad (2018), en su investigación desarrollada en Chimbote, teniendo como objetivo descubrir la influencia del control interno en la gestión de existencias y para ello se utilizó la revisión bibliográfica, entrevista profunda, análisis comparativo, por lo que llego a la deducción que el control interno con una adecuada implementación impacta positivamente en la gestión de existencias de las empresas, en el correcto uso de sus recursos viéndose reflejado en una mejora en la rentabilidad.

A fin de profundizar el conocimiento de cada variable de interés en la presente investigación, se obtuvo información bibliográfica y aportes de referentes para la definición y el dimensionamiento. Entre los principales hallazgos, se obtuvo que la variable cultura organizacional es definida por Segredo y García (2017) como los principios, tradiciones, valores y formas de hacer las cosas que impacten en la forma en que actúan los miembros de una organización, esta tiene mayor influencia sobre las organizaciones, porque los valores están íntimamente arraigados y son

compartidos con los demás trabajadores; así mismo se comprobó que son más leales y están asociados con el alto desempeño organizacional. Esto influye de tal forma que, los gerentes organizan, dirigen, planean y controlan la organización.

La cultura organizacional, tuvo su apogeo a inicios de la década de los 80, a raíz del nacimiento de una gestión de recursos humanos, la cual buscaba conocer el comportamiento de los trabajadores a partir de algunos aspectos simbólicos y normativos hacia los fines organizacionales. Ésta era inició un modo revolucionario y funcional de concebir la cultura organizacional, comprendiendo a esta como un kit de herramientas, un factor importante que se puede manejar por las acciones o comportamiento de los directivos (Gentilin, 2015).

La cultura organizacional define límites, creando diferencias entre una organización y otra, y también proporciona un sentido de identidad a sus miembros (Moreira y Netto, 2016), es probable crear un espacio o clima adecuado para la innovación ya que esta se afianza como una estrategia corporativa que irá progresando el desarrollo de servicio, procesos y productos que desencadena una mejora de la rentabilidad para la organización (Felizzola y Anzola, 2017).

Según la investigación de Casagrande y Machado (2017) señalaron que la cultura organizacional, juega un papel importante en el comportamiento humano, a través del universo simbólico, que genera una construcción social de la realidad, y el racionalismo funcional, que hace prácticas que se dan por sentadas, está orientada al comportamiento de los seres humanos por medio de valores y creencias.

Ayala (2018), concluyó que desarrollar una cultura organizacional, es satisfactoriamente transcendental al actuar del personal nos referimos ya que este desarrolla diversas habilidades y busca fortalecer los aspectos como la eficacia, eficiencia, innovación y adaptación, en algunas actividades de control se satisfacen al empleador, también se observó conductas que reflejan la falta de adaptación y compromiso del personal en la compañía, todo esto se ve reflejado en el clima laboral en cualquiera que sea el área de trabajo.

Tomando como referencia el estudio de García (2017), se plantearon tres dimensiones para la evaluación de la variable Cultura Organizacional, donde se

definirá a la dimensión adaptabilidad, como parte del desarrollo de capacidades de la entidad donde le permitirá adaptarse continuamente frente a cualquier situación que se le presenten, estableciendo procesos y procedimientos para lograr la institucionalización de esta.

En cuanto a la dimensión gestión de mercaderías, según Garrido (2020), menciona cuán importante es la gestión de mercaderías y las operaciones durante el proceso de distribución que inicia desde el momento de la recepción, todo ello, basándose en diversas definiciones establecidas por el negocio.

Considerando los aportes de la NIC 02 y la definición de Gestión (RAE, 2021), la gestión de mercadería refiere a las actividades que realiza la empresa para administrar sus activos para ser vendidos por conducto regular como parte de la explotación; de cara a esa venta en proceso de producción; o también como materiales o suministros, para ser consumidos en el proceso de producción, o en el suministro de servicios (NIC 02 p 1).

Existen diversas normas que rigen la contabilidad, como, por ejemplo, se puede encontrar en el párrafo 3 de la NIC 18 (2014), se muestra que las existencias también incluyeron bienes que se compraron y almacenaron para ser revendidos considerando, por ejemplo, bienes raíces, inversiones inmobiliarias, terrenos, etc. A la vez, se le consideró como existencias a los productos terminados o que se encuentran en proceso de fabricación, que fueron usados en el proceso productivo.

Huapaya (2011), indicó que en la NIC 2: Inventarios, se hace mención a un ejemplo de costos excluidos del costo de los inventarios los que se reconocieron como gastos durante el tiempo en el que se dieron, tales como, las unidades extrañas de desechos de material, costos de producción y mano de obra u otros.

Según NIC 2 (2019), de acuerdo con lo indicado en el párrafo 6 de la Norma Internacional de Contabilidad N° 2 (en adelante, NIC 2), se definió a las mercaderías como activos en proceso de producción con vistas a esa venta; activos que se tienen

para ser ofrecidos a la venta en el transcurso regular de las operaciones de la empresa, o activos en forma de materiales o suministros, los que se consumieron en el proceso de producción, o en la prestación de servicios.

Belleni (2004), indicó que para haber obtenido una buena gestión de inventarios se debía tener en cuenta ciertos factores muy importantes como fueron los precios de compra y venta de productos, la demanda que existía de productos la cual podía ser estática o probabilística; el ciclo para ordenar los pedidos solicitados; las demoras en la entrega. Todos ellos incidieron en las inversiones de la empresa.

Para Rubio y Villarroel (2014) definieron al almacén como un espacio o área determinada, la cual cumplía con ciertos requisitos específicos, destinada para la recepción de bienes. Bueno (2010), pudo definir al proceso de comercialización como un grupo coordinado de sucesos que tenían como único fin satisfacer las necesidades de intercambio; estableciendo estrategias y tomando las decisiones correctas; finalmente planificando, organizando y controlando las actividades.

Espejo (2017), señaló que la empresa contaba con una variedad de artículos que generaban una gran rotación a partir del movimiento de la empresa, es así que, se debía expandir un mejor control dentro de las mismas y si se esperaba generar mayor circulación de productos, se debió establecer puntos estratégicos para aquellos productos de alta rotación.

Según Lopes et al. (2012), la baja rotación de los productos que en la gran mayoría de empresas no superaron las 4 rotaciones anuales, significó que al menos 3 meses es lo que demoraba en ser recuperada la inversión en inventarios, lo cual generaba el aumento de costos para el mantenimiento de almacenes.

Por otro lado, la Norma Internacional de Contabilidad N° 36, en adelante, NIC 36 (2019), en su párrafo 6 señaló a la cantidad en que excede el importe en libros de un activo generador de efectivo a su importe recuperable es la pérdida por deterioro del valor. Tomando en cuenta ello, la NIC 36 señaló también la manera de como determinar la vida útil de un activo, lo cual es el tiempo durante el cual se esperaba utilizar el activo por parte del ente, la cantidad de unidades de producción o similares que se consideraba obtener del mismo por parte de la entidad.

Sosa (2016), después de haber registrado todos los elementos con su costo, restándole su depreciación menos las pérdidas acumuladas debido al deterioro de su valor, se generó una combinación entre los modelos de costo, valor razonable y valor

en uso. Esto a consecuencia de que dichas pérdidas pudieron ser calculadas.

En la práctica, la desvalorización de mercaderías pudo originarse por obsolescencia, disminución del valor en el mercado, pérdidas, daños físicos, o por baja calidad; a consecuencia de esta desvalorización, el tratamiento para esa mercadería fue la pérdida del monto invertido en ellas, es decir, no podía ser recuperado mediante un producto terminado o la venta de dicha mercadería.

Para Jaramillo (2012), los mecanismo y acciones para minimizar el impacto de la obsolescencia en la gestión empresarial era utilizar estrategias que permitieran minimizar el costo en los inventarios con la finalidad de reducir los riesgos de obsolescencia, promoviendo así el inventario de baja rotación minimizando el monto de obsolescencia dentro del almacén, esto permitió ajustar cálculos a la realidad de la organización y por último efectuar programas de desincorporación.

Asimismo, la obsolescencia se consideró como la disminución de la vida útil tanto de un bien de capital o de un bien de consumo debido a cambios económicos o avances tecnológicos. La obsolescencia se debió diferenciar de la depreciación, la cual consistía en el deterioro físico del bien debido al uso o al transcurrir del tiempo. También se experimentó como el resultado del surgimiento de bienes mayor aceptación, de menor costo o de mejor calidad, cuyo surgimiento hizo antieconómico producir con bienes de capital antiguos, o seguir consumiendo los mismos bienes.

Mendoza y Molina (2016) consideraron que existen diferentes causas para la obsolescencia de mercadería, pudo ser por el mal manejo de las mismas dentro de la empresa, ocasionando diferentes situaciones, por ello se debió mantener una constante gestión de inventarios, rotación de mercaderías para que no afecten la situación de la empresa ya que su tratamiento es diferente a otros productos.

Serbinio (2013), señaló que el inventario de productos obsoletos es la lista en la cual se identificaron las existencias, su localización, el tipo y cantidad de productos encontrados, el estado y condiciones en el que se encontraban almacenados. La incertidumbre, tiempo de consumo, tiempo de entrega, niveles de servicios a los clientes y cambios de programas, son algunas de las razones para establecer un buen inventario.

III. METODOLOGÍA

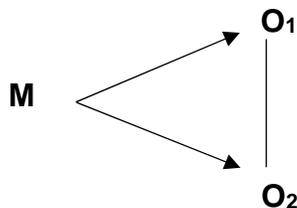
3.1. Tipo y diseño de investigación:

Tipo de investigación

Según su finalidad, el presente trabajo, fue una investigación aplicada debido a que los conocimientos adquiridos fueron aplicados en el paso del tiempo para obtener buenos resultados con la presente investigación.

Diseño de investigación

Según su enfoque, la investigación fue cuantitativa; con diseño no experimental, ello debido a que no existió manipulación alguna de variables; de corte transversal, porque se realizó en el periodo determinado del 2020, y con un alcance correlacional porque el objetivo general se orientó a determinar la relación que existió entre las variables en estudio.



Donde:

M : Representa la población o muestra del estudio

O₁ : Representa la información recogida sobre la cultura organizacional.

O₂ : Representa la información recogida sobre las mercaderías

3.2. Variables y Operacionalización:

Variable 1: Cultura organizacional

Según Cújar et al. (2013), la cultura organizacional es el conjunto de creencias, valores y conductas que trabajan de forma conjunta ante diferentes situaciones y que influencia en una organización, este comportamiento cultural surge en el entorno de la

necesidad de conocer cómo se desempeñan las empresas en el ámbito laboral, en relación de surendimiento y productividad, con la que se busca controlar los procesos sociales. La cultura organizacional, será medida bajo el análisis de la dirección estratégica, adaptabilidad, participación y consistencia.

Variable 2: Gestión de Mercadería

Considerando los aportes de la NIC 02 y la definición de Gestión (RAE, 2021), la gestión de mercadería refiere a las actividades que realiza la empresa para administrar sus activos poseídos para luego venderlos, en el curso normal de la explotación; en forma de materiales o suministros, también en proceso de producción de cara a esa venta; o para ser consumidos en el proceso de producción y en suministro de servicios (NIC 02 p 1).

Las mercaderías, fueron medidas bajo el análisis de la rotación, deterioro y vencimiento de las mismas.

3.3. Población, muestra, muestreo:

Población:

Para la presente investigación se tomó como población a totalidad del personal que labora en la cadena de minimarket, constituida por 298 colaboradores.

- **Criterios de inclusión:**

Formaron parte de la población los colaboradores de la empresa que tuvieron vínculo laboral con la entidad.

- **Criterios de exclusión:**

Fueron excluidos de la población los trabajadores, que no forman parte del área en estudio, en este caso los minimarkets que no pertenecen a las estaciones de servicio dentro del distrito de Piura.

Muestra:

En la presente investigación, la muestra fue determinada por conveniencia, por lo tanto, se tomó como muestra a 32 colaboradores, quienes son parte de los distritos que son de interés en el presente estudio.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Para la presente investigación se consideró aplicar la técnica de la encuesta y el análisis documental.

Tabla 1

Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

Variable	Técnica	Instrumento
Cultura organizacional	Encuesta	Cuestionario
Gestión de Mercaderías	Análisis Documental	Ficha de Registro
	Encuesta	Cuestionario

Validez:

Los instrumentos fueron validados por especialistas, en la tabla 2 se detalla su información.

Tabla 2

Lista de expertos

Instrumento	Especialistas	Grado
Gestión de Mercaderías	Villafuerte De La Cruz, Avelino Sebastián	Doctorado
	Soto Abanto, Segundo Eloy	Doctorado
	George Calle Calle	Magister

De acuerdo con la información obtenida, se indica que los instrumentos muestran una validez fuerte.

Confiabilidad:

Se utilizó el Alfa de Cronbach para medir la confiabilidad del instrumento. Se obtuvo un alfa de Cronbach para el cuestionario de cultura organizacional y de gestión de mercaderías de 0.969 lo que significa que el instrumento presentó consistencia interna y tiene una confiabilidad excelente.

3.5. Procedimientos:

Se procedió a la recolección de información necesaria de los colaboradores que forman parte de la empresa en estudio, de esa manera, poder enviarles un cuestionario digital y así obtener su percepción con referencia a las variables en estudio. Para el análisis de los datos obtenidos se procedió a emplear estadísticos y tablas.

La discusión de los resultados se dio mediante la confrontación de estos considerando las conclusiones de diversas investigaciones citadas en los antecedentes incluyendo los planteamientos del marco teórico. Se formularon las conclusiones considerando los objetivos planteados y los resultados obtenidos.

3.6. Método de análisis de datos:

Se procedió a aplicar las pruebas de normalidad, a fin de determinar si las variables de estudio se suman a una distribución paramétrica, para esto se utilizó la prueba de Shapiro Wilk. A partir de los resultados de la prueba de normalidad, se aplicó la prueba estadística de Pearson y Spearman para determinar la correlación de las variables.

3.7. Aspectos éticos:

En el siguiente estudio se utilizó las normas APA, la información presentada se ha obtenido de fuentes seguras, respetando los derechos del autor de las diversas investigaciones para lo cual se procedió a citar la información obtenida de las investigaciones. De igual manera la información fue recogida de los colaboradores mediante cuestionarios dejando en anonimato sus identidades, además de no influenciar en sus respuestas de libre elección para prevenir información sesgada, como también se sostuvo en reserva el nombre de la institución en estudio con el fin

de proteger la información de la entidad, cumpliendo con las normas éticas, lineamientos y directivas dadas por la Universidad César Vallejo.

IV. RESULTADOS

Objetivo específico 1: identificar el nivel de la cultura organizacional en un minimarket de Piura.

Tabla 3

Nivel de la cultura organizacional en un minimarket de Piura.

Variable/Dimensión	Nivel	Intervalos	ni	%
Cultura organizacional	Alto	126-170	0	0%
	Medio	80-125	17	53%
	Bajo	34-79	15	47%
Dirección estratégica	Alto	27-35	0	0%
	Medio	17-26	16	50%
	Bajo	7-16	16	50%
Adaptabilidad	Alto	34-45	0	0%
	Medio	22-33	18	56%
	Bajo	9-21	14	44%
Participación	Alto	30-40	0	0%
	Medio	20-29	18	56%
	Bajo	8-19	14	44%
Consistencia	Alto	38-50	0	0%
	Medio	24-37	17	53%
	Bajo	10-23	15	47%

Nota. ni=cantidad

Interpretación:

Se identificó un nivel medio en la cultura organizacional, el 53% de los colaboradores encuestados notaron que el minimarket en estudio tenía una cultura organizacional en un nivel medio y un nivel bajo correspondiente al 47% de los colaboradores, de manera dimensional se identificó un nivel medio al 50% de dirección estratégica y un 50% en nivel bajo, según el 56% de los colaboradores tiene un nivel medio y un 44% en nivel bajo con respecto a la dimensión de adaptabilidad, el 56% reconoció un nivel medio de participación y un 44% en un nivel bajo, finalmente considerando la dimensión de consistencia mostró un 53% en nivel medio y un 47% en un nivel bajo.

La cultura organizacional expone un nivel medio a bajo según la apreciación de los colaboradores encuestados, considerando que en su mayoría es confusa la misión y visión organizacional debido a que la empresa no socializa la visión y misión de la empresa, de la misma manera, las proyecciones que se fijan como metas son ambiciosas, pero no realistas a causa que la gerencia no los conduce a hacia los objetivos fijados sin ser comparados continuamente con el progreso de la empresa, todo ello según la percepción de los colaboradores, en su mayoría , los colaboradores tienen la impresión que sus aportes no son consideradas o tomados en cuenta, por lo cual, tampoco existe confianza entre ellos, sin embargo, la empresa si toma en consideración los intereses de los clientes y la información de los mismos influye en las decisiones gerenciales, también ellos apreciaron que la aplicación de un cambio no es factible, ya que, la empresa no se adapta al cambio y su estructura no se lo permite, la mayoría de colaboradores no tiene claro si existe o no un presupuesto destinado para innovación, la organización no admite la toma de decisiones por parte de los colaboradores, una parte de los colaboradores opina que no se fomenta la ayuda entre las diferentes áreas de la empresa debido a que no se promueve la cultura de trabajos en equipo, la empresa no considera una prioridad el invertir en las capacidades de sus colaboradores a pesar que, las indicaciones de los jefes no son del todo claras, pero aun así, la jefatura inmediata si muestra preocupación por el cumplimiento de los objetivos trazados, en su mayoría los colaboradores estiman que los valores en la organización no se ven reflejados en la acción de los líderes considerando que no existe un código ético que ayude a distinguir lo correcto dentro de la organización, parte de los colaboradores evaluaron que no se trabaja para encontrar soluciones en bien de todos cuando existen desacuerdos por una u otra razón, es por ello que no se logra el consenso aún en temas difíciles, los colaboradores consideran que no se les hace partícipes de los diversos eventos realizados por la organización, no existe un trabajo conjunto entre las diversas áreas que forman parte de la empresa, a lo cual, no se aprecia una adecuada planificación de objetivos entre los diversos niveles jerárquicos.

Objetivo específico 2: identificar cuál es el nivel de gestión de mercaderías según los colaboradores del minimarket de Piura.

Tabla 4

Nivel de la gestión de mercaderías en un minimarket de Piura

Variable/Dimensión	Nivel	Intervalos	ni	%
Gestión de mercaderías	Alto	67-90	0	0%
	Medio	43-66	20	63%
	Bajo	18-42	12	38%
Rotación	Alto	30-40	0	0%
	Medio	20-29	28	88%
	Bajo	8-19	4	13%
Vencimiento	Alto	19--25	0	0%
	Medio	13-18	18	56%
	Bajo	5-12	14	44%
Obsolescencia	Alto	19--25	0	0%
	Medio	13-18	16	50%
	Bajo	5-12	16	50%

Nota. ni=cantidad

Interpretación:

La gestión de mercaderías mostró un nivel medio, el 63% de los encuestados en el minimarket objeto de estudio, percibió un nivel medio en la gestión de mercaderías y un 38% en un nivel bajo, mientras que, en referencia a la dimensión rotación el 88% muestra un nivel medio y un 13% en un nivel bajo, el 56% de los colaboradores identificaron un nivel medio en vencimiento y un 44% identificaron un nivel bajo, por otro lado, el 50% reconoció un nivel medio y bajo en la dimensión obsolescencia.

Se aprecia un nivel medio a bajo en la gestión de mercaderías, los colaboradores encuestados estiman que no se supervisa la rotación de los productos tomando en cuenta su vencimiento, sólo en algunas ocasiones se realizaba un control interno por el total de productos vendidos, además, no se realiza frecuentemente un correcto análisis para determinar la rotación de mercadería, sin embargo, la empresa

sustenta todas las ventas son sustentadas con comprobantes de pago y se preocupa por despachar de manera óptima todos sus pedidos, también observaron que casi nunca el stock físico de los productos coincide con el stock en sistema a pesar que, en la empresa si se realizan inventarios de los productos de la misma manera que, se verifican las existencias compradas en cuanto a número, calidad y fecha de vencimiento, en la mayoría de casos no se coteja la recepción de mercaderías recibidas de acuerdo a lo solicitado por la organización, parte de los colaboradores no llevan un control de mercaderías vencidas así como tampoco utilizan un kardex de las mismas debido a que no se supervisa frecuentemente, la mayor parte de los colaboradores estiman que no se lleva un registro de mercaderías desfasadas ni menos se selecciona la mercadería que no es apta para la venta, también tienen la sensación que el almacén no cuenta con la infraestructura adecuada, en consideración la organización no utiliza un tipo de valuación para determinar el valor de las mercaderías deterioradas ni se realiza un control en la cantidad de los mismos.

Objetivo específico 3: determinar la relación entre las dimensiones de la cultura organizacional con la gestión de mercaderías en el minimarket en estudio.

Tabla 5

Prueba de correlación de Pearson entre las dimensiones de la cultura organizacional y gestión de mercaderías.

Dimensión	Variable	Coficiente	Sig.
Dirección estratégica		0.634	0.000
Adaptabilidad	Gestión de mercaderías	0.746	0.000
Participación		0.784	0.000
Consistencia		0.829	0.000

Nota. Sig.= Significancia

Interpretación:

La correlación entre las dimensiones de la variable cultura organizacional y la gestión de mercaderías en cuanto a la dirección estratégica de acuerdo con el Rho de Spearman fue positiva en 0.634, la dimensión adaptabilidad mostró una relación positiva en 0.746 según el Rho de Spearman, la dimensión participación, tuvo una

relación positiva de 0.784 según el Rho de Spearman y con respecto a la dimensión consistencia evidenció una relación positiva y considerable de 0.829 de acuerdo con el Rho de Spearman.

Objetivo General: Determinar la relación entre la cultura organizacional y la gestión de mercaderías de un minimarket de Piura.

Tabla 6

Prueba de correlación de Spearman entre la cultura organizacional y gestión de mercaderías

Variable	Gestión de mercaderías	
	Coefficiente	Sig.
Cultura organizacional	0.798	0.000

Nota. Sig.= Significancia

Interpretación:

En cuanto a la correlación existente entre las variables de cultura organizacional y la gestión de mercaderías hay una relación positiva y considerable de 0.798 según el Rho de Spearman.

Basados en las pruebas de normalidad y la correlación de Spearman realizadas, se obtuvo coeficientes positivos, lo que significaría que existe un nivel de significancia positiva alta entre las variables, evidenciando así la influencia que existe entre las ya mencionadas variables.

V. DISCUSIÓN

Tomando los resultados, de la presente investigación, se procedió a realizar la discusión de los mismos:

Como primer objetivo específico, se planteó identificar el nivel de la cultura organizacional en un Minimarket de Piura. La cultura organizacional define límites, creando diferencias entre una organización y otra, y también proporciona un sentido de identidad a sus miembros, funcionando como una especie de mortero social que mantiene cohesionada la organización, señalando patrones de comportamiento adecuados (Moreira y Netto, 2016), es probable crear un espacio o clima adecuado para la innovación dado que, esta se consolidará como una estrategia dentro de la corporación que irá mejorando el desarrollo de servicio, procesos y productos que desencadena una mejora en la rentabilidad para la organización (Felizzola y Anzola, 2017). Según la investigación de Casagrande y Machado (2017) señalaron que la cultura organizacional, juega un papel importante en el comportamiento de los individuos, a través del universo simbólico, que genera una construcción social de la realidad, y el racionalismo funcional, que hace prácticas que se dan por sentadas, está orientada al comportamiento de los seres humanos por medio de valores y creencias, construyendo una realidad social relacionada con la identidad de la institución, esta también se identifica con las diferentes organizaciones, de tal manera que genere modelos mentales que incentiven la forma práctica de ejecutar procesos.

En la investigación encontramos que la cultura organizacional, se encuentra en un nivel intermedio (53%) y nivel bajo (47%); denotándose que aún personal no presentan una cultura organizacional definida por lo que no se involucra fuertemente con los objetivos de la empresa, por lo que no conoce la misión y visión de la empresa y por otro lado a la institución carece de involucrar más a los trabajadores en diferentes actividades a modo socializar y sentirse parte de la organización, así como también tomar en consideración sus ideas y fomentar la inclusión o trabajo en equipo entre las diversas áreas para así mismo permitirles participar de la toma de decisiones a los colaboradores; como también no invierten en la innovación y la capacitación constante

para los trabajadores. Estos resultados reflejan similitud con la investigación de Ayala (2018), concluye que desarrollar una cultura organizacional, es satisfactoriamente trascendental al actuar del personal nos referimos ya que este desarrolla diversas habilidades y busca fortalecer los aspectos como la eficacia, eficiencia, innovación y adaptación, en algunas actividades de control se satisfacen al empleador, también se observó conductas que reflejan la falta de adaptación y compromiso del personal en la compañía, todo esto se ve reflejado en el clima laboral en cualquiera que sea el área de trabajo; Así también la cultura organizacional es definida por Segredo y García (2017) influyeron los valores y diferentes formas de hacer las cosas que influyen en la forma en que actúan los miembros de una organización, esta tiene mayor influencia sobre las organizaciones, porque los valores están profundamente arraigados y son compartidos con los demás empleados, además se ha comprobado que son más leales y están asociados con el alto desempeño organizacional. También se relaciona con la investigación de Casagrande y Machado (2017) donde señalaron que la cultura organizacional, juega un papel importante en el comportamiento humano, a través del universo simbólico, que genera una construcción social de la realidad, y el racionalismo funcional, que hace prácticas que se dan por sentadas, está orientada al comportamiento de los seres humanos por medio de valores y creencias, relacionada con la identidad de la institución, esta también se identifica con las organizaciones generando modelos mentales que incentiven la forma práctica de ejecutar procesos.

Tomando en consideración que la cultura organizacional por lo general afecta de manera directa el comportamiento de los trabajadores, dados estos resultados vemos que coinciden con los presentados dado que de esta manera se determina que la cultura está relacionada básicamente con el compromiso que adquieren los colaboradores sintiéndose identificados con la organización. Dados dichos resultados se llega a definir que el nivel de la cultura organizacional es determinante frente al compromiso y el involucramiento de los individuos en la organización por tanto se debe incluir en la toma de decisiones al personal como parte de ello, así como también lograr afianzar el vínculo de lealtad fortaleciendo la relación entre las diferentes jerarquías.

Como segundo objetivo específico se planteó identificar el nivel de la gestión de

mercaderías según los colaboradores del Minimarket de Piura. La gestión de mercaderías nos ayuda en gran manera a mantener un orden y por consiguiente al logro de los objetivos permitiendo a las organizaciones adaptarse a los constantes cambios comerciales y operativos junto con ello apoyar la toma de decisiones que beneficie a la empresa. Considerando los aportes de la NIC 02 y la definición de Gestión (RAE, 2021), la gestión de mercadería refiere a las actividades que realiza la empresa para administrar sus activos y ser vendidos de manera regular como parte de la explotación; en proceso de producción hacerle frente a la venta. (NIC 02 p 1).

En la empresa en estudio la gestión de mercaderías se encuentra en un nivel intermedio (63%) y nivel bajo (38%) es como lo colaboradores están percibiendo a su organización, haciendo un énfasis a que no están percibiendo los valores organizacionales por lo que no son compartidos por los colaboradores en general ya que no se ha difundido a todo el personal el código de ética y conducta ni mucho menos saben de la existencia de uno, si nos referimos a las responsabilidades, estas no están siendo compartidas a todos los individuos, también denotamos que el proceso de inducción al personal al momento del reclutamiento no es el adecuado por tanto no ayuda a la preparación del personal y en cuanto a las capacitaciones se refiere no se realiza, otro punto importante es que la normativa interna o manual de ética y conducta de la empresa no se da a conocer a todo el personal y como consecuencia no está siendo aplicada.

Dados los siguientes resultados, se identificó que el nivel de gestión de mercaderías se basa en las acciones que realice la organización conjuntamente con los trabajadores en pos de organizar, prevenir y mitigar los riesgos en el logro de objetivos institucionales. Así también, se encontró que en la empresa en estudio no tuvo los procesos de controles idóneos, debido a ello es que en su gran mayoría las características de los colaboradores no se encuentra de acuerdo con el perfil de la organización, además no todos los trabajadores realizan su trabajo de forma correcta y satisfactoria por ello no brindan una adecuada atención a sus clientes.

Como tercer objetivo específico se planteó determinar la relación entre las dimensiones de la cultura organizacional con la gestión de mercaderías en el Minimarket en estudio.

En primer lugar, se planteó relacionar la dimensión dirección estratégica y gestión de mercaderías. Según Garrido (2020), mencionó cuán importante es la gestión de mercaderías ante el control de mercaderías y las operaciones durante el proceso de distribución que inicia desde el momento de la recepción, luego los productos son almacenados para su posterior despacho, todo ello, basándose en diversas definiciones establecidas por el negocio. Luego de relacionar la dimensión dirección estratégica y gestión de mercaderías se determinó una relación positiva (Rho 0.634) y significativa de ($p = 0.00$) siendo menor al 5% ($p < 0.05$), por ello se concluye a mejorar la relación y hacer de conocimiento de la misión y visión organizacional con los colaboradores, concientizar y enseñar a los trabajadores los objetivos que plantea la organización y comparar el progreso de los objetivos y por consiguiente mejorar los niveles de la gestión de mercaderías. Dado esto se puede decir que la dirección estratégica es de vital importancia para mejorar la gestión de mercaderías de una empresa.

En segundo lugar, se planteó relacionar la dimensión adaptabilidad y gestión de mercaderías. La adaptabilidad es un factor importante que aporta a la mejora de las instituciones, percibiendo así una orientación hacia el desarrollo implementando adecuadas estrategias. Al relacionar la dimensión adaptabilidad y gestión de mercaderías se determinó una relación positiva (Rho 0.746) y significativa de ($p = 0.000$) siendo menor al 5% ($p < 0.05$), dado que al mejorar el nivel de la gestión de mercaderías se debe tomar en consideración las ideas de los colaboradores, afianzar vínculo con la organización, mantener la confianza entre trabajadores, adaptarse a los cambios y ponerle más énfasis a la innovación. Estos resultados son similares con el estudio realizado por García (2017), donde planteó como dimensión de la variable Cultura Organizacional, la dimensión adaptabilidad, como parte del desarrollo de capacidades de la entidad donde le permitirá adaptarse continuamente frente a cualquier situación que se le presenten, implantando estrategias para así poder

establecer procesos internos donde será evaluado por medio del aprendizaje organizacional, mejoramiento de la calidad de atención, orientación al cambio y la innovación. Puesto que podemos decir, que la adaptabilidad, determina la estructura de una empresa y si se asocia íntimamente con la gestión de mercaderías y así la organización puede mejorar.

En tercer lugar, se relacionó la dimensión, participación y la gestión de mercaderías. Según la investigación de García (2017) describió la participación la inclusión de los trabajadores en la empresa haciendo que sus metas personales se alineen a las metas planteadas por la empresa. Al relacionar la dimensión participación y gestión de mercaderías se determinó que hay una relación positiva (Rho 0.784) y significativa de ($p = 0.000$) siendo menor al 5% ($p < 0.05$), por lo tanto se deben mejorar los niveles de gestión de mercaderías de tal manera que los colaboradores se vean más involucrados con la empresa, por ejemplo permitiendo la toma de decisiones, incluyéndolos, fomentando la cooperación entre las diferentes áreas, promoviendo valores en el cuidado de equipos de trabajo y la constante capacitación. Dado esto consideramos que la participación de los colaboradores en una organización es de vital importancia para que la gestión de mercaderías sea buena en la empresa.

Como cuarto y último lugar se planteó relacionar la dimensión consistencia y la gestión de mercaderías. Según García (2017) describió como consistencia a los valores de las herramientas que emplean las diversas áreas; demás acuerdos establecidos de la organización, siendo objetivo en lo que se dice con lo que se hace. Tras relacionar la dimensión consistencia y la gestión de mercaderías se concluyó una relación positiva (Rho 0.829) y significativa de ($p = 0.000$) siendo menor al 5% ($p < 0.05$), por ellos sabemos se debe poner mayor énfasis en los valores de la organización con los trabajadores, dando a conocer de forma transparente y concisa, los valores organizacionales en la acción de las cabezas principales de la organización, para así lograr un equilibrio en el conceso, como también en temas difíciles, para hacer partícipe a los colaboradores de los eventos que realiza la organización y planificar los objetivos en consecuencia a una mejorar en los niveles de la gestión de mercaderías. Para ello, se considera que siendo constantes en la realización de actividades que

involucren compartir ideas con el personal, mejora la gestión de mercaderías en gran medida.

Se planteó como objetivo general, determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y la gestión de mercaderías de un Minimarket en Piura. Según la investigación de Casagrande y Machado (2017) concordó que la cultura organizacional, juega un papel importante en el comportamiento humano, a través del universo simbólico, que genera una construcción social de la realidad, y el racionalismo funcional, que hace prácticas que se dan por sentadas, está orientada al comportamiento de los seres humanos por medio de valores y creencias, constituyendo una realidad social relacionada con la similitud de la institución, esta también se identifica con las instituciones generando modelos mentales que incentiven la forma práctica de ejecutar procesos. En la investigación se determinó que existe relación positiva ($\rho = 0.798$) y significativa ($p = 0.008$) entre la cultura organizacional y la gestión de mercaderías en los colaboradores del minimarket en Piura, lo que demuestra que a medida que se incremente la cultura organizacional mejorará el nivel de la gestión de mercaderías.

De acuerdo con lo mencionado, en base a los resultados estos se logran formando equipos de trabajo correctamente capacitados para área de almacén, haciendo que se sientan como en casa, que forman parte de la organización, que estén familiarizados y comprometidos con su trabajo compartiendo la misma cultura, compromiso y lealtad. Recuerda que tiene que comparar sus resultados con los antecedentes. Dado esto, determinamos que existe una correlación entre la cultura organizacional y la gestión de mercaderías, por ello la empresa debe enfocarse a mejorar la cultura organizacional, fomentando y constituyendo valores compartidos en los trabajadores, ya que por medio de estas buenas prácticas se vean mejores resultados con la gestión de mercaderías.

VI. CONCLUSIONES

- 1.** Se determinó que, existe una relación positiva ($\rho = 0.798$) y significativa ($p = 0.000$) entre la cultura organizacional y la gestión de mercaderías, por ello la empresa debe poner énfasis en el mejoramiento de la cultura organizacional de la empresa, fomentando valores en los trabajadores para que a través de ellos se obtengan mejores resultados en gestión de mercaderías ya que están relacionados con el logro de los objetivos de la empresa.
- 2.** Se identificó que existe un nivel de cultura organizacional intermedia (53%) y nivel bajo (47%); por lo que se concluyó, que el nivel de cultura organizacional está íntimamente relacionado con el compromiso e involucramiento de los trabajadores en la empresa, dado que también reforzar la relación entre las diferentes jerarquías, percibiendo así un mayor compromiso.
- 3.** Se identificó que la gestión de mercaderías está en un nivel medio (63%) y nivel bajo (24%); por lo que se percibe cierta deficiencia en la gestión de mercaderías, al tener una falta de organización las funciones o un adecuado seguimiento que realizan los trabajadores, por consiguiente, no se garantiza confiabilidad en las actividades realizadas por los colaboradores.
- 4.** Se determinó que existe una relación significativa y positiva entre las dimensiones, adaptabilidad, dirección estratégica, participación y consistencia frente a la gestión de mercaderías, enfatizando a mejorar la gestión de mercaderías involucrando más a los colaboradores e incentivándolos de tal manera que se sientan partícipes en la organización, teniendo como consecuencia una mejor organización y gestión de las mercaderías.

VII. RECOMENDACIONES

A la empresa, se debe hacer partícipe al personal involucrándolo más en las actividades que realiza la institución. La gerencia debe considerar las ideas de los colaboradores, así como también debe incluirlos en la toma de decisiones y transmitirles que forman parte importante de la institución, generar confianza. Así como también se debe reestructurar la organización, flexibilizando de tal manera que la empresa no tenga temor a la adaptabilidad y los cambios, ser empáticos con las necesidades de sus colaboradores, dar mayor énfasis en la innovación de la empresa, fomentar el trabajo en equipo de las diferentes áreas, promover la cultura en valores e invertir en capacitaciones constante al personal.

A la empresa, como labor principal difundir el reglamento, código de ética y conducta interna o el manual organizacional y funciones a todo el personal de la empresa. La administración se debe enfocar a dar a conocer al personal sobre las modificaciones que se realice en la estructura de la empresa, como a todas las áreas y sus jefaturas, deben informar de manera adecuado y oportuna, el incumplimiento de objetivos haciéndolos participe de las reuniones con carácter informativo, esto será de gran ayuda para las futuras tomas de decisiones.

Para las medianas y pequeñas organizaciones mediante su administración, Gerencia y/o Recursos Humanos, promover la empatía, lealtad y compromiso de los colaboradores en la organización, la misma que dará como resultado un mayor involucramiento del personal para con la organización, fortaleciendo así la relación entre los trabajadores de los diversos niveles jerárquicos, para progresar los niveles de la Cultura organizacional y la gestión de mercaderías, enfocados a lograr los objetivos de la empresa.

Considerar para futuros estudios el impacto en las variables; cultura organizacional y gestión de mercaderías en un minimarket u otras variables que midan la efectividad organizacional, dado que, al identificarse la relación que existe entre las dos variables, esta puede genera un impacto positivo en la institución y así lograr provechosos beneficios para la organización.

Referencias

- Abad Perez, M. (2018). *El control interno y su influencia en la gestión de inventarios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Peru: Caso empresa "Casa del agricultor y del ganadero E.I.R.L." - Tingo María, 2017*. [Tesis pregrado, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote] Repositorio Uladech.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3828/CONTROL_INTERNO_GESTION_DE_INVENTARIOS_ABAD_PEREZ_MARCOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arnoletto, E. J. (2014). *Fundamentos de la administración de organizaciones*. Servicios Académicos Internacionales.
<https://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1395/1395.pdf>
- Ayala Castro, M. (2018). *Cultura organizacional en el personal de almacén de la Empresa Deltron Periodo de enero – marzo, 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Repositorio UIGV https://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3275/TRAB.SUF.PROF_Mar%C3%ADa%20del%20Rosario%20Ayala%20Castro.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Belleni, F. (2004). *Sistemas de inventarios*.
<http://www.investigacion-operaciones.com/Inventario-1.htm>.
- Borbor Jurado, L. N., & Galarza Reyes, P. A. (2021). *"Plan de mejoramiento en el control de mercadería en el departamento de bodega en la empresa fast solutions lens S.A."*. [Tesis, Universidad de Guayaquil]. Repositorio UG <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/55574/1/ICT-181-2020-T2%20MEMORIA%20FINAL.pdf>
- Bueno Campos, E. (2010). *Introducción a la organización de empresas*. Madrid, España: Centro de estudios Financieros.
<https://www.udima.es/es/introduccion-organizacion-empresas.html>

- Casagrande, R., & Machado, D. (2017). *La cultura organizacional como factor complementario a las dimensiones hofstede cultural*.
file:///C:/Users/dorozco/Downloads/3126-Texto%20do%20Artigo-13612-1-10-20170329%20(1).pdf
- Cújar Vertel, A. D., Ramos Paternina, C. D., Hernández Riaño, H. E., & López Pereira, J. M. (2013). Cultura Organizacional: Evolución en la medición. *Estudios Gerenciales*, 29, 350 - 355. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2013.09.009>
- Díaz Méndez, G., Delgado Vera, F., & Duque González, Á. (2018). El control interno del ciclo de compras y ventas de mercaderías y su incidencia en la presentación razonable de los estados financieros. *Observatorio de la economía Latinoamericana*. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/10/control-interno-mercaderias.html>
- Diccionario de la Real Academia Española. (s.f.). Obtenido de <https://dle.rae.es>
- Elizalde Marín, L. (Noviembre de 2018). "Gestión de almacenes para el fortalecimiento de la administración de inventarios". *Observatorio de economía latinoamericana*. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/11/almacenes-inventarios.html>
- Espejo González, M. (2017). *Gestión de inventarios, métodos cuantitativos*. Universidad San Ignacio de Loyola Fondo Editorial. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/32bfb307-7e3a-44ed-a121-9e04be7c9a52/content>
- Felizzola cruz, Y., & Anzola Morales, O. (2017). Proposal of an organizational culture model for innovation *Cuadernos de Administración journal of Management*, 33(59), 20-31, <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v33n59/0120-4645-cuadm-33-59-00020.pdf>
- García Navarro, V. (2017). Development a model of diagnosis of organizational culture *Perspectives* 20(39), 75-102,

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332017000100004

Garrido Valdiviezo, M. A. (2020). *"Implementación de sistema de gestión de almacenes a centro de distribución para una empresa del sector retail"* [Tesis, Universidad de Piura].

https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/5036/TSP_AE_2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gentilin, M. (2015). *Las tres dimensiones de la cultura organizacional*. Obtenido de <https://proceedings.ciaiq.org/index.php/ciaiq2015/article/view/170/166>

Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (5ta Edición ed.). México, México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64785777/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_LAS_RUTA-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1634885413&Signature=ai1pzlAjxexDzquY0Tz8n3mmvnpWyLr6oL2I5VJ9EEOQeRf5oLXvOaE8zWwyrQ5NxQ7mMCvqvFjhAt0uFE0TT0x9Gq2JHMT4Xu4ysAmOYX~O1pDI7xw

Huapaya. (2011). *Tratamiento tributario de las mermas, desmedros, existencias. Actualidad empresarial*.

Jaramillo, A. (2012). *Impacto de la obsolescencia de inventarios en la gestión empresarial*. Obtenido de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/ingenieria/revista/IngenieriaYSociedad/a7n2/art06.pdf>

Lopes Martínez, I., Gómez Acosta, M. I., & Acevedo Suárez, J. A. (2012). "Situation of Stock Management in Cuba". *Ingeniería Industrial, XXXIII*(3). Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v33n3/rii11312.pdf>

Martín Segundo, L. M. (2019). *EL CONTROL DE INVENTARIO Y EL APROVISIONAMIENTO DEL*. Obtenido de

<http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1975/MARTIN%20SEGUNDO%2c%20Letti%20Mileva.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Mendoza Rivas, K. S., & Molina Villarreal, X. G. (2016). *"Impactos derivados del nivel de obsolescencia de inventario en Ilantera San Isidro"*. Tesis, Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/19965/1/KATH%20XIOMI.pdf>

Mendoza Roca, C., Alfaro Díaz, J., & Paternina Arboleda, C. (2016). *Manual práctico para gestión logística*. Barranquilla, Colombia: Editorial Universidad del norte. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/libro/653185.pdf>

Mindiolaza Alvarado, L., & Campoverde Brito, V. (2012). *IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE CONTROL DE INVENTARIO PARA EL ALMACEN CREDICOMERCIO NARANJITO*. [Proyecto de grado previo a la obtención del título de ingeniera en contaduría pública y auditoría – cpa, Universidad Estatal de Milagro]. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/646/IMPLEMENTACION%20DE%20UN%20SISTEMA%20DE%20CONTROL%20DE%20INVENTARIO%20PARA%20EL%20ALMACEN%20CREDICOMERCIO%20NARANJITO.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Moreira Casagrande, R., & Netto Machado, D. (2016). *LA CULTURA ORGANIZACIONAL COMO FACTOR COMPLEMENTARIO A LAS DIMENSIONES*. Obtenido de file:///C:/Users/dorozco/Downloads/Casagrande_Machado_2016_Cultura-Organizacional-como-Fa_44798.pdf

Norma Internacional de Contabilidad 18. (2014). *Ingresos de Activos Ordinarios(18)*. Perú. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publ/con_nor_co/vigentes/nic/NIC_018_2014.pdf

Norma internacional de contabilidad 2. (2019). *Inventarios*. Perú. Obtenido de

https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/vigentes/nic/SpanishRedBV2019_NIC02_GVT.pdf

Norma internacional de contabilidad 36. (2019). *Deterioro del valor de los activos(36)*. Perú. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/vigentes/nic/SpanishRedBV2019_NIC36_GVT.pdf

Pavón Sierra, D., Villa Andrade, L., Rueda Manzano, M., & Lomas, E. (2019). *Control interno de inventario como recurso competitivo en una PyME de Guayaquil*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29060499014/29060499014.pdf>

Peña, O., & Silva, R. (2016). Factors incident on inventory management systems in organizations in Venezuela. *Revista de estudios interdisciplinarios en ciencias sociales*, 18(2), 187-207. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99345727003.pdf>

Plan contable general empresarial. (2019). Perú. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/pcge/PCGE_2019.pdf

Rico García, M. d., & Sacristán Navarro, M. (2017). *Fundamentos Empresariales* (2 ed.). Madrid, España: ESIC EDITORIAL.

Rivera Inga, J. L. (2019). *"El sistema de control interno y la gestión de los inventarios en las empresas distribuidoras de mercaderías de la provincia de Huaura"*. Tesis, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Lima, Huaura. Obtenido de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/3307/TESIS%20RIVERA%20INGA%20JEYSON%20LOUIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Rivera, P. (2018). *Impacto de la motivación laboral en el clima organizacional y las relaciones interpersonales en los funcionarios del sector salud*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/330259994_Impacto_de_la_motivacion_laboral_en_el_clima_organizacional_y_las_relaciones_interpersonales_en_los_funcionarios_del_sector_salud
- Rodríguez Gonzalez, L. (2019). *Implementación de un sistema de gestión de almacén en la constructora eléctrica latinoamericana S.A. de C.V.*. de resultados, México. Obtenido de <http://www.repositorio.unadmexico.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/245/1/LOURDES%20RODR%c3%8dGUEZ%20GONZ%c3%81LEZ.pdf>
- Rodríguez Pérez, M. J., & Torres Saldaña Juan David, J. D. (2014). *IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE CONTROL INTERNO EN EL INVENTARIO DE MERCADERÍAS DE LA EMPRESA FAMIFARMA S.A.C. Y SU EFECTO EN LAS VENTAS AÑO 2,014*. Obtenido de <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/995>
- Rubio, F., & Villaroel, V. (2014). *Gestión de pedidos y stock*. España: Aula mentor - Ministerio de Educación, Cultura y deporte.
- Segredo pérez, A., & García Milian, A. (2017). *Desarrollo organizacional, cultura organizacional y clima organizacional. Una aproximación conceptual*. Obtenido de <http://revinfodir.sld.cu/index.php/infodir/article/view/200/476>
- Serbinio, A. (08 de Mayo de 2013). Excedente de inventario, obsoleto y escasez. Obtenido de <http://www.biamericas.com/presentaciones/2013/001-Compras-y-negociaciones/Seminario-de-Inventarios.pdf>
- Sosa Mora, E. (2016). La hibridación de modelos para la medición de activos según las normas internacionales de información financiera (NIIF). *Tec. Empresarial*, 10(2), 29-40. Obtenido de http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1659-33592016000200029
- Valverde Peláez, M. I., & Medina Jiménez, E. G. (2019). *Diseño de un sistema de*

gestión de inventario para empresas mipymes aplicado en el "Mini Market Sandy" del Cantón Milagro. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/4779>

Villasana Ramos, P. (2016). Notes on logistics performance measurement and organizational culture of the small footwear enterprise in the State of Guanajuato. *Puente Revista Científica*, 10(1). doi:<http://dx.doi.org/10.18566/puente.v10n1.a09>

ANEXOS

Anexo N° 01: Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Cultura organizacional	La cultura organizacional es una percepción de los empleados que lo experimentan dentro de una organización, las organizaciones en general tienen culturas ya sea fuertes en la que los valores son compartidos y están profundamente arraigados, teniendo mayor influencia en los empleados que las culturas débiles (Arnoletto, 2014).	Esta variable se midió mediante un cuestionario de 34 ítems utilizando la escala tipo Likert, se dimensionó teniendo en cuenta los aportes de (García y Sacristán, 2017).	Dirección estratégica	-Misión -Visión -Metas y objetivos	Ordinal
			Adaptabilidad	-Aprendizaje Organizacional -Orientación al cliente. -Orientación al cambio -Innovación.	
			Participación	-Empoderamiento. -Orientación al equipo. -Capacidad de desarrollo -Liderazgo directivo.	
			Consistencia	-Valores centrales. -Acuerdos. -Coordinación e integración -Procesos y procedimientos.	
Gestión de Mercaderías	Considerando los aportes de la NIC 02 y la definición de Gestión (RAE, 2021), la gestión de mercadería refiere a las actividades que realiza la empresa para administrar sus activos poseídos para ser vendidos en el curso normal de la explotación; en proceso de producción de cara a esa venta; o en forma de materiales o suministros, para ser consumidos en el proceso de producción o en el suministro de servicios (NIC 02 p 1).	La gestión de mercaderías será medida bajo el cuestionario y ficha de registro de la rotación, deterioro, vencimiento de las mismas y su obsolescencia.	Rotación	-Número de productos vendidos. -Reporte de facturación. -Informe de inventario	Ordinal Nominal
			Vencimiento	-Informe de recepción de mercadería. -Kardex de Mercadería recibidas por fecha de ingreso.	
			Obsolescencia	- Productos desfasados -Condiciones de almacenamiento. -Valor en mercado -Vejez de producto	

Anexo N° 02: Matriz de Consistencia

Cultura organizacional y la gestión de mercaderías en un minimarket de la Provincia de Piura						
PROBLEMA GENERAL Y ESPECÍFICO	OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS GENERAL Y ESPECÍFICAS	VARIABLES E INDICADORES	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	UNIVERSO, POBLACIÓN Y MUESTRA	MÉTODO Y TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL HIPÓTESIS ALTERNATIVA (Hi)	X= Variable 1	TIPO CORRELACIONAL	UNIVERSO	MÉTODOS
¿Cuál es la relación entre la cultura organizacional y la gestión de mercaderías de un minimarket de Piura?	Determinar la relación entre la cultura organizacional y la gestión de mercaderías de un minimarket de Piura	La cultura organizacional se relaciona directamente con la gestión de mercaderías de un minimarket, Piura.	- Dirección estratégica - Adaptabilidad - Participación - Consistencia	Porque se busca predecir y entender la relación de las variables desvalorización y gestión de mercaderías.	Minimarket	Estadísticos, gráficos, tablas y cuadros
		HIPÓTESIS NULA (Ho)	INDICADORES			
		La cultura organizacional no se relaciona directamente con la gestión de mercaderías de un minimarket, Piura.	- Misión - Visión - Metas y objetivos - Aprendizaje Organizacional - Orientación al cliente - Orientación al cambio - Innovación - Empoderamiento - Orientación al equipo - Capacidad de desarrollo - Liderazgo directivo - Valores centrales	DISEÑO	298	-Análisis documental -Encuesta
				NO EXPERIMENTAL	MUESTRA	
				Debido a que no existe una manipulación de variables, esta investigación será de tipo no experimental.	32	
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICA	Y = Variable 2	TRANSVERSAL		INSTRUMENTOS
1. ¿Cuál es el nivel de la cultura organizacional en un minimarket de Piura?	1. Identificar el nivel de la cultura organizacional en un minimarket de Piura.	HIPÓTESIS ES NULA 1 (Ho) Si existe relación entre el factor de adaptabilidad y la rotación de la cultura organizacional y la gestión de mercaderías en un minimarket de la Provincia de Piura.	- Acuerdos - Coordinación e integración - Procesos y procedimientos			-Ficha de Registro -Cuestionario
2. ¿Cuál es el nivel de gestión de mercaderías según los colaboradores del minimarket de Piura?	2. Identificar cuál es el nivel de gestión de mercaderías según los colaboradores del minimarket de Piura.	HIPÓTESIS ES NULA 2(Ho) Si existe relación entre el factor de participación y el vencimiento en la cultura organizacional y la gestión de mercaderías en un minimarket de la Provincia de Piura.	- Rotación - Vencimiento - Obsolescencia		Periodo = 2020	
3. ¿Cuál es la relación de las dimensiones de la cultura organizacional con la gestión de mercaderías en el minimarket de Piura?	3. Determinar la relación entre las dimensiones de la cultura organizacional con la gestión de mercaderías en el minimarket en estudio	HIPÓTESIS ES NULA 3 (Ho) Si existe relación entre el factor de consistencia y la obsolescencia en la cultura organizacional y la gestión de mercaderías en un minimarket de la Provincia de Piura.	-Número de productos vendidos -Reporte de facturación -Informe de inventario -Informe de recepción de mercadería. -Kardex de Mercadería recibidas por fecha de ingreso. -Productos desfasados. -Condiciones de almacenamiento. -Valor en mercado. -Vejez de producto			

Anexo N° 03: Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario para la variable cultura organizacional

(Elaborado por las autoras tomando como base el cuestionario de Carbajal y Horna, (2020). Validado por Garizurieta, Soto y García)

Estimado(a), se agradece su apertura a la participación de este cuestionario, el cual tiene un objetivo netamente académico. Este cuestionario es anónimo, por favor sírvase a indicar la frecuencia de acción de su organización marcando con una equis "X", considerando la siguiente escala para cada enunciado:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

VARIABLE: CULTURA ORGANIZACIONAL		Escala				
Dirección estratégica		5	4	3	2	1
1	La misión de la organización es clara para el trabajo que se realiza.					
2	La empresa socializa la misión institucional con los colaboradores.					
3	La visión de la organización es clara.					
4	La empresa socializa al personal con la visión.					
5	Las metas que se fijan son ambiciosas pero realistas.					
6	La gerencia conduce hacia los objetivos que se trata alcanzar.					
7	Se compara continuamente el progreso con los objetivos fijados.					
Adaptabilidad						
8	Se considera el fracaso como una oportunidad para aprender y mejorar					
9	Se toma en cuenta las ideas del personal					
10	Existe confianza entre colaboradores					
11	La información sobre los clientes influye en las decisiones gerenciales					
12	Las decisiones de la organización toma en cuenta los intereses de los clientes					
13	La estructura de la empresa es flexible al cambio					
14	Se adapta continuamente a nuevas y mejores formas de hacer las cosas					
15	Se incentiva la creatividad para encontrar soluciones					
16	Existe un presupuesto para innovación					

Participación					
17	La empresa permite la toma de decisiones por parte de los colaboradores.				
18	El rendimiento de la empresa se encuentra ligado a la toma de decisiones de los colaboradores.				
19	Se fomenta la cooperación entre las diferentes áreas de la organización.				
20	La organización promueve la cultura de equipos de trabajo.				
21	La empresa invierte en el desarrollo de las capacidades de sus miembros.				
22	Se considera la capacidad de las personas como una ventaja competitiva.				
23	Las indicaciones de los jefes son claras y precisas.				
24	La jefatura inmediata se preocupa por el cumplimiento de objetivos				
Consistencia					
25	Los valores de la organización que conduce a los colaboradores son claros y consistentes.				
26	Los valores organizacionales se reflejan en la acción de los líderes.				
27	Existe un código ético que guía el comportamiento y ayuda a distinguir lo correcto				
28	Se trabaja para encontrar soluciones que beneficie a todos cuando hay desacuerdos.				
29	En la organización se logra el consenso, aun en temas difíciles				
30	La empresa me hace partícipe de los eventos que realiza.				
31	Existe un trabajo conjunto entre las diversas áreas que conforman la organización.				
32	Existe una buena planificación de objetivos entre los diferentes niveles jerárquicos				
33	Existe procesos claros para cumplir los objetivos				
34	La empresa da a conocer los procedimientos de las áreas.				

¡Muchas gracias por su participación!

Cuestionario para la variable Gestión de mercaderías.

Estimado(a), se agradece su apertura a la participación de este cuestionario, el cual tiene un objetivo netamente académico. Este cuestionario es anónimo, por favor sírvase a indicar la frecuencia de acción de su organización marcando con una equis "X", considerando la siguiente escala para cada enunciado:

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

VARIABLE: GESTIÓN DE MERCADERÍAS		Escala				
Rotación		1	2	3	4	5
1	Se supervisa la rotación del producto teniendo en cuenta su vencimiento					
2	Se realiza un control interno del total de productos vendidos					
3	Con que frecuencia la empresa realiza un análisis para determinar su nivel de rotación de mercadería					
4	Todas las ventas son sustentadas por comprobantes de pago					
5	La empresa se preocupa por despachar de manera óptima sus pedidos.					
6	Coincide el stock físico con el Stock en sistema					
7	Se realiza toma de inventarios de los productos y demás suministros por una persona encargada o personal externo					
8	En la empresa realizan inventariados de los productos					
Vencimiento						
9	Se verifica las existencias compradas en cuanto a número, calidad y fecha de vencimiento					
10	Se coteja en recepción la mercadería recibida de acuerdo a lo solicitado por la organización					
11	Se lleva un control de mercaderías vencidas					
12	Utiliza la empresa un kardex para mercaderías vencidas					
13	Con que frecuencia se supervisa la mercadería vencida					

Obsolescencia					
14	La empresa lleva un registro de mercaderías desfasadas				
15	Se selecciona la mercadería que no es apta para la venta.				
16	El almacén cuenta con la infraestructura adecuada				
17	La empresa utiliza algún tipo de valuación para determinar el valor actual de la mercadería con empaques deteriorados				
18	Se realiza un control en cantidad de productos deteriorados				

¡Muchas gracias por su participación!

Anexo N° 04: Validación de Instrumentos

VALIDACIÓN DE CONTENIDO DEL CUESTIONARIO SOBRE LA VARIABLE CULTURA ORGANIZACIONAL

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (cuestionario) que permitirá recoger la información en la presente investigación: **Cultura organizacional y la gestión de mercaderías en un minimarket de la Provincia de Piura**. Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterios	Detalle	Calificación
Suficiencia	El ítem pertenece a la dimensión y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

Nota. Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).

MATRIZ DE VALIDACIÓN PARA CUESTIONARIO DE LA VARIABLE CULTURA ORGANIZACIONAL.

Definición de la variable: La cultura organizacional es una percepción de los empleados que lo experimentan dentro de una organización, las organizaciones en general tienen culturas ya sea fuertes en la que los valores son compartidos y están profundamente arraigados, teniendo mayor influencia en los empleados que las culturas débiles

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación	
Dirección Estratégica	Misión	La misión de la organización es clara para el trabajo que se realiza.						
		La empresa socializa la misión institucional con los colaboradores.						
	Visión	La visión de la organización es clara.						
		La empresa socializa al personal con la visión.						
	Metas y objetivos	Las metas que se fijan son ambiciosas pero realistas.						
		La gerencia conduce hacia los objetivos que se trata alcanzar.						
		Se compara continuamente el progreso con los objetivos fijados.						
	Adaptabilidad	Aprendizaje Organizacional	Se considera el fracaso como una oportunidad para aprender y mejorar					
			Se toma en cuenta las ideas del personal					
Existe confianza entre colaboradores								

	Orientación al cliente	La información sobre los clientes influye en las decisiones gerenciales					
		Las decisiones de la organización toma en cuenta los intereses de los clientes					
	Orientación al cambio	La estructura de la empresa es flexible al cambio					
		Se adapta continuamente a nuevas y mejores formas de hacer las cosas					
	Innovación	Se incentiva la creatividad para encontrar soluciones					
		Existe un presupuesto para innovación					
Participación	Empoderamiento	La empresa permite la toma de decisiones por parte de los colaboradores.					
		El rendimiento de la empresa se encuentra ligado a la toma de decisiones de los colaboradores.					
	Orientación al equipo	Se fomenta la cooperación entre las diferentes áreas de la organización.					
		La organización promueve la cultura de equipos de trabajo.					
	Capacidad de desarrollo	La empresa invierte en el desarrollo de las capacidades de sus miembros.					
		Se considera la capacidad de las personas como una ventaja competitiva.					

	Liderazgo directivo	Las indicaciones de los jefes son claras y precisas.					
		La jefatura inmediata se preocupa por el cumplimiento de objetivos					
Consistencia	Valores centrales	Los valores de la organización que conduce a los colaboradores son claros y consistentes.					
		Los valores organizacionales se reflejan en la acción de los líderes.					
		Existe un código ético que guía el comportamiento y ayuda a distinguir lo correcto					
	Acuerdos	Se trabaja para encontrar soluciones que beneficie a todos cuando hay desacuerdos.					
		En la organización se logra el consenso, aun en temas difíciles					
	Coordinación e integración	La empresa me hace partícipe de los eventos que realiza.					
		Existe un trabajo conjunto entre las diversas áreas que conforman la organización.					
		Existe una buena planificación de objetivos entre los diferentes niveles jerárquicos					
	Procesos y procedimientos	Existe procesos claros para cumplir los objetivos					
		La empresa da a conocer los procedimientos de las áreas.					

VALIDACIÓN DE CONTENIDO DEL CUESTIONARIO SOBRE LA VARIABLE GESTIÓN DE MERCADERÍAS.

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (cuestionario) que permitirá recoger la información en la presente investigación: **Cultura organizacional y la gestión de mercaderías en un minimarket de la Provincia de Piura**. Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterios	Detalle	Calificación
Suficiencia	El ítem pertenece a la dimensión y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

Nota. Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO DE LA VARIABLE GESTIÓN DE MERCADERÍAS.

Definición de la variable: Gestión de Mercaderías Considerando los aportes de la NIC 02 y la definición de gestión (RAE, 2021), la gestión de mercadería refiere a las actividades que realiza la empresa para administrar sus activos poseídos para ser vendidos en el curso normal de la explotación; en proceso de producción de cara a esa venta; o en forma de materiales o suministros, para ser consumidos en el proceso de producción o en el suministro de servicios (NIC 02 p 1).

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Rotación	Productos vendidos	Se supervisa la rotación del producto teniendo en cuenta su vencimiento	1	1	1	1	
		Se realiza un control interno del total de productos vendidos	1	1	1	1	

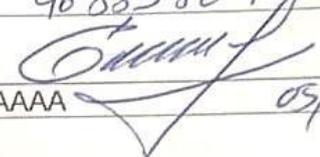
	Reporte de facturación.	Con que frecuencia la empresa realiza un análisis para determinar su nivel de rotación de mercadería	1	1	1	1	
		Todas las ventas son sustentadas por comprobantes de pago	1	1	1	1	
	Informe de inventario	La empresa se preocupa por despachar de manera óptima sus pedidos.	1	1	1	1	
		Coincide el stock físico con el Stock en sistema	1	1	1	1	
		Se realiza toma de inventarios de los productos y demás suministros por una persona encargada o personal externo	1	1	1	1	
		En la empresa realizan inventariados de los productos	1	1	1	1	
Vencimiento	Informe de recepción de mercadería	Se verifica las existencias compradas en cuanto a número, calidad y fecha de vencimiento	1	1	1	1	
		Se coteja en recepción la mercadería recibida de acuerdo a lo solicitado por la organización	1	1	1	1	
	Kardex de Mercadería recibidas por fecha de ingreso.	Se lleva un control de mercaderías vencidas	1	1	1	1	
		Utiliza la empresa un kardex para mercaderías vencidas	1	1	1	1	
		Con que frecuencia se supervisa la mercadería vencida.	1	1	1	1	
	Obsolescencia	Productos desfasados	La empresa lleva un registro de mercaderías desfasadas	1	1	1	1

		Se selecciona la mercadería que no es apta para la venta	1	1	1	1	
	Condiciones de almacenamiento	El almacén cuenta con la infraestructura adecuada	1	1	1	1	
	Valor en mercado	La empresa utiliza algún tipo de valuación para determinar el valor actual de la mercadería con empaques deteriorados.	1	1	1	1	
	Vejez de producto	Se realiza un control en cantidad de productos deteriorados.	1	1	1	1	

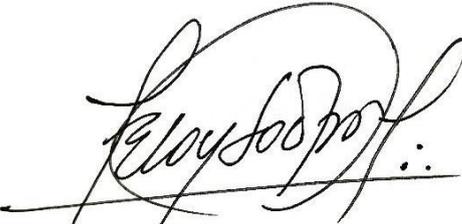
FICHA DE VALIDACIÓN DE GESTIÓN DE MERCADERÍAS

Nombre del instrumento	Cuestionario para la variable Gestión de mercaderías.
Objetivo del instrumento	Evaluar la gestión de mercaderías en un minimarket
Nombres y apellidos del experto	Avelino Sebastián Villafuerte de la Cruz
Documento de identidad	25729654
Años de experiencia en el área	20
Máximo Grado Académico	Doctor
Nacionalidad	Peruana
Institución	Universidad César Vallejo
Cargo	Docente
Número telefónico	968701977
Firma	 Dr. CPC. Avelino Sebastián Villafuerte de la Cruz Contador Público Colegiado - CM 1086 Docente Categoría Principal
Fecha	31/10/2021

FICHA DE VALIDACIÓN DE GESTIÓN DE MERCADERÍAS

Nombre del instrumento	Cuestionario para la variable Gestión de mercaderías.
Objetivo del instrumento	Evaluar la gestión de mercaderías en un minimarket.
Nombres y apellidos del experto	CPC George Pupo Calle Calle
Documento de identidad	02477625
Años de experiencia en el área	25 años
Máximo Grado Académico	MAESTRO EN FINANZAS
Nacionalidad	PERUANA
Institución	UCV - PFA
Cargo	Docente P
Número telefónico	96 8858049
Firma	
Fecha	DD / MM / AAAA 05/11/2021

FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre del instrumento	Cuestionario de Gestión de Mercaderías
Objetivo del instrumento	Evaluar gestión de mercaderías en un minimarket
Nombres y apellidos del experto	Segundo Eloy Soto Abanto
Documento de identidad	42260515
Años de experiencia en el área	15 años
Máximo Grado Académico	Doctor en Administración
Nacionalidad	Peruana
Institución	Universidad Cesar Vallejo
Cargo	Docente
Número telefónico	924421263
Firma	
Fecha	20 /11 / 2021

VALIDACIÓN DE CONTENIDO DE FICHA DE REGISTRO PARA LA VARIABLE GESTIÓN DE MERCADERÍAS.

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (Ficha de registro) que permitirá recoger la información en la presente investigación: **Cultura organizacional y la gestión de mercaderías en un minimarket de la Provincia de Piura**. Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterios	Detalle	Calificación
Suficiencia	El elemento pertenece a la dimensión y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El elemento se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El elemento tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El elemento es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

Nota. Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE FICHA DE REGISTRO DE LA VARIABLE GESTIÓN DE MERCADERÍAS.

Definición de la variable: Gestión de Mercaderías Considerando los aportes de la NIC 02 y la definición de gestión (RAE, 2021), la gestión de mercadería refiere a las actividades que realiza la empresa para administrar sus activos poseídos para ser vendidos en el curso normal de la explotación; en proceso de producción de cara a esa venta; o en forma de materiales o suministros, para ser consumidos en el proceso de producción o en el suministro de servicios (NIC 02 p 1).

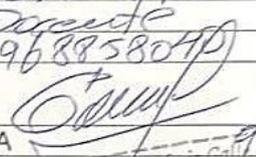
Dimensión	Indicador	Elemento	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Rotación	Productos vendidos	Cantidad de productos vendidos	1	1	1	1	
	Reporte de facturación.	Valor de productos vendidos	1	1	1	1	

	Informe de inventario	de	Stock de productos	de	1	1	1	1	
Vencimiento	Informe de recepción mercadería	de	Reporte de recepción mercadería,	de	1	1	1	1	
	Kardex de Mercadería recibidas por fecha de ingreso.	de	Caducidad de productos recibidos	de	1	1	1	1	
Obsolescencia	Productos desfasados		Tiempo de stock en productos		1	1	1	1	
	Condiciones de almacenamiento		Cantidad de productos en buen estado		1	1	1	1	
	Valor en mercado		Precio de venta		1	1	1	1	
	Vejez de producto		Cantidad de productos deteriorados		1	1	1	1	

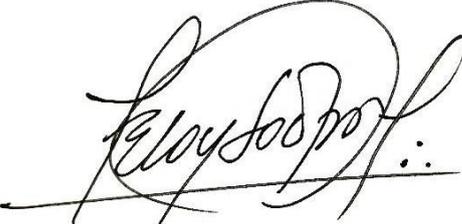
FICHA DE VALIDACIÓN DE GESTIÓN DE MERCADERÍAS

Nombre del instrumento	Ficha de registro para la variable Gestión de mercaderías.
Objetivo del instrumento	Evaluar la gestión de mercaderías en un minimarket.
Nombres y apellidos del experto	Avelino Sebastián Villafuerte de la Cruz
Documento de identidad	25729654
Años de experiencia en el área	20
Máximo Grado Académico	Doctor
Nacionalidad	Peruana
Institución	Universidad César Vallejo
Cargo	Docente
Número telefónico	968701977
Firma	 Dr. CPC. Avelino Sebastián Villafuerte de la Cruz Contador Público Colegiado - CM 1086 Docente Categoría Principal
Fecha	31/10/2021

FICHA DE VALIDACIÓN DE GESTIÓN DE MERCADERÍAS

Nombre del instrumento	Ficha de registro para la variable Gestión de mercaderías.
Objetivo del instrumento	Evaluar la gestión de mercaderías en un minimarket.
Nombres y apellidos del experto	<i>CPC George Luis Gallo</i>
Documento de identidad	<i>02772623</i>
Años de experiencia en el área	<i>25 años</i>
Máximo Grado Académico	<i>Magister en Finanzas</i>
Nacionalidad	<i>Peruana</i>
Institución	<i>UCV - RFA</i>
Cargo	<i>Docente</i>
Número telefónico	<i>968858040</i>
Firma	 Dr. CPC. George Luis Gallo Contador Público Colegiado CM 1086
Fecha	DD / MM / AAAA

FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre del instrumento	Ficha de registro para la variable Gestión de mercaderías.
Objetivo del instrumento	Evaluar la gestión de mercaderías en un minimarket
Nombres y apellidos del experto	Segundo Eloy Soto Abanto
Documento de identidad	42260515
Años de experiencia en el área	15 años
Máximo Grado Académico	Doctor en Administración
Nacionalidad	Peruana
Institución	Universidad Cesar Vallejo
Cargo	Docente
Número telefónico	924421263
Firma	
Fecha	20 /11 / 2021

Anexo N° 05: Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
,969	52

Anexo N° 06: Pruebas de normalidad

Dimensión/Variable	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Dirección estratégica	0.951	32	0.159
Adaptabilidad	0.900	32	0.006
Participación	0.877	32	0.002
Consistencia	0.930	32	0.039
Cultura organizacional	0.854	32	0.001
Gestión de mercaderías	0.924	32	0.027

Anexo N° 07: Ítems estudiados de la variable cultura organizacional

Tabla 7

Distribución de los colaboradores según Ítems estudiados de la dimensión Dirección estratégica.

Dimensión	Escala									
	1		2		3		4		5	
Dirección estratégica	TD	%	ED	%	N	%	DA	%	TA	%
La misión de la organización es clara para el trabajo que se realiza.	3	9.4%	15	46.9%	8	25.0%	6	18.8%	0	0.0%
La empresa socializa la misión institucional con los colaboradores.	4	12.5%	17	53.1%	6	18.8%	5	15.6%	0	0.0%
La visión de la organización es clara.	3	9.4%	15	46.9%	9	28.1%	5	15.6%	0	0.0%
La empresa socializa al personal con la visión.	5	15.6%	16	50.0%	5	15.6%	6	18.8%	0	0.0%
Las metas que se fijan son ambiciosas pero realistas.	3	9.4%	18	56.3%	11	34.4%	0	0.0%	0	0.0%
La gerencia conduce hacia los objetivos que se trata alcanzar.	3	9.4%	13	40.6%	9	28.1%	7	21.9%	0	0.0%
Se compara continuamente el progreso con los objetivos fijados.	2	6.3%	12	37.5%	12	37.5%	6	18.8%	0	0.0%

Nota: TD= totalmente en desacuerdo, ED= en desacuerdo, N= neutral, DA= de acuerdo, TA= totalmente de acuerdo

Interpretación:

En la dirección estratégica, el 46.9% de los colaboradores estuvo en desacuerdo respecto a que la misión de la organización fue clara para el trabajo que se realizó, el 53.1% se mostró en desacuerdo respecto a que la empresa socializaba la misión institucional con los colaboradores, el 46.9% estuvieron en desacuerdo respecto a que la visión de la organización era clara, el 50% estuvo en desacuerdo respecto a que la empresa socializaba al personal con la visión, el 56.3% estaba en desacuerdo respecto a que las metas que se fijaron eran ambiciosas pero realistas, el 40.6% estuvo en desacuerdo respecto a que la gerencia condujo hacia los objetivos que se trataba alcanzar, y el 37.5% estaba en desacuerdo respecto a que se comparó continuamente el progreso con los objetivos fijados.

Tabla 8

Distribución de los colaboradores según Ítems estudiados de la dimensión Adaptabilidad.

Dimensión	Escala									
	1		2		3		4		5	
Adaptabilidad	TD	%	ED	%	N	%	DA	%	TA	%
Se considera el fracaso como una oportunidad para aprender y mejorar	1	3.1%	10	31.3%	14	43.8%	7	21.9%	0	0.0%
Se toma en cuenta las ideas del personal.	5	15.6%	19	59.4%	8	25.0%	0	0.0%	0	0.0%
Existe confianza entre colaboradores	2	6.3%	11	34.4%	10	31.3%	9	28.1%	0	0.0%
La información sobre los clientes influye en las decisiones gerenciales.	2	6.3%	11	34.4%	7	21.9%	12	37.5%	0	0.0%
Las decisiones de la organización toma en cuenta los intereses de los clientes	2	6.3%	10	31.3%	9	28.1%	11	34.4%	0	0.0%
La estructura de la empresa es flexible al cambio	2	6.3%	15	46.9%	13	40.6%	2	6.3%	0	0.0%
Se adapta continuamente a nuevas y mejores formas de hacer las cosas	4	12.5%	15	46.9%	10	31.3%	3	9.4%	0	0.0%
Se incentiva la creatividad para encontrar soluciones	5	15.6%	10	31.3%	9	28.1%	8	25.0%	0	0.0%
Existe un presupuesto para innovación	5	15.6%	12	37.5%	15	46.9%	0	0.0%	0	0.0%

Nota: TD= totalmente en desacuerdo, ED= en desacuerdo, N= neutral, DA= de acuerdo, TA= totalmente de acuerdo

Interpretación:

En la adaptabilidad, el 43.8% de los colaboradores fue neutral respecto a que se consideró el fracaso como una oportunidad para aprender y mejorar, el 59.4% estuvo en desacuerdo respecto a que se tomaba en cuenta las ideas del personal, el 34.4% se mostró en desacuerdo respecto a que existía confianza entre colaboradores, el 37.5% estaba de acuerdo respecto a que la información sobre los clientes influía en las decisiones gerenciales, el 34.4% era neutral respecto a que las decisiones de la organización tomó en cuenta los intereses de los clientes, el 46.9%

estuvo en desacuerdo respecto a que la estructura de la empresa era flexible al cambio, el 46.9% estaba en desacuerdo respecto a que se adaptaban continuamente a nuevas y mejores formas de hacer las cosas, el 31.3% estuvo en desacuerdo respecto a que se incentivó la creatividad para encontrar soluciones, y el 46.9% fue neutral respecto a que existió un presupuesto para innovación.

Tabla 9

Distribución de los colaboradores según Ítems estudiados de la dimensión Participación.

Dimensión	Escala									
	1		2		3		4		5	
	TD	%	ED	%	N	%	DA	%	TA	%
La empresa permite la toma de decisiones por parte de los colaboradores.	10	31.3%	15	46.9%	7	21.9%	0	0.0%	0	0.0%
El rendimiento de la empresa se encuentra ligado a la toma de decisiones de los colaboradores.	9	28.1%	7	21.9%	12	37.5%	4	12.5%	0	0.0%
Se fomenta la cooperación entre las diferentes áreas de la organización.	8	25.0%	8	25.0%	9	28.1%	7	21.9%	0	0.0%
La organización promueve la cultura de equipos de trabajo.	9	28.1%	9	28.1%	7	21.9%	7	21.9%	0	0.0%
La empresa invierte en el desarrollo de las capacidades de sus miembros.	10	31.3%	12	37.5%	6	18.8%	4	12.5%	0	0.0%
Se considera la capacidad de las personas como una ventaja competitiva.	8	25.0%	9	28.1%	8	25.0%	7	21.9%	0	0.0%
Las indicaciones de los jefes son claras y precisas.	9	28.1%	13	40.6%	10	31.3%	0	0.0%	0	0.0%
La jefatura inmediata se preocupa por el cumplimiento de objetivos	8	25.0%	5	15.6%	9	28.1%	10	31.3%	0	0.0%

Nota: TD= totalmente en desacuerdo, ED= en desacuerdo, N= neutral, DA= de acuerdo, TA= totalmente de acuerdo

Interpretación:

En la participación, el 46.9% de los colaboradores se mostró en desacuerdo respecto a que la empresa permitía la toma de decisiones por parte de los colaboradores, el 37.5% fue neutral respecto a que el rendimiento de la empresa se encontraba ligado a la toma de decisiones de los colaboradores, el 28.1% era neutral respecto a que se fomentó la cooperación entre las diferentes áreas de la organización, el 28.1% estuvo en total desacuerdo respecto a que la organización promovió la cultura de equipos de trabajo, el 37.5% estuvo en desacuerdo respecto a que la empresa invirtió en el desarrollo de las capacidades de sus miembros, el 28.1% estuvo en desacuerdo respecto a que se consideró la capacidad de las personas como una ventaja competitiva, el 40.6% se evidenció en desacuerdo respecto a que las indicaciones de los jefes eran claras y precisas, y el 31.3% estaba de acuerdo respecto a que la jefatura inmediata se preocupaba por el cumplimiento de objetivos.

Tabla 10

Distribución de los colaboradores según Ítems estudiados de la dimensión Consistencia.

Dimensión	Escala									
	1		2		3		4		5	
	TD	%	ED	%	N	%	DA	%	TA	%
Los valores de la organización que conduce a los colaboradores son claros y consistentes.	2	6.3%	15	46.9%	12	37.5%	3	9.4%	0	0.0%
Los valores organizacionales se reflejan en la acción de los líderes	2	6.3%	13	40.6%	12	37.5%	5	15.6%	0	0.0%
Existe un código ético que guía el comportamiento y ayuda a distinguir lo correcto	3	9.4%	14	43.8%	10	31.3%	5	15.6%	0	0.0%
Se trabaja para encontrar soluciones que beneficie a todos cuando hay desacuerdos.	2	6.3%	13	40.6%	9	28.1%	8	25.0%	0	0.0%
En la organización se logra el consenso, aun en temas difíciles	0	0.0%	13	40.6%	12	37.5%	7	21.9%	0	0.0%
La empresa me hace partícipe de los eventos que realiza.	0	0.0%	14	43.8%	10	31.3%	8	25.0%	0	0.0%
Existe un trabajo conjunto entre las diversas áreas que conforman la organización.	1	3.1%	14	43.8%	10	31.3%	7	21.9%	0	0.0%
Existe una buena planificación de objetivos entre los diferentes niveles jerárquicos	1	3.1%	16	50.0%	11	34.4%	4	12.5%	0	0.0%
Existe procesos claros para cumplir los objetivos	1	3.1%	16	50.0%	12	37.5%	3	9.4%	0	0.0%
La empresa da a conocer los procedimientos de las áreas.	1	3.1%	17	53.1%	8	25.0%	6	18.8%	0	0.0%

Nota: TD= totalmente en desacuerdo, ED= en desacuerdo, N= neutral, DA= de acuerdo, TA= totalmente de acuerdo

Interpretación:

En la consistencia, el 46.9% de los colaboradores estuvo en desacuerdo respecto a que los valores de la organización que condujeron a los colaboradores eran claros y consistentes, el 40.6% estaba en desacuerdo respecto a que los valores organizacionales se reflejaban en la acción de los líderes, el 43.8% estuvo en desacuerdo respecto a que existió un código ético que guiaba el comportamiento y ayudó a distinguir lo correcto, el 40.6% estuvo en desacuerdo respecto a que se

trabajó para encontrar soluciones que beneficiaron a todos cuando habían desacuerdos, el 40.6% estuvo en desacuerdo respecto a que en la organización se logró el consenso, aun en temas difíciles, el 43.8% estaba en desacuerdo respecto a que la empresa los hacía partícipe de los eventos que realizaba, el 43.8% estaba en desacuerdo respecto a que existía un trabajo conjunto entre las diversas áreas que conformaron la organización, el 50% estaban en desacuerdo respecto a que existía una buena planificación de objetivos entre los diferentes niveles jerárquicos, el 50% estuvo en desacuerdo respecto a que existían procesos claros para cumplir los objetivos, y el 53.1% estaban en desacuerdo respecto a que la empresa daba a conocer los procedimientos de las áreas.

Anexo N° 08: Ítems estudiados de la variable gestión de mercaderías

Tabla 11

Distribución de los colaboradores según Ítems estudiados de la dimensión Rotación.

Dimensión Rotación	Escala									
	1		2		3		4		5	
	N	%	CN	%	AV	%	CS	%	S	%
Se supervisa la rotación del producto teniendo en cuenta su vencimiento	2	6.3%	9	28.1%	14	43.8%	7	21.9%	0	0.0%
Se realiza un control interno del total de productos vendidos	1	3.1%	10	31.3%	18	56.3%	3	9.4%	0	0.0%
Con que frecuencia la empresa realiza un análisis para determinar su nivel de rotación de mercadería	1	3.1%	7	21.9%	18	56.3%	6	18.8%	0	0.0%
Todas las ventas son sustentadas por comprobantes de pago	0	0.0%	0	0.0%	2	6.3%	22	68.8%	8	25.0%
La empresa se preocupa por despachar de manera óptima sus pedidos.	1	3.1%	3	9.4%	12	37.5%	16	50.0%	0	0.0%
Coincide el stock físico con el Stock en sistema	1	3.1%	13	40.6%	13	40.6%	5	15.6%	0	0.0%
Se realiza toma de inventarios de los productos y demás suministros por una persona encargada o personal externo	0	0.0%	4	12.5%	11	34.4%	17	53.1%	0	0.0%
En la empresa realizan inventariados de los productos	0	0.0%	4	12.5%	11	34.4%	17	53.1%	0	0.0%

Nota: N= Nunca, CN= Casi nunca, AV= A veces, CS= Casi siempre, S= Siempre

Interpretación:

En la rotación, el 43.8% de colaboradores a veces supervisaban la rotación del producto teniendo en cuenta su vencimiento, el 56.3% a veces realizaba un control interno del total de productos vendidos, el 56.3% consideró que a veces la empresa realizó un análisis para determinar su nivel de rotación de mercadería, el 68.8% estimó que casi siempre todas las ventas eran sustentadas con comprobantes de pago, el 50% opinaron que casi siempre la empresa se preocupó por despachar de manera óptima sus pedidos, el 40.6% percibió que casi nunca coincidieron el stock físico con el stock en sistema, el 53.1% determinó que casi siempre se realizó toma de inventarios de los productos y demás suministros por una persona encargada o

personal externo, 53.1% mostró que casi siempre en la empresa se realizaban inventariados de los productos.

Tabla 12

Distribución de los colaboradores según Ítems estudiados de la dimensión Vencimiento.

Dimensión	Escala									
	1		2		3		4		5	
	N	%	CN	%	AV	%	CS	%	S	%
Se verifica las existencias compradas en cuanto a número, calidad y fecha de vencimiento	10	31.3%	4	12.5%	7	21.9%	11	34.4%	0	0.0%
Se coteja en recepción la mercadería recibida de acuerdo a lo solicitado por la organización	9	28.1%	6	18.8%	9	28.1%	8	25.0%	0	0.0%
Se lleva un control de mercaderías vencidas	9	28.1%	11	34.4%	12	37.5%	0	0.0%	0	0.0%
Utiliza la empresa un kardex para mercaderías vencidas	13	40.6%	12	37.5%	7	21.9%	0	0.0%	0	0.0%
Con que frecuencia se supervisa la mercadería vencida	9	28.1%	5	15.6%	13	40.6%	4	12.5%	1	3.1%

Nota: N= Nunca, CN= Casi nunca, AV= A veces, CS= Casi siempre, S= Siempre

Interpretación:

En vencimiento, el 34.4% de los colaboradores casi siempre verificaban las existencias compradas en cuanto a número, calidad y fecha de vencimiento, el 28.1% nunca cotejaban en recepción, la mercadería recibida de acuerdo a lo solicitado por la organización, el 37.5% a veces llevaban un control de mercaderías vencidas, el 40.6% precisaron que la empresa nunca utilizaba un kardex para mercaderías vencidas, el 40.6% a veces supervisaba la mercadería vencida.

Tabla 13

Distribución de los colaboradores según Ítems estudiados de la dimensión Obsolescencia.

Dimensión	Escala									
	1		2		3		4		5	
Obsolescencia	N	%	CN	%	AV	%	CS	%	S	%
La empresa lleva un registro de mercaderías desfasadas	5	15.6%	18	56.3%	9	28.1%	0	0.0%	0	0.0%
Se selecciona la mercadería que no es apta para la venta.	1	3.1%	11	34.4%	11	34.4%	8	25.0%	1	3.1%
El almacén cuenta con la infraestructura adecuada	1	3.1%	12	37.5%	10	31.3%	9	28.1%	0	0.0%
La empresa utiliza algún tipo de valuación para determinar el valor actual de la mercadería con empaques deteriorados	2	6.3%	17	53.1%	13	40.6%	0	0.0%	0	0.0%
Se realiza un control en cantidad de productos deteriorados	3	9.4%	15	46.9%	14	43.8%	0	0.0%	0	0.0%

Nota: N= Nunca, CN= Casi nunca, AV= A veces, CS= Casi siempre, S= Siempre

Interpretación:

En obsolescencia, el 56.3% de los colaboradores consideraron que casi nunca la empresa llevaba un registro de mercaderías desfasadas, el 34.4% casi nunca seleccionaba la mercadería que no era apta para la venta, el 37.5% opinó que casi nunca el almacén contó con la infraestructura adecuada, el 53.1% estimaban que casi nunca la empresa utilizaba algún tipo de valuación para determinar el valor actual de la mercadería con empaques deteriorados, el 46.9% casi nunca realizaba un control en cantidad de productos deteriorados.

Anexo N° 09: Elementos estudiados de la variable gestión de mercaderías

Tabla 14

Análisis de la ficha de registro para evaluar la gestión de mercaderías.

Rotación	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Productos vendidos												
Cantidad de productos vendidos	3630	4035	3702	4012	3838	3064	3552	3404	3353	3812	4289	5650
Reporte de facturación.												
Valor de productos vendidos	S/ 14,982.80	S/ 14,778.81	S/ 13,692.63	S/ 18,910.34	S/ 18,438.83	S/ 12,699.66	S/ 15,536.36	S/ 15,029.32	S/ 15,585.53	S/ 16,912.97	S/ 17,374.07	S/ 24,478.56
Informe de inventario												
Stock de productos	9275	8893	8372	7816	7980	7316	8886	9627	9625	10585	11665	12085
Vencimiento												
Informe de recepción de mercadería												
Reporte de recepción de mercadería	27622	31513	19712	4015	4351	18969	13817	27016	19365	34327	26458	39980
Kardex de Mercadería recibidas por fecha de ingreso.												
Caducidad de productos recibidos	0	0	0	0	20	3083	0	0	0	0	0	0
Obsolescencia												
Productos desfasados												
Tiempo de stock en productos	32	71	91	24	0	231	9	969	506	1122	15	0
Condiciones de almacenamiento												
Cantidad de productos en buen estado	5172	4875	4446	4191	4383	4038	5130	5494	5340	5888	6430	6883
Valor en mercado												
Precio de venta	S/ 17,679.70	S/ 17,439.00	S/ 16,157.30	S/ 22,314.20	S/ 21,757.82	S/ 14,985.60	S/ 18,332.90	S/ 17,734.60	S/ 18,390.92	S/ 19,957.30	S/ 20,501.40	S/ 28,884.70
Vejez de producto												
Cantidad de productos deteriorados	1084	1287	282	192	67	29	738	17	0	0	840	446

Interpretación:

Según el análisis documentario que se realizó ante el análisis en la gestión de mercaderías se pudo apreciar que en el mes de diciembre hubieron 5,650 de productos vendidos en comparación a los meses anteriores, a causa de ello se obtuvo un valor de productos vendidos de S/24,478.56, de manera que, dejó la cantidad de 12,085 como un stock de productos, debido a ello y según el reporte de recepción de mercadería se generó la cantidad de 39,980, sin embargo, la mayor caducidad de productos recibidos fue de 3,083 que se registró en el mes de junio, también en el mes de octubre se mantuvo el mayor tiempo de stock en productos llegando a 1,122 productos, la cantidad de productos en buen estado fue de 6,883 registrados en el mes de diciembre, igualmente en el mismo mes como precio de venta se apreció una cantidad de S/28,884.70, a pesar de ello, la mayor cantidad de productos deteriorados siendo 1,287 ocurrió en el mes de febrero.