



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**Gestión de inventarios y su influencia en las ventas empresa
Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., Nuevo Chimbote - 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador Público

AUTORES:

Br. Peláez Lezama Jaime Nilber (ORCID: [0000-0003-2983-3391](https://orcid.org/0000-0003-2983-3391))

Br. Vivanco Dionicio Esthefany Raquel (ORCID: [0000-002-1838-3412](https://orcid.org/0000-002-1838-3412))

ASESOR:

Dr. Quiroz Suarez, David (ORCID: [0000-0002-5550-8405](https://orcid.org/0000-0002-5550-8405))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

TRUJILLO – PERÚ

2022

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado, a Dios ya que gracias a Él hemos logrado concluir nuestra tesis, a nuestros padres, porque ellos siempre estuvieron a nuestro lado brindándonos su apoyo incondicional y sus consejos para hacer de nosotros una mejor persona, gracias por su palabra y compañía brinda a lo largo de nuestra tesis.

A nuestro docente el Dr. David Quiroz, por ser nuestro guía, por consejos, por sus palabras, su confianza, por su amor y sabiduría y por brindarnos el tiempo necesario para realizarnos profesionalmente de una u otra manera ha contribuido para el logro de nuestros objetivos.

Agradecimiento

En primer lugar, agradecer a Dios por darnos sabiduría, salud, vida, la fuerza y entereza para terminar nuestra tesis y darnos la perseverancia para la elaboración de tesis.

A toda nuestra familia por apoyarnos y enseñarnos el verdadero significado del amor, el trabajo, dedicación y comprensión.

Agradecer también a todas esas personas y seres queridos que nos apoyaron y alentaron durante el desarrollo de la tesis, porque sin ellos, este proyecto no habría sido posible.

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	4
III. METODOLOGÍA	12
3.1. Tipo y diseño de investigación	12
3.2. Variables y operacionalización	12
3.3. Población, muestra y muestreo	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de dato	14
3.5. Procedimiento	15
3.6. Método de análisis de datos	15
3.7. Aspectos éticos	15
IV. RESULTADOS	17
V. DISCUSIÓN	29
VI. CONCLUSIONES	32
VII. RECOMENDACIONES	34
REFERENCIAS	36
ANEXOS	41

Índice de tablas

Tabla 1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
Tabla 2. Confiabilidad de Alpha de Cronbach	14
Tabla 3. Validación por juicio de expertos	15
Tabla 4. Normalidad de las variables gestión de inventarios y ventas	24
Tabla 5. Correlación de las variables gestión de inventarios y ventas	25
Tabla 6. Correlación de control de inventarios y ventas	26
Tabla 7. Correlación de reporte de ingresos y ventas	27
Tabla 8. Correlación de rotación de inventarios y ventas	28

Índice de figuras

Figura 1. Frecuencia y porcentaje de gestión de inventarios	17
Figura 2. Frecuencia y porcentaje de control de inventarios	18
Figura 3. Frecuencia y porcentaje de reporte de ingresos	19
Figura 4. Frecuencia y porcentaje de rotación de inventarios	20
Figura 5. Frecuencia y porcentaje de ventas	21
Figura 6. Frecuencia y porcentaje de capacitación y desarrollo de estrategias	22
Figura 7. Frecuencia y porcentaje de control y planificación	23

Resumen

La motivación para realizar la investigación fue querer darle una solución a la problemática observada, por esa razón se trazó como objetivo determinar la relación entre gestión de inventarios y ventas en Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., Nuevo Chimbote, 2021. Luego se eligió la metodología que sirvió para recolectar los datos con la información que se quería conocer, utilizando para ellos cuestionarios para cada variable, aplicados a una muestra representativa de la población de estudio. Se utilizó la estadística para los resultados por ser cuantitativa, no se hicieron experimentos y se halló la correlación de variables. Los cuestionarios, previamente fueron validados y sometidos a confiabilidad lo que permitió su utilización a la muestra conformada por trabajadores de la empresa estudiada. Usando el programa SPSS, se obtuvieron resultados integrales de descripción e inferencia coherentes con los objetivos de investigación planteados inicialmente. Que señalaron la correlación entre la gestión de inventarios y las ventas en la empresa Distribuciones Santa Apolonia. Una conclusión obtenida fue que el control de inventarios ejerce influencia en las ventas de la empresa y que también es fundamental el control de los ingresos. Así mismo es de suma importancia la rotación de los inventarios en sus actividades de ventas.

Palabras clave: gestión, inventarios, ventas, existencias, ingresos, rotación.

Abstract

The motivation to carry out the research was to want to provide a solution to the observed problem, for that reason the objective was to determine the relationship between inventory management and sales in Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., Nuevo Chimbote, 2021. Then the methodology that served was chosen. to collect the data with the information that they wanted to know, using questionnaires for each variable, applied to a representative sample of the study population. Statistics were used for the results because they were quantitative, no experiments were performed, and the correlation of variables was found. The questionnaires were previously validated and subjected to reliability, which allowed their use in the sample made up of workers from the company studied. Using the SPSS program, comprehensive description, and inference results consistent with the research objectives initially set were obtained. They pointed out the correlation between inventory management and sales in the company Distribuciones Santa Apolonia. One conclusion obtained was that inventory control influences the company's sales and that income control is also essential. Likewise, the rotation of inventories in your sales activities is of the utmost importance.

Keywords: management, inventories, sales, stocks, income, rotation.

I. Introducción

La realidad problemática a nivel internacional según un artículo publicado en el portal “Cuba Debate”, ilustra claramente el entorno de la compañía cubana de seguros y servicios de salud, que monitorea todo el material que tiene y encuentra diversas desigualdades. Fueron registrados en sus sistemas por falta de control, poco orden, acumulación deliberada de recursos e inventarios contados no declarados. Esto la afecta mucho, ya que las entidades estatales tienen sanciones por cualquier problema que encuentren, se les anima a establecer programas de actividades para restaurar o corregir los problemas antes mencionados. (Ojito, 2018)

En el ámbito nacional hay varios factores que afectan el crecimiento de la sociedad, pero en esta oportunidad se hablará de un factor al que no se le ha dado la importancia necesaria, el inventario. Por ello, las empresas llenan sus almacenes de inventario y, al no tener el control suficiente, repiten pedidos sin analizar la demanda del producto. Para ellos, la empresa debe planificar diversas estrategias para obtener información física y saber cuánto inventario hay en el almacén en el momento adecuado, y realizar análisis de rentabilidad basados en el conocimiento de la rotación de inventario. (Galor, 2018)

En el ámbito local actualmente la gestión de inventarios es una de las actividades principales que constituyen los aspectos logísticos de servicio que consiste en entregar al cliente lo que requiere. Específicamente en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., ubicada en la ciudad de Nuevo Chimbote, se presentan problemas en el área de almacén entre los que se resaltó una incoherencia entre el stock físico y el registro en su sistema informático (SAP), de esta manera se encontraron deficiencias en cuanto a la adquisición de mercadería por parte del área de compras, al no llegar completo el pedido de los productos solicitados y generar así una devolución de mercadería, ya que se presentan pérdidas en las ventas y una posible mala imagen ante los clientes por el incumplimiento que se generaría por la falta del stock de los productos en los almacenes y como consecuencia a esto se recurre a la emisión de notas de crédito para una anulación o descuento del producto a favor del cliente.

La formulación del problema general a investigar fue: ¿De qué manera la gestión de inventarios influye en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., Nuevo Chimbote - 2021?

Asimismo, los problemas específicos fueron: ¿Cómo el control de inventarios influye en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., Nuevo Chimbote - 2021? ¿De qué manera el reporte de ingresos influye en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., Nuevo Chimbote - 2021? ¿Cómo la rotación de inventarios influye en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., Nuevo Chimbote - 2021?

Se argumentó el desarrollo, justificación, factibilidad e interés de estudio.

La investigación desarrollada tuvo una justificación teórica, ya que obtuvo por finalidad brindar herramientas o métodos de control para la optimización de los recursos, teniendo en cuenta los conocimientos claramente ligados a la gestión de inventarios y la venta de sus productos, conocimientos que fueron de utilidad para aclarar el entendimiento de las variables.

La investigación desarrollada tuvo una justificación práctica, ya que permitió buscar la solución a la problemática y que esto a su vez beneficiar a las empresas de comercio tanto del distrito de Nuevo Chimbote como de la provincia de Chimbote. A su vez aportará a otras entidades con situaciones similares ya que generaría una disminución de sus errores.

La investigación desarrollada tuvo una justificación metodológica, ya que permitió aclarar la relación entre las variables, para la cual se realizó un diseño de investigación con la cual se recolectaron datos con la ayuda de los instrumentos de recolección de información y un posterior análisis de los resultados.

El objetivo general fue: determinar la influencia de la gestión de inventarios en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021. Los objetivos específicos fueron: determinar la influencia del control de inventarios en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021. Determinar la influencia del reporte de ingresos en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021. Determinar la influencia de la rotación de inventarios en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021.

En ese sentido, la hipótesis general de investigación que se planteó fue: la gestión de inventarios influye significativamente en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021. Por lo tanto, sus hipótesis específicas fueron: el control de inventarios influye significativamente en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021. El reporte de ingresos influye significativamente en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021. La rotación de inventarios influye significativamente en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021.

II. Marco teórico

Como trabajos previos a nivel internacional, se tiene el artículo científico de Villacis et. al, (2021), quienes mostraron el ecuaníme de su investigación fue determinar la importancia del plan de Marketing para el aumentar los ingresos en los restaurantes; debido a que los restaurantes no cuentan con objetivos generales y específicos establecidos, ni tampoco un plan de Marketing para que puedan alcanzar sus objetivos. Dado que los restaurantes no sólo obtienen información sobre el estado actual de su negocio al desarrollar su plan de marketing, también podrán tomar un conjunto de medidas para potenciar su competitividad en el mercado, ganarán posicionamiento, aumentarán las ventas, obtendrán reconocimiento de los clientes y aumentar sus ganancias.

Steimberg (2021), en su artículo científico manifestó que aquellas infraestructuras urbanas relacionadas con la reproducción del trabajo intentamos mostrar que los diferentes aspectos teóricos son consistentes al considerarlos como parte del capital variable, adelantado por el capital al estado en forma de impuestos, se ha señalado que estas visiones coinciden con la producción de infraestructura como parte de los salarios indirectos, y se cree que al considerar al capital como sujeto de la vida social bajo el modo de producción capitalista, enfrentamos el desafío de considerar su consumo, productivo. Consumo, como determinante el problema; este momento manifiesta lo que existe en la naturaleza del consumo personal. En este sentido, se afirmó que el consumo individual permite a los trabajadores forjar su fuerza de trabajo en las condiciones requeridas para el consumo de producción de capital.

Rodríguez et al., (2021), concluyeron que las empresas necesitan efectuar un método de comisión de representaciones ya que permite un mejor control y gestión de la trazabilidad, además de ayudar a predecir el comportamiento que podría generar una demanda, también es una forma de atender mejor a los clientes y satisfacer sus necesidades. En este trabajo se guían dos modelos en Excel; cantidades económicas de pedido que no están fuera de stock y descuentos de proveedores, y evidencia del comportamiento de variables como demanda de realización y costo para ayudar a las empresas a actuar con cada modelo en mente y resultados de la simulación.

Hernández et al. (2021), utilizaron herramientas de análisis estratégico como DOFA y VESTER, que en conjunto con listas de verificación pueden identificar problemas relacionados con la gestión actual de Técnitaller S.A.S, entre ellos, falta de control y seguimiento de inventario, baja rotación de mercadería, bajos niveles de servicio, no intercambio de inventario. Factores como la gestión, el almacenamiento no controlado y descentralizado, estos hallazgos permiten formular una propuesta de mejora, incluyendo la cadena logística completa, con miras al control de procesos y así mejorar la especificidad de dicha propuesta es objetivo alcanzado. Con respecto al objetivo de desarrollar recomendaciones de gestión de inventarios, una vez realizado el diagnóstico y análisis, se define un modelo que parte de la clasificación ABC de referencia, y la estimación, centralización y optimización del layout del stock de seguridad.

Karki (2020), decidió publicar un artículo sobre la gestión de inventarios y la rentabilidad y analizar cuanto influye una en otra. Para llevarla a cabo utilizó cuestionarios para recabar información y no se manipularon las variables de estudio. Se recogieron los datos en un único momento. Su resultado fue que el control de inventarios ejerce influencia sobre otros aspectos de la empresa como la rentabilidad y las finanzas mismas. Su conclusión fue que es importante la gestión de inventarios eficiente, usando la menor cantidad de recursos y que esta repercute en las labores afines que se desarrollan en la empresa.

González (2020), manifestó en su artículo científico que el modelo de aplicación en sí mismo es iterativo, con cambios realizados sobre una base de forma mejorada utilizando pautas establecidas en la implementación, o los cambios en las etapas son secuenciales, lo que permite identificar primero los impulsores de la estrategia y la diferenciación de la estrategia de la empresa, elementos como el estudio en este caso, no existe una relación clara entre la clasificación del producto y los atributos del producto (costo, peso, volumen, etc.) Desde una perspectiva global, la selección de atributos está directa o significativamente relacionada con la estrategia de la empresa, y el estudio de esta etapa permite actuar sobre el inventario de la empresa frente a los niveles de servicio, ya que permite enfocarse en los productos relevantes de la estrategia de la empresa.

León (2020), concluyó que los datos de resiliencia encontrados en su estudio fueron muy superiores a los datos proporcionados por los estudios econométricos

en cada actividad observada, demostrando el poder de venta incremental de la actividad, en contraste con lo reiterado comparado con el juicio de la publicidad, que solo ha mantenido el valor de las ventas basado en la investigación econométrica, se ha producido la primera teoría ilustrativa y hay siete condiciones de contenido para lograr los efectos de las ventas, que no se han establecido al mismo tiempo hasta ahora, y se pueden utilizar para una lista de verificación preliminar para juzgar el número de nuevas campañas de la fuerza de ventas, ya que las ventas pueden atribuirse de forma fiable a la publicidad, queda bien reflejado frente a las objeciones tradicionales, *ceteris paribus* aplicadas comparaciones antes/después.

Sekeroglu & Altan (2020), decidieron publicar un artículo sobre la gestión de inventarios y su impacto en la rentabilidad. Para llevarla a cabo utilizaron cuestionarios para recabar información y no se manipularon las variables de estudio. Se recogieron los datos en un único momento. Su resultado fue que la rotación de los inventarios es importante para los ingresos porque permite incrementar las ventas. Su conclusión fue que una adecuada gestión de inventarios incide favorablemente en el rendimiento productivo de las empresas.

Castro y Bande (2019), quienes indicaron que las prácticas de RSC influyen en el comportamiento y actitud del empleado, pero se ignora qué ocasiona que ellos distingan las prácticas de una u otra manera, más o menos positiva un líder. Los hallazgos confirman que el liderazgo ético de los supervisores tiene un impacto significativo y positivo en las percepciones de los vendedores sobre la responsabilidad social corporativa. Así, se demuestra que la RSE crea un vínculo psicológico con los agentes de ventas, lo que los lleva a exhibir actitudes y comportamientos positivos que son beneficiosos para la organización. Estos hallazgos son particularmente importantes porque, desde la perspectiva de un vendedor, hacer que los vendedores estén contentos con su trabajo es una cuestión estratégica.

Corrales et al., (2019), tuvieron como objetivo demostrar si la certificación CE tiene impacto en las ventas de las pymes colombianas y en qué sector económico el impacto es mayor. Además, también quiere determinar si las pequeñas o medianas empresas están más dispuestas a aplicar CE para sus transacciones comerciales. Se ha encontrado que la adopción de CE tiene un

efecto positivo en las ventas al sector comercial en pequeñas empresas y en el sector servicios en medianas empresas de CE.

Gutiérrez (2019), manifestó en su artículo que el neuromarketing puede ser la mejor manera de atraer clientes y disfrutar de los productos, pero debe ir acompañado de compromiso y acatamiento mediante el medio ambiente, porque es importante para los consumidores y porque potencia las marcas, al igual que los productos y servicios.

Agudelo y López (2018), en su artículo científico manifestaron que requerir un modelo de gestión de inventarios debe satisfacer las necesidades del cliente, teniendo presente factores y variables. Los cuales pueden estar relacionados con la manufactura, la instancia, los comercios, el desgaste de servicios, las épocas de expectativa, los mecanismos separados, los horizontes de ayuda, etcétera.

Como trabajos previos a nivel nacional se tiene las diversas aportaciones, uno de ellos es el informe de Chirinos y Cruz (2021), donde se concluyó que se puede señalar una relación entre los activos y la rentabilidad económica, donde se puede observar la correlación y por lo tanto la relación significativa es directa.

También se menciona el informe de Coronel (2021), en el cual llegó a la conclusión que en cuanto mejor sea la estructura de gestión de inventarios, así como las operaciones de procesos, ya que es un factor decisivo en la organización, es posible aumentar la productividad de la organización de investigación, y la planificación adecuada puede brindar mejores soluciones.

De igual manera a Quispe (2021), en donde observó que se encuentra entre las variables manejo de inventarios y liquidez, ya que entre las variables de estudio se encontró un valor positivo muy alto. Utilizando una encuesta base y diseño transversal no experimental donde se determina la vinculación de la empresa a la liquidez.

También se tiene el informe de Bravo (2022), en el cual llegó a la conclusión que, referente a la inexactitud de inventario, cumple el objetivo de inventario físico, el de igualar al 100%, con inventario lógico, frente a un caso de inexactitud la prioridad es el sustento de la diferencia, pero no sus causas originales. También concluyó que la gestión de materiales requiere de un sistema de información adecuado y actualizado que tenga en cuenta todos los movimientos y cambios en el inventario.

Se tiene el informe de Valle (2019), donde su investigación se centró únicamente en la capacitación de los empleados, lo que resultó en beneficio mutuo tanto para los empleados como la empresa, donde los empleados brindaron un mejor servicio al cliente, y como resultado lograron mayores ingresos. Además, las compras de los empleados aumentaron ya que los empleados recomendaron que las compras incluyeran en otros productos complementarios. Del mismo modo, los comentarios de los clientes sobre el servicio fueron positivos.

Se tiene a Pizan (2018), que como conclusión general indicó existir una relación entre la mezcla de mercadeo y la gestión de la fuerza de ventas farmacéutica. Se puede observar una correlación positiva consistente que también es sustancial puesto que preexiste una correlación recta entre el mercadeo de precios y la gestión de ventas. Estableciendo estrategias tales como precios razonables, audacia para crear competitividad en el entorno interno y/o externo, solución de problemas y mejora del servicio prestado.

De igual manera se tiene el artículo de Pérez y Wong (2018), quienes realizaron un diagnóstico desarrollado para mejorar la gestión del inventario mediante el uso de herramientas tal como el cálculo de la cantidad óptima de pedido, el punto de reorden y la cantidad óptima de pedido por mes, la clasificación del producto, con el fin de identificar qué productos deben cuanto mayor sea el ratio de inversión, más énfasis se pone en la formulación de estrategias la planificación, gestión y control del inventario de una empresa. El producto debe ser adecuado prestar mayor atención a la mayor tasa de inversión y establecer una estrategia para la planificación, gestión y gestión del stock de la empresa.

Así también se tiene a Palacios (2017), quien consideró la relación de estas dos variables para lograr las metas planteadas por la empresa, cabe recalcar que, si el vendedor no administra bien su tiempo, le será difícil ejecutar la orden en las actividades que tiene asignadas; en este momento, el vendedor debe, de acuerdo con sus propias características, destinar un área que sea acorde a su cumplimiento mix de clientes asignado.

Se conceptualizó dichas variables y sus dimensiones, tales como:

Según Miranda (2020), la gestión de inventarios indica un manejo estratégico en cualquier organización, los pendientes pertenecientes a lo que es gestión de inventarios son relacionados con métodos de inspección, puntos de inflexión,

formularios de archivo y formularios de repertorio explícitos por las técnicas de inspección, buscando la coordinación y eficiencia en el manejo de los insumos requeridos para las operaciones.

También se menciona a Westreicher (2019), quien definió a la gestión de inventarios como el departamento que se ocupa del intercambio y envío de materias, bienes consumados o acabados, capitales complementarios y equipos con que cuenta la asociación.

Este es un proceso de contabilidad para realizar un seguimiento de las materias primas o mercancías en stock. Esta gestión tiene por objeto calcular el valor de todo lo almacenado en función de las acciones ingresadas y las restantes y el precio al que se realizaron estas operaciones. (Aldea, 2019)

Conjunto de técnicas, métodos y programaciones que se utilizan para establecer los componentes disponibles en una empresa y dependiendo de su desempeño económico, el inventario es de suma importancia en las organizaciones, a través de ellos la empresa puede obtener un beneficio económico. (Tributos.net, 2021)

La comisión de relación implica ejecutar una búsqueda de todos los bienes que posee una organización. A través de una serie de actividades, se ha podido brindar el conocimiento suficiente para que los gerentes sepan cuándo reabastecerse. (Fresneda, 2019)

Se consideró como dimensiones al control de inventarios, reporte de ingresos y rotación de inventarios:

El control de inventarios mediante el cual una empresa gestiona las mercancías que guarda en sus almacenes. Esto, con el fin de resumir referencia de ingresos y salida de la producción también como objetivo el ahorro de costos. (Westreicher, 2020)

El reporte de la terminación de una exploración anterior basada en encaje de secuencia argumentaría, en el caso de documentos impresos, suelen ir acompañados de diagramas, cuadros, índices y notas a pie de página. (Pérez y Merino, 2021)

El ingreso lo definen cuando el patrimonio neto de una empresa aumenta, ya sea por un aumento en los valores de los activos o por la disminución de los pasivos. (Etecé, 2022)

La rotación del inventario es una dirección estratégica y una actividad de marketing que implica el control de los productos desde el punto de vista de la logística; a través de ciclos de rotación de inventarios de existencias. (Sánchez, 2017)

En la actualidad se considera un método obsoleto de ingreso al mercado y no se recomienda implementarlo para no dañar el retrato de la compañía y el contraste de sus efectos. (Thompson, 2020)

También se refieren que las ventas es una de las funciones del proceso de marketing sistemático y se define como cualquier actividad que le da al cliente la motivación final hacia el intercambio. (Fischer y Espejo, 2020)

La fuerza de ventas está definida por todos los capitales compasivos y materiales directos precisos hacia la comercialización de sus bienes y servicios. (Quiroa, 2020)

También se define como uno de los elementos importantes del área de marketing de una entidad y hace referencia a la acción del departamento comercial de la empresa. (Máster Marketing, 2019)

Se consideraron como dimensiones capacitación y desarrollo de estrategias, planificación y control:

La capacitación esta actividad se dirige en la elaboración y preparación eterna de nuestros capitales dependientes. En este sentido, es una actividad regular y planificada basada en la preparación de los individuos que van a realizar una determinada actividad laboral. (Coll, 2021)

Una forma de enfocar sus esfuerzos y comprender cómo hacerlo, puede obtener los siguientes beneficios:

- Aprovechar los recursos y oportunidades que se presenten;
- Reacciona eficazmente a la resistencia y las barreras;
- Usar los recursos de manera más eficiente. (Nagy y Fawcett, 2022)

La planificación se refiere a cómo los gerentes planifican y esperan que las personas se desempeñen, mientras que los controles se refieren a las operaciones monopolizadas para establecer si el desempeño histórico se ajusta a esos regímenes. El asunto de proyección se especifica por la insuficiencia de alinear y crear indivisible consenso de gasto predecible en comercios, economías, elementos, mercadeo y ordenamientos; comprender los ritmos comerciales que

impulsan el gasto; y sincronizar las previsiones de gastos revisadas con el estado de resultados de la empresa. (Microtech, 2018)

III. Metodología

3.1 Tipo y diseño de investigación

Se usó la investigación aplicada que, según Hernández et al., (2014), la establecieron como un fundamento teórico, por una aplicación de normas y procedimientos.

También se empleó la investigación de diseño no experimental, ya que no se realizaron manipulaciones a las variables de estudio; y fue transeccional ya que la información fue recogida en un solo momento. (Hernández et al., 2014)

Su enfoque fue cuantitativo. Según Hernández et al., (2014), porque se abocará a los fenómenos sociales, de manera ordenada y práctica, con procedimientos informáticos y estadísticos.

El nivel fue correlacional. Por lo cual, Hernández et al., (2014), manifestaron proponer una explicación sobre la relación de los fenómenos estudiados establecidos en variables.

El método fue hipotético-deductivo, porque Hernández et al., (2014), se explorará la problemática desde el ámbito general al particular, y así manifestar hipótesis que lograrán solucionar el fenómeno mencionado.

3.2. Variables y operacionalización

La primera variable fue identificada como gestión de inventarios.

Definición conceptual: es el departamento que se ocupa de la operación y expedición de elaboraciones, bienes terminados o semielaborados, bienes auxiliares y herramientas con que cuenta la empresa. (Westreicher, 2020)

Definición operacional: es un procedimiento que permitió medir las variables de estudio a través de sus indicadores, usando el instrumento denominado cuestionario conformado por 10 ítems, que fueron aplicados a los trabajadores de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C.; y que permitió conocer más detalles de sus dimensiones: control de inventarios, reporte de ingresos, rotación de inventarios.

Indicadores: reporte de existencias, stock, control de existencias faltantes y sobrantes, fechas de vencimientos de los productos.

Escala de medición: ordinal

La segunda variable identificada como ventas.

Definición conceptual: la fuerza de ventas está definida por todos los recursos humanos y materiales necesarios para la comercialización de sus bienes y servicios. (Quiroa, 2020)

Definición operacional: es un procedimiento que permitió medir las variables de estudio a través de sus indicadores, usando el instrumento denominado cuestionario conformado por 10 ítems, que fueron aplicados a los trabajadores de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C.; y que permitió conocer más detalles de sus dimensiones: capacitación y desarrollo de estrategias, planificación y control.

Indicadores: motivación, trabajo en equipo, calidad, volumen de venta, línea de producto.

Escala de medición: ordinal

3.3. Población, muestra y muestreo

Población: grupo que cumple todas las particularidades del fenómeno y que se relaciona con una sucesión de medios y de determinaciones. (Hernández et al., 2014)

Estuvo conformada por los trabajadores de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C. haciendo un total de 56 personas

Muestra: parte representativa de la población, que debe ser la característica primordial para los resultados del estudio. (Hernández et al., 2014)

Estuvo conformada por 38 trabajadores de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C.

El procedimiento realizado para alcanzar el número de integrantes de la muestra fue calculado con una fórmula conocida para poblaciones finitas y que luego fueron reemplazados por los datos numéricos. Dicha fórmula y sus elementos numéricos se muestran a continuación para la explicación del resultado alcanzado.

Donde:

n = Muestra

z = 1.96

p = 0.5

q = 0.5

E = 0.05

N = 56

$$n = \frac{NZ^2pq}{(N-1)E^2 + Z^2pq}$$

$$n = \frac{56 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(56-1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 38$$

Muestreo: fue no probabilístico, donde el investigador tomó la decisión con respecto a la muestra por razones subjetivas, descartándose la aleatoriedad. (Hernández et al., 2014)

Para formar parte de la muestra se llegó a utilizar algunos criterios de selección.

Criterios de inclusión: se consideraron a los trabajadores de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., año 2021, que voluntariamente aceptaron formar parte de la investigación.

Criterios de exclusión: se consideraron excluidos a todos aquellos trabajadores de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., año 2021, que implícitamente no desearon participar en la investigación.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las herramientas de recolección de datos se indican como recursos para recolectar datos variables del estudio. La herramienta que se utilizó fue un cuestionario. (Hernández et al., 2014)

En cuanto a la confiabilidad se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach porque da una idea de la consistencia interna y tamaño de los ítems considerados en este trabajo.

La validez de la herramienta fue verificada por especialistas en contabilidad con doctorados, que a través de esta es posible verificar la confiabilidad de la pregunta realizada.

Tabla 1

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Variables	Técnicas	Instrumentos
Gestión de Inventarios	Encuesta	Cuestionario
Ventas	Encuesta	Cuestionario

Tabla 2

Confiabilidad de Alpha de Cronbach

Variable	Valores de Alpha	Interpretación
Gestión de Inventarios	0,822	Alta confiabilidad
Fuerza de Ventas	0,807	Alta confiabilidad

Tabla 3*Validación por juicio por expertos*

Apellidos y Nombres	Grado	Resultados
Ulloa Siccha Javier Leopoldo	Doctor	Hay suficiencia
Revilla Becerra Misael Benigno	Doctor	Hay suficiencia
Gómez de la Barra Marquéz Gonzalo Urbano	Doctor	Hay suficiencia

3.5. Procedimientos

Se dialogó con los trabajadores de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C. con la finalidad de establecer el propósito de la investigación, posterior a ello se estableció el cronograma de aplicación de las encuestas. Se realizó la elaboración y validación de encuestas procediendo a ser validados según juicio de expertos con grado de doctor, siendo 19 ítems, con respuestas tipo Likert donde, 1= nunca, 2 = casi nunca, 3 = a veces, 4= casi siempre y finalmente el valor 5=siempre.

3.6. Método de análisis de datos

Con los datos recopilados, se procedió al análisis de las respuestas del cuestionario empleando el SPSS versión 26.0, los resultados descriptivos se presentaron con una interpretación similar.

En el método inferencial se realizó la prueba de normalidad con la finalidad de saber distribuir, y determinar si la investigación es de tipo paramétrica o no paramétrica, asimismo, en verificación de la hipótesis se utilizó el coeficiente de Rho de Spearman, que sirve para encontrar el grado de interacción que existe entre las variables cuantitativas.

Se usaron las técnicas analíticas y la revisión documental. Para acopiar los datos se usó el Microsoft Excel 2016 donde se trasladaron los datos numéricos de las encuestas aplicadas a cada uno de los participantes y se tabuló los datos obtenidos. (Hernández et al., 2014)

3.7. Aspectos éticos

La investigación desarrollada respetó los principios de ecuanimidad, los derechos humanos, dignidad y diversidad, responsabilidad social y normas éticas. (Salazar et al., 2018)

Cooperar con una empresa comercial de Chimbote, fue voluntaria y se expuso lo importante para la exploración y su aporte. Se tuvo el permiso de cada participante, certificando la confiabilidad y anonimato de estos. (Salazar et al., 2018)

De igual forma, se consideró el valor de la responsabilidad como el compromiso de realizar este estudio, que permitió lograr todos los objetivos profesionales

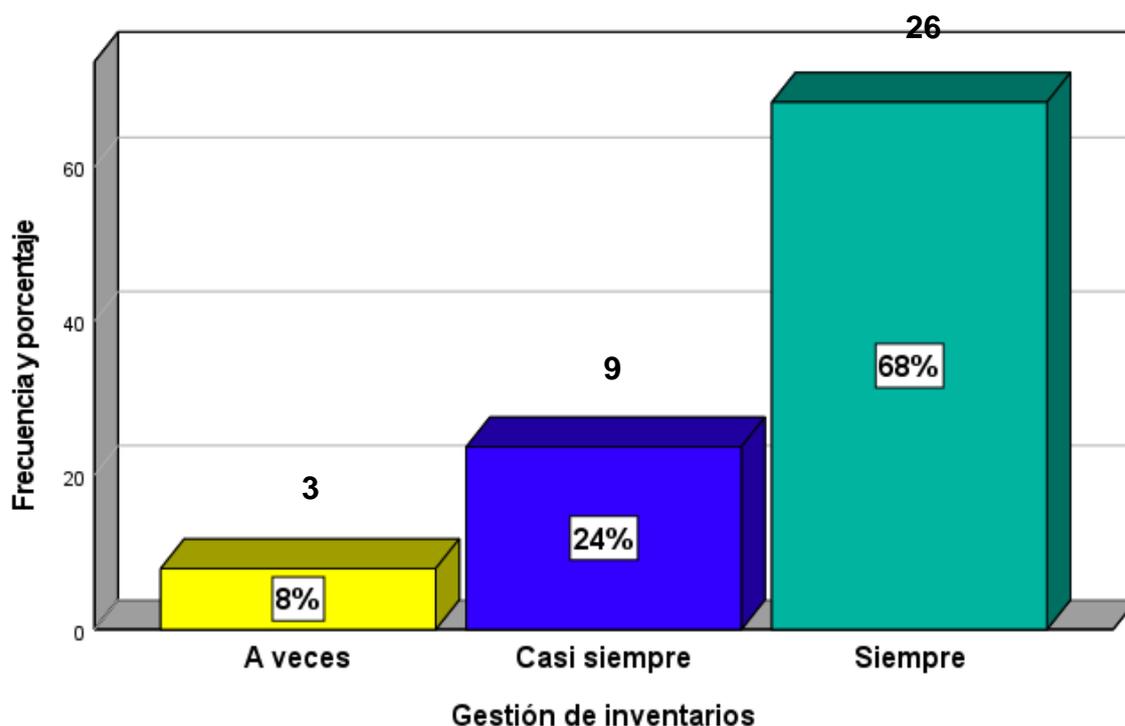
IV. Resultados

4.1 Resultados descriptivos

Resultados que describe la frecuencia y porcentaje de la variable gestión de inventarios en sus dimensiones: control de inventarios, reporte de ingresos y rotación de inventarios, y de la variable ventas en sus dimensiones: capacitación y desarrollo de estrategias y control de planificación.

Figura 1

Frecuencias y porcentaje de la variable gestión de inventarios

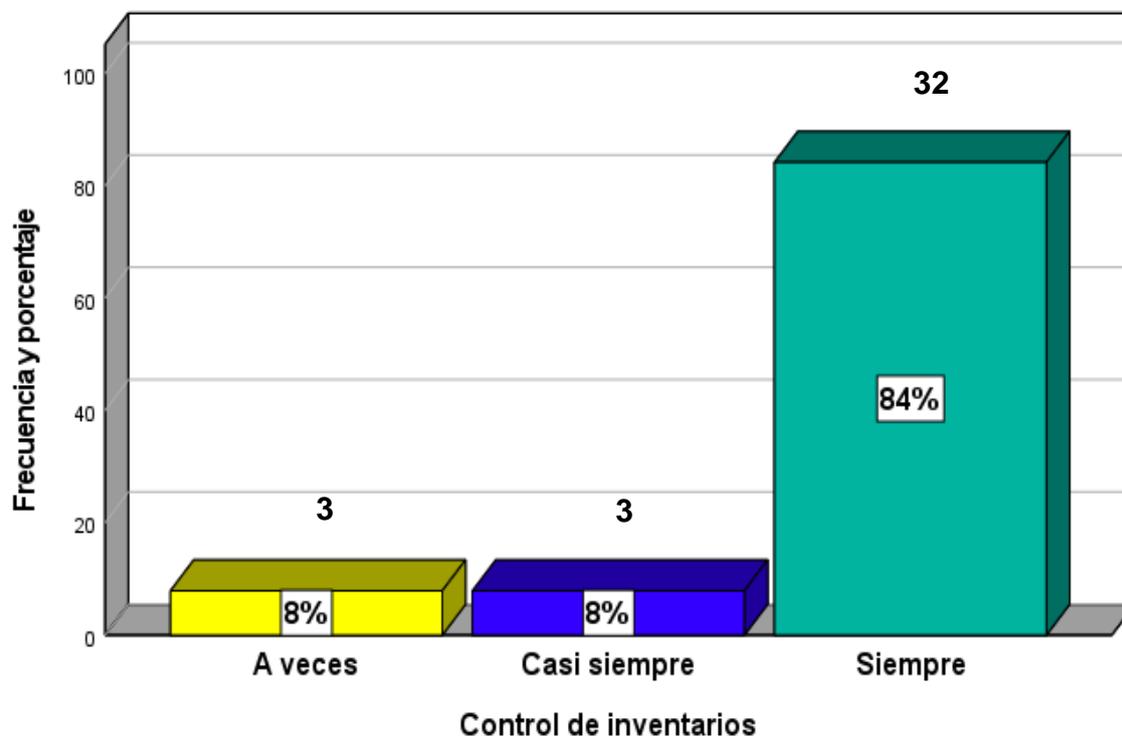


Nota: los números indican las frecuencias en cada categoría.

De la figura 1, se muestran las respuestas referidas a la variable gestión de inventarios, el 8% expresan “a veces” de los encuestados; el 24% manifiestan “casi siempre”; el 68% de los encuestados adujeron “siempre” tener conocimiento sobre gestión de inventarios. Se concluyó que en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C. Nuevo Chimbote 26 del total de los empleados evidenciaron tener conocimiento sobre control de inventarios, reporte de ingresos y rotación de inventarios.

Figura 2

Frecuencias y porcentaje de la dimensión control de inventarios de la variable gestión de inventarios

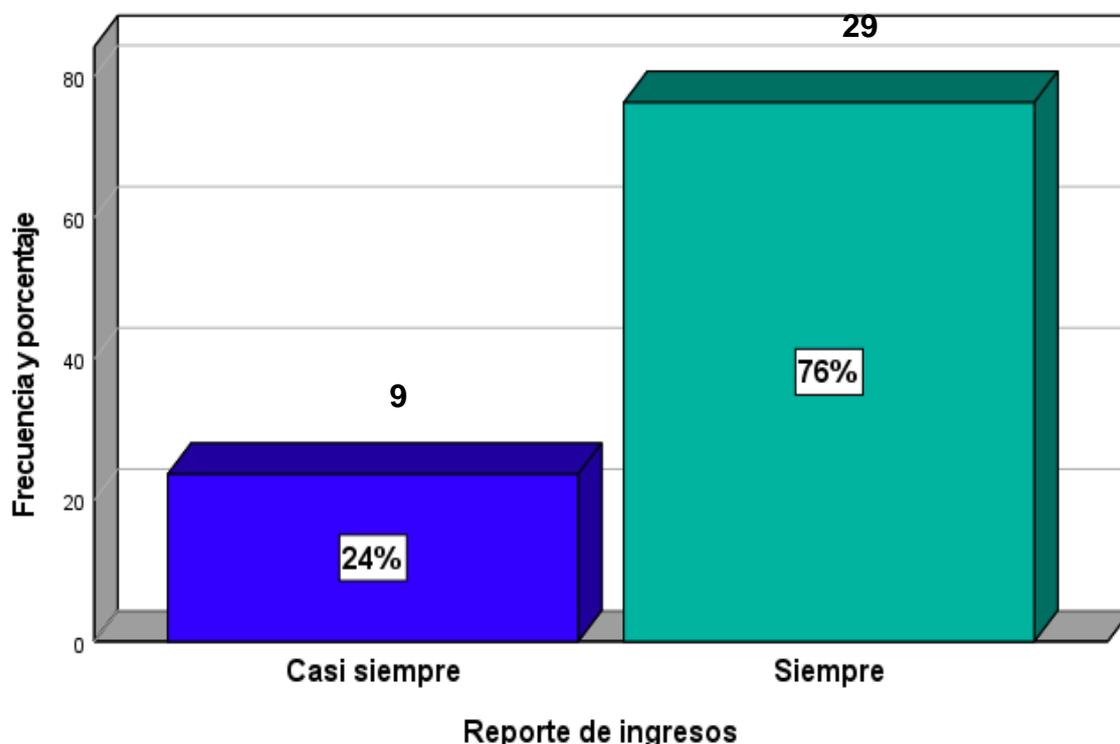


Nota: los números indican las frecuencias en cada categoría.

De la figura 2, se muestran las manifestaciones referidas a la dimensión control de inventarios de la variable gestión de inventarios, el 8% que representa a 3 encuestados del total expresaron “a veces” y “casi siempre” tener conocimiento sobre control de inventarios; y el 84% que representa a 32 del total, manifestaron que “siempre” tienen conocimiento sobre control de inventarios. Resultados que permitieron concluir que en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C. Nuevo Chimbote, la mayoría de los encuestados afirmaron “siempre” tener conocimiento sobre control de inventarios, lo que evidenció registro de conocimiento en entradas y salidas de los productos de almacenamiento, y que mejoraría el control de inventario, así mismo, se considera que 8% afirmaron “a veces” y “casi siempre” la buena gestión de control de inventarios mejoraría la entrada y salida de productos en la en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C. Nuevo Chimbote – 2021.

Figura 3

Frecuencias y porcentaje de la dimensión reporte de ingresos de la variable gestión de inventarios

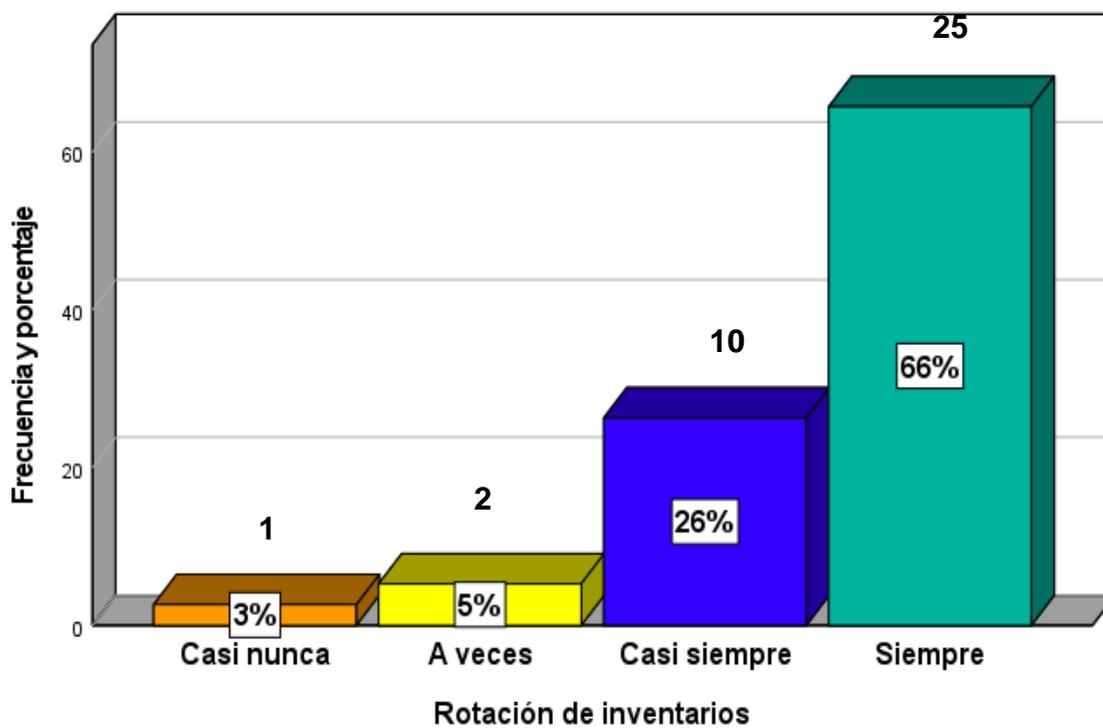


Nota: los números indican las frecuencias en cada categoría.

De la figura 3, se observan las evidencias referidas a reporte de ingresos de la variable gestión de inventarios, el 24% que representa a 9 encuestados del total manifiestan “casi siempre” tener conocimiento sobre reporte de ingresos; y el 76% que representaron a 29 del total manifestaron “siempre” tener conocimiento sobre reporte de ingresos. Según el contexto se concluyó que en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C. Nuevo Chimbote, la mayoría representado por el 76% de los encuestados consideraron “siempre” tener conocimiento sobre el reporte de ingresos, evidenciando que tienen conocimiento sobre el registro el entradas y salidas del almacenamiento de los productos, y que mejorará en el reporte de ingresos, también, se afirmó que el 24% afirmaron “casi siempre” una gestión muy buena en reporte de ingresos mejorará la entrada y salida de productos en la en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C. Nuevo Chimbote – 2021.

Figura 4

Frecuencias y porcentaje de la dimensión rotación de inventarios de la variable gestión de inventarios

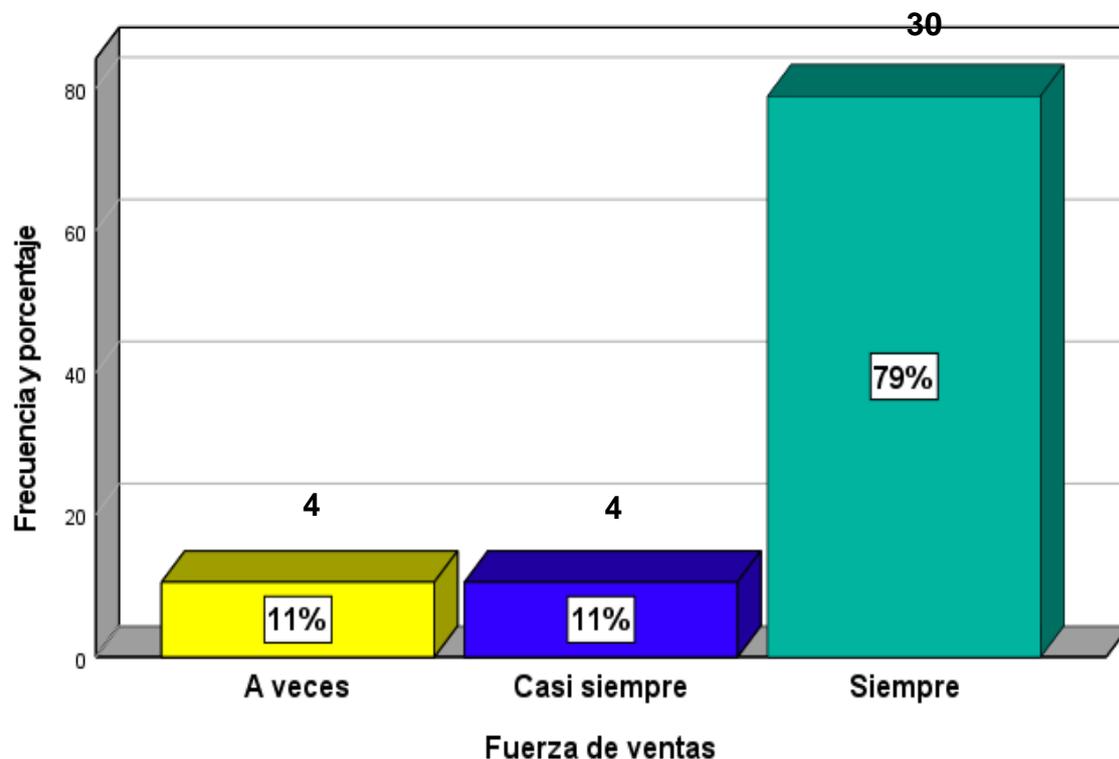


Nota: los números indican las frecuencias en cada categoría.

De la figura 4, se tienen como respuestas a reporte de rotación de inventarios, el 3% que representa a un encuestado del total manifestó “casi nunca” haber realizado rotación de inventarios; el 5% que representa a 2 del total expresaron “a veces” haber realizado rotación de inventarios, el 26% representa a 10 del total de encuestados expresaron “casi siempre”, y el 66% representa a 25 del total, manifestaron “siempre” haber realizado rotación de inventario. Se concluyó, en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C. Nuevo Chimbote, el 66% de los encuestados manifestaron “siempre” haber realizado rotación de inventarios, lo que queda evidenciado en registro de almacenaje de entrada y salida de productos con mejoría y compromiso de los empleados encargados del registro de los productos en la en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C. Nuevo Chimbote – 2021.

Figura 5

Frecuencias y porcentaje de la variable ventas

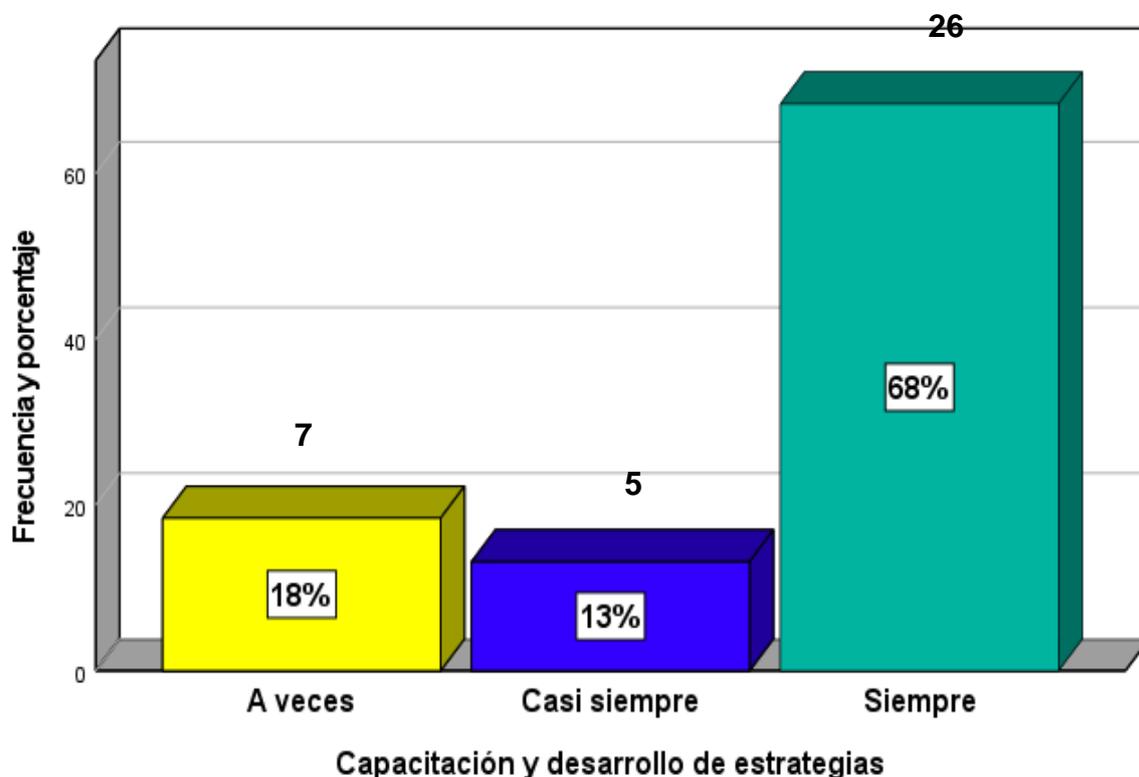


Nota: los números indican las frecuencias en cada categoría.

De la figura 5, se tienen como respuestas referidas a la variable ventas, el 11% representa a 4 encuestados del total expresaron “a veces” y “casi siempre” haber realizado ventas en la empresa; el 79% que representa a 30 del total manifestaron “siempre” haber realizado ventas en la empresa. Lo que permite hacer conclusión que en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C. Nuevo Chimbote, el 79% de los encuestados expresaron “siempre” haber realizado ventas en la empresa, evidenciando que realizando ventas de los productos conocerá en detalle el movimiento de registro en almacenamiento de entradas y salidas de todos los productos, asimismo, al 11% de los empleados hay que comprometer en las ventas, las generarán mejorías en los reportes, registros e inventarios en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C. Nuevo Chimbote – 2021.

Figura 6

Frecuencias y porcentaje de la dimensión capacitación y desarrollo de estrategias de la variable ventas

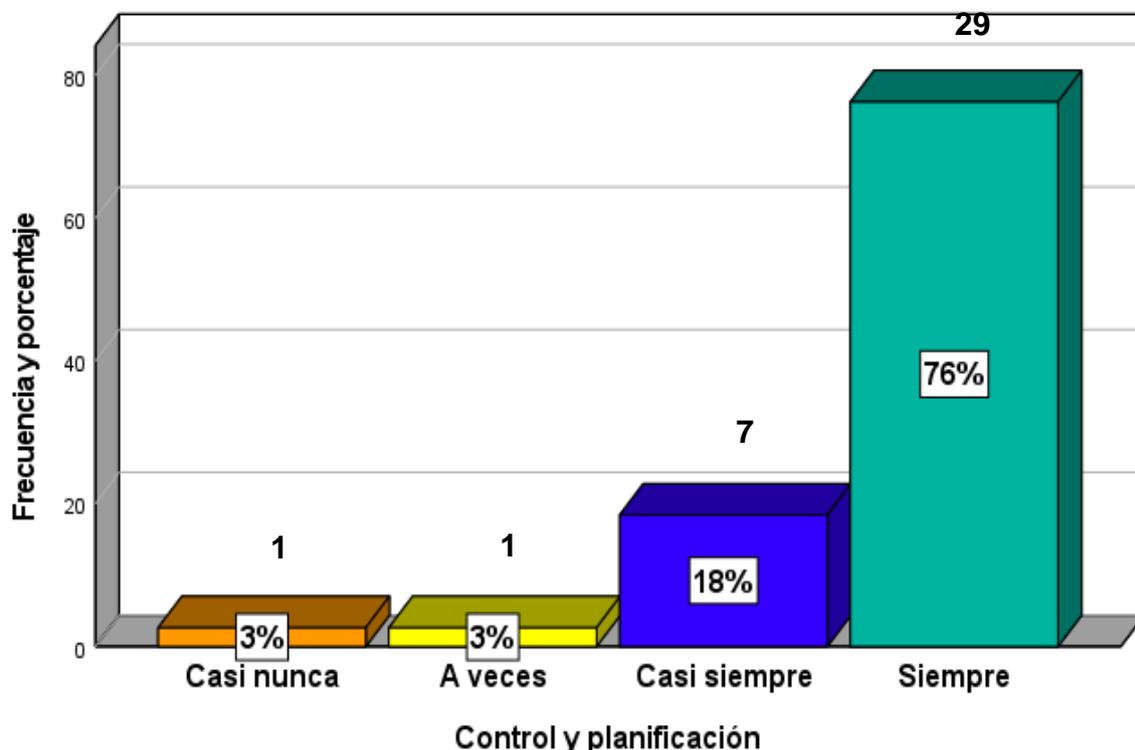


Nota: los números indican las frecuencias en cada categoría.

De la figura 6, se tienen como respuestas alusivas a la dimensión capacitación y desarrollo de estrategias de la variable ventas, el 18% representa a 7 encuestados del total valoraron “a veces”, y el 13% que representa a 5 del total valoraron “casi siempre”, y el 68% que representa a 26 del total de los encuestados valoraron “siempre” haber recibido capacitación y desarrollo de estrategias por parte de la empresa. Se concluyó que en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C. Nuevo Chimbote, el 68% de los encuestados expresaron “siempre” haber recibido capacitaciones sobre desarrollo de estrategias en ventas, lo que evidencia, a más capacitaciones referidas a ventas de los productos se mejorará el registro en almacenamiento de entradas y salidas de los productos en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C. Nuevo Chimbote – 2021.

Figura 7

Frecuencias y porcentaje de la dimensión control y planificación de la variable ventas



Nota: los números indican las frecuencias en cada categoría.

De la figura 7, se tienen las respuestas referidas a la dimensión control y planificación de la variable ventas, el 3% representa a un encuestado del total que reportó “casi nunca” y “a veces”, y 18% que representa a 7 encuestados del total reportaron “casi siempre”, y el 76% que representa a 29 de encuestados del total reportaron “siempre” la empresa realiza el control y planificación de ventas en todos los rubros y contextos. Por lo que se concluyó, que en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C. Nuevo Chimbote, el 76% de los encuestados que representa a la mayoría reportaron “siempre” tienen conocimiento que la empresa realiza el control y planificación de ventas en todos los rubros, lo que permite mejorar los registros de ventas de los productos y almacenamiento en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C. Nuevo Chimbote – 2021.

Para la prueba de normalidad de los datos de las variables gestión de inventarios y ventas permitió determinar el estadígrafo que se utilizó, para este caso se usó Shapiro – Wilk porque se tiene una muestra de 38 encuestados. Se planteó la hipótesis siguiente:

Ho: los datos no tienen distribución normal ($p_valor < 0.05$)

Ha: los datos tienen distribución normal ($p_valor \geq 0.05$)

Tabla 4

Normalidad de las variables gestión de inventarios y ventas

	Shapiro – Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de inventarios	.903	38	.003
Ventas	.839	38	.001

En la tabla 4 se observa la prueba de normalidad de las variables gestión de inventarios y ventas. La variable gestión de inventarios tiene un valor de significancia $p_valor = 0.003 < 0.05$, asimismo, para la variable ventas se evidenció el valor de significancia $p_valor = 0.001 < 0.05$, lo que permite decir, para ambas variables, que se aceptó la hipótesis nula y se rechazó la hipótesis alterna, y se concluyó, según el valor de la significancia, los datos obtenidos con los instrumentos de la variable gestión de inventarios no tiene distribución normal, bajo ese contexto, se realizó la prueba no paramétrica y para contrastar las hipótesis planteadas se utilizó el estadígrafo Rho de Spearman para ambas variables, los ítems son categóricos o politómicos en las variables ordinales.

4.2 Resultados inferenciales

Se plantearon los criterios siguientes para la prueba de hipótesis general:

Ho: la gestión de inventarios no influye significativamente en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021.

Ha: la gestión de inventarios influye significativamente en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021.

Tabla 5

Correlación de las variables gestión de inventarios y ventas

			Gestión de inventarios	Ventas
Rho de Spearman	Gestión de inventarios	Coeficiente de correlación	1.000	.830**
		Sig. (bilateral)	.	.001
	Ventas	N	38	38
		Coeficiente de correlación	.830**	1.000
		Sig. (bilateral)	.001	.
		N	38	38

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

En la tabla 5, se observa que el coeficiente de correlación entre gestión de inventarios y ventas es 0.830, valor que determina que hay una correlación alta y positiva entre las variables de estudio, es decir, mayor sea la gestión de inventarios entonces existirá más ventas en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote. Asimismo, a un nivel de significancia de 0.05, en la tabla, $p_valor=0.001 < 0.05$, situación determinante en rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, concluyendo que la gestión de inventarios influye significativamente en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021.

Para la prueba de hipótesis específica 1 se planteó el criterio siguiente:
 Ho: el control de inventarios no influye significativamente en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021.
 Ha: el control de inventarios influye significativamente en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021.

Tabla 6

Correlación de control de inventarios y ventas

			Control de	
			inventarios	Ventas
Rho de Spearman	Control de inventarios	Coeficiente de correlación	1.000	.649**
		Sig. (bilateral)	.	.001
		N	38	38
	Ventas	Coeficiente de correlación	.649**	1.000
		Sig. (bilateral)	.001	.
		N	38	38

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

En la tabla 6, se evidencia el coeficiente de correlación entre control de inventarios de la variable gestión de inventarios y ventas tiene un valor de 0.649, valor que permite determinar que hay una correlación moderada y positiva entre gestión de inventarios y ventas, es decir, más gestión de inventarios se tenga en la empresa, mayor serán las ventas en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote. Además, a un nivel de significancia de 0.05, de la tabla se evidencia un $p_valor=0.001 < 0.05$, la que permitió determinar que se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna, y se concluyó que el control de inventarios influye significativamente en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021.

Para la prueba de hipótesis específica 2 se planteó el criterio siguiente:
 Ho: el reporte de ingresos no tiene una influencia significativa en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021.
 Ha: el reporte de ingresos tiene una influencia significativa en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021.

Tabla 7

Correlación de reporte de ingresos y ventas

			Reporte de ingresos	Ventas
Rho de Spearman	Reporte de ingresos	Coefficiente de correlación	1.000	.750**
		Sig. (bilateral)	.	.001
		N	38	38
	Ventas	Coefficiente de correlación	.750**	1.000
		Sig. (bilateral)	.001	.
		N	38	38

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

De la tabla 7 se obtiene que el coeficiente de correlación entre el reporte de ingresos de la variable gestión de inventarios y las ventas alcanzó un valor de 0.750, valor que indicó una correlación positiva y alta del reporte de ingresos y las ventas, es decir, que existe una relación proporcional, a mayor conocimiento en el reporte de ingresos más ventas tendrá la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote. También se tiene que a un nivel de significancia de 0.05, de la tabla, el valor significancia es $p_valor=0.001 < 0.05$, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna, concluyendo que el reporte de ingresos tiene una influencia significativa en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021.

Para la prueba de hipótesis específica 3 se planteó el criterio siguiente:
 Ho: la rotación de inventarios no incide significativamente en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021.
 Ha: la rotación de inventarios incide significativamente en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021.

Tabla 8

Correlación de rotación de inventarios y ventas

			Rotación de inventarios	Ventas
Rho de Spearman	Rotación de inventarios	Coefficiente de correlación	1.000	.684**
		Sig. (bilateral)	.	.001
	Ventas	N	38	38
		Coefficiente de correlación	.684**	1.000
		Sig. (bilateral)	.001	.
		N	38	38

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

De la tabla 8 se detalla que el coeficiente de correlación entre rotación de inventarios de la variable gestión de inventarios y ventas está determinado por un valor de 0.684, coeficiente que determinó que hay una correlación positiva y moderada en rotación de inventarios y ventas, es decir, la relación entre las variables es proporcional y positiva, a más rotación de inventarios más ventas tendrá la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote. Considerando un nivel de significancia de 0.05, de la tabla, la significancia es $p_valor=0.001 < 0.05$, lo que permitió el rechazo la hipótesis nula y aceptó la hipótesis alterna, se concluyó, que la rotación de inventarios incide significativamente en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021

V. Discusión

Los resultados del capítulo anterior permitieron llevar a cabo la discusión con la información proporcionada en el marco teórico, específicamente los trabajos previos.

Llevado a cabo el procedimiento para obtener resultados, estos arrojaron como premisa que se alcanzó con el objetivo general, por lo que se puede afirmar categóricamente la existencia de correlación de la gestión de inventarios y las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021. Una de las fortalezas metodológicas es la originalidad del cuestionario para la toma de información, quedando al descubierto la debilidad en su nivel, puesto que no ha permitido conocer las causas del fenómeno observado. La investigación ha alcanzado de manera parcial sus propósitos científicos puesto que abordó alcances ya antes tratados, por lo que sugiere, con precisión más adelante, que estos resultados permitan el inicio de próximos trabajos donde se abarque más de lo que ya se ha realizado. En este contexto se ha considerado el resultado al que llegaron los autores Agudelo y López (2018), quienes en su artículo científico manifestaron que requerir un modelo de gestión de inventarios debe satisfacer las necesidades del cliente, teniendo presente factores y variables; los cuales pueden estar relacionados con la manufactura, la instancia, los comercios, el desgaste de servicios, las épocas de expectativa, los mecanismos separados, los horizontes de ayuda, etcétera.

Además, Sekeroglu & Altan (2020) publicaron un artículo sobre la gestión de inventarios y su impacto en las ventas. Su resultado fue que la rotación de los inventarios es importante para los ingresos porque permite incrementar las ventas. Su conclusión fue que una adecuada gestión de inventarios incide favorablemente en el rendimiento productivo de las empresas y estas en las ventas.

También se menciona el informe de Coronel (2021), en el cual llegó a la conclusión que en cuanto mejor sea la estructura de gestión de inventarios, así como las operaciones de procesos, ya que es un factor decisivo en la organización, es posible aumentar la productividad de la organización de investigación, y la planificación adecuada puede brindar mejores soluciones.

Llevado a cabo el procedimiento para obtener resultados, estos arrojaron como premisa que se alcanzó con el primer objetivo específico, por lo que se puede

afirmar categóricamente la existencia de correlación del control de inventarios y las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021. Una de las fortalezas metodológicas es la originalidad del cuestionario para la toma de información, quedando al descubierto la debilidad en su nivel, puesto que no ha permitido conocer las causas del fenómeno observado. La investigación ha alcanzado de manera parcial sus propósitos científicos puesto que abordó alcances ya antes tratados, por lo que sugiere, con precisión más adelante, que estos resultados permitan el inicio de próximos trabajos donde se abarque más de lo que ya se ha realizado. En este contexto se ha considerado el resultado al que llegó el autor Bravo (2022), en su informe concluyó que, referente a la inexactitud de inventario, cumple el objetivo de inventario físico, el de igualar al 100%, con inventario lógico, frente a un caso de inexactitud la prioridad es el sustento de la diferencia, pero no sus causas originales. También concluyó que la gestión de materiales requiere de un sistema de información adecuado y actualizado que tenga en cuenta todos los movimientos y cambios en el inventario, lo que representa la necesidad de un control de existencias más constante.

También Pérez y Wong (2018), realizaron un diagnóstico desarrollado para mejorar la gestión del inventario del mes, la clasificación del producto, con el fin de identificar qué productos deben cuanto mayor sea el ratio de inversión, más énfasis se pone en la formulación del inventario de una empresa. El producto debe ser adecuado prestar mayor atención a la mayor tasa de inversión y establecer una estrategia para la planificación, gestión y gestión del stock de la empresa. Todo dentro de la importancia del control de los inventarios.

Llevado a cabo el procedimiento para obtener resultados, estos arrojaron como premisa que se alcanzó con el segundo objetivo específico, por lo que se puede afirmar categóricamente la existencia de correlación del reporte de ingresos y las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021. Una de las fortalezas metodológicas es la originalidad del cuestionario para la toma de información, quedando al descubierto la debilidad en su nivel, puesto que no ha permitido conocer las causas del fenómeno observado. La investigación ha alcanzado de manera parcial sus propósitos científicos puesto que abordó alcances ya antes tratados, por lo que sugiere, con precisión más adelante, que estos resultados permitan el inicio de próximos trabajos donde se abarque más de

lo que ya se ha realizado. En este contexto se ha considerado el resultado al que llegó el autor Valle (2019), quien en su investigación se centró en la capacitación de los empleados, pero principalmente en las labores que realizan y los reportes que deben generar en cumplimiento de su trabajo; lo que resultó en beneficio mutuo tanto para los empleados como la empresa, donde los empleados brindaron un mejor servicio al cliente, y como resultado lograron mayores ingresos. Además, las compras de los empleados aumentaron ya que los empleados recomendaron que las compras incluyeran en otros productos complementarios. Del mismo modo, los comentarios de los clientes sobre el servicio fueron positivos

Llevado a cabo el procedimiento para obtener resultados, estos arrojaron como premisa que se alcanzó con el tercer objetivo específico, por lo que se puede afirmar categóricamente la existencia de correlación de la rotación de inventarios y las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021. Una de las fortalezas metodológicas es la originalidad del cuestionario para la toma de información, quedando al descubierto la debilidad en su nivel, puesto que no ha permitido conocer las causas del fenómeno observado. La investigación ha alcanzado de manera parcial sus propósitos científicos puesto que abordó alcances ya antes tratados, por lo que sugiere, con precisión más adelante, que estos resultados permitan el inicio de próximos trabajos donde se abarque más de lo que ya se ha realizado. En este contexto se ha considerado el resultado al que llegaron los autores. Chirinos y Cruz (2021), donde se concluyó que se puede señalar una relación entre los activos y la rentabilidad económica, donde se puede observar la correlación y por lo tanto la relación significativa es directa.

También Karki (2020) decidió publicar un artículo sobre la gestión de inventarios y la rentabilidad y analizar cuanto influye una en otra. Su resultado fue que el control de inventarios ejerce influencia sobre otros aspectos de la empresa como la rentabilidad, las finanzas mismas y la rotación de las existencias. Su conclusión fue que es importante la gestión de inventarios eficiente, usando la menor cantidad de recursos y que esta repercute en las labores afines que se desarrollan en la empresa

VI. Conclusiones

Primera: con el diseño metodológico elegido y aplicando en todo momento el método científico se tuvo una primera conclusión con las dos variables del estudio, gestión de inventarios y ventas. Al llegar a la conclusión se alcanzó el objetivo general que consideró de manera significativa y positiva la relación entre las variables gestión de inventarios y ventas, entendiéndose como una de alcance proporcional, eso se puede explicar de manera didáctica como a mayor gestión de inventarios, mayores serán las ventas que ocurran en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., localizada en el distrito de Nuevo Chimbote y ejecutada en el año 2021.

Segunda: con el diseño metodológico elegido y aplicando en todo momento el método científico se tuvo una segunda conclusión con los componentes del estudio, control de inventarios y ventas. Al llegar a la conclusión se alcanzó el primer objetivo específico que consideró de manera significativa y positiva la relación entre la dimensión control de inventarios y la variable ventas, entendiéndose como una de alcance proporcional, eso se puede explicar de manera didáctica como a mayor control de inventarios, mayores serán las ventas que ocurran en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., localizada en el distrito de Nuevo Chimbote y ejecutada en el año 2021.

Tercera: con el diseño metodológico elegido y aplicando en todo momento el método científico se tuvo una tercera conclusión con los dos componentes del estudio, reporte de ingresos y ventas. Al llegar a la conclusión se alcanzó el segundo objetivo específico que consideró de manera significativa y positiva la relación entre la dimensión reporte de ingresos y la variable ventas, entendiéndose como una de alcance proporcional, eso se puede explicar de manera didáctica como a mayor reporte de ingresos, mayores serán las ventas que ocurran en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., localizada en el distrito de Nuevo Chimbote y ejecutada en el año 2021.

Cuarta: con el diseño metodológico elegido y aplicando en todo momento el método científico se tuvo una cuarta conclusión con los dos componentes del estudio, la dimensión rotación de inventarios y la variable ventas. Al llegar a la conclusión se alcanzó el tercer objetivo específico que consideró de manera

significativa y positiva la relación entre la dimensión rotación de inventarios y la variable ventas, entendiéndose como una de alcance proporcional, eso se puede explicar de manera didáctica como a mayor rotación de inventarios, mayores serán las ventas que ocurran en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., localizada en el distrito de Nuevo Chimbote y ejecutada en el año 2021.

VII. Recomendaciones

Primera: a la señorita Melissa Lisbeth Rodríguez Quispe, en su condición de representante legal, con el cargo de gerente general de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., localizada en el distrito de Nuevo Chimbote, ejecutada en el año 2021, pero sugerida para que se aplique a partir de las conclusiones alcanzadas, se le recomienda que se instale a la brevedad una unidad que controle las existencias y de forma particular la gestión de inventarios, de almacenamiento, de distribución y todo el proceso logístico que se desarrolla en la empresa que dirige, con el fin de incrementar las ventas y sus flujos respectivos.

Segunda: a la señorita Melissa Lisbeth Rodríguez Quispe, en su condición de representante legal, con el cargo de gerente general de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., localizada en el distrito de Nuevo Chimbote, ejecutada en el año 2021, pero sugerida para que se aplique a partir de las conclusiones alcanzadas, se le recomienda que en el transcurso del año de organice la gestión de almacén, dando prioridad al control de inventarios que debe partir desde la planificación hasta el control y seguimiento de las actividades realizadas de acuerdo con lo que previamente se planificó para una labor más eficiente en beneficio de la organización a su cargo.

Tercera: a la señorita Melissa Lisbeth Rodríguez Quispe, en su condición de representante legal, con el cargo de gerente general de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., localizada en el distrito de Nuevo Chimbote, ejecutada en el año 2021, pero sugerida para que se aplique a partir de las conclusiones alcanzadas, se le recomienda que se planifique en períodos anuales, los mecanismos de control necesarios para la gestión de almacén y de distribución, donde se sea de importancia el control y los reportes de ingresos de productos para su posterior distribución interna y externamente.

Cuarta: a la señorita Melissa Lisbeth Rodríguez Quispe, en su condición de representante legal, con el cargo de gerente general de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., localizada en el distrito de Nuevo Chimbote, ejecutada en el año 2021, pero sugerida para que se aplique a partir de las conclusiones alcanzadas, se le recomienda que se planifique un control permanente para garantizar la rotación de los inventarios y además establecer la forma de inventarios que deben aplicarse en la empresa a su cargo.

Quinta: a la comunidad estudiantil, especialmente a los bachilleres de las distintas universidades nacionales que se encuentran en sus procesos de titulación por la modalidad de trabajos de investigación, que realicen sus tesis tomando en cuenta estos resultados alcanzados con la finalidad de ampliar el alcance de la actividad de los inventarios en las empresas que así lo requieran.

Referencias

- Agudelo, D., & López, Y. (2018). *Dinámica de sistemas en la gestión de inventarios*. Medellín. Obtenido de <http://www.revistas.usb.edu.co/index.php/IngUSBmed/article/view/3305/2782>
- Aldea, V. (2019). *¿Qué es una gestión de inventarios?* Obtenido de <https://www.anfix.com/blog/diccionario/gestion-de-inventarios>
- Bravo, C. (2022). *Gestión de inventarios en una empresa de telecomunicaciones Perú, 2021*. Universidad César Vallejo, Lima. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/82798/Bravo_PCA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castro, S., & Bande, B. (2019). Influence of ethical leadership and CSR perception on sales force performance. Obtenido de <https://doi.org/10.15304/rge.28.3.5844>
- Chirinos, F., & Cruz, Y. (2021). *Control de Inventarios y la Rentabilidad de la Empresa Omisse S.A.C. SMP 2018 - 2020*. Universidad Cesar Vallejo, Lima. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/77099/Chirinos_SF-Cruz_EYB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Coll, F. (2021). Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/capacitacion-laboral.html>
- Coronel, V. (2021). *Gestión de inventarios y productividad en Drokasa Perú S.A., Lurigancho Chosica 2021*. Universidad Cesar Vallejo, Lima. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/80784/Coronel_OVM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Corrales, J., Ruiz, C., & Angulo, M. (Noviembre de 2019). *Evaluación de impacto del comercio electrónico en las ventas de las pymes en Colombia: Un análisis econométrico*. Clío América, 328-339. Obtenido de <https://www.proquest.com/scholarly-journals/evaluación-de-impacto-del-comercio-electrónico-en/docview/2422158634/se-2>
- Etecé. (2022). Ingreso. Obtenido de <https://concepto.de/ingreso-2/>
- Fischer, L., & Espejo, J. (2020). Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto->

[venta.htm#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20Venta%2C%20Seg%C3%BAn%20Diversos%20Autores%3A,comprador\)%22%20%5B1%5D.](#)

- Fresneda, J. (2019). *Pasos en un proceso de gestión de inventarios y beneficios para la empresa*. Obtenido de <https://www.inesem.es/revistadigital/gestion-empresarial/el-proceso-de-gestion-de-inventarios/>
- Galor. (2018). *Administración de inventario, clave para la empresa*. Obtenido de <https://www.emprendices.co/administracion-de-inventario-clave-para-la-empresa/>
- González, A. (2020). *Un modelo de gestión de inventarios basado en estrategia competitiva*. Obtenido de <https://www.proquest.com/docview/2428570444?parentSessionId=H35poBQpEWG%2BsFtBB6sWmWLL%2B0vZHa8m7jqyX1CE8VA%3D>
- Gutiérrez, G. (2019). *El neuromarketing, como herramienta efectiva para la educación en las ventas y la publicidad*. Revista Latina de Comunicación Social, 1173-1189. Obtenido de <https://www.proquest.com/docview/2274272928?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true>
- Hernández, H., Cruz, Y., Puentes, M., & Mendoza, D. (2021). *Diseño de un sistema de gestión de inventarios para el almacén Técnico Taller S.A.S de la ciudad Neiva-Huila, Colombia*. Obtenido de <https://ojs.uniquindio.edu.co/ojs/index.php/riuaq/article/view/562>
- Hernández, R., Baptista, P., & Fernández, C. (2014). *Metodología de la investigación*. México. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Karki, C. (2020). Effect of Inventory Management on Profitability: Empirical Evidence from Uniliver Nepal Limited. Journal of Management, 3(1), 35-43. <https://doi.org/10.3126/jom.v3i1.30910>
- León, J. L. (2020). *Publicidad y aumento de las ventas. Estudio inductivo sobre campañas vendedoras*. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, 311-334. Obtenido de <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/adcomunica/article/view/5394>

- Máster Marketing. (Noviembre de 2019). Obtenido de <https://www.mastermarketing-valencia.com/ventas-y-gestion-comercial/blog/fuerza-de-ventas-empresa/>
- Microtech. (Noviembre de 2018). Obtenido de <https://www.microtech.es/blog/planificaci%C3%B3n-y-control-de-gastos-en-empresas-instaladoras#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20de%20empresas%20instaladoras,real%20cumple%20con%20estos%20planes>
- Miranda, J. (2020). *Gestión de inventario. Concepto e indicadores de control*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/gestion-de-inventario/>
- Nagy, J., & Fawcett, S. (2022). *Sección 4. Desarrollar estrategias exitosas: Planear para ganar*. Obtenido de <https://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/estructura/estrategia-planificacion/desarrollar-estrategias/principal>
- Ojito, E. (2018). "Examen a libro abierto": ¿Inventarios parados en Sancti Spíritus? Obtenido de <http://www.cubadebate.cu/noticias/2018/03/15/examen-a-libro-abierto-inventarios-parados-en-sancti-spiritus/#.XYTIOShKjIU>
- Palacios, A. (2017). *Administración del tiempo y la fuerza de ventas en la Empresa Genfar Perú S.A. - Lima, 2017*. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/21643>
- Pérez, J., & Merino, M. (2021). *Definición de reporte*. Obtenido de <https://definicion.de/reporte/>
- Pérez, M., & Wong, H. (2018). *Gestión de inventarios en la empresa Soho Color Salón & Spa en Trujillo (Perú), en 2018*. Trujillo. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409658132010>
- Pizan, S. (2018). *Marketing Mix y Gestión de Fuerza de Ventas de las Farmacias Cruzylpharma del distrito La Esperanza, 2018*. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/33688>
- Quiroa, M. (2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/fuerza-de-ventas.html>

- Quispe, F. (2021). *La gestión de inventarios y la liquidez de la empresa Imprenta Aquino*. Lima, 2021. Universidad Cesar Vallejo, Lima. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/63598/Quispe_AFK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rodríguez, A., Sabogal, T., & Fuentes, E. (2021). *Sistema de gestión de inventarios para compañías de hardware - Caso de estudio*. Obtenido de <http://ojs.urepublicana.edu.co/index.php/ingenieria/article/view/748/560>
- Salazar, M., Icaza, M., & Alejo, O. (2018). *La importancia de la ética en la investigación*. Obtenido de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/798>
- Sánchez, J. (2017). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/rotacion-del-inventario.html>
- Sekeroglu, G., & Altan, M. (2020). The Relationship between Inventory Management and Profitability A Comparative Research on Turkish Firms Operated in Weaving Industry Eatables Industry Wholesale and Retail Industry. *International Journal of Mechanical and Industrial Engineering*, 8(6), 1665-1670. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/344729708>
- Steimberg, R. (2021). *Infraestructura estatal urbana en la producción de la fuerza de trabajo*. Obtenido de <https://est.cmq.edu.mx/index.php/est/article/view/1651>
- Thompson, I. (2020). Obtenido de <https://www.promonegocios.net/venta/concepto-de-venta.html>
- Tributos.net. (2021). Obtenido de https://www.tributos.net/definicion-de-gestion-de-inventarios-1013/#google_vignette
- Valle, J. (2019). *Capacitación para la fuerza de ventas de Inversiones Valle EIRL*. Obtenido de <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/4454>
- Villacis, L. M., Mejía, L. M., Muñoz, J. A., & Chukwugozie, C. (2021). *Sistema de plan de marketing como herramienta para aumentar las ventas en establecimientos gastronómicos: Caso norte de Manabí*. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Información*, 405-413. Obtenido de

<https://www.proquest.com/scholarly-journals/sistema-de-plan-marketing-como-herramienta-para/docview/2483102585/se-2>

Westreicher, G. (2019). *Importancia de la gestión de inventarios*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/gestion-de-inventarios.html>

Westreicher, G. (2020). *Control de inventario*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/control-de-inventario.html#:~:text=El%20control%20de%20inventario%20es,adem%C3%A1s%20el%20ahorro%20de%20costes>.

Westreicher, G. (2020). *Gestión financiera*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/gestion-financiera.html>

ANEXOS

Anexo.1 Matriz de operacionalización de variables

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Variable 1 Gestión de inventarios	Se define a la gestión de inventarios como la administración respecto al ingreso y salida de insumos, productos terminados o semiterminados, bienes auxiliares y herramientas que posee una empresa. (Westreicher, 2020)	Procedimiento que medirá la variable de estudio mediante sus indicadores, utilizando un cuestionario conformado por 10 ítems, aplicados a los trabajadores de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C.	Control de inventarios	Reporte de existencias	1	Ordinal
					2	Ordinal
					3	Ordinal
			Reporte de ingresos	Stock	4	Ordinal
					5	Ordinal
					6	Ordinal
			Rotación de inventarios	Control de existencias faltantes y sobrantes Fechas de vencimientos de los productos	7	Ordinal
					8	Ordinal
					9	Ordinal
					10	Ordinal
Variable 2 Ventas	La fuerza de ventas está definida por el conjunto de recursos humanos y materiales que permiten realizar el proceso de comercialización de sus bienes y servicios. (Quiroa, 2020)	Procedimiento que medirá la variable de estudio mediante sus indicadores, utilizando un cuestionario conformado por 10 ítems, aplicados a los trabajadores de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C.	Capacitación y desarrollo de estrategias	Motivación Trabajo en equipo y calidad	11	Ordinal
					12	Ordinal
					13	Ordinal
					14	Ordinal
					15	Ordinal
			Control y planificación	Volumen de venta Línea de productos	16	Ordinal
					17	Ordinal
					18	Ordinal
					19	Ordinal
					20	Ordinal

Anexo 2. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable e Indicadores			
<p>General ¿De qué manera la gestión de inventarios influye en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., Nuevo Chimbote - 2021?</p> <p>Problemas específicos PE1. ¿Cómo el control de inventarios influye en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., Nuevo Chimbote - 2021?</p> <p>PE2. ¿De qué manera el reporte de ingresos influye en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., Nuevo Chimbote - 2021?</p> <p>PE3. ¿Cómo la rotación de inventarios influye en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., Nuevo Chimbote - 2021?</p>	<p>General Determinar la influencia de la gestión de inventarios en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., Nuevo Chimbote – 2021.</p> <p>Objetivos específicos OE1. Determinar la influencia del control de inventarios en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., Nuevo Chimbote – 2021.</p> <p>OE2. Determinar la influencia del reporte de ingresos en las ventas en la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., Nuevo Chimbote – 2021.</p> <p>OE3. Determinar la influencia de la rotación de inventarios en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., Nuevo Chimbote – 2021.</p>	<p>General La gestión de inventarios influye significativamente en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., Nuevo Chimbote – 2021.</p> <p>Hipótesis específicas HE1. El control de inventarios influye significativamente en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., Nuevo Chimbote – 2021.</p> <p>HE2. El reporte de ingresos influye significativamente en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., Nuevo Chimbote – 2021.</p> <p>HE3. La rotación de inventarios influye significativamente en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., Nuevo Chimbote – 2021.</p>	Variable 1: gestión de inventarios			
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Metodología
			Control de inventarios	Reporte de existencias	01 - 03	Enfoque Cuantitativo
			Reporte de ingresos	Stock	04 - 06	
			Rotación de inventarios	Control de existencias faltantes y sobrantes Fechas de vencimientos de los productos	07 - 10	Tipo Básica Nivel Correlacional
			Variable 2: ventas			
Capacitación y desarrollo de estrategias	Motivación Trabajo en equipo y calidad	11 - 15	Método deductivo Población 56 elementos			
Control y planificación	Volumen de venta Línea de productos	16 - 20	Instrumento Cuestionario			

Anexo 3. Instrumento de recolección de datos: gestión de inventarios

Introducción:

La presente guía de encuesta se realiza con la finalidad de determinar si la gestión de inventarios influye en las ventas, dirigido al personal que laboran en las áreas de almacén y ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Chimbote, 2021.

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

INSTRUCCIONES: Marque con una (x) la respuesta que considere correcta:

RECUERDE QUE ES MUY IMPORTANTE PARA NOSOTROS CONTAR CON SU APOYO PARA LA REALIZACIÓN DE ESTE CUESTIONARIO, CON LO QUE ESTÁ CONTRIBUYENDO AL MEJORAMIENTO DEL CONOCIMIENTO SOBRE LA GESTION DE INVENTARIOS.

N°	ITEMS	ESCALA				
		N	CN	AV	CS	S
		1	2	3	4	5
01	El área de almacén dispone de un formato Kardex donde permita registrar las entradas y salidas de mercancía					
02	La entrada de insumos coincide con los requerimientos de la empresa para mantener un buen nivel de inventario					
03	Se controla la salida de mercadería del almacén adecuadamente					
04	La empresa cuenta con un sistema que permita calcular la rotación de stock					
05	Un adecuado registro de mercadería permite controlar eficazmente el stock de productos					
06	La empresa realiza inventarios para actualizar su stock de productos					
07	El ambiente y/o lugar donde se encuentra la mercadería tiene una buena calidad para almacenar los productos					

08	Se realiza un inventario de la mercadería para identificar a tiempo los faltantes					
09	Se realiza la verificación del producto que ingresa al almacén como la fecha de vencimiento y calidad del producto					
10	La mercadería defectuosa y/o vencida es separada de la que está en buen estado					

Anexo 4. Instrumento de recolección de datos: ventas

Introducción:

La presente encuesta se realiza con la finalidad de determinar si la gestión de inventarios influye en las ventas, dirigido al personal que laboran en las áreas de almacén y ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C., Chimbote, 2021.

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

INSTRUCCIONES: Marque con una (x) la respuesta que considere correcta:

RECUERDE QUE ES MUY IMPORTANTE PARA NOSOTROS CONTAR CON SU APOYO PARA LA REALIZACIÓN DE ESTE CUESTIONARIO, CON LO QUE ESTÁ CONTRIBUYENDO AL MEJORAMIENTO DEL CONOCIMIENTO SOBRE LAS VENTAS.

N°	ITEMS	ESCALA				
		N	CN	AV	CS	S
		1	2	3	4	5
11	Logras cumplir con las metas trazadas en el mes					
12	La empresa promueve con incentivos por cumplir con la cuota trazada					
13	Hay concursos que se realizan dentro de la empresa por llegar al 100% de sus ventas					
14	La empresa te brinda charlas informativas sobre los productos a ofrecer					
15	Sientes que se considera tu opinión antes de tomar una decisión					
16	Las líneas de productos que se ofrecen satisfacen las necesidades del cliente					
17	La cantidad de productos adquiridos por la empresa varían de acuerdo con su demanda					
18	Durante el mes te solicitan un reporte de tus ventas realizadas					
19	Conoces todos los productos que la empresa tiene para su venta					
20	Ofreces productos de calidad a buen precio					

Anexo 5. Niveles de confiabilidad de los instrumentos

Confiabilidad del instrumento gestión de inventarios

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	38	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	38	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,850	10

Confiabilidad del instrumento fuerza de ventas

Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	38	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	38	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,856	10

Confiabilidad del instrumento de gestión de inventarios y fuerza de ventas.

Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	38	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	38	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,920	20

Anexo 6: Validación de instrumentos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE GESTION DE INVENTARIOS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Control de Inventarios							
1	El área de almacén dispone de un formato Kardex donde permita registrar las entradas y salidas de mercancía	✓		✓		✓		
2	La entrada de insumos coincide con los requerimientos de la empresa para mantener un buen nivel de inventario	✓		✓		✓		
3	Se controla la salida de mercadería del almacén adecuadamente	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Reporte de Ingresos	Si	No	Si	No	Si	No	
4	La empresa cuenta con un sistema que permita calcular la rotación de stock	✓		✓		✓		
5	Un adecuado registro de mercadería permite controlar eficazmente el stock de productos	✓		✓		✓		
6	La empresa realiza inventarios para actualizar su stock de productos	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Rotación de Inventarios	Si	No	Si	No	Si	No	
7	El ambiente y/o lugar donde se encuentra la mercadería tiene una buena calidad para almacenar los productos	✓		✓		✓		
8	Se realiza un inventario de la mercadería para identificar a tiempo los faltantes	✓		✓		✓		
9	Se realiza la verificación del producto que ingresa al almacén como la fecha de vencimiento y calidad del producto	✓		✓		✓		
10	La mercadería defectuosa y/o vencida es separada de la que está en buen estado	✓		✓		✓		

Elaboración propia

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA DE LOS ÍTEMS PLANTEADOS

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

Apellidos y nombres del juez validador: REVILLA BECERRA MISAEL BENIGNO

DNI: 32804567

Especialidad del validador: DOCTOR EN CONTABILIDAD

Chimbote, 22 de junio del 2022

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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



Dr. CPCC. Misael Revilla Becerra
Mat. N° 06-497

Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE FUERZA DE VENTAS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Capacitación y desarrollo de estrategias							
1	Logras cumplir con las metas trazadas en el mes	✓		✓		✓		
2	La cantidad de productos adquiridos por la empresa varían de acuerdo a su demanda	✓		✓		✓		
3	Hay concursos que se realizan dentro de la empresa por llegar al 100% de sus ventas	✓		✓		✓		
4	La empresa te brinda charlas informativas sobre los productos a ofrecer	✓		✓		✓		
5	Sientes que se considera tu opinión antes de tomar una decisión	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Control y planificación	Si	No	Si	No	Si	No	
6	Las líneas de productos que se ofrecen satisfacen las necesidades del cliente	✓		✓		✓		
7	La cantidad de productos adquiridos por la empresa varían de acuerdo a su demanda	✓		✓		✓		
8	Durante el mes te solicitan un reporte de tus ventas realizas	✓		✓		✓		
9	Conoces todos los productos que la empresa tiene para su venta	✓		✓		✓		
10	Ofreces productos de calidad a buen precio	✓		✓		✓		

Elaboración propia

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA DE LOS ÍTEMS PLANTEADOS

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

Apellidos y nombres del juez validador: REVILLA BECERRA MISAEL BENIGNO

DNI: 32804567

Especialidad del validador: DOCTOR EN CONTABILIDAD

Chimbote, 22 de junio del 2022



Dr. CPCC. Misael Revilla Becerra
Mat. N° 06-497

Firma del Experto Informante

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

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

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

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

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE GESTION DE INVENTARIOS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Control de Inventarios								
1	El área de almacén dispone de un formato Kardex donde permita registrar las entradas y salidas de mercancía	X		X		X		
2	La entrada de insumos coincide con los requerimientos de la empresa para mantener un buen nivel de inventario	X		X		X		
3	Se controla la salida de mercadería del almacén adecuadamente	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Reporte de Ingresos								
4	La empresa cuenta con un sistema que permita calcular la rotación de stock	X		X		X		
5	Un adecuado registro de mercadería permite controlar eficazmente el stock de productos	X		X		X		
6	La empresa realiza inventarios para actualizar su stock de productos	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Rotación de Inventarios								
7	El ambiente y/o lugar donde se encuentra la mercadería tiene una buena calidad para almacenar los productos	X		X		X		
8	Se realiza un inventario de la mercadería para identificar a tiempo los faltantes	X		X		X		
9	Se realiza la verificación del producto que ingresa al almacén como la fecha de vencimiento y calidad del producto	X		X		X		
10	La mercadería defectuosa y/o vencida es separada de la que está en buen estado	X		X		X		

Elaboración propia

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA DE LOS ÍTEMS PLANTEADOS

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: GOMEZ DE LA BARRA MARQUEZ GONZALO URBANO DNI: 32875262

Especialidad del validador: DOCTOR EN CONTABILIDAD

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

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

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

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

Chimbote, 22 de junio del 2022


 Dr. CPC. Gonzalo U. Gómez de La Barra Márquez
 MATRÍCULA: 1151

Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE FUERZA DE VENTAS

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Capacitación y desarrollo de estrategias							
1	Logras cumplir con las metas trazadas en el mes	X		X		X		
2	La cantidad de productos adquiridos por la empresa varían de acuerdo a su demanda	X		X		X		
3	Hay concursos que se realizan dentro de la empresa por llegar al 100% de sus ventas	X		X		X		
4	La empresa te brinda charlas informativas sobre los productos a ofrecer	X		X		X		
5	Sientes que se considera tu opinión antes de tomar una decisión	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Control y planificación							
6	Las líneas de productos que se ofrecen satisfacen las necesidades del cliente	X		X		X		
7	La cantidad de productos adquiridos por la empresa varían de acuerdo a su demanda	X		X		X		
8	Durante el mes te solicitan un reporte de tus ventas realizas	X		X		X		
9	Conoces todos los productos que la empresa tiene para su venta	X		X		X		
10	Ofreces productos de calidad a buen precio	X		X		X		

Elaboración propia

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA DE LOS ÍTEMS PLANTEADOS

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

Apellidos y nombres del juez validador: GOMEZ DE LA BARRA MARQUEZ GONZALO URBANO

DNI: 32875262

Especialidad del validador: DOCTOR EN CONTABILIDAD

Chimbote, 22 de junio del 2022

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

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

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

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

Dr. CPC. Gonzalo U. Gómez De La Barra Márquez
MATRICULA: 1164

Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE GESTION DE INVENTARIOS

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Control de Inventarios								
1	El área de almacén dispone de un formato Kardex donde permita registrar las entradas y salidas de mercancía	✓		✓		✓		
2	La entrada de insumos coincide con los requerimientos de la empresa para mantener un buen nivel de inventario	✓		✓		✓		
3	Se controla la salida de mercadería del almacén adecuadamente	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: Reporte de Ingresos								
4	La empresa cuenta con un sistema que permita calcular la rotación de stock	✓		✓		✓		
5	Un adecuado registro de mercadería permite controlar eficazmente el stock de productos	✓		✓		✓		
6	La empresa realiza inventarios para actualizar su stock de productos	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: Rotación de Inventarios								
7	El ambiente y/o lugar donde se encuentra la mercadería tiene una buena calidad para almacenar los productos	✓		✓		✓		
8	Se realiza un inventario de la mercadería para identificar a tiempo los faltantes	✓		✓		✓		
9	Se realiza la verificación del producto que ingresa al almacén como la fecha de vencimiento y calidad del producto	✓		✓		✓		
10	La mercadería defectuosa y/o vencida es separada de la que está en buen estado	✓		✓		✓		

Elaboración propia

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia en los ítems planteados

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

Apellidos y nombres del juez validador: Ulloa Siccha Javier Leopoldo

DNI: 77921168

Especialidad del validador: Doctor en Contabilidad y Finanzas

Chimbote, 22 de junio del 2022

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

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

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

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



Dr. CPC. ULLOA SICCHA JAVIER
Mat. N° 001769

Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE FUERZA DE VENTAS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Capacitación y desarrollo de estrategias							
1	Logras cumplir con las metas trazadas en el mes	✓		✓		✓		
2	La cantidad de productos adquiridos por la empresa varían de acuerdo a su demanda	✓		✓		✓		
3	Hay concursos que se realizan dentro de la empresa por llegar al 100% de sus ventas	✓		✓		✓		
4	La empresa te brinda charlas informativas sobre los productos a ofrecer	✓		✓		✓		
5	Sientes que se considera tu opinión antes de tomar una decisión	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Control y planificación	Si	No	Si	No	Si	No	
6	Las líneas de productos que se ofrecen satisfacen las necesidades del cliente	✓		✓		✓		
7	La cantidad de productos adquiridos por la empresa varían de acuerdo a su demanda	✓		✓		✓		
8	Durante el mes te solicitan un reporte de tus ventas realizas	✓		✓		✓		
9	Conoces todos los productos que la empresa tiene para su venta	✓		✓		✓		
10	Ofreces productos de calidad a buen precio	✓		✓		✓		

Elaboración propia

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia en los ítems planteados

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

Apellidos y nombres del juez validador: Ulloa Siccha Javier Leopoldo

DNI: 17921168

Especialidad del validador: Doctor en Contabilidad y Finanzas

Chimbote, 22 de junio del 2022

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

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

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

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



Dr. CPC. ULLOA SICCHA JAVIER
Mat. N° 001769

Firma del Experto Informante

Anexo 7: Carta de presentación a la empresa para solicitar autorización



Anexo 2.
“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

Trujillo, 28 de Junio del 2022.

CARTA N° 001-2022-UCV-LATC

SEÑORES:
Gerente General
Distribuciones Santa Apolonia

De mi especial consideración:

Es grato dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo y a la vez presentarme ante su empresa:

-Yo, **Pelaez Lezama Jaime Nilber Y Vivanco Dionicio Esthefany Raquel** identificados con DNIS N° 48034634 - 70015318 con códigos N° 7002848612 - 7002848651 y domicilios en **Jr. Independencia #544 Pj. El Progreso - Jr. Atahualpa Mz. Q Lt. 42 Pj. Magdalena Nueva**, Provincia Santa, Región Ancash. Bachilleres de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Carrera Profesional de Contabilidad de la **UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO** en la sede **TRUJILLO**, deseo realizar mi Investigación en su distinguida institución, es por ello que solicito obtener información a fin de desarrollar mi Proyecto de Investigación.

Pongo de su conocimiento que el título de la investigación a desarrollar es: **“Gestión de inventarios y su influencia en las ventas Empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021”** El representante de nuestra investigación para la suscripción del convenio es el señor Dr. Quiroz Suarez, David, de ser aceptadas sírvase informarnos por escrito.

Concedor de su compromiso por el desarrollo educativo, solicito brindar las facilidades del caso al estudiante, a fin de que pueda recopilar la información necesaria para su trabajo de investigación.

Esperando contar con su apoyo, sin otro en particular reciba un cordial saludo.

Atentamente,

Pelaez Lezama Jaime Nilber
Código: 7002848612
Cel: 942901827

Vivanco Dionicio Esthefany Raquel
Código: 7002848612
Cel: 993272177

Anexo 8: Carta de autorización de la empresa



DISTRIBUCIONES
Santa Apolonia S.A.C
Clemente Palma N° 495 Dpto. 202 - Miraflores, Lima, Lima
Cal. Urb. Semi Urbana MZ. I - Lote 13 Telf. 043 - 318830
Nuevo Chimbote - Santa - Ancash

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Chimbote, 04 de julio de 2022

Señores

Escuela de Contabilidad

Universidad César Vallejo – Campus Trujillo.

A través del presente, Melissa Lisbeth Rodriguez Quispe, identificado (a) con DNI N° 47628824 representante de la empresa/institución Distribuciones Santa Apolonia S.A.C con el cargo de Gerente General, me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que las siguientes personas:

- a) Pelaez Lezama Jaime Nilber con DNI: 48034634
- b) Vivanco Dionicio Esthefany Raquel con DNI: 70015318

Están autorizadas para:

- a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada "Gestión de inventarios y su influencia en las ventas Empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A, Nuevo Chimbote – 2021"

Si No

- b) Emplear el nombre de nuestra organización dentro del referido trabajo

Si No

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente,

Firma y Sello

Nombre y Apellidos... Melissa Rodriguez Quispe

Cargo... Gerente General

Anexo 9: Consentimiento informado

Consentimiento informado para participación en encuestas

La investigación titulada: “Gestión de inventarios y su influencia en las ventas Empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote - 2021” llevada a cabo por los: bachiller **Pelaez Lezama Jaime Nilber y Vivanco Dionicio Esthefany Raquel**, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad César Vallejo.

Tiene como objetivo: Determinar su influencia de la gestión de inventarios en las ventas de la empresa Distribuciones Santa Apolonia S.A.C, Nuevo Chimbote – 2021.

Por tal motivo se le invita a participar en las encuestas que le tomarán un tiempo aproximado de 15 minutos. Se le informará de los resultados de la investigación a través de los celulares 942901827 - 993272177 o de los correos 672pelaezl@ucvvirtual.edu.pe – 892vivancod@ucvvirtual.edu.pe.

La decisión de participar es voluntaria y anónima, donde usted puede interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Ante alguna inquietud y/o duda, puede comunicarse a través de los medios antes señalados.

Para dar fe de su consentimiento, complete la información requerida y firme en señal de conformidad.

Participante de la encuesta

Nombre: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante

DNI _____

Aplicador de la encuesta



Br. Pelaez Lezama Jaime Nilber
DNI 48034634
672pelaezl@ucvvirtual.edu.pe



Br. Vivanco Dionicio Esthefany Raquel
DNI 70015318
892vivancod@ucvvirtual.edu.pe

Anexo 10: Base de datos recolectados de la variable gestión de inventarios

GESTION DE INVENTARIOS										
Nº	Control de inventarios			Reporte de ingresos			Rotación de inventarios			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	4	3	5	4	3	2	4	4	4	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5
4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	3	5	3	5	4	4	5	5	5	5
7	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4
8	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
10	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
11	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	3	2	5	3	2	4	4	3	2	1
15	4	3	5	4	3	2	4	4	4	4
16	5	3	5	3	3	4	5	5	4	5
17	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5
19	5	4	3	5	4	4	4	5	5	5
20	1	3	4	3	3	4	5	5	4	5
21	2	2	5	5	2	5	1	5	1	2
22	4	3	5	4	3	2	4	4	4	4
23	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5
24	4	3	5	4	3	2	4	4	4	4
25	1	2	5	3	5	5	2	3	5	4
26	5	4	4	4	5	5	4	3	4	3
27	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4
28	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3
29	5	5	4	4	5	5	5	3	4	3
30	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3
31	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3
32	5	4	5	4	5	5	4	3	4	3
33	5	4	5	4	4	5	4	3	4	3
34	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4
35	3	2	2	3	2	4	4	3	2	1
36	4	3	5	4	3	2	4	4	4	4
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Anexo 11: Base de datos recolectados de la variable fuerza de ventas

FUERZA DE VENTAS										
Nº	capacitación y desarrollo de estrategias					Control y planificación				
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	2	2	3	4	4	2	4	5	4	5
2	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
3	5	5	5	4	5	3	5	5	5	4
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
6	4	5	5	5	5	5	4	5	3	5
7	5	4	3	5	5	4	5	5	4	5
8	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5
9	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	3	4	3	4	2	2	1	3	2	5
15	2	2	3	4	4	2	4	5	4	5
16	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
17	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5
18	5	5	4	5	5	4	5	4	5	2
19	5	3	5	4	5	3	5	5	5	4
20	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3
21	3	5	4	5	4	5	5	5	4	4
22	2	2	3	4	4	2	4	5	4	5
23	5	3	5	4	5	3	5	5	5	5
24	2	2	3	4	4	2	4	5	4	3
25	2	5	3	5	5	2	5	1	5	4
26	4	4	3	5	3	5	5	4	5	4
27	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5
28	4	4	3	5	5	4	4	5	5	4
29	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4
30	4	4	3	5	3	5	5	5	5	4
31	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5
32	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4
33	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4
34	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
35	3	4	3	4	2	2	1	3	2	3
36	2	2	3	4	4	2	4	5	4	3
37	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5