



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Gestión de inventario y su influencia en el consumidor de la
empresa Melecsa S.A.C Centro Comercial Nicolini, Distrito
Cercado 2017**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Cuba Paima, David Jhon (ORCID: [0000-0001-6605-3074](https://orcid.org/0000-0001-6605-3074))

ASESOR:

Dr. Fernández Saucedo, Narciso (ORCID: [0000-0002-2528-237X](https://orcid.org/0000-0002-2528-237X))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Administración de Operaciones

LIMA – PERÚ

2017

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación se la dedico a mis abuelos que desde el cielo nos cuidan Donata, Basilio, Néstor y Sara (Q.E.P.D).

A mis padres Blanca y David, a quienes agradezco por su cariño, comprensión, siendo mi guía ambos hasta el día hoy, a mis hermanas Lelis y Patricia por su apoyo incondicional y a mis sobrinos Santiago, Adrián, Jeffrey, Catalina y Jeyden.

Agradecimiento

Agradezco a Dios, a mis padres, a mis hermanas por contribuir gratamente, al Dr. Narciso Fernández Saucedo por su paciencia, conocimientos y apoyo que me guiaron en el desarrollo de la investigación.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA	12
3.1 Tipo y diseño de investigación	12
3.2 Variables y operacionalización.....	13
3.3 Población y muestreo.....	14
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	14
3.5 Procedimientos.....	15
3.6 Método de análisis de datos.....	15
3.7 Aspectos éticos	16
IV. RESULTADOS.....	17
V. DISCUSIÓN.....	39
VI. CONCLUSIONES.....	43
VII. RECOMENDACIONES	45
REFERENCIAS.....	46
ANEXOS	48

Índice de tablas

Tabla 1.	Gestión del inventario (Agrupada)	17
Tabla 2.	Administración de inventario (Agrupada)	18
Tabla 3.	Nivel de servicio (Agrupado)	19
Tabla 4.	Costo por mantener inventario (Agrupada)	20
Tabla 5.	Control de inventario (Agrupado)	21
Tabla 6.	Almacenamiento (Agrupada)	22
Tabla 7.	Consumidor (Agrupado).....	23
Tabla 8.	Producto (Agrupada).....	24
Tabla 9.	Servicios (Agrupada).....	25
Tabla 10.	Necesidades (Agrupada)	26
Tabla 11.	Compras (Agrupado)	27
Tabla 12.	Coeficientes estandarizados de correlación	28
Tabla 13.	Correlaciones de gestión del inventario y consumidor.....	29
Tabla 14.	Correlaciones de administración del inventario y consumidor	30
Tabla 15.	Correlaciones del nivel de servicio y consumidor	31
Tabla 16.	Correlaciones de costo por mantener inventario y consumidor	32
Tabla 17.	Correlaciones de control del inventario y consumidor	33
Tabla 18.	Correlaciones de almacenamiento y consumidor	34

Índice de figuras

Figura 1. Frecuencia de la variable gestión de inventario	17
Figura 2. Frecuencia de la dimensión administración de inventario.	18
Figura 3. Frecuencia de la dimensión nivel de servicio	19
Figura 4. Frecuencia de la dimensión costo por mantener inventario	20
Figura 5. Frecuencia de la dimensión control de inventario	21
Figura 6. Frecuencia de la dimensión almacenamiento	22
Figura 7. Frecuencia de la variable consumidor	23
Figura 8. Frecuencia de la dimensión Producto	24
Figura 9. Frecuencia de la dimensión servicios.....	25
Figura 10. Frecuencia de la dimensión necesidades	26
Figura 11. Frecuencia de la dimensión compras.....	27

Resumen

La presente investigación tuvo por objetivo determinar la influencia de la gestión del inventario en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. La metodología utilizada fue del tipo aplicada, de nivel descriptivo, de diseño no experimental, de corte transversal y con enfoque cuantitativo. Para la recolección de datos se consideró una población total de 40 trabajadores, en la aplicación de datos se utilizó la técnica de la encuesta, y se formuló veintidós preguntas politómicas dicho instrumento fue validado mediante juicio de expertos por doctores de amplia trayectoria. Los datos obtenidos por las encuestas fueron procesados a través del programa estadístico SPSS 24, dando como resultado un coeficiente de Alfa de Cronbach del 0,715 que fue considerado en el rango de aceptable. Asimismo, el resultado de la correlación fue de 0,462 y fue calificado en la categoría de relación positiva moderada, lo cual, se procedió a aceptar la hipótesis de la investigación. Se recomendó a los directivos que incluyan en su estructura estratégica un plan para la mejora de la gestión de inventario conveniente a los gustos e intereses del consumidor del mercado meta, pues contribuiría positivamente en la rentabilidad de la empresa.

Palabras clave: Gestión, Inventario, Consumidor

Abstract

The objective of this research was to determine the influence of inventory management on the consumer of the company Melecsa SAC C.C Nicolini, Cercado District 2017. The methodology used was of the applied type, descriptive level, non-experimental design, cross-sectional and with a quantitative approach. For data collection, a total population of 40 workers was considered, in the application of data the survey technique was used, and twenty-two polytomous questions were formulated, said instrument was validated through expert judgment by doctors with extensive experience. The data obtained by the surveys were processed through the SPSS 24 statistical program, resulting in a Cronbach's Alpha coefficient of 0.715, which was considered to be within the acceptable range. Likewise, the result of the correlation was 0.462 and was qualified in the category of moderate positive relationship, which proceeded to accept the research hypothesis. Managers were recommended to include in their strategic structure a plan to improve inventory management that is convenient to the tastes and interests of the target market consumer, as it would contribute positively to the company's profitability.

Keywords: Management, Inventory, Consumer

I. INTRODUCCIÓN

En las organizaciones la gestión del inventario frente a los consumidores es considerado de gran importancia y esto es debido a que las existencias son las fuentes de ingreso más significativas que posee una institución, y también los consumidores son considerados un activo necesario e importante para la subsistencia de las empresas. Por el año 1970 en las empresas era común tener los almacenes repletos de mercadería, pues se consideró en aquel tiempo altamente eficiente porque significaba tener una mayor capacidad de respuesta con la demanda de productos. Luego se comenzó a considerar que el stock era necesario, pero el manejarlo de una forma distinta era más beneficioso para reducir los costos. El sector empresarial en el mundo considera, que el tener un almacén lleno de mercadería, es signo de ineficiencia del sistema, y que la situación ideal es la eliminación total de esta. En la actualidad la gestión del inventario es considerado la unión de la administración y el control, y se aplica para lograr un manejo integral de las existencias. Las mercancías son de gran importancia principalmente porque permite a las gestiones económicas tener volúmenes adecuados de productos en un momento determinado.

En el Perú el organismo Produce (2014) señala que las Mipyme muestra que el 99.5% de la totalidad de empresas formales, el 94.9% son microempresas, el 4.5% son pequeña y 0.2% son mediana. De las cuales el 85.2% se dedica a la actividad de comercio y servicio, y el 14.8% a la actividad productora. Además, estas empresas generan aproximadamente un 60% de puestos de trabajo en el país. Debido al gran peso económico que manejan las Mipymes en el Perú, es de suma importancia que tengan una buena gestión de los recursos, primero pues estas abastecen y satisfacen las necesidades de las personas, y segundo, porque son generadoras de la población económicamente activa.

Por lo señalado líneas arriba se formuló el siguiente problema general: ¿Cómo influye la gestión de inventario en el consumidor de la empresa Melecsa SAC CC Nicolini, Distrito Cercado 2017? Así como también se definió los siguientes problemas específicos: ¿Cómo influye la administración del inventario en el consumidor de la empresa Melecsa SAC CC Nicolini, Distrito Cercado 2017? También ¿Cómo influye el nivel del servicio en el consumidor de la empresa

Melecsa SAC CC Nicolini, Distrito Cercado 2017? Además ¿Cómo influye el costo por mantener inventario en el consumidor de la empresa Melecsa SAC CC Nicolini, Distrito Cercado 2017? Asimismo ¿Cómo influye el control del inventario en el consumidor de la empresa Melecsa SAC CC Nicolini, Distrito Cercado 2017? Y ¿Cómo influye el almacenamiento en el consumidor de la empresa Melecsa SAC CC Nicolini, Distrito Cercado 2017?

La aplicación de buenas prácticas en la gestión del inventario genera mayor control y orden, pero al no aplicarlo adecuadamente continuará con la misma problemática de clientes insatisfechos, mayor cantidad de artículos almacenados, aumento del costo de almacenaje, deterioro de artículos, entre otros. Es por ello el interés de la investigación, dado que el departamento de inventarios es determinante si la empresa quiere seguir vigente en el mercado. Por otro lado, el consumidor también participa y cumple un rol importante dentro del proceso de la gestión de inventarios, puesto que es el actor final de diversas transacciones productivas, dependerá de la organización que tanto esfuerzo ponga para situar sus mercancías en el mercado para que sean consumidas.

La investigación tuvo el propósito de mostrar la realidad de la empresa Melecsa SAC, proponiendo recomendaciones sobre la importancia que involucra gestionar los inventarios de una manera correcta y su influencia en el consumidor. El desarrollo estuvo apoyado de conceptos teóricos pues fue necesario un marco de referencia de la gestión de inventario, y del consumidor con ello se pretende contribuir en la ampliación de teorías de la administración de existencias, control de inventario, almacenaje, stock, entre otros. En la justificación metodológica se aplicó un cuestionario con 22 preguntas de respuestas politómicas, conseguido los resultados de los trabajadores se procedió analizarlos en el sistema IBM S.P.S.S 24 para conocer si influye la gestión del inventario frente al consumidor, con ello se pretendió contrastar la influencia de la variable independiente sobre el dependiente. En la justificación social el resultado del estudio fue relevante y obtuvo un efecto positivo en la comunidad, pues la aplicación no solo beneficio a los dueños de la empresa, sino a todo miembro que participa indirecta o directamente con la organización.

La empresa Melecsa se creó en el año 2008 en el distrito del Callao, se especializa en la fabricación de tableros electrónicos, los productos eléctricos son

de tipo estándar y especial. Debido al crecimiento acelerado de los mercados específicamente de las empresas de manufactura, la empresa Melecsa se ve en la necesidad de establecer mejoras para contrarrestar a la competencia, por ello es necesario entender los cambios del mercado para así adecuar las herramientas y lograr los objetivos de la gestión del inventario dado que existe un sistema ineficiente en el negocio, se desconoce el nivel de colocación de productos, no cuentan con procesos adecuados para revisar el stock, tampoco disponen con mercadería de seguridad para abastecer las desviaciones de los requerimientos, asimismo la cuantía a adquirir de insumos se suministra de manera empírica basándose en el criterio de los trabajadores, no existe un sistema de registro de los artículos fabricados, falta un almacén fijo, no han implementado procedimientos de almacenaje, los productos deben ser distribuidos de manera eficiente para lograr un mayor alcance hacia los consumidores.

Debido a la problemática en la empresa Melecsa S.A.C específicamente en las tiendas del Centro Comercial Nicolini, se formuló el siguiente objetivo general: determinar la influencia de la gestión del inventario en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017. Y se planteó como objetivos específicos: conocer la administración del inventario influye en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017; conocer el nivel del servicio influye en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017; conocer el costo por mantener inventario influye en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017; conocer el control del inventario influye en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017; conocer el almacenamiento influye en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017.

La organización de continuar con la misma situación los costos seguirá en aumento y continuará afectando la rentabilidad. Con la investigación se buscó evidenciar si influye la gestión del inventario frente al consumidor.

Por consiguiente, se planteó como hipótesis general: la gestión de inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017. Y como hipótesis específicas: la administración

del inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017; segunda h. especifica, el nivel del servicio influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017; tercer h. especifica, el costo por mantener inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017; cuarta h. especifica, el control del inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017; quinta h. especifica, el almacenamiento influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017.

II. MARCO TEÓRICO

En el ámbito internacional se observó el trabajo de Portilla (2016) titulada “Sistema de gestión de inventarios para el centro de insumos agrícolas y veterinarios punto agrícola de la ciudad de Tulcán”, por la Universidad Regional Autónoma de los Andes, cuyo objetivo fue diseñar un método de trabajo de mercancías que aporte a la gestión de mercadería en la sede de suministros agrícola y veterinario en la ciudad Tulcán. La investigación se desarrolló de tipo aplicada, de estudio descriptivo correlacional, de diseño no experimental. Concluyó que es factible e importante desarrollar un sistema de gestión de inventarios en el centro de insumos, con el propósito de lograr una máxima organización de la mercadería, momento adecuado en la adquisición de productos, eficiente rotación de productos y conseguir una mejor calidad del servicio al cliente.

Se observó en la investigación de Vásquez (2012) titulado “Modelo de gestión de inventarios para la empresa Martec Cía. Ltda.”, por la Universidad Central del Ecuador, cuyo objetivo fue plantear patrones de trabajo aplicada a las mercancías en la organización Martec, con ello pretendió maximizar la producción para formar capacidades competentes al negocio. La investigación se desarrolló de tipo descriptiva, de diseño no experimental y orden transversal. Concluyó, aplicar un modelo adecuado a la gestión de inventario pues permitió dar información oportuna, atender correctamente la demanda, no desperdiciar recursos de la empresa, minimizó los costos, generó un mayor volumen de ventas, el beneficio no solo se dio para la empresa si no a la sociedad.

Se observó en la investigación de Sánchez (2010) titulada “Análisis del comportamiento de compra del consumidor mexicano ante los productos de comercio justo”, por el Instituto Politécnico Nacional, cuyo objetivo fue comprobar la conducta del comprador mexicano ante los negocios equitativos con cimiento de concientización en la aceptación de bienes con el fin de plantear opciones adecuadas a los clientes. La investigación se desarrolló de tipo descriptivo, de diseño no experimental y orden transversal. Concluyó que el modelo Sampedro concedió marcar distintos periodos de concientización social en armonía con la conducta del usuario a momento de adquirir los productos; los ciudadanos

mexicanos no exponen diferencias significativas en las diferentes fases del modelo sampetro. Los usuarios tienen escasa información de las acciones sociales que brindan los negocios equitativos y que algunos usuarios tienen la poca disposición social, y que no les cautiva ese tipo de negocios.

En los antecedentes nacionales se observó la investigación de Rosas y Santos (2015) titulado “El control y su incidencia en la gestión de inventarios de la micro y pequeña empresa de la provincia constitucional del Callao”, por la Universidad Nacional del Callao, cuyo objetivo fue comprobar si el control interno afecta la administración de mercancías en las Mypes del Callao. La investigación se desarrolló de tipo descriptivo correlacional, de diseño no experimental. Concluyó que los controles son de gran valor al momento de administrar las mercancías, la ejecución de controles internos sólidos se aminora los reprocesos, disminuyó las fallas en el conteo de mercadería, se evitó que más mercadería se siga deteriorando, se controló el exceso de productos de baja rotación, se evitó la pérdida de artículos por fecha de vencimiento. Esta herramienta generó una administración apropiada, su ejecución permitió minimizar las deficiencias, además el control concedió un reajuste constante en la recolección de datos de los inventarios asimismo generó una eficaz valoración, proyección en la repartición y un mejor mercadeo de los artículos.

Se observó en la investigación de Zamora (2015) titulada “Gestión de inventarios y el nivel de ventas de la empresa Keops S.A.C, en el año 2015”, por la Universidad Latinoamericana Cima, cuyo objetivo fue comprobar que la administración de mercancías influye en el margen de colocaciones del negocio Keops. La investigación se desarrolló de tipo aplicada descriptiva correlacional, de diseño no experimental. Concluyó que la administración del inventario afecta de manera positiva en el margen de ventas, asimismo la carencia de una adecuada planeación y la falta de control en la mercancía ocasiona el incumplimiento de pedidos; según resultados la ausencia de funciones de los departamentos y el no contar con la presentación de cuenta anual, afecta en el resultado de la organización. Además, no existe un control de coste de los bienes, no toman interés de las investigaciones de mercado como táctica para aumentar las ventas, y por último no disponen con planes para renovar el bien existente.

Se observó en la investigación de Sánchez y Charpentier (2013) titulado

“Implementación de un sistema de control interno operativo en los almacenes para mejorar la gestión de inventarios de la constructora A&A S.A.C de la ciudad de Trujillo – 2013”, por la Universidad Privada Antenor Orrego, cuyo objetivo fue comprobar la aplicación de métodos de controles internos operacionales en almacén, para optimizar la administración de existencias en el negocio. La investigación se desarrolló de tipo empírica de grupo único Pre test – Post test. Concluyó, diseño el manual de organización y función para el personal; el personal que labora en almacén estuvo en proceso de aprendizaje, pues no estaban capacitados para el desarrollo del trabajo; adquirió dispositivos y máquinas para mejorar el lapso de métodos ejecutados dentro del almacén; localizó fallas en las fases dentro de los almacenes, en los lugares de trabajo encontró desorden pues las herramientas no tenía un lugar determinado de almacenaje; implementó el dogma de las “5S” que le concedió más orden, y menos precaución en la manipulación de los equipos.

Por lo tanto, una vez analizado los antecedentes se procedió a definir la variable independiente gestión de inventario, pues es la planeación, coordinación, almacenaje, movimiento y distribución de los productos que son utilizados en el proceso productivo, y que están destinados para satisfacer las necesidades del cliente. Mora (2011), considera estos elementos en la gestión del inventario como máximo nivel del servicio, mínimo costo de mantener inventario, control de inventario, almacenamiento, conteo y registro. En el caso de la FIAEP (2014), considera como un grupo de controles y políticas que supervisan el nivel del inventario, y que establecen la cantidad que se debe reservar, el lapso en que la mercadería debe ser repuesta, y la dimensión que debe poseer cada pedido.

En el caso de la dimensión administración del inventario se definió como el control, almacenamiento y seguimiento de existencias para satisfacer las demandas de los usuarios de manera rápida y eficiente. Para Leenders (2012), considera estas herramientas importantes para generar una buena gestión del inventario como el registro, clasificación, rotación, cantidad a pedir y cantidad a producir. En el caso de la dimensión nivel del servicio se definió como la posibilidad de llegar a niveles óptimos de calidad, brindando un buen producto y un excelente servicio, tanto a clientes, y consumidores. Para Paz (2008), considera viable para determinar un buen servicio es a través de la unión de las

necesidades, las estrategias y la disposición de la empresa, siempre relacionadas con el marketing. En el caso de la dimensión costos de inventario se definió es todos costo que demande la mercadería para que se encuentre en óptimas condiciones. Para Chase y Jacobs (2014) considera para el volumen de las existencias es necesario tomar en cuenta los costos por pedido, de preparación, por mantenimiento y faltantes. En el caso de la dimensión control del inventario se definió es aquel procedimiento que tiene una empresa para vigilar las existencias y está comprendida por la compra, la recepción, el almacenaje, y la producción. Para García (2011) considera es toda práctica que debe tomarse en cuenta al almacenar, al contar la mercadería, el lapso que lleva efectuarlo, al momento de realizar un registro un producto, llevar un orden para los pedidos y los despachos, con ello asegura un eficiente control. En el caso de la dimensión almacenamiento se definió como aquella área donde va guardada la mercancía y que posee ciertas características como de ingreso accesible, de fácil ubicación, y es considerado un lugar apto para los productos. Para Paz (2008) considera las empresas mantienen mercadería con el fin de solucionar las variaciones de las proyecciones, es indispensable contar con zonas de espacio suficiente, tener los equipos necesarios, mantener una buena ubicación de la mercadería y fomentar un protocolo para la rápida atención.

De las dimensiones mencionada línea arriba, se desglosa los siguientes indicadores: en el caso de las existencias se definió como aquellos bienes que posee la organización para una posible agregación en el proceso productivo o para su colocación. Para Suarez (2012) considera que las existencias son recursos para comercializarlos y están destinados para utilizarlos, modificarlos o unirlos en el proceso de operación. En el indicador inventario se definió como aquel registro documentado de los bienes y materiales que posee una persona o empresa. Para Mora (2011) considera, el inventario se consigue a través de contar, pesar y medir todo activo, además están designados para la comercialización y/o producción. En el caso del indicador stock se definió como un conjunto de mercancías que se tiene almacenado para su posible comercialización o transformación. Para Suárez (2012) considera stock al conjunto de mercancías almacenadas y que son indispensables para el proceso de transformación o comercialización. En el indicador de la demanda se definió

como la mayor suma de productos adquiridos y de servicios utilizados por el consumidor, y se representa a través de la tabla de la demanda. Para Chase et al (2014) considera al conocer el detalle de nivel de compra por cada artículo, quizás exista la posibilidad de predecir un número exacto para cubrir esta variación, aunque por lo general es complicado conocer con exactitud y sea importante poseer un inventario de respaldo. En el indicador servicios se definió como un cúmulo de acciones enfocadas a prestar asistencia a los consumidores con la finalidad de lograr su satisfacción. Para Leenders (2012) considera que los servicios están destinados a personas y/o empresas, con el único fin de cubrir una necesidad, este consumidor cumple un rol importante pues calificará la experiencia del servicio. En el indicador costo de mantenimiento se definió como todo aquel gasto que incurre mantener una mercadería como la propia instalación, tener un seguro ante siniestros, la mano de obra para el traslado de los productos, entre otros. Para Chase et al (2014) considera que los componentes importantes relacionado con los inventarios son almacenamiento, seguros, obsolescencia, impuestos y el costo de oportunidad. En el caso del indicador costo del pedido se definió como todo aquel costo que interviene ante un requerimiento de materiales o mercadería, entre ellos están los procesos administrativos y tiempo del personal de almacén. Para Chase et al (2014) considera los costos intervienen desde que oficina prepara la orden de compra hasta que el producto es llevado al consumidor final. En el caso del conteo cíclico del inventario es una herramienta que sirve para identificar la cantidad de material que posee un almacén son de utilidad para las empresas que manejan un alto y bajo volumen de inventario. Para Chase et al (2014) considera como una técnica pues la mercadería se cuenta a menudo durante el año y para que un conteo sea eficaz se debe acordar que material se van a contar, cuando y por quien. En el caso del registro se definió como aquel instrumento de inspección que verifica todos los recursos que tiene una organización o persona y estas son concretadas a través de una plataforma electrónica o documento en físico. Para Leenders (2012) considera es aquella información que es transcrita a través de un medio tangible pues es almacenado electrónicamente y que se puede recuperar a través de la base de datos. En el caso de la rotación se definió como aquella herramienta que calcula el número de veces que los inventarios son suplidos durante un periodo

establecido. Para Paz (2008) considera como aquel número promedio de veces que se multiplica el stock paralizado. En el caso del espacio en volumen se definió como aquella área visible y que su diseño es relevante, pues depende de las decisiones que se tome para generar una buena gestión del espacio. Para Chase et al (2014) considera una buena utilización del espacio es un movimiento mínimo en distancias cortas. En el caso del acceso a la mercadería se definió como aquella facilidad que tiene el operario para encontrar un artículo en almacén. Para Muller (2005) considera al no ubicar un ítem, no podrá registrarse y tener un orden. En el caso de la protección de mercadería se definió como aquel esfuerzo económico que pone a disposición la empresa para proteger los bienes o artículos ante un desastre. Para Muller (2005) considera que debe evaluarse la solidez del almacén ante una emergencia tecnológica, natural y las que son provocadas por el ser humano.

En la variable dependiente consumidor se definió como aquel sujeto u institución que compra un producto o servicio para satisfacer alguna necesidad. Para Schiffman y Kanuk (2010) considera aquel individuo que adquiere, consume, dispone y que implica actividades, experiencias, siempre acorde a las necesidades del comprador. Y para Kotler et al (2012) considera aquel individuo que frecuentemente compra, usa, desecha productos o servicios para cubrir sus necesidades. Del concepto general se desglosa las siguientes dimensiones como el producto, el cual, se definió es aquel bien que vende una persona o empresa para cubrir una necesidad. Para Kotler et al (2012) considera es aquel bien que es ofrecido a través de un mercado para que sea adquirido, consumido y pueda satisfacer una necesidad. En el caso de los servicios se definió como aquel medio intangible pues tiene como función principal satisfacer necesidades humanas y de empresas. Para Kotler et al (2012) considera al servicio como un producto pues acumula distintas funciones que son ofertados en una venta. En el caso de las necesidades se definió como aquel momento de escasez pues es necesaria para subsistir en una fase de vitalidad completa. Para Kotler et al (2012) considera a la necesidad humana como aquel momento de escasez perceptiva pues involucra la física, social e individual. En el caso de las compras se definió como aquella adquisición de bienes a cambio de un precio establecido por el proveedor. Para Coral (2014) considera a las compras como aquel recurso en venta además

requiere tener una buena calidad y un precio asequible. En las dimensiones mencionadas línea arriba se desglosa los siguientes indicadores: la calidad se definió como aquel nivel óptimo alcanzado del artículo o servicio que ofrece una organización. Para Leenders (2012) considera a la capacidad que tiene la empresa para ofrecer productos y servicios acordes a las demandas de los consumidores. En el caso del desempeño de un producto se definió como aquel potencial que puede lograr un bien y que está debe alcanzar al momento en que el cliente quiera hacer uso. Para Kotler et al (2012) considera al desempeño a la calidad de un bien y a las capacidades que tiene para cubrir la necesidad. En el caso de las características se definió como aquel atributo que poseen los bienes para ser diferenciados de la competencia. Para Kotler et al (2012) considera es aquel instrumento competitivo para distinguir el producto del negocio con el producto del competidor. En el caso de la intangibilidad de los servicios se definió como aquel bien que no puede ser almacenado, visto, tocado, ni nada por el estilo es pura experiencia. Para Kotler et al (2012) considera que los servicios no pueden verse, ni tocarse, ni oírlo u olerlos antes de comprarlo. En el caso de la imagen se definió como aquella seguridad que refleja una empresa ante el comprador, pues toma tiempo y esfuerzo que los demás te perciban como una organización seria en tus productos, y servicios que ofreces. Para Kotler et al (2012) considera que la imagen y la marca de la empresa siempre debe irradiar los dones de los productos pues es un arduo trabajo desarrollar una imagen potente, y requiere de mucha creatividad. En el caso del competidor se definió como aquella persona u organización que se dedica al mismo giro de negocio, se identifica por brindar similares productos. Para Kotler et al (2012) considera las empresas deben de conocer de primera mano a sus competidores, estar pendiente de las estrategias, de los productos similares comparando precios, de los canales de atención y promociones.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación: para la investigación se utilizó el modelo aplicado pues se dispuso como fin ahondar e incrementar el estudio científico ya presente. Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) consideran que las investigaciones científicas son más exhaustivas que las otras, además contiene objetivos fundamentales en primer lugar producir conocimiento y en segundo lugar resolver enigmas.

3.1.2 Nivel de investigación: para la investigación se utilizó el nivel descriptivo puesto que se describió situaciones y/o sucesos generados del análisis de cada variable propuesto. Para Hernández et al (2014) consideran que el nivel descriptivo solo busca recolectar información de modo conjunta o individual de cada variable y que no busca demostrar cómo se relacionan.

3.1.3 Diseño de investigación: para la investigación se utilizó el diseño no experimental de corte transversal puesto que se no alteró las variables, asimismo la información fue recogida en una sola ocasión dentro de un lapso establecido. Para Hernández et al (2014) consideran que en las investigaciones no experimentales no debe manipularse la variable independiente con las demás, pues solo busca observar las anomalías que se presentan en su propia naturaleza para analizarlos. Y en el caso de corte transversal consideran que solo puede ser obtenida en un periodo específico y en un único tiempo, con el fin de describirlas, examinarlas e interrelacionarlas en una fecha establecida.

3.1.4 Enfoque de la investigación: para la investigación se utilizó el enfoque cuantitativo pues permitió analizar los datos y explicar las interrogantes planteadas, se pudo contrastar las hipótesis propuestas, con el fin de poder examinar el comportamiento de la población. Para Hernández et al (2014) consideran que las investigaciones cuantitativas usan los datos obtenidos para contrastar las hipótesis planteadas todo con el debido respaldo de la medición y al resultado estadístico pues el único propósito es entablar patrones del comportamiento y examinar las teorías.

3.2 Variables y operacionalización

3.2.1 Definición conceptual: en la variable independiente gestión de inventario, pues es la planeación, coordinación, almacenaje, movimiento y distribución de los productos que son utilizados en el proceso productivo, y que están destinados para satisfacer las necesidades del cliente. Para Mora (2011) considera estos elementos como la gestión del inventario, el máximo nivel del servicio, mínimo costo de mantener inventario, control de inventario, almacenamiento, conteo y registro. En el caso de la FIAEP (2014) considera como un grupo de controles y políticas que supervisan el nivel del inventario, y que establecen la cantidad que se debe reservar, el lapso en que la mercadería debe ser repuesta, y la dimensión que debe poseer cada pedido. En relación con la variable dependiente al consumidor se definió como aquel sujeto u institución que compra un producto o servicio para satisfacer alguna necesidad. Para Schiffman y Kanuk (2010) considera aquel individuo que adquiere, consume, dispone y que implica actividades, experiencias, siempre acorde a las necesidades del comprador. Y para Kotler et al (2012) considera aquel individuo que frecuentemente compra, usa, desecha productos o servicios para cubrir sus necesidades.

3.2.2 Definición operacional: para medir a las variables se consideró a todas las dimensiones pues se necesitó desarrollar un cuestionario para absolver las interrogantes propuestas, fueron cuarenta encuestados para el desarrollo de la investigación, se tuvo cinco dimensiones de la variable gestión de inventario y de la variable consumidor, se tuvo cuatro dimensiones. Con los resultados generados de las encuestas se prosiguió a registrarlos en el programa estadístico SPSS para analizarlos y dar respuesta a las hipótesis.

3.2.3 Indicadores: en el caso de la variable gestión de inventario se obtuvo trece indicadores, después se continuo a elaborar las preguntas para cada una de ellas con alternativas de respuesta. Y de la misma forma se prosiguió con la variable consumidor se obtuvo nueve indicadores, y se elaboró las preguntas para cada una de ellas, todo con el único fin de poder absolver las hipótesis de la investigación.

3.2.4 Escala de medición: en el caso de la escala se utilizó la del tipo ordinal con alternativa de respuesta, siempre, casi siempre, a veces, casi nunca, nunca, en las veintidós preguntas. Para Hernández et al (2014) considera que existe distintas categorías y que además presentan un orden de menos a más.

3.3 Población y muestreo

3.3.1 Población: para la investigación se consideró a cuarenta individuos de la organización Lidetab Melecsa SAC. Para Hernández et al (2014) considera a la población como un conjunto de individuos que coincide con determinadas descripciones.

3.3.2 Muestreo: para la investigación se consideró al muestreo censal pues se utilizó a toda la población por ser un grupo pequeño. Para Hernández et al (2014) considera al realizar un censado se debe contar con todo individuo del universo.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnica: para la investigación se consideró la técnica de la encuesta reside en recolectar información de las variables gestión del inventario y el consumidor. Para Hernández et al (2014) considera que los censos por criterio son puestos como un procedimiento.

3.4.2 Instrumento: para la investigación se consideró el cuestionario y estuvo elaborada por veintidós preguntas politómicas, lo cual, se desglosa de la operacionalización de las variables. Para Hernández et al (2014) considera que los cuestionarios se utilizan en distintos escenarios y pueden ser plasmadas a través de un medio físico o electrónicamente. En el caso de la primera variable se formuló trece interrogantes de medida tipo Likert con valoración del uno al cinco. De igual manera para la segunda variable se formuló nueve interrogantes con escala del mismo tipo e igual valoración. Para Hernández et al (2014) considera que el escalamiento de Likert son un grupo de alternativas en afirmación y que requiere de la reacción del encuestado.

3.4.3 Validación del instrumento: para la validación del instrumento en la investigación se acudió a expertos en la materia de comprobada experiencia de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Cesar Vallejo. En el caso de la confiabilidad del instrumento para Hernández et al (2014) considera que la

fiabilidad hace referencia al número de veces que se aplica a un solo individuo y esta genera el mismo resultado. En la investigación se utilizó la estadística del Alfa de Cronbach con el objetivo de conocer el valor de confianza. Se considero el cuadro de intervalos con valoración para el resultado aplicados a las variables gestión de inventario y consumidor. De acuerdo al cuadro se refleja el resultado de la aplicación del sondeo a los cuarenta encuestados de la organización Melecsa SAC, a quienes se les entrego el referido instrumento. El resultado obtenido es de una valoración α de 0,715 el cual se encuentra en un nivel de confiabilidad de rango aceptable aprobando su utilidad con el fin de recopilar información para la investigación. (ver anexo 4).

3.5 Procedimientos: la presente investigación se realizó en la empresa Lidetab Melecsa SAC, ubicada en la Provincia Constitucional del Callao con sede de tienda en el Centro Comercial Nicolini Distrito Cercado de Lima. Posterior a la observación en la empresa se planteó la siguiente problemática pues es la gestión del inventario frente al consumidor, luego se elaboró un plan con actividades a desarrollarse, seguido se preparó una encuesta con veintidós preguntas de escala ordinal de escalamiento Likert, la población de la investigación estuvo conformada por cuarenta individuos, se utilizó el total de la población por ser un grupo pequeño, una vez recolectado los datos de la encuesta se procedió a tabularlos en el programa informático Microsoft Excel, para luego ser digitada la información en la aplicación estadística SPSS 24, con el único fin de observar las conclusiones de la prueba y con los resultados del programa se pudo elaborar las conclusiones de la tesis.

3.6 Método de análisis de datos: en el caso del análisis de datos la investigación se respaldó en la aplicación de la estadística descriptiva y en la estadística inferencial. Para Hernández et al (2014) considera la estadística descriptiva en primer lugar describe la data obtenida por variable. Y en el caso de la estadística inferencial considera que los investigadores realizan distintas pruebas de hipótesis para asegurar la veracidad de la muestra. En la investigación para el cruce de información se utilizó el programa estadístico SPSS versión 24, los datos obtenidos producto de las encuestas fueron digitados en una plantilla de Excel, para luego ser ingresado al SPSS, pues con los resultados generados

proporcionó información relevante para el desarrollo de las conclusiones.

3.7 Aspectos éticos: en el desarrollo de la investigación se actuó con total transparencia y con rigor profesional para con los resultados. Se mantuvo la confiabilidad en la recopilación de la información, se respetó la propiedad intelectual de cada autor y también se consideró la discreción anónima de los participantes.

IV. RESULTADOS

4.1 Análisis estadístico descriptivo

El diagnóstico de los datos fue proporcionado de las cuarenta encuestas dirigida a los trabajadores del negocio Melecsa S.A.C. El resultado del estudio fue el siguiente:

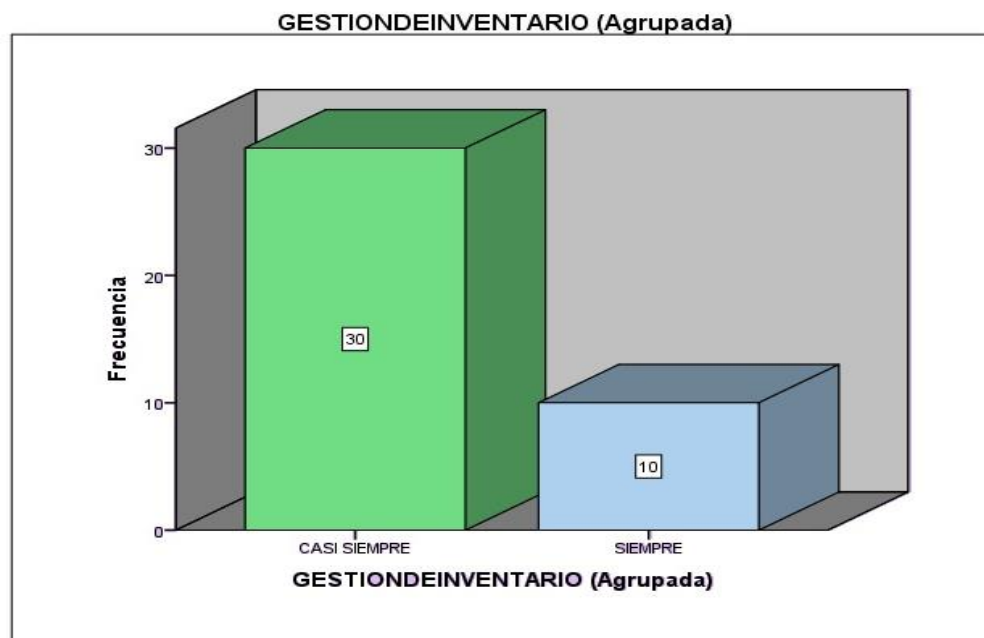
Primera variable

Tabla 1. *Gestión del inventario (Agrupada)*

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	Casi siempre	30	75%	75%	75%
	Siempre	10	25%	25%	100%
	Totales	40	100%	100%	

Fuente: producción propia

Figura 1. *Frecuencia de la variable gestión de inventario*



En vista de lo observado en la tabla 1 de los cuarenta encuestados, un 75% expresó que casi siempre se maneja una buena gestión de inventarios. Mientras que el 25% de los participantes indicó que siempre.

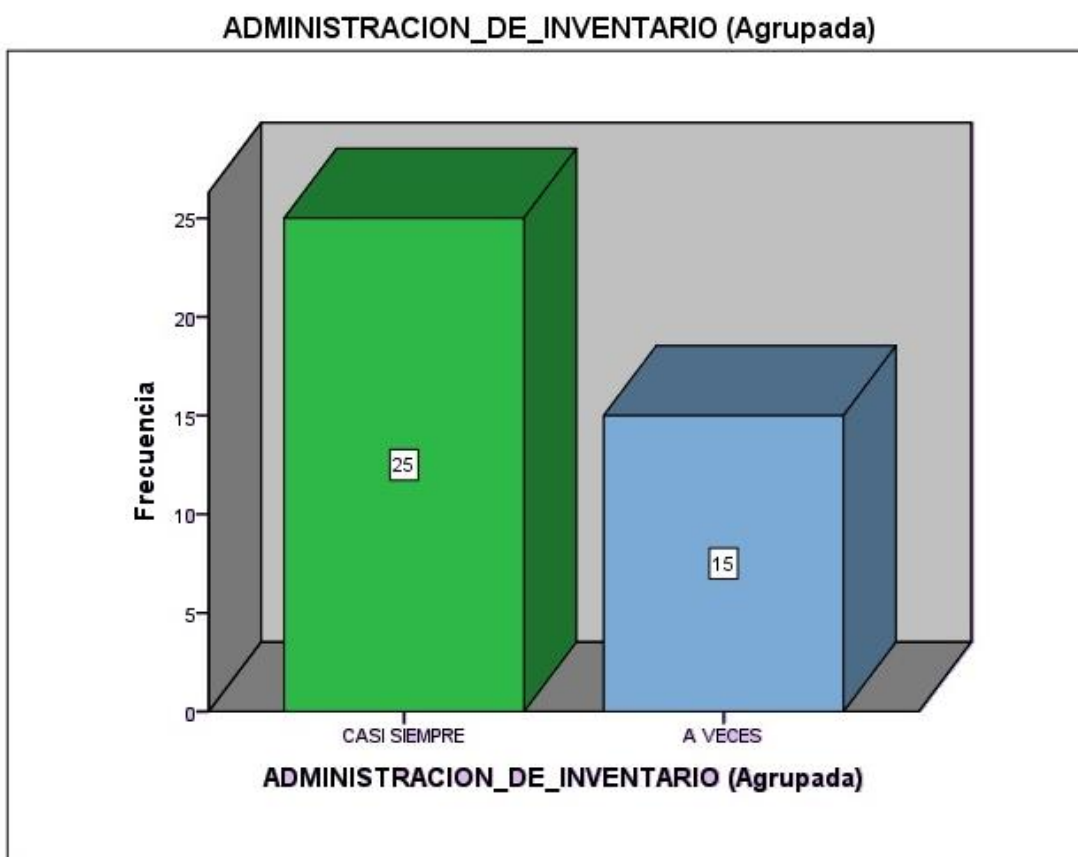
Primera dimensión

Tabla 2. *Administración de inventario (Agrupada)*

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	Casi siempre	25	62,5%	62,5%	62,5%
	A veces	15	37,5%	37,5%	100,0%
	Totales	40	100%	100%	

Fuente: producción propia

Figura 2. *Frecuencia de la dimensión administración de inventario.*



En vista de lo observado en la tabla 2 de los cuarenta encuestados, un 62.5% expresó que casi siempre se maneja una buena administración de los inventarios. Mientras que el 37,5% de los participantes respondió que solo a veces.

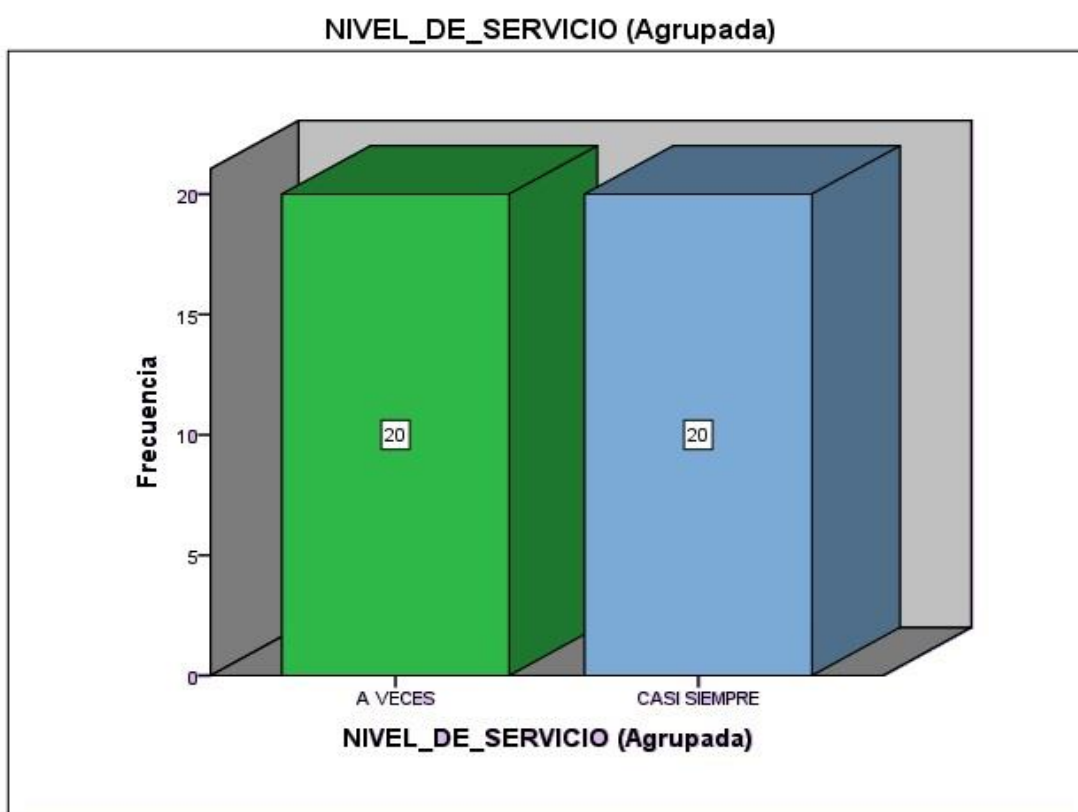
Segunda dimensión

Tabla 3. Nivel de servicio (Agrupado)

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	Casi siempre	20	50%	50%	100%
	A veces	20	50%	50%	50%
	Totales	40	100%	100%	

Fuente: producción propia

Figura 3. Frecuencia de la dimensión nivel de servicio



Conforme al resultado de la tabla 3 de los cuarenta encuestados un 50% expresó que casi siempre se maneja un buen nivel de los servicios. Mientras que el 50% de los participantes respondió que solo a veces.

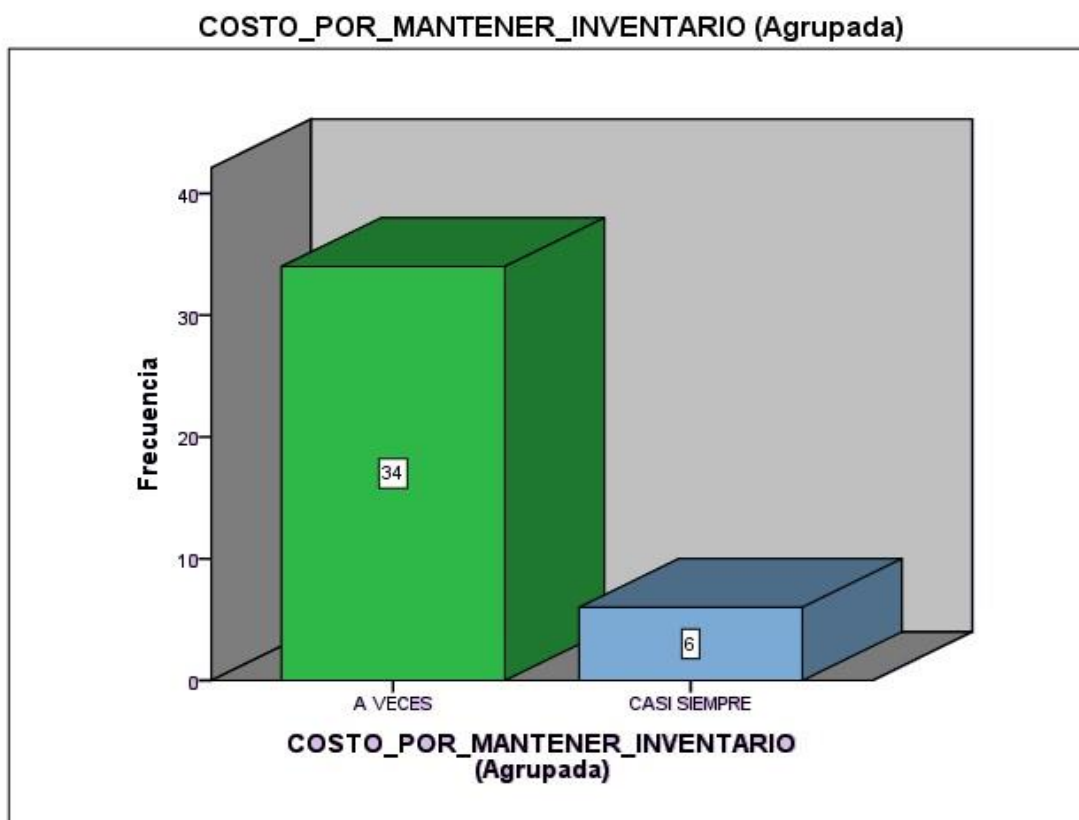
Tercera dimensión

Tabla 4. Costo por mantener inventario (Agrupada)

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	A veces	34	85%	85%	85%
	Casi siempre	6	15%	15%	100%
	Totales	40	100%	100%	

Fuente: producción propia

Figura 4. Frecuencia de la dimensión costo por mantener inventario



Conforme al resultado de la tabla 4 de los cuarenta encuestados un 85% indicó que a veces se maneja un buen costo por mantener inventarios. Mientras que el 15% respondió que casi siempre.

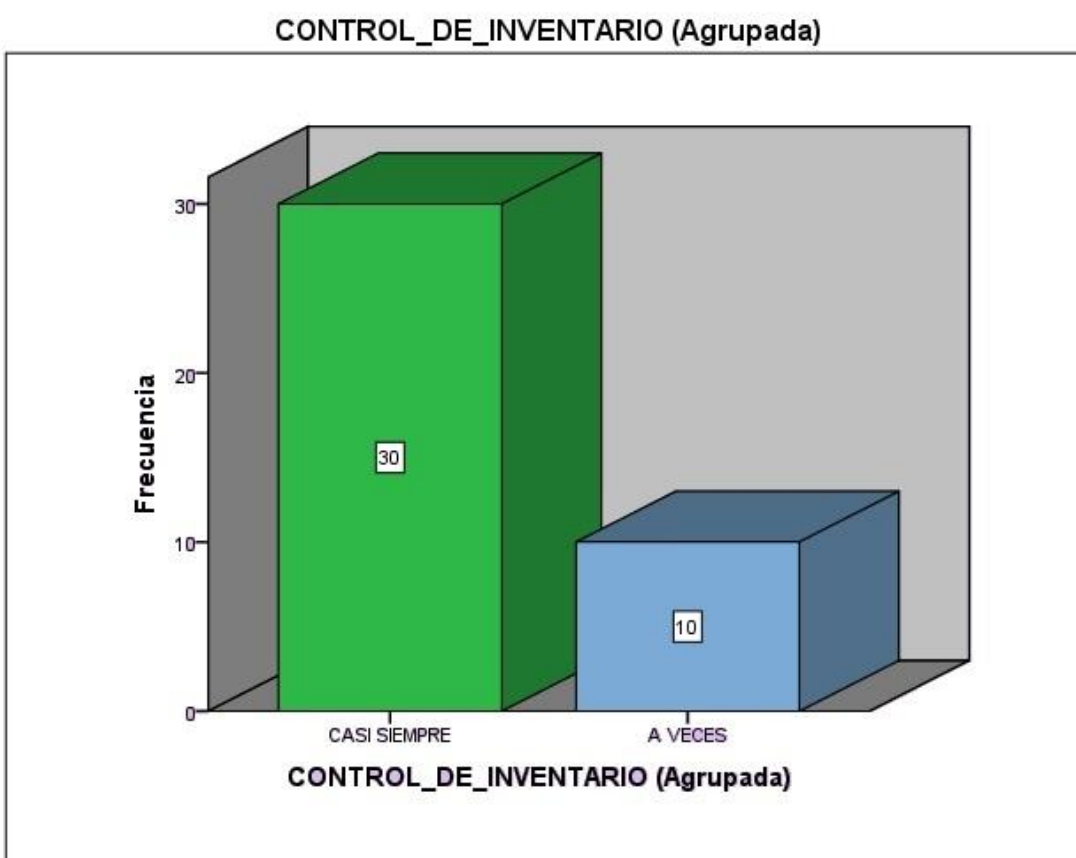
Cuarta dimensión

Tabla 5. Control de inventario (Agrupado)

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	Casi siempre	30	75%	75%	75%
	A veces	10	25%	25%	100%
	Totales	40	100%	100%	

Fuente: producción propia

Figura 5. Frecuencia de la dimensión control de inventario



Conforme al resultado de la tabla 5 de cuarenta encuestados un 75% indicó que casi siempre se maneja un buen control del inventario. Mientras que el 25% respondió que solo a veces.

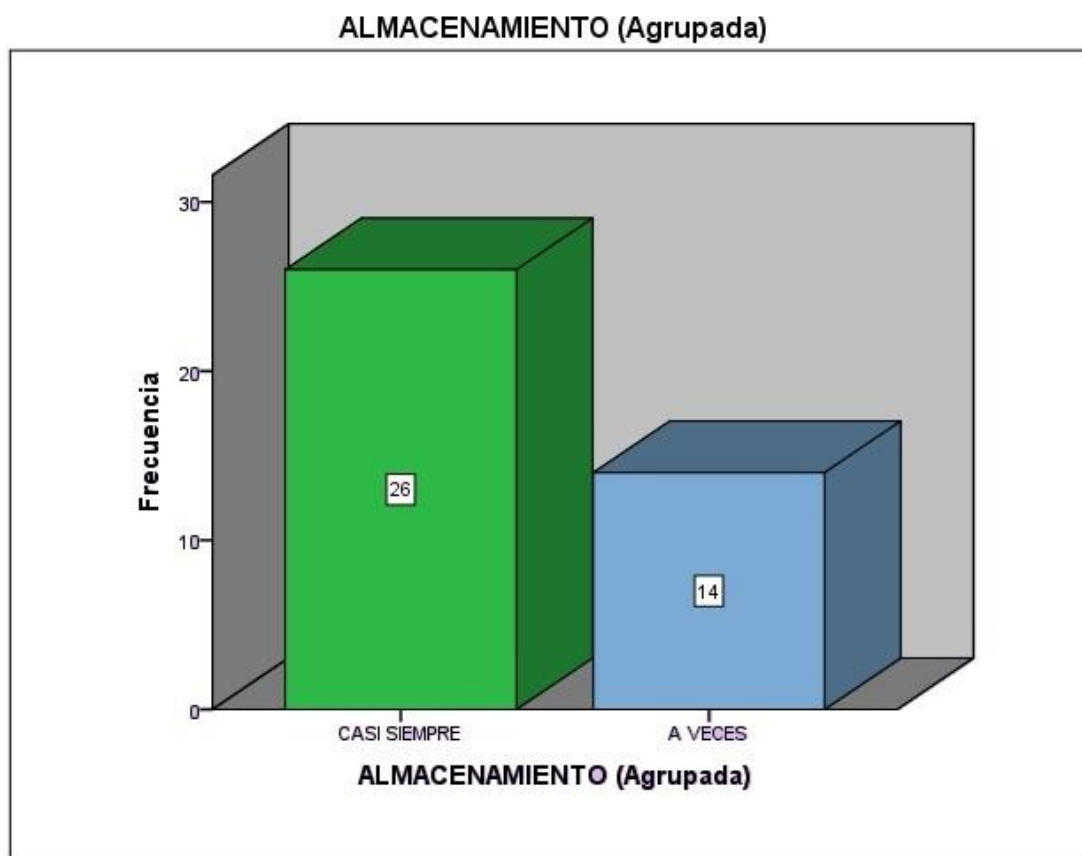
Quinta dimensión

Tabla 6. Almacenamiento (Agrupada)

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	Casi siempre	26	65%	65%	65%
	A veces	14	35%	35%	100%
	Totales	40	100%	100%	

Fuente: producción propia

Figura 6. Frecuencia de la dimensión almacenamiento



Conforme a observado en la tabla 6 de cuarenta encuestados un 65% de participantes expresó que casi siempre se tiene un buen manejo del almacenamiento. Mientras que el 35% respondió que solo a veces.

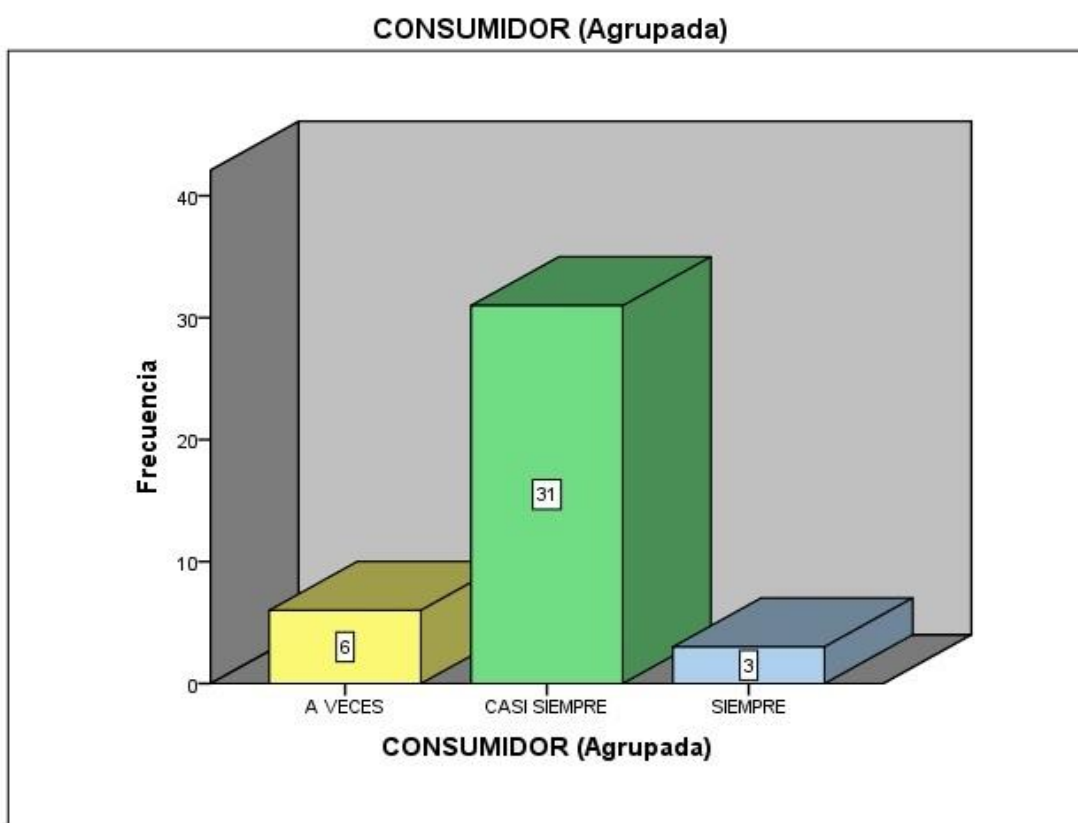
Segunda variable.

Tabla 7. Consumidor (Agrupado)

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	A veces	6	15%	15%	15%
	Casi siempre	31	77,5%	77,5%	92,5%
	Siempre	3	7,5%	7,5%	100%
	Totales	40	100%	100%	

Fuente: producción propia

Figura 7. Frecuencia de la variable consumidor



Conforme al resultado obtenido en la tabla 7 de los cuarenta encuestados un 77,5% de los participantes expresó que casi siempre se tiene en cuenta al consumidor. El 15% indicó que a veces. Mientras que el 7,5% respondió siempre.

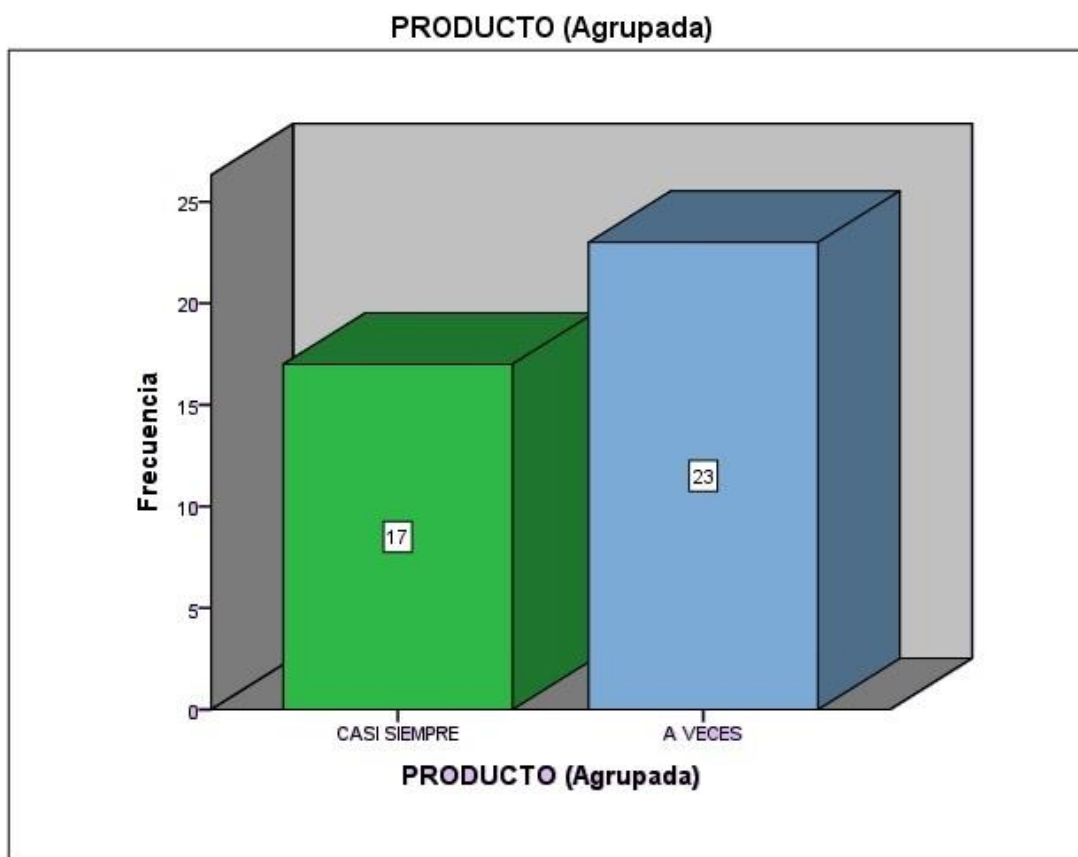
Primera dimensión

Tabla 8. *Producto (Agrupada)*

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	A veces	23	57,5%	57,5%	100%
	Casi siempre	17	42,5%	42,5%	42,5%
	Totales	40	100%	100%	

Fuente: producción propia

Figura 8. *Frecuencia de la dimensión Producto*



Conforme al resultado se observó en la tabla 8 de los cuarenta encuestados un 57,5% expresó que a veces se cuenta con un buen producto. Mientras el 42,5% respondió casi siempre.

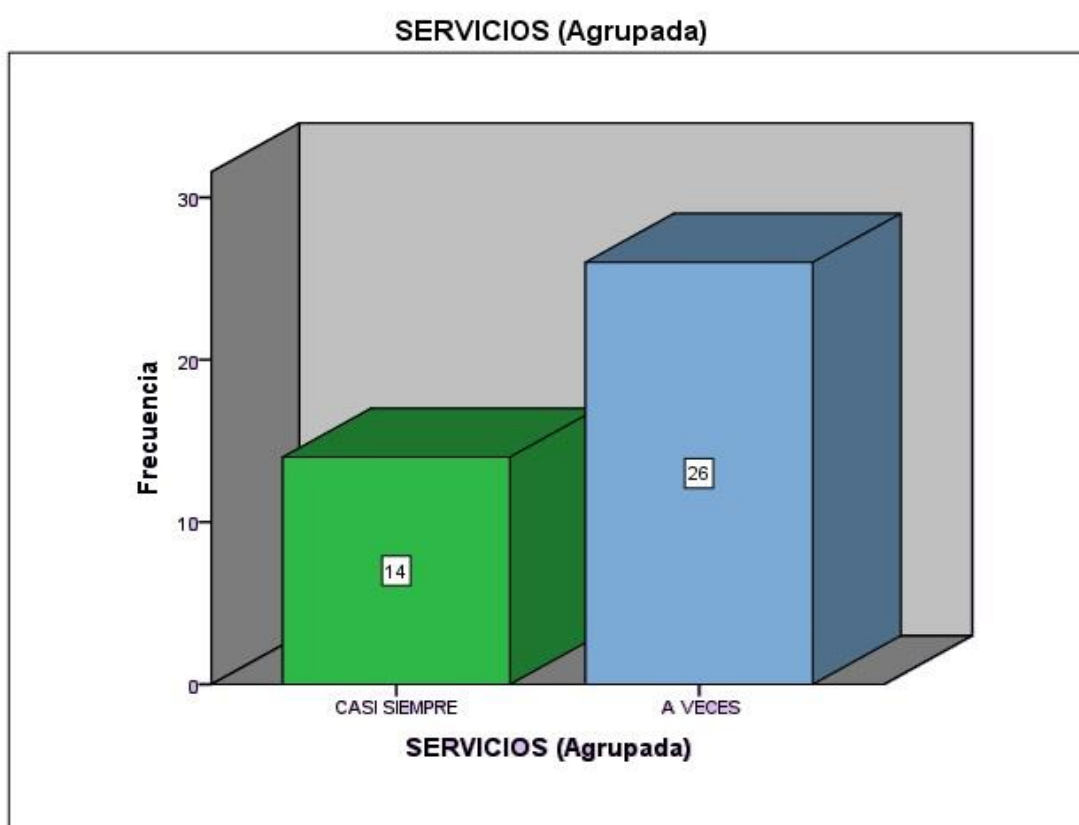
Segunda dimensión

Tabla 9. *Servicios (Agrupada)*

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	A veces	26	65%	65%	100%
	Casi siempre	14	35%	35%	35%
	Totales	40	100%	100%	

Fuente: producción propia

Figura 9. *Frecuencia de la dimensión servicios*



En vista de lo observado en la tabla 9 de cuarenta encuestados el 65% de participantes indicó que a veces se cuenta con un buen servicio. Mientras que el 35% respondió que casi siempre tienen un buen servicio.

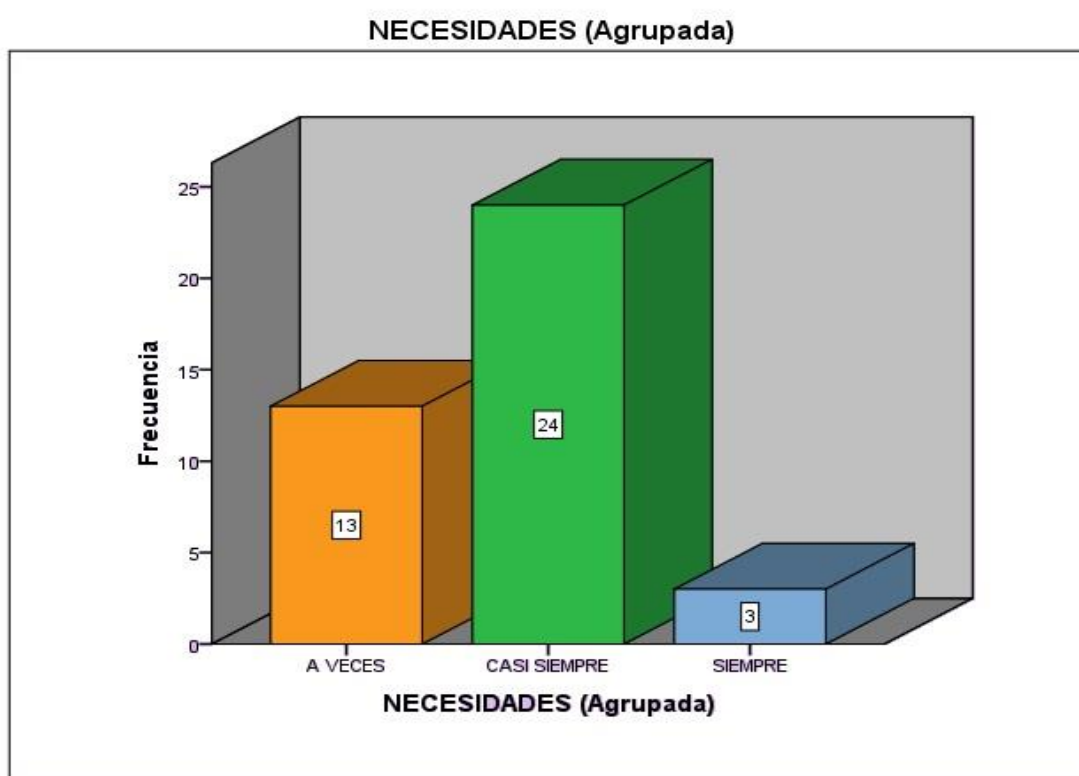
Tercera dimensión

Tabla 10. *Necesidades (Agrupada)*

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	Siempre	3	7,5%	7,5%	100%
	Casi siempre	24	60%	60%	92,5%
	A veces	13	32,5%	32,5%	32,5%
	Totales	40	100%	100%	

Fuente: producción propia

Figura 10. *Frecuencia de la dimensión necesidades*



En vista de lo observado en la tabla 10 de los cuarenta encuestados un 60% expresó que casi siempre se cubren las necesidades de los clientes. Mientras que el 32,5% indicó a veces. Y por último el 7,5% respondió que siempre cubren las necesidades.

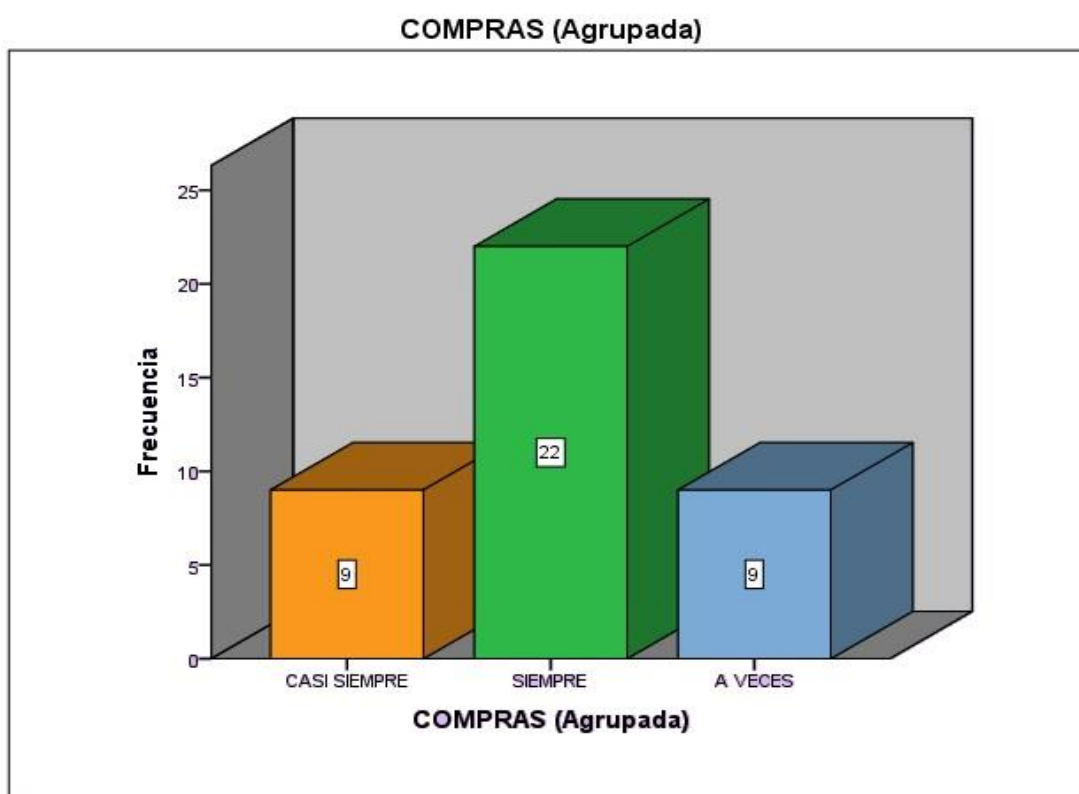
Cuarta dimensión

Tabla 11. *Compras (Agrupado)*

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	Siempre	22	55%	55%	77,5%
	Casi siempre	9	22,5%	22,5%	22,5%
	A veces	9	22,5%	22,5%	100%
	Totales	40	100%	100%	

Fuente: producción propia

Figura 11. *Frecuencia de la dimensión compras*



Conforme al resultado de la tabla 11 de cuarenta encuestados un 55% de participantes expresó que siempre compran en grandes volúmenes. Mientras que el 22,5% indicó que casi siempre. Y por último el 22,5% respondió a veces compran en volumen.

4.2 Análisis inferencial

Conforme a los resultados para realizar la comprobación de hipótesis en la investigación se utilizó la prueba de Pearson.

Tabla 12. *Coefficientes estandarizados de correlación*

Intervalo	Valoración
(-1)	Correlación negativa grande y perfecta
(-0.9 a -0.99)	Correlación negativa muy alta
(-0.7 a -0.89)	Correlación negativa alta
(-0.4 a -0.69)	Correlación negativa moderada
(-0.2 a -0.39)	Correlación negativa baja
(-0.01 a -0.19)	Correlación positiva muy baja
(0)	Nula
(0.0 a 0.19)	Correlación positiva muy baja
(0.2 a 0.39)	Correlación positiva baja
(0.4 a 0.69)	Correlación positiva moderada
(0.7 a 0.89)	Correlación positiva alta
(0.9 a 0.99)	Correlación positiva muy alta
(1)	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Hernández, S. y Fernández, C. y baptista, P. 2014, p.321

Hipótesis general

H₀: La gestión de inventario no influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017.

H₁: La gestión de inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017.

Regla de decisión

$P < 0.05$, se rechaza el H₀

$P > 0.05$, se acepta el H₀

Tabla 13. *Correlaciones de gestión del inventario y consumidor*

		Gestión del inventario	Consumidor
Gestión del inventario (Agrupada)	Correlacional de Pearson	1	,462**
	Sig. (bilateral)		,003
	N	40	40
Consumidor (Agrupado)	Correlacional de Pearson	,462**	1
	Sign. (bilateral)	,003	
	N	40	40

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

Fuente: producción propia

La tabla 13 evidenció que la variable gestión de inventario y consumidor muestra un valor de significancia inferior a 0.05, se expresa “0,003 < 0.05” por lo tanto, se procedió a no aceptar la hipótesis nula. Asimismo, la correlación hallada es de 0,462 en ese sentido se confirmó que existe una relación positiva moderada, por lo que se procedió a aceptar la hipótesis general: la gestión de inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017.

Primera hipótesis específica

H₀: La administración del inventario no influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017.

H₁: La administración del inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017.

Tabla 14. *Correlaciones de administración del inventario y consumidor*

		Administración de inventario	Consumidor
Administración de inventario (Agrupado)	Correlacional de Pearson	1	,345*
	Sig. (bilateral)		,029
	N	40	40
Consumidor (Agrupada)	Correlacional de Pearson	,345*	1
	Sign. (bilateral)	,029	
	N	40	40

*. La correlación es significativo en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: producción propia

La tabla 14 evidenció que la dimensión administración del inventario y consumidor muestra un valor de significancia inferior a 0,05, se expresa “0,029 < 0.05” por lo tanto, se procedió a no aceptar la hipótesis nula. Asimismo, la correlación hallada es de 0,345 en ese sentido se confirmó que existe una relación positiva, por lo que se procedió a aceptar la primera hipótesis específica: la administración del inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017.

Segunda hipótesis específica

H₀: El nivel del servicio no influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017

H₁: El nivel del servicio influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017.

Tabla 15. *Correlaciones del nivel de servicio y consumidor*

		Nivel de servicio	Consumidor
Nivel de servicio (Agrupada)	Correlacional de Pearson	1	,374*
	Sig. (bilateral)		,018
	N	40	40
Consumidor (Agrupado)	Correlacional de Pearson	,374*	1
	Sign. (bilateral)	,018	
	N	40	40

*. La correlación es significativo en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: producción propia

La tabla 15 evidenció que la dimensión nivel de servicio y consumidor muestra un valor de significancia inferior a 0,05, se expresa “0,018 < 0.05” por lo tanto, se procedió a no aceptar la hipótesis nula. Asimismo, la correlación hallada es de 0,374 en ese sentido se confirmó que existe una relación positiva, por lo que se procedió a aceptar la segunda hipótesis específica: el nivel del servicio influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017

Tercera hipótesis específica

H₀: El costo por mantener inventario no influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017.

H₁: El costo por mantener inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017.

Tabla 16. *Correlaciones de costo por mantener inventario y consumidor*

		Costo por mantener inventario	Consumidor
Costo por mantener inventario (Agrupada)	Correlacional de Pearson	1	,516**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	40	40
Consumidor (Agrupado)	Correlacional de Pearson	,516**	1
	Sign. (bilateral)	,001	
	N	40	40

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

Fuente: producción propia

La tabla 16 evidenció que la dimensión costo por mantener inventario y consumidor muestra un valor de significancia inferior a 0,05, se expresa "0,001 < 0.05" por lo tanto, se procedió a no aceptar la hipótesis nula. Asimismo, la correlación hallada es de 0,516 en ese sentido se confirmó que existe una relación positiva moderada, por lo que se procedió a aceptar la tercera hipótesis específica: el costo por mantener inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017.

Cuarta hipótesis específica

H₀: El control del inventario no influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017.

H₁: El control del inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017.

Tabla 17. *Correlaciones de control del inventario y consumidor*

		Control del inventario	Consumidor
Control del inventario (Agrupado)	Correlacional de Pearson	1	,339*
	Sig. (bilateral)		,032
	N	40	40
Consumidor (Agrupada)	Correlacional de Pearson	,339*	1
	Sign. (bilateral)	,032	
	N	40	40

*. La correlación es significativo en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: producción propia

La tabla 17 evidenció que la dimensión control del inventario y consumidor muestra un valor de significancia inferior a 0,05, se expresa “0,032 < 0.05” por lo tanto, se procedió a no aceptar la hipótesis nula. Asimismo, la correlación hallada es de 0,339 en ese sentido se confirmó que existe una relación positiva, por lo que se procedió a aceptar la cuarta hipótesis específica: el control del inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017.

Quinta hipótesis específica

H₀: El almacenamiento no influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017.

H₁: El almacenamiento influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017.

Tabla 18. *Correlaciones de almacenamiento y consumidor*

		Almacenamiento (Agrupado)	Consumidor (Agrupado)
Almacenamiento (Agrupada)	Correlacional de Pearson	1	,453**
	Sig. (bilateral)		,003
	N	40	40
Consumidor (Agrupada)	Correlacional de Pearson	,453**	1
	Sign. (bilateral)	,003	
	N	40	40

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

Fuente: producción propia

La tabla 18 evidenció que la dimensión almacenamiento y consumidor muestra un valor de significancia inferior a 0,05, se expresa “0,003 < 0.05” por lo tanto, se procedió a no aceptar la hipótesis nula. Asimismo, la correlación hallada es de 0,453 en ese sentido se confirmó que existe una relación positiva moderada, por lo que se procedió a aceptar la quinta hipótesis específica: el almacenamiento influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017.

Prueba de la hipótesis general

De acuerdo al resultado del modelo de la hipótesis general se evidenció que el nivel de correlación R de la variable gestión de inventario con respecto al consumidor, muestra un valor de 0.462 con un nivel de significancia menor a 0.05, aquel valor permitió rechazar la hipótesis nula y confirmar la relación existente entre la variable gestión de inventario y consumidor. Además, se observó el coeficiente de determinación R^2 pues interpreta que porcentaje de la variabilidad total del consumidor esta explicada por la variable gestión de inventario. Pues el resultado tuvo un valor de 0.214, lo cual, significa un 21.4% de la variable consumidor esta explicada por la variable gestión de inventario. Determinando que la gestión de inventario esta influenciado por el consumidor. Asimismo, de acuerdo al resultado del ANOVA se evidenció que el nivel de significancia es inferior a 0,05 y se expresa de la siguiente manera “0,003 < 0,05”; se concluyó rechazar el H_0 y admitir la hipótesis general. Entonces la gestión de inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. Y por último de acuerdo al resultado de coeficientes la ecuación de regresión lineal es $Y = \beta_0 + \beta_1 X$. Resultado: consumidor = 1,800 + 0,500 gestión de inventario. (ver anexo 5)

Prueba de la primera hipótesis específica

De acuerdo al resultado del modelo de la primera hipótesis específica se evidenció que el nivel de correlación R de la dimensión administración de inventario con respecto al consumidor, muestra un valor de 0.345 con un nivel de significancia menor a 0.05, aquel valor permitió rechazar la hipótesis nula y confirmar la relación existente entre la dimensión administración de inventario y consumidor. Además, se observó el coeficiente de determinación R^2 pues interpreta que porcentaje de la variabilidad total del consumidor esta explicada por la dimensión administración de inventario. Pues el resultado tuvo un valor de 0.119, lo cual, significa un 11.9% de la variable consumidor esta explicada por la dimensión administración de inventario. Determinando que la administración de inventario se encuentra influenciado por el consumidor. Asimismo, de acuerdo al resultado del ANOVA se evidenció que el nivel de significancia es inferior a 0,05 y se expresa de la siguiente manera “0,029 < 0,05”; se concluyó rechazar el H_0 y

admitir la primera hipótesis específica. Entonces la administración del inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017. Y por último de acuerdo al resultado de coeficientes la ecuación de regresión lineal es $Y=\beta_0+\beta_1X$. Resultado: consumidor = 2,133 + 0,333 administración de inventario. (ver anexo 5)

Prueba de la segunda hipótesis específica

De acuerdo al resultado del modelo de la segunda hipótesis específica se evidenció que el nivel de correlación R de la dimensión nivel de servicio con respecto al consumidor, muestra un valor de 0.374 con un nivel de significancia menor a 0.05, aquel valor permitió rechazar la hipótesis nula y confirmar la relación existente entre la dimensión nivel de servicio y consumidor. Además, se observó el coeficiente de determinación R^2 pues interpreta que porcentaje de la variabilidad total del consumidor está explicada por la dimensión nivel de servicio. Pues el resultado tuvo un valor de 0.140, lo cual, significa el 14% de la variable consumidor es explicada por la dimensión nivel de servicio. Determinando que el nivel de servicio se encuentra influenciado por el consumidor. Asimismo, de acuerdo al resultado del ANOVA se evidenció que el nivel de significancia es inferior a 0,05 y se expresa de la siguiente manera “0,018 < 0,05”; se concluyó rechazar el H_0 y admitir la segunda hipótesis específica. Entonces el nivel del servicio influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017. Y por último de acuerdo al resultado de coeficientes la ecuación de regresión lineal es $Y=\beta_0+\beta_1X$. Resultado: consumidor = 2,050 + 0,350 nivel de servicio. (ver anexo 5)

Prueba de la tercera hipótesis específica

De acuerdo al resultado del modelo de la tercera hipótesis específica se evidenció que el nivel de correlación R de la dimensión costo por mantener inventario con respecto al consumidor, muestra un valor de 0.516 con un nivel de significancia menor a 0.05, aquel valor permitió rechazar la hipótesis nula y confirmar la relación existente entre la dimensión costo por mantener inventario y consumidor. Además, se observó el coeficiente de determinación R^2 pues interpreta que porcentaje de la variabilidad total del consumidor está explicada por la dimensión costo por mantener inventario. Pues el resultado tuvo un valor de

0,266, lo cual, significa un 26.6% de la variable consumidor esta explicada por la dimensión costo por mantener inventario. Determinando que el costo por mantener inventario se encuentra influenciado por el consumidor. Asimismo, de acuerdo al resultado del ANOVA se evidenció que el nivel de significancia es inferior a 0,05 y se expresa de la siguiente manera “0,001 < 0,05”; se concluyó rechazar el H_0 y admitir la tercera hipótesis específica. Entonces el costo por mantener inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017. Y por último de acuerdo al resultado de coeficientes la ecuación de regresión lineal es $Y = \beta_0 + \beta_1 X$. Resultado: consumidor = 1,471 + 0,676 costo del inventario. (ver anexo 5)

Prueba de la cuarta hipótesis específica

De acuerdo al resultado del modelo de la cuarta hipótesis específica se evidenció que el nivel de correlación R de la dimensión control del inventario con respecto al consumidor, muestra un valor de 0.339 con un nivel de significancia menor a 0.05, aquel valor permitió rechazar la hipótesis nula y confirmar la relación existente entre la dimensión control del inventario y consumidor. Además, se observó el coeficiente de determinación R^2 pues interpreta que porcentaje de la variabilidad total del consumidor esta explicada por la dimensión control del inventario. Pues el resultado tuvo un valor de 0,115, lo cual, significa un 11.5% de la variable consumidor esta explicada por la dimensión control del inventario. Determinando que el control del inventario se encuentra influenciado por el consumidor. Asimismo, de acuerdo al resultado del ANOVA se evidenció que el nivel de significancia es inferior a 0,05 y se expresa de la siguiente manera “0,032 < 0,05”; se concluyó rechazar el H_0 y admitir la cuarta hipótesis específica. Entonces el control del inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. Y por último de acuerdo al resultado de coeficientes la ecuación de regresión lineal es $Y = \beta_0 + \beta_1 X$. Resultado: consumidor = 2,100 + 0,367 control de inventario. (ver anexo 5)

Prueba de la quinta hipótesis específica

De acuerdo al resultado del modelo de la quinta hipótesis específica se evidenció que el nivel de correlación R de la dimensión almacenamiento con respecto al consumidor, muestra un valor de 0,453 con un nivel de significancia menor a 0.05, aquel valor permitió rechazar la quinta hipótesis específica nula y confirmar la relación existente entre la dimensión almacenamiento y consumidor. Además, se observó el coeficiente de determinación R^2 pues interpreta que porcentaje de la variabilidad total del consumidor está explicada por la dimensión almacenamiento. En este caso el resultado tuvo un valor de 0,205, lo cual, significa un 20,5% de la variable consumidor está explicada por la dimensión almacenamiento. Determinando que el almacenamiento se encuentra influenciado por el consumidor. Asimismo, de acuerdo al resultado del ANOVA se evidenció que el nivel de significancia es inferior a 0,05 y se expresa de la siguiente manera “0,003 < 0,05”; se concluyó rechazar el H_0 y admitir la quinta hipótesis específica. Entonces el almacenamiento influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. Y por último de acuerdo al resultado de coeficientes la ecuación de regresión lineal es $Y = \beta_0 + \beta_1 X$. Resultado: consumidor = 1,879 + 0,445 almacenamiento. (ver anexo 5).

V. DISCUSIÓN

En la presente investigación los datos e información más relevantes obtenidos de la Tesis “Gestión de inventario y su influencia en el consumidor de la empresa Melecsa S.A.C - C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017”, fueron contrastados con los siguientes antecedentes sobresaliendo la de Portilla (2016), Vásquez (2012), Zamora (2016), Rosas y Santos (2015), Sánchez y Charpentier (2013).

La investigación tuvo por objetivo general: determinar la influencia de la gestión de inventario en el consumidor de la empresa Lidetab Melecsa SAC C.C. Nicolini Distrito Cercado 2017. Los resultados de la investigación tuvieron ilación con lo observado en Zamora (2016), pues tuvo como propuesta probar que la gestión de inventario influya en la cantidad de ventas que genera un negocio. Dándole como resultado que la administración de los inventarios si contribuye indudablemente al nivel de colocaciones que genera un negocio. A pesar del resultado se observó que no tienen relación directa con la propuesta de la tesis pues ambas investigaciones tuvieron por objetivo el beneficio de la empresa, pero Zamora pone énfasis en el nivel de ventas frente a la gestión de inventario. Y es todo lo contrario con la investigación pues se buscó evidenciar la influencia de la gestión del inventario frente al consumidor. Con lo evidenciado se asegura que la gestión del inventario es clave para toda organización.

Se tuvo por hipótesis general: la gestión del inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. De acorde a los resultados y a la comparación de cuadros, según datos estadísticos se señaló que se acepte la hipótesis general pues se evidenció que existe correlación positiva moderada, y que un 21.4% de la variación es de tendencia baja, y está explicada por la gestión de inventario frente al consumidor.

La investigación tuvo por primer objetivo específico: conocer la administración del inventario influye en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. Los resultados de la investigación tuvieron ilación con lo observado en Portilla (2016), pues tuvo como propuesta probar un sistema que ayude a la gestión de insumos agrícolas y veterinarios. Como resultado del diagnóstico situacional logró identificar falencias en los

procesos de la administración del inventario, además identificó que no tienen protocolos para el ingreso y salida de los artículos. A pesar del resultado se observó que no tienen una relación directa con la propuesta de la tesis pues ambas investigaciones tuvieron por objetivo el beneficio de la empresa, pero Portilla pone énfasis en implementar un sistema de inventario que favorezca las operaciones del almacén. Y es todo lo contrario con la investigación pues se buscó evidenciar la influencia de la administración del inventario frente al consumidor. Con lo evidenciado se asegura que la gestión del inventario es primordial en una empresa.

Se tuvo por primera hipótesis específica: la administración del inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. De acorde a los resultados y a la comparación de cuadros, según datos estadísticos se señaló que se acepte la primera hipótesis específica pues se evidenció que existe un coeficiente correlacional positivo bajo y que un 11.9% de la variación es de tendencia muy baja, y está explicada por la administración del inventario frente al consumidor.

La investigación tuvo por segundo objetivo específico: conocer el nivel del servicio influye en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. Los resultados de la investigación tuvieron relación con lo observado en Vásquez (2012), pues tuvo como propuesta probar un modelo para la gestión del inventario. Como resultado de la propuesta logró identificar que la organización no porta ningún modelo de gestión que le permita agilizar las operaciones en almacén generando pérdidas de tiempo y recursos. A pesar del resultado se observó que no tienen una relación directa con la propuesta de la tesis pues ambas investigaciones tuvieron por objetivo el beneficio de la empresa, pero Vásquez pone énfasis proponer un modelo de gestión para los inventarios en almacén. Y es todo lo contrario con la investigación pues se buscó evidenciar la influencia del nivel del servicio frente al consumidor. Con lo evidenciado se asegura que la gestión del inventario es fundamental en la organización.

Se tuvo por segunda hipótesis específica: el nivel del servicio influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. De acorde a los resultados y a la comparación de cuadros, según datos estadísticos se señaló que se acepte la segunda hipótesis específica

de la tesis pues se evidencio que existe un coeficiente correlacional positivo bajo y que un 14% de la variación es de tendencia muy baja, y está explicada por el nivel del servicio frente al consumidor.

La investigación tuvo por tercer objetivo específico: conocer el costo por mantener inventario influye en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. Los resultados de la investigación tuvieron ilación con lo observado en Vásquez (2012), pues tuvo como propuesta un modelo de gestión de inventario para almacén. Como resultado logró identificar que en los pedidos a los proveedores no tienen protocolos que agilice la atención, además el personal que labora en almacén no está del todo capacitado. A pesar del resultado se observó que no tienen una relación directa con la propuesta de la tesis pues ambas investigaciones tuvieron por objetivo disminuir los costos de la empresa, pero Vásquez pone énfasis en proponer un modelo de gestión del inventario. Y es todo lo contrario con la investigación pues se buscó evidenciar la influencia del costo por mantener inventario frente al consumidor. Con lo evidenciado se asegura que la gestión del inventario es principal pues son productos que se encuentran almacenados para la venta.

Se tuvo por tercera hipótesis específica: el costo por mantener inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. De acorde a los resultados y a la comparación de cuadros, según datos estadísticos se señaló que se acepte la tercera hipótesis específica pues se evidencio que existe un coeficiente correlacional positivo moderado y que un 26.6% de la variación es de tendencia baja y está explicada por el costo por mantener inventarios frente al consumidor.

La investigación tuvo por cuarto objetivo específico: conocer el control del inventario influye en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. Los resultados de la investigación tuvieron ilación con lo observado en Rosas y Santos (2015), pues tuvo como propuesta probar si el control interno influye en la gestión del inventario. Como resultado de la prueba logró identificar que no existe un control de la mercadería, además encontró artículos en mal estado y también identifico artículos de baja y alta rotación. A pesar del resultado se observó que no tienen una relación directa con la propuesta de la tesis pues ambas investigaciones tuvieron por objetivo el

beneficio de la empresa, pero Rosas y Santos pone énfasis en implementar un sistema de control para gestionar mejor el inventario. Y es todo lo contrario con la investigación pues se buscó evidenciar la influencia del control de inventario frente al consumidor. Con lo evidenciado se asegura que el control es de suma importancia.

Se tuvo por cuarta hipótesis específica: el control del inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. De acorde a los resultados y a la comparación de cuadros, según datos estadísticos se señaló que se acepte la cuarta hipótesis específica, pues se evidenció que existe un coeficiente correlacional positivo bajo y que un 11.5% de la variación es de tendencia muy baja, y está explicada por el control del inventario frente al consumidor.

La investigación tuvo por quinto objetivo específico: conocer el almacenamiento influye en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. Los resultados de la investigación tuvieron ilación con lo observado en Sánchez y Charpentier (2013), pues tuvo como propuesta implementar un sistema de control interno para mejorar la administración del inventario. Como resultado de la propuesta logró identificar fallas en los procedimientos dentro del almacén, pudo definir el rol de actividades a desarrollarse, asimismo identificó desorden en los acopios pues generaba caos en la zona. A pesar del resultado se observó que no tienen una relación directa con la propuesta de la tesis pues ambas investigaciones tuvieron por objetivo el beneficio de la empresa, pero Sánchez y Charpentier pone énfasis en implementar un sistema de control para optimizar la administración del inventario. Y es todo lo contrario con la investigación pues se buscó evidenciar la influencia del almacenamiento frente al consumidor.

Se tuvo por quinta hipótesis específica: el almacenamiento influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. De acorde a los resultados y a la comparación de cuadros, según datos estadísticos se señaló que se acepte la quinta hipótesis específica de la tesis pues se evidenció que existe un coeficiente correlacional positivo moderado y que un 20.5% de la variación es de tendencia muy baja, y está explicada por el almacenamiento frente al consumidor.

VI. CONCLUSIONES

Se analizó la influencia de la Gestión de inventario en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017. Para lo cual se realizó una encuesta dirigido a los trabajadores de la empresa, de acorde a los resultados existe una influencia significativa de la gestión de inventario frente al consumidor de la empresa, debido a las diversas acciones que se formulan en el área logística estas se repercuten en las estrategias y en la percepción del consumidor, en consecuencia se refleja en la gestión como tener la mercadería bien administrada, tener un buen control de los bienes, almacenamiento en buenas condiciones, entrega eficaz, un buen nivel de servicio, tener precios accesibles, todo con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor en el mercado meta. Por lo tanto:

Las variables gestión de inventario y consumidor con un nivel de significancia igual a: " $0.003 < 0.05$ " procesadas en el estadígrafo, presentan una relación positiva moderada, ya que el factor brinda un resultado de 0,462. Por lo tanto, se demuestra que la gestión de inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017. Por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

La dimensión administración del inventario y la variable consumidor con un valor de significancia igual a: " $0.029 < 0.05$ " procesadas en el estadígrafo, presentan una relación positiva, ya que el factor brinda un resultado de 0,345. Por lo tanto, se demuestra que la administración del inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017. Por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

La dimensión nivel del servicio y la variable consumidor con un valor de significancia igual a: " $0.018 < 0.05$ " procesadas en el estadígrafo, presentan una relación positiva, ya que el factor brinda un resultado de 0,374. Por lo tanto, se demuestra que el nivel del servicio influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017. Por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

La dimensión costo por mantener inventario y variable consumidor con un valor de significancia igual a: " $0.001 < 0.05$ " procesadas en el estadígrafo, presentan una relación positiva moderada, ya que el factor brinda un resultado de 0,516. Por lo tanto, se demuestra que el costo por mantener inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017. Por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

La dimensión de control del inventario y la variable consumidor con un valor de significancia igual a: " $0.032 < 0.05$ " procesadas en el estadígrafo, presentan una relación positiva, ya que el factor brinda un resultado de 0,339. Por lo tanto, se demuestra que el control del inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017. Por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

La dimensión almacenamiento y variable consumidor con un valor de significancia igual a: " $0.003 < 0.05$ " procesadas en el estadígrafo, presentan una relación positiva moderada, ya que el factor brinda un resultado de 0,453. Por lo tanto, se demuestra que el almacenamiento influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado, 2017. Por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

VII. RECOMENDACIONES

Después de la observación de las conclusiones de la investigación se plantea lo siguiente:

1. Se recomienda a los directivos de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini contratar a un profesional especialista en manufacturas, con experiencia en el rubro, para que ayude a mejorar todo el sistema de negocio.
2. Se recomienda al jefe de producción establecer acciones positivas que brinden beneficios en el proceso de producción, con el fin de mejorar los tiempos de producción.
3. Se recomienda construir una estrategia empresarial para la mejora continua sobre la calidad de servicio que ofrezca la empresa Melecsa SAC C. C Nicolini, asimismo considerar en contratar a una persona especialista y generar capacitaciones de formación para todo el personal de la empresa.
4. Se recomienda realizar un monitoreo continuo en el área de finanzas, realizar estrategias de costos, para generar una mejora en la gestión institucional y comercial que tendrá como consecuencia un aspecto optimo en la rentabilidad de la empresa.
5. Se recomienda que se destine personal para que se encargue netamente del control de los inventarios, además adquirir dispositivos de códigos de barras.
6. Por último, se recomienda destinar un lugar físico solo para las existencias, para así poder tener un fácil acceso y con la codificación correspondiente.

REFERENCIAS

- Coral S. (2014) *Administración de compras* (1ª ed) México. Editorial Patria.
- Chase, B. & Jacobs, F. (2014) *Administración de Operaciones – Producción y Cadena de Suministros* (13ª ed). México. Mc Graw Hill Educación.
- Fundación Iberoamericana de Altos Estudios Profesionales (2014). *Control y manejo de inventario y almacén*. Recuperado el 10 de noviembre del 2016 de. <http://fiaep.org/inventario/controlymanejodeinventarios.pdf>
- George, D & Mallery, P (2003) *SPSS for Windows step by step a simple guide and reference, 11.0 update* (4ª ed). EE. UU: Allyn and Bacon.
- Hernández, R., Fernández, C. & baptista, P. (2014) *Metodología de la investigación* (6ª ed). México: Mc Graw Hill.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012) *Marketing* (14ª ed) Mexico. Pearson.
- Leenders, F. (2012) *Administración de Compras y Abastecimiento* (14ª ed) México. Mc Graw Hill.
- Ministerio de Producción (2014). *Estadística de la micro, pequeña y mediana empresa*. Recuperado el 16 en diciembre de 2016 de <http://demi.produce.gob.pe/estadistica/mypime>
- Mora, G. (2011) *Gestión logística en centros de distribución, bodegas y almacenes* (1ª ed) Colombia. Ecoe Ediciones.
- Muller, M. (2005) *Fundamentos de la administración de inventarios* (1ª ed) Editorial Norma.
- Paz, R. (2013). *Canales de Distribución – Gestión Comercial y Logística*. (3ª ed) México. Lectorum Ugerman.
- Portilla (2016), *Sistema de gestión de inventarios para el centro de insumos agrícolas y veterinarios punto agrícola de la ciudad de Tulcán*. (Tesis de Bachiller). Universidad Regional Autónoma de los Andes.

- Rosas y Santos (2015), *El control y su incidencia en la gestión de inventarios de la micro y pequeña empresa de la provincia constitucional del callao*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional del Callao.
- Sánchez (2010), *Análisis del comportamiento de compra del consumidor mexicano ante los productos de comercio justo*. (Tesis de Maestría). Instituto Politécnico Nacional.
- Sánchez y Charpentier (2013), *Implementación de un sistema de control interno operativo en los almacenes para mejorar la gestión de inventarios de la constructora A&A S.A.C de la ciudad de Trujillo – 2013*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada Antenor Orrego
- Salas, H (2009) *Inventarios – Manejo y Control*. (1ª ed) Colombia. Ecoe Ediciones.
- Suarez, C. (2012) *Gestión de Inventarios – Una nueva fórmula de calcular la competitividad*. (1ª ed) Colombia. Ediciones de la U.
- Shiffman, L., & Kanuk, L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. México: Pearson.
- Vásquez (2012), *Modelo de gestión de inventarios para la empresa Martec Cía. Ltda.* (Tesis de Bachiller). Universidad Central del Ecuador.
- Zamora (2015), *Gestión de inventarios y el nivel de ventas de la empresa Keops S.A.C, en el año 2015*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Latinoamericana Cima.

ANEXO N° 01: Matriz de operacionalización

Gestión de inventario y su influencia en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de Inventario	Administración del inventario	Existencias. Entradas y salidas de productos.	1, 2	Ordinal Escala y valores (Likert) Valores del 1 al 5 1 = Nunca 2 = Casi nunca 3 = A veces 4 = Casi siempre 5 = Siempre
	Nivel de servicio	Stock. Demanda. Servicio.	3, 4, 5	
	Costo por mantener inventario	Mantenimiento. Pedido.	6, 7	
	Control de inventarios.	Conteo de inventario. Registro de inventario. Rotación.	8, 9,10	
	Almacenamiento	Espacio en volumen. Acceso a materiales y mercancías. Protección de mercadería.	11, 12, 13	
Consumidor	Producto.	Calidad. Desempeño. Características.	14, 15, 16	Ordinal Escala y valores (Likert) Valores del 1 al 5 1 = Nunca 2 = Casi nunca 3 = A veces 4 = Casi siempre 5 = Siempre
	Servicios.	Intangible. Imagen.	17, 18, 19	
	Necesidades.	Necesidad adquirida. Competidor	20 21	
	Compras.	Ahorro de efectivo.	2.2	

ANEXO N° 02: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL: ¿Cómo influye la gestión de inventario en el consumidor de la empresa Melecsa SAC CC Nicolini, Distrito Cercado 2017?</p> <p>PROBLEMA ESPECÍFICO: ¿Cómo influye la administración del inventario en el consumidor de la empresa Melecsa SAC CC Nicolini, Distrito Cercado 2017? ¿Cómo influye el nivel del servicio en el consumidor de la empresa Melecsa SAC CC Nicolini, Distrito Cercado 2017? ¿Cómo influye el costo por mantener inventario en el consumidor de la empresa Melecsa SAC CC Nicolini, Distrito Cercado 2017? ¿Cómo influye el control del inventario en el consumidor de la empresa Melecsa SAC CC Nicolini, Distrito Cercado 2017? ¿Cómo influye el almacenamiento en el consumidor de la empresa Melecsa SAC CC Nicolini, Distrito Cercado 2017?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Determinar la influencia de la gestión del inventario en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017.</p> <p>OBJETIVO ESPECÍFICO: Conocer la administración del inventario influye en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. Conocer el nivel del servicio influye en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. Conocer el costo por mantener inventario influye en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. Conocer el control del inventario influye en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. Conocer el almacenamiento influye en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL: La gestión de inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICA: La administración del inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. El nivel del servicio influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. El costo por mantener inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. El control del inventario influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017. El almacenamiento influye significativamente en el consumidor de la empresa Melecsa SAC C.C Nicolini, Distrito Cercado 2017.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE: Gestión de inventario</p> <p>DIMENSIONES Administración de inventario Nivel de servicio Costo por mantener inventarios Control de inventarios. Almacenamiento</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE: Consumidor</p> <p>DIMENSIONES Producto. Servicios. Necesidades. Compras.</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN: • Aplicada.</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: • No experimental de corte transversal.</p> <p>X  f(x)</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN. • Descriptivo.</p> <p>POBLACIÓN: Consta de 40 individuos de la empresa Lidetab Melecsa.</p> <p>MUESTRA: Se consideró el total de la población por ser pequeña y la muestra es censal.</p> <p>INSTRUMENTO: Cuestionario.</p>

ANEXO N° 03: Cuestionarios

CUESTIONARIO SOBRE GESTIÓN DE INVENTARIO						
Estimado (a) colaborador (a)						
El presente documento es anónimo y su utilización será de beneficio para el desarrollo de la presente investigación, por ello solicito su apoyo. Marque con un (X) la respuesta que considera, de acuerdo con su opinión personal en las siguientes opciones:						
LEYENDA	S: siempre CS: casi siempre AV: a veces CN: casi nunca N: Nunca					
VARIABLE: GESTIÓN DE INVENTARIO						
Dimensiones	Preguntas:					
	Indicadores	N	CN	AV	CS	S
Administración de inventario	1	¿Usted considera algún procedimiento para el control de existencias en la organización?				
	2	¿Usted utiliza algún sistema de registro para el ingreso y salida de mercadería?				
Nivel de servicio	3	¿Usted utiliza algún sistema para medir el stock y así anticipar la falta de mercadería?				
	4	¿Usted utiliza algún sistema para calcular la proyección de la demanda de productos?				
	5	¿Usted considera la evaluación de la calidad del servicio en la organización?				
Costo por mantener inventario	6	¿Usted emplea algún procedimiento para conocer el costo real del inventario almacenado?				
	7	¿Usted emplea un procedimiento ordenado ante un requerimiento de abastecimiento?				
Control de inventarios	8	¿Usted aplica algún método para el conteo de la mercadería?				
	9	¿Usted utiliza algún sistema de registro para conocer el nivel de existencia real?				
	10	¿Usted utiliza algún sistema para estar al tanto de la rotación del inventario?				
Almacenamiento	11	¿Usted considera el operar en un almacén espacioso la atención del despacho sería rápida?				
	12	¿Usted considera el trabajar en un almacén de acceso rápido hacia la mercancía ayuda a trabajar ordenadamente?				
	13	¿Usted aplica procedimientos para el correcto almacenaje de productos?				

CUESTIONARIO SOBRE EL CONSUMIDOR						
Estimado (a) colaborador (a)						
El presente documento es anónimo y su utilización será de beneficio para el desarrollo de la presente investigación, por ello solicito su apoyo.						
Marque con un (X) la respuesta que considera, de acuerdo con su opinión personal en las siguientes opciones:						
LEYENDA		S: siempre CS: casi siempre AV: a veces CN: casi nunca N: Nunca				
VARIABLE: CONSUMIDOR						
Dimensiones	Preguntas:					
	Indicadores	N	CN	AV	CS	S
Producto	1	¿Para usted el contar con productos de calidad asegura concluir con una venta?				
	2	¿Para usted el contar con un certificado de calidad respaldaría los artículos fabricados?				
	3	¿Para usted el contar con mejores atributos los diferenciaría de la competencia?				
Servicios	4	¿Para usted evaluar la calidad de servicio ayudaría a dar una mejor propuesta de atención al consumidor?				
	5	¿Para usted la primera impresión del servicio es importante para calificar a una empresa?				
	6	¿Usted recibe capacitaciones para mejorar la calidad del servicio?				
Necesidades	7	¿Para usted identificar las exigencias del cliente contribuiría a ofrecerle un mejor producto y servicio?				
	8	¿Para usted la falta interés por conocer a la competencia afectaría a la empresa?				
Compras	9	¿Para usted comprar insumos en grandes volúmenes contribuiría a la reducción de costos?				

ANEXO N° 04: Tabla de validación

Cuadro de validación por expertos

Expertos	Confiabilidad
Dr. Rodríguez Figueroa Jorge	Hay suficiencia
Dra. Rosales Domínguez Edith	Hay suficiencia
Dr. Costilla Castillo Pedro	Hay suficiencia

Fuente: propia elaboración.

Resumen de procesamiento de casos

Casos	N	%
Validos	40	100
Excluidos a	0	,0
Totales	40	100,0

Fuente: propia elaboración

Coefficientes del alfa de cronbach

Intervalos	Valoración
Coefficiente alfa > .9	Es excelente.
Coefficiente alfa > .8	Es bueno.
Coefficiente alfa > .7	Es aceptable.
Coefficiente alfa > .6	Es cuestionable.
Coefficiente alfa > .5	Es nula.

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

Estadística de la fiabilidad

Alfa de cronbach	N° de elementos
,715	40

Fuente: propia elaboración

ANEXO N° 05: Tablas de prueba de hipótesis

Hipótesis general

Resumen del modelo gestión de inventario y consumidor

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,462 ^a	,214	,193	,426

A. Predictores: (constantes), gestión del inventario (agrupado)

Fuente: producción propia

ANOVA ^a Gestión de inventario y consumidor

Modelos	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	1,875	1	1,875	10,326	,003 ^b
	Residuo	6,900	38	,182		
	Totales	8,775	39			

A. Variable dependiente: consumidor (agrupada)

B. Predictores: (constantes), gestión de inventario (agrupado)

Fuente: producción propia

Coefficientes ^a Gestión de inventario y consumidor

Modelo		Coeficiente no estandarizado		Coeficiente estandarizado	T.	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constantes)	1,800	,357		5,049	,000
	Gestión del inventario (Agrupada)	,500	,156	,462	3,213	,003

A. Variable dependiente: consumidor (agrupados)

Fuente: producción propia

Primera hipótesis específica

Resumen del modelo administración de inventario y consumidor

Modelos	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,345 ^a	,119	,096	,451

A. Predictores: (constantes), administración de inventario (agrupado)

Fuente: producción propia

ANOVA ^a Administración de inventario y consumidor

Modelos	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	1,042	1	1,042	5,119	,029 ^b
	Residuo	7,733	38	,204		
	Totales	8,775	39			

A. Variable dependiente: consumidor (agrupada)

B. Predictores: (constantes), administración de inventario (agrupado)

Fuente: producción propia

Coeficientes ^a Administración de inventario y consumidor

Modelos	Coeficiente no estandarizado		Coeficiente estandarizado	t	Sig.	
	B	Error estándar	Beta			
1	(Constantes)	2,133	,357		5,974	,000
	Administración de inventario (Agrupada)	,333	,147	,345	2,262	,029

A. Variable dependiente: consumidor (agrupado)

Fuente: producción propia

Segunda hipótesis específica

Resumen del modelo nivel de servicio y consumidor

Modelos	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,374 ^a	,140	,117	,446

A. Predictores: (constantes), nivel de servicio (agrupado)

Fuente: producción propia

ANOVA ^a Nivel de servicio y consumidor

Modelos	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	1,225	1	1,225	6,166	,018 ^b
	Residuo	7,550	38	,199		
	Totales	8,775	39			

A. Variable dependiente: consumidor (agrupada)

B. Predictores: (constantes), nivel de servicio (agrupado)

Fuente: producción propia

Coeficientes ^a Nivel de servicio y consumidor

Modelos	Coeficiente no estandarizado		Coeficiente estandarizado	t	Sig.	
	B	Error estándar	Beta			
1	(Constantes)	2,050	,359		5,704	,000
	Nivel de servicio (Agrupada)	,350	,141	,374	2,483	,018

A. Variable dependiente: consumidor (agrupado)

Fuente: producción propia

Tercera hipótesis específica

Resumen de modelo costo por mantener inventario y consumidor

Modelos	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,516 ^a	,266	,247	,412

A. Predictores: (constantes), costo del inventario (agrupado)

Fuente: producción propia

ANOVA ^a Nivel de servicio y consumidor

Modelos		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	2,334	1	2,334	13,768	,001 ^b
	Residuo	6,441	38	,170		
	Total	8,775	39			

A. Variable dependiente: consumidor (agrupado)

B. Predictores: (constantes), costo por mantener inventario (agrupado)

Fuente: producción propia

Coeficientes ^a Nivel de servicio y consumidor

Modelos	Coeficiente no estandarizado		Coeficiente estandarizado	T.	Sig.	
	B	Error estándar	Beta			
1	(Constantes)	1,471	,397		3,701	,001
	Costo del inventario (Agrupada)	,676	,182	,516	3,711	,001

A. Variable dependiente: consumidor (agrupado)

Fuente: producción propia

Cuarta hipótesis específica

Resumen de modelo control del inventario y consumidor

Modelos	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,339 ^a	,115	,092	,452

A. Predictores: (constantes), control de inventario (agrupado)

Fuente: producción propia

ANOVA ^a Control de inventario y consumidor

Modelos		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	1,008	1	1,008	4,933	,032 ^b
	Residuo	7,767	38	,204		
	Totales	8,775	39			

A. Variable dependiente: consumidor (agrupado)

B. Predictores: (constantes), control de inventario (agrupado)

Fuente: producción propia

Coeficientes ^a Control de inventario y consumidor

Modelos	Coeficiente no estandarizado		Coeficiente estandarizado	t	Sig.	
	B	Error estándar	Beta			
1	(Constantes)	2,100	,378		5,552	,000
	Control de inventario (Agrupada)	,367	,165	,339	2,221	,032

A. Variable dependiente: consumidor (agrupado)

Fuente: producción propia

Quinta hipótesis específica

Resumen de modelo almacenamiento y consumidor

Modelos	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,453 ^a	,205	,184	,428

A. Predictores: (constantes), almacenamiento (agrupado)

Fuente: producción propia

ANOVA ^a Almacenamiento y consumidor

Modelos	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	1,802	1	1,802	9,823	,003 ^b
	Residuo	6,973	38	,183		
	Totales	8,775	39			

A. Variable dependiente: consumidor (agrupada)

B. Predictores: (constantes), almacenamiento (agrupado)

Fuente: producción propia

Coefficientes ^a Almacenamiento y consumidor

Modelos	Coeficiente no estandarizado		Coeficiente estandarizado	t.	Sig.	
	B	Error estándar	Beta			
1	(Constantes)	1,879	,340		5,519	,000
	ALMACENAMIENTO (Agrupada)	,445	,142	,453	3,134	,003

A. Variable dependiente: consumidor (agrupado)

Fuente: propia elaboración