

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y**  
**ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**



**INFORME DE TESIS:**

**“LA GESTIÓN DE INVENTARIOS Y LA TOMA DE DECISIONES EN LA  
EMPRESA DISTRIBUIDORA SAN JUAN SRL. DEL DISTRITO DE CAJAMARCA,  
2022”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
CONTADOR PUBLICO**

**PRESENTADO POR LA BACHILLER:  
PALACIOS FERNÁNDEZ, MIRIAM**

**ASESOR:  
DR. VERA ABANTO JUAN JOSE JULIO**

**CAJAMARCA – PERÚ**

**2023**



UNIDAD DE INVESTIGACIÓN  
**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA**  
Norte de la Universidad Peruana  
Fundada por Ley 14015 del 13 de febrero de 1962  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES  
Y ADMINISTRATIVAS**  
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



*"Año de la unidad, la paz y el desarrollo "*

El Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas Contables y Administrativas de la Universidad Nacional de Cajamarca- UI-FCECA-UNC- Dr. JUAN JOSÉ JULIO VERA ABANTO, emite el siguiente:

**CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD DE TESIS**

<b>CARRERA PROFESIONAL</b>	Contabilidad
<b>DOCUMENTO EVALUADO</b>	Tesis de Pregrado.
<b>AUTOR</b>	<b>Bach. Palacios Fernández, Miriam</b>
<b>TÍTULO</b>	LA GESTIÓN DE INVENTARIOS Y LA TOMA DE DECISIONES EN LA EMPRESA DISTRIBUIDORA SAN JUAN SRL. DEL DISTRITO DE CAJAMARCA, 2022.
<b>DOCENTE EVALUADOR</b>	Dr. Juan José Julio Vera Abanto
<b>PORCENTAJE DE SIMILITUD</b>	0%

**Nota:**

La evaluación ha sido realizada por el docente asesor de la tesis mencionada, aplicando el software antiplagio Ouriginal – URKUND en cumplimiento de la Directiva N° 001-2020-VRI-UNC y Guía de aplicación de esta, aprobado por Resolución de Consejo de Facultad N° 035-2021-F-CECA-UNC, a las que me remito en caso necesario.

**CONCLUSIÓN:** La tesis antes indicada, cumple con el **REQUISITO DE ORIGINALIDAD** correspondiente, de acuerdo con las normas antes señaladas.

**OBSERVACIONES:** Ninguna.

Cajamarca 07 de junio de 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS  
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN  
por   
Dr. Juan José J. Vera Abanto  
DIRECTOR

CC. Archivo

Copyright © 2023  
PALACIOS FERNÁNDEZ MIRIAM  
Derechos reservados

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS**

**Escuela Académico Profesional de Contabilidad**

**APROBACIÓN DE TESIS**

El asesor y los miembros del jurado evaluador designados según Resolución de Consejo de Facultad N°236-2023-F-CECA-UNC, aprueban la tesis desarrollada por la bachiller PALACIOS FERNÁNDEZ MIRIAM titulada: “LA GESTIÓN DE INVENTARIOS Y LA TOMA DE DECISIONES EN LA EMPRESA DISTRIBUIDORA SAN JUAN SRL. DEL DISTRITO DE CAJAMARCA, 2022”.

---

Dr. CPC. Arnaldo Kianman Chapilliquen  
Presidente

---

Dr. CPC. Julio Norberto Sánchez De La Puente  
Secretario

---

Dr. CPC. Lennin Rodriguez Castillo  
Vocal:

---

Dr. CPC. Juan José Julio Vera Abanto  
Asesor

**DEDICATORIA:**

*La presente investigación va dedicado a mi familia, quienes han sido parte fundamental en la realización de mi crecimiento profesional, ya que ellos día a día me mostraron el camino de superación.*

*Miriam Palacios Fernández*

## AGRADECIMIENTO

*A Dios porque mis logros son resultado de su protección y guía.*

*A mi familia porque me formaron con muchas reglas y con algunas libertades, siempre motivándome para alcanzar mis anhelos.*

*A Michel por sus aportes, su amor, su inmensa bondad y apoyo*

*A todos mis docentes por el conocimiento compartido que fue base de mi formación.*

*A mi asesor Vera Abanto Juan José Julio por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento, y por la paciencia para guiarme durante el proceso de elaboración de mi tesis.*

*Al administrador de la empresa Distribuidora San Juan SRL y a todo el personal de prestigiada entidad, por haberme brindado la información requerida para la elaboración de mi informe de tesis.*

*A mi mejor amiga Jesarela Paredes quien estuvo apoyándome en toda la elaboración de mi informe de tesis, especialmente en mi sustentación.*

*Es por ello que hago presente mi gran afecto y agradecimiento a los antes mencionados.*

*Miriam Palacios Fernández*

## INDICE

DEDICATORIA: .....	V
AGRADECIMIENTO .....	VI
RESUMEN .....	XIV
ABSTRACT.....	XV
INTRODUCCIÓN .....	XVI
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN .....	1
1.1. Descripción del problema.....	1
1.2. Formulación del problema .....	4
1.2.1. Problema general .....	4
1.2.2. Problemas específicos.....	4
1.2. Objetivos.....	4
1.3.1. Objetivo general.....	4
1.3.2. Objetivos específicos .....	5
1.4. Justificación .....	5
1.4.1. Justificación teórica .....	5
1.4.1. Justificación practica.....	5
1.4.1. Justificación académica .....	5
1.5. limitación de la investigación .....	6
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....	7
2.1. Antecedentes de la investigación .....	7
2.1.1 A nivel internacional.....	7
2.1.1 A nivel Nacional .....	8
2.1.1 A nivel Regional .....	10
2.2. Bases teóricas.....	10
2.2.1. Gestión de Inventarios .....	10
2.2.1. Toma de decisiones.....	29
2.3. Definición de términos básicos.....	34
CAPÍTULO III. HIPÓTESIS Y VARIABLES .....	36
3.1. Formulación de hipótesis .....	36
3.1.1. Hipótesis general.....	36

3.1.2. Hipótesis específicas .....	36
3.2. Identificación de Variables .....	36
2.1. Variable dependiente .....	36
4.2.2. Variable Independiente .....	36
CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA .....	37
4.1. Tipo y nivel de investigación.....	37
4.2. Diseño de investigación.....	37
4.3. Método de investigación.....	38
4.4. Población de estudio .....	38
4.5. Tamaño de la muestra .....	39
4.6. Unidad de análisis.....	39
4.7. Operacionalización de variables .....	39
4.8. Técnicas e instrumento de investigación. ....	40
4.8.1. Técnica.....	40
4.8.2 Instrumento .....	40
4.9. Técnicas para el procesamiento y análisis de información.....	40
CAPÍTULO V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	42
5.1. Análisis e interpretación y discusión de resultados .....	42
5.1.1. Análisis e Interpretación de Ítem .....	42
5.1.2. Análisis e Interpretación de dimensiones .....	75
5.1.3. Análisis e Interpretación de Variables. ....	79
5.1.4. Análisis de Correlación según objetivos.....	81
5.1.5. Prueba de Hipótesis.....	83
5.2. Discusión de resultados.....	85
CONCLUSIONES.....	87
RECOMENDACIONES.....	89
REFERENCIAS.....	90
ANEXOS .....	94

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variable X: Gestión de Inventarios .....	39
Tabla 2 Variable Y: Toma de decisiones .....	40
Tabla 3 Información real de existencias oportunamente .....	42
Tabla 4 Conocimiento del objetivo de la gestión de sus inventarios .....	43
Tabla 5 Sistema de clasificación de inventarios adecuado .....	44
Tabla 6 Inventarios según su frecuencia.....	46
Tabla 7 Existencias compradas primeras, asequibles a unidades de distribución .....	47
Tabla 8 Almacén que permite acumular la mercancía que demanda los clientes.....	48
Tabla 9 Sistema de registro de inventario cantidades mínimas y máximas.....	50
Tabla 10 Sistema de solicitudes de compras.....	51
Tabla 11 Conteo físico periódico de existencia .....	52
Tabla 12 Valoración periódica económica de las existencias.....	53
Tabla 13 Conciliaciones de saldos contables con los inventarios físicos .....	55
Tabla 14 Método efectivo para determinar el lote óptimo de compra .....	56
Tabla 15 Sistema de medición de rotación de cada producto .....	57
Tabla 16 Punto óptimo entre la cantidad de stock y no quedar sin suministros .....	58
Tabla 17 Plan estratégico para variaciones amplias de ventas .....	60
Tabla 18 Estrategias y metas las cuales le ayuden a competir con éxito en el mercado ..	61
Tabla 19 Componentes estratégicos para la comercialización .....	62
Tabla 20 Recursos Humanos y selección de personal para gestionar inventarios.....	63
Tabla 21 Información oportuna sobre niveles óptimos de rotación.....	64
Tabla 22 Información real, exacta de inventarios para toma de decisiones.....	65

Tabla 23 Tecnología para gestionar sus recursos .....	66
Tabla 24 Tecnología para mejorar administración de los inventarios .....	67
Tabla 25 Selección adecuada de proveedores.....	68
Tabla 26 Alianzas con proveedores .....	69
Tabla 27 Segmentación de clientes.....	70
Tabla 28 Decisiones personalizadas según cliente .....	71
Tabla 29 Capacitación de empleados para mejor proceso de ventas .....	73
Tabla 30 Gestión logística y toma de decisiones .....	74
Tabla 31 Nivel de planificación de Inventarios .....	75
Tabla 32 Nivel de Control de Inventarios.....	76
Tabla 33 Nivel en toma de decisiones estratégicas.....	77
Tabla 34 Nivel en toma de decisiones tácticas .....	77
Tabla 35 Nivel en toma de decisiones operativas.....	78
Tabla 36 Nivel de gestión de Inventarios .....	79
Tabla 37 Nivel de Toma de decisiones .....	80
Tabla 38 Correlación de Variables .....	81
Tabla 39 Correlación a nivel de objetivo específico 1.....	82
Tabla 40 Correlación a nivel de objetivo específico 2.....	82
Tabla 41 Matriz de consistencia metodológica.....	94
Tabla 42 Prueba de normalidad Shapiro – Wilk.....	103

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Importancia de la Gestión de Inventarios .....	12
Figura 2	Variables importantes para la ubicación de los inventarios .....	15
Figura 3	Costos de Inventarios .....	19
Figura 4	Existencias.....	20
Figura 5	Ciclo de rotación de inventario.....	21
Figura 6	Medidas preventivas y correctoras. ....	23
Figura 7	Comportamiento del inventario en el ciclo .....	24
Figura 8	Efectividad de la Gestión del Almacén .....	28
Figura 9	Puntos más importantes para optimizar puntos en el almacén .....	29
Figura 10	Ciclo de la toma de inventarios .....	31
Figura 11	Información real de las existencias oportunamente.....	42
Figura 12	Conocimiento del objetivo de la gestión de sus inventarios.....	43
Figura 13	Sistema de clasificación de inventarios adecuado.....	45
Figura 14	Inventarios según su frecuencia.....	46
Figura 15	Existencias compradas primero, asequibles a unidades de distribución. ....	47
Figura 16	Espacio disponible en el almacén para nueva orden de compra .....	48
Figura 17	Sistema de registro de inventario cantidades mínimas y máximas .....	50
Figura 18	Sistema de solicitudes de compras .....	51
Figura 19	Conteo físico periódico de existencia.....	53
Figura 20	Valoración periódica económica de las existencias .....	54
Figura 21	Conciliaciones de saldos contables con los inventarios físicos.....	55
Figura 22	Método efectivo para determinar el lote óptimo de compra.....	56

Figura 23 Sistema de medición de rotación de cada producto.....	57
Figura 24 Punto óptimo entre la cantidad de stock y no quedar sin suministros.....	59
Figura 25 Plan estratégico para variaciones amplias de ventas .....	60
Figura 26 Estrategias y metas las cuales le ayuden a competir con éxito en el mercado .	61
Figura 27 Componentes estratégicos para la comercialización .....	62
Figura 28 Recursos Humanos y selección de personal para gestionar inventarios.....	63
Figura 29 Información oportuna sobre niveles óptimos de rotación .....	64
Figura 30 Información real, exacta de inventarios para toma de decisiones .....	65
Figura 31 Tecnología para gestionar sus recursos .....	66
Figura 32 Tecnología para mejorar administración de los inventarios.....	67
Figura 33 Selección adecuada de proveedores .....	68
Figura 34 Alianzas con proveedores.....	69
Figura 35 Segmentación de clientes .....	70
Figura 36 Decisiones personalizadas según cliente .....	72
Figura 37 Capacitación de empleados para mejor proceso de ventas.....	73
Figura 38 Gestión logística y toma de decisiones.....	74
Figura 39 Nivel de planificación de Inventarios.....	75
Figura 40 Nivel de Control de Inventarios .....	76
Figura 41 Nivel en toma de decisiones estratégicas .....	77
Figura 42 Nivel en toma de decisiones tácticas .....	78
Figura 43 Nivel en toma de decisiones operativas.....	79
Figura 44 Nivel de gestión de Inventarios .....	80
Figura 45 Nivel de Toma de decisiones.....	80

## ANEXOS

ANEXO 1 Matriz de consistencia metodológica.....	94
ANEXO 2 Instrumento de recolección de datos.....	95
ANEXO 3 Prueba de fiabilidad del instrumento .....	101
ANEXO 4 Índices sintéticos de valoración de variables y dimensiones (baremos).....	102
ANEXO 5 Rango correlacional .....	102
ANEXO 6 Distribución normal para aplicar coeficiente paramétrico de Pearson .....	103
ANEXO 7 Organigrama Distribuidora San Juan SRL .....	104
ANEXO 8 Carta de autorización de datos de la empresa .....	105
ANEXO 9 Acta de sustentación de tesis.....	106

## RESUMEN

La presente investigación se desarrolló con el objetivo de Analizar la gestión de inventarios y su influencia en la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022. El estudio fue de nivel correlacional y diseño no experimental transversal de tipo descriptivo y correlacional – causal, para efectos del estudio se consideró como muestra al total de población por su reducida cantidad siendo la muestra 40 trabajadores de la Empresa Distribuidora San Juan SRL para la recolección de información se hizo uso del cuestionario. Para mostrar la confiabilidad del instrumento se utilizó el alfa de Cronbach donde la confiabilidad para ambas variables tiene un nivel alto  $\alpha=0.847$ . Los resultados muestran que la mayoría de los trabajadores 57.5% considera un nivel bajo de gestión de inventarios, y un 42.5% un nivel medio. Se concluye que la gestión de inventarios influye en la toma de decisiones, es decir la variación de la gestión de inventarios explica en un 63.04% las variaciones en la toma de decisiones según ( $r^2 = 63.04\%$ ) existiendo una relación directa alta entre variables, según el coeficiente de correlación de Pearson de 0,794 y significativa según el nivel  $0.00 < 0.05$ . la Planificación de inventarios influye de manera positiva para la toma de decisiones, según el coeficiente de  $r^2=57.0\%$  que evidencia en un 57.0% las variaciones en la toma de decisiones, asimismo estas variables se relacionan de manera alta según la correlación de Pearson 0.755. El 90% de los encuestados, considera un nivel medio de planificación de inventarios y un 7.5% un nivel bajo. El control de inventarios influye de manera positiva para la toma de decisiones según el coeficiente de  $r^2=62.7\%$  que evidencia en un 62.7% las variaciones en la toma de decisiones, asimismo estas variables se relacionan de manera alta según la correlación de Pearson 0.627. El 97.5% de los encuestados considera un nivel medio de control de inventarios y un 2.5% un nivel bajo.

Palabra clave: Gestión de inventario, planificación, control, toma de decisiones.

## ABSTRACT

The present investigation was developed with the objective of analyzing inventory management and its influence on decision-making of the San Juan SRL Distributor Company, Cajamarca, during the year 2022. The study was of a correlational level and a non-experimental cross-sectional design of type descriptive and correlational - causal, for the purposes of the study, the total population was considered as a sample due to its small amount, the sample being 40 workers of the San Juan SRL Distributor Company for the collection of information, the questionnaire was used. To show the reliability of the instrument, Cronbach's alpha was used, where the reliability for both variables has a high level  $\alpha=0.847$ . The results show that the majority of workers 57.5% consider a low level of inventory management, and 42.5% a medium level. It is concluded that inventory management influences decision-making, that is, the variation in inventory management explains 63.04% of the variations in decision-making according to ( $r^2 = 63.04\%$ ), with a high direct relationship between variables, according to the Pearson correlation coefficient of 0.794 and significant according to the level  $0.00 < 0.05$ . Inventory planning has a positive influence on decision making, according to the coefficient of  $r^2=57.0\%$ , which shows 57.0% variations in decision making, likewise these variables are highly related according to Pearson's correlation 0.755 . 90% of those surveyed consider a medium level of inventory planning and 7.5% a low level. Inventory control has a positive influence on decision making according to the coefficient of  $r^2=62.7\%$ , which shows 62.7% variations in decision making, likewise these variables are highly related according to Pearson's correlation 0.627. 97.5% of those surveyed consider a medium level of inventory control and 2.5% a low level.

Keyword: Inventory management, planning, control, decision making.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación da a conocer la gestión de inventarios y la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL del distrito de Cajamarca, 2022 para que de esta manera cuente con la capacidad de dar respuesta a la problemática causada por la inadecuada gestión de inventarios. Tiene como objetivo Determinar de qué manera la gestión de inventarios influye en la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el periodo 2022, la idea nace debido a que actualmente el inventario es uno de los activos más grandes existentes de las empresas por ello muchas de ellas adoptan medidas para gestionarlos con la finalidad de mantener un control durante el proceso contable y poder tomar decisiones oportunas que favorezcan la rentabilidad de la empresa. La presente está estructurada en los capítulos detallados a continuación:

Capítulo I. Planeamiento de la Investigación: En este capítulo se identifica el problema y se realiza su respectiva formulación, con la finalidad de determinar el problema a nivel general y específico, también se plantea los objetivos que se pretende alcanzar con dicha investigación tanto a nivel general como específicos, así mismo se detalla la justificación de la presente tanto teórica, práctica y académica; y por último se muestra las limitaciones presentadas a lo largo del proceso de la investigación.

Capítulo II. Marco teórico: En este capítulo se muestran fuentes tanto primarias como secundarias que permitió fundamentar la Investigación. Se muestran estudios anteriores tanto a nivel internacional, nacional y regional, a los cuales llamamos antecedentes. Se presenta las bases teóricas tanto de la variable independiente como de la variable dependiente así mismo se muestra la definición de términos básicos.

Capítulo III. Hipótesis y Variables: en este capítulo se da un enunciado conjetural para la gestión de Inventarios y la toma de decisiones buscando establecer una relación que sirva como guía para la investigación, ya que miden lo que se busca o tratamos de probar. Es por ello que se presenta tanto una hipótesis general como específicas así mismo se da a conocer las variables las cuales son objeto de medición y estudio durante todo el proceso de la investigación.

Capítulo IV. Metodología: En este capítulo se presenta un diseño sistemático para la obtención de resultados fiables y validos los cuales responden a los objetivos descritos en la investigación. Se muestra el tipo, nivel, diseño y método de investigación. Además, se describe cómo se realizó la recopilación de datos, de acuerdo a la población, muestra de estudio y a la unidad de análisis, se muestra la operalización de variables las cuales son susceptibles a ser observadas y medidas. Se muestra las técnicas y los instrumentos de la investigación, lo cual permitirá establecer una relación entre las variables de estudio mediante un mecanismo que sirva para recolectar y obtener información. Por último, se presenta las técnicas para el procesamiento y análisis de información.

Capítulo V. Resultados y discusión: En este capítulo se presenta la parte final de la investigación en la cual se analiza, interpreta y discute los resultados. Se presenta la prueba de hipótesis, para presentar los resultados, determinar conclusiones y poder finalmente dar recomendaciones.

## **CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Descripción del problema**

Desde tiempos remotos nuestros antepasados buscaban la forma de poder controlar sus pertenencias, en algunos pueblos de la antigüedad acostumbraban a almacenar alimentos en grandes cantidades para tiempos difíciles, para de esta manera poder conservar y no echar a perder sus recursos, ellos se veían en la necesidad de adoptar diferentes métodos para llevar un control de sus existencias, lo mismo pasa con las empresas.

La preocupación que aqueja a las empresas es que constantemente se enfrentan a diferentes situaciones, las cuales se relacionan con la globalización actual y el sector socioeconómico complejo y cambiante, estas deben tener la capacidad de tomar decisiones oportunas y con información real que ayude a maximizar los beneficios.

Las empresas comerciales no son ajenas a lo ya mencionado ya que ellas al tener que comprar cantidades masivas para poder abastecer a sus clientes necesitan de una adecuada gestión de inventarios, jugando un rol importante el área de logística de las empresas para poder tener satisfechos a los clientes tanto por la calidad del producto como por la eficiencia que demuestren, hasta que el consumidor obtenga el bien.

La empresa Distribuidora San Juan SRL es una empresa comercial que se inscribió e inició actividades en el año 1994, con una trayectoria de 28 años en el mercado distribuyendo al por Mayor y menor productos Comestibles y Relacionados, principalmente al departamento de Cajamarca, abasteciendo a la provincia de Cajamarca, San Marcos, Cajabamba, Hualgayoc y Chota y también al Distrito de Huamachuco - Sánchez Carrión – La Libertad.

Esta empresa tiene como principales proveedores a Arcor De Perú S.A, Compañía Nacional De Chocolates De Perú S.A.(Winter's), Productos Extrigel y Universal S.A.C., Santiago

Queirolo SAC, Perufarma SA, P&D Andina Alimentos SA., Molitalia S.A, DIFARLIB S.R.L., Cartavio Rum Company S.A.C, Go To Market SAC, Zur Distribuidora De Alimentos SAC, Mundo Candy EIRL entre otros, su stock varia de S/.1,089,260.25 (el mes más bajo) a S/.1,563,396.15 (el mes más alto) por mes. Según sus estados financieros presentados al 31 de diciembre del 2021 cuentan con S/4,185,954.00 en activos netos de los cuales S/3,056,338.00 son mercadería, con lo cual se afirma que el activo más grande de esta distribuidora es su mercadería ya que representa el 73.01% del total de sus activos netos.

La Distribuidora San Juan SRL cuenta con un sistema contable llamado LUGO, sistema que facilita el proceso de operaciones para la empresa ya que, para elaborar facturas, cobrarlas y preparar información financiera con ventas diarias de S/. 41,500.00 en promedio. A clientes que oscilan entre 280 a 320 diarios, sería imposible llevar una contabilidad manual. Además, este sistema ayuda a controlar el inventario de dicha empresa.

Cuenta con diez vendedores repartidos en dos mesas (dos equipos de venta o fuerza de ventas) equitativamente para abastecer a las empresas comerciales minoristas del distrito de Cajamarca. Siendo responsables de estas, dos supervisores uno para cada mesa. Tiene un vendedor que se encarga de tomar los pedidos de los clientes mayoristas del distrito de Cajamarca, así mismo cuenta con un vendedor para los distritos Cajamarquinos, dos vendedores más que viajan a las provincias a tomar pedidos de los clientes y por último una vendedora en el mismo local donde se almacenan los productos.

El principal problema que existe en la empresa es que carecen de una gestión de inventarios adecuada, manifestada por errores: algunos encontrados en su sistema contable Lugo, otros debido a ventas condicionadas de sus proveedores, otros por ingreso de información incorrecta por su

personal encargado, y por la falta de comunicación en las áreas. Todos estos problemas debido a la falta de planificación y control de inventarios.

El primer problema específico identificado es la falta de planificación de inventarios ya que de este depende todo el proceso sistemático de las mercaderías, estableciendo objetivos y tomando decisiones para llegar al futuro deseado, con un marco estratégico que permita identificar las prioridades para el bienestar de la empresa. Esto se ve interrumpido ya que el trabajo de los supervisores es un tanto deficiente, porque son ellos quienes se encargan de monitorear el trabajo de campo de los 10 vendedores que hacen zona en el distrito de Cajamarca, teniendo la responsabilidad de brindarles las facilidades para que puedan desempeñar un óptimo trabajo, por ejemplo, proporcionarles stocks diarios, mantenerles informados de la vida útil de las mercaderías en almacén, las bonificaciones y combos creados. Sin embargo; por falta de planificación de inventarios muchas veces los vendedores terminan ofreciendo a los clientes productos que excedieron el stock, y no vendiendo los productos que cuentan con fecha de vencimiento corta, Generando descontentos y rechazos por parte de los clientes reflejándose en un aumento de costos y gastos.

El segundo problema específico identificado es el control de inventarios deficiente, esto se puede observar al tener diferencias en el inventario físico con el inventario que tenemos en el sistema, esto se genera por diversas causas, la primera por creación incorrecta de productos (unidad de compra-unidad de venta- unidad de reporte), la segunda por ingreso incorrecto de mercadería al sistema, el tercero por notas de créditos y anulación de documentos incorrecto y el cuarto y último por robo de mercadería. Al no tener una igualdad entre inventario físico y virtual se nos complica poder tener un control exacto de la mercadería que disponemos.

Los retos que toda empresa comercial tiene en su área de costos es controlar los egresos que han sido asignados para su óptimo funcionamiento, es decir asignan un presupuesto para hacer frente a las necesidades de la empresa, siendo necesaria una estrecha relación de esta área con el área de logística, para de esta manera gestionar las mercaderías de la mejor manera, conociendo que esta área se vuelve más compleja, y busca que la Gestión de inventarios sea la herramienta fundamental para la toma de decisiones en la administración de mercadería, para disminuir costos, tener un mejor cumplimiento con los clientes y poder dar respuestas más rápidas y acertadas a las necesidades cambiantes de los clientes, para evitar perder ventas y que sus clientes recurran a otros proveedores.

## **1.2. Formulación del problema**

### ***1.2.1. Problema general***

**P.-** ¿De qué manera la gestión de inventarios influye en la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022?

### ***1.2.2. Problemas específicos***

**P1.-** ¿De qué manera la planificación de inventarios influye en la toma de decisiones en la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022?

**P2.-** ¿De qué manera el control de inventarios influye en la toma de decisiones de la empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022?

## **1.2. Objetivos**

### ***1.3.1. Objetivo general***

Analizar la gestión de inventarios y su influencia en la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022

### ***1.3.2. Objetivos específicos***

- 1.- Determinar la influencia de la planificación de inventario en la toma de decisiones en la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022.
- 2.- Determinar la influencia del control de inventarios en la toma de decisiones en la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022.

## **1.4. Justificación**

### ***1.4.1. Justificación teórica***

La investigación encuentra justificación teórica en vista que se aportaran con datos nuevos, relevantes y novedosos respecto a la incidencia entre las dos variables Gestión de inventarios y Toma de decisiones en una determinada empresa tal es el caso que los antecedentes servirán para futuras investigaciones en el ámbito empresarial e institucional teniendo en cuenta la recopilación de información que fundamentan la presente.

### ***1.4.1. Justificación practica***

Encuentra justificación practica la presente investigación ya que servirá como guía o ayuda a estudiantes investigadores y docentes que desarrollen trabajos similares. Además, servirá como información a los empresarios del rubro de la empresa objeto de la investigación. Con esta investigación se permitirá el intercambio de conocimiento con el objetivo de que en adelante puedan contar con una base para implementar planes estratégicos relacionados al tema abordado.

### ***1.4.1. Justificación académica***

En el ámbito académico la investigación se justifica en merito a que se va aportar con una investigación científica, la misma que podrá ser de utilidad como antecedente de estudio, guía de ayuda o manual para estudiantes o investigadores que desarrollen trabajos similares a profundidad.

### **1.5. limitación de la investigación**

Las principales limitaciones en el desarrollo de la investigación fueron aspectos económicos, tiempo, disponibilidad de información y acceso a los colaboradores. Para superar las limitaciones, se contó con un aporte económico propio generado por mis ingresos laborales, se realizó un horario para desarrollar los diferentes temas, se realizó suscripciones correspondientes a las bibliotecas virtuales de acceso gratuito como a las que demandan un costo y se solicitó la autorización correspondiente al dueño de la empresa para tener acceso a los trabajadores.

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes de la investigación

Como referencias bibliográficas de trabajos de investigación, se han considerado los siguientes antecedentes:

#### 2.1.1 A nivel internacional

Cobo (2019) Presentó su tesis: “Gestión del inventario y la optimización del stock en la empresa Granos del Ecuador”. Su objetivo general fue: Analizar el impacto de la gestión actual del inventario para la optimización del stock en la empresa “Granos del Ecuador”. Realizó una investigación inductiva, descriptiva, analítica, fue aplicado a una muestra de 6 colaboradores de la empresa “Granos del Ecuador”, como instrumento utilizó la observación directa y el cuestionario. A través de la evaluación realizada se evidenciaron diversos aspectos que representan debilidades en esta materia, al respecto, se citan los elementos inherentes al manejo de los inventarios del producto de consumo masivo, antes, durante y después de su almacenamiento, así como también el proceso del levantamiento periódico del stock.

Narváez (2021) en su informe de trabajo de práctica profesional presentado como requisito final para optar el título de Contador Público, titulado: “Mejoramiento de los procesos de gestión de inventario del año 2020 para la empresa Químicos Jescon S.A.S en la ciudad de Montería – Córdoba”, presentó como objetivo general: Mejorar los procesos de gestión de inventario para el año 2020 de la empresa Químicos Jescon S.A.S en la ciudad de Montería – Córdoba. Su investigación se basó en un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, tomó como instrumento el cuestionario. Según la información obtenida se tuvo como resultado que, las debilidades más comunes dentro de la organización se estiman en la protección de los recursos de la empresa evitando pérdidas por fraudes o negligencias; asegurar la exactitud y veracidad de los datos

contables y extracontables, los cuales, deben ser utilizados por la Directiva para la toma de decisiones, la promoción de la eficiencia y/o estimulación del seguimiento de las prácticas ordenadas por la gerencia, así como la evaluación de la seguridad, la calidad y la mejora continua.

Félix (2021) en su tesis titulada: “Rediseño del sistema de administración de inventarios en una empresa comercializadora de productos de limpieza en México”. Tuvo como objetivo general: Rediseñar el sistema de administración de inventarios, implementando técnicas de segmentación, organización y control de productos, estableciendo una distribución física adecuada al espacio asignado, aumentando su disponibilidad, con el fin de obtener una mejora en el servicio brindado al cliente, obteniendo una ventaja competitiva. Realizó una investigación con un enfoque mixto – cuantitativo de tipo experimental, utilizó como instrumento; la revisión literaria y cada uno de sus propios pasos, fases y etapas. Según la evaluación que se realizó se tuvo como resultado que: la actualización de los niveles de inventario en base al máximo brinda la solución a la problemática de desabastos de materiales, al establecer los niveles de implementación concernientes que deben conservarse con existencia en su punto máximo.

### ***2.1.1 A nivel Nacional***

Diestra & Pachas (2021) presentaron su tesis: “La gestión de inventarios y su impacto en la rentabilidad de las empresas comercializadoras de carne que realizan e-commerce, en Lima Metropolitana, año 2020”. Su objetivo general fue: Explicar cómo la gestión de inventarios impacta en la rentabilidad de las empresas comercializadoras de carne que realizan e-commerce, en Lima Metropolitana, año 2020. Realizó una investigación no experimental – transversal, fue aplicada a una muestra de quince empresas cuyo instrumento utilizado fue el cuestionario. Por consiguiente, las pruebas realizadas utilizando el estadístico Chi-Cuadrado que muestra la relación entre las variables dependiente y la dimensión independiente se obtuvo un nivel de significancia

bilateral de 0,033, siendo menor a 0.050, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alternativa.

Carrasco (2022) presentó su tesis para obtener el título profesional de Contador Público titulado: “Gestión de inventarios y su influencia en la rentabilidad de la empresa JCC Ingenieros Contratista E.I.R.L. – Chepén, año 2020” presentó como objetivo general: Determinar la influencia de la gestión de inventario en la rentabilidad de la empresa JCC Ingenieros Contratista E.I.R.L - Chepén, año 2020. El método empleado para su investigación fue Descriptivo. Tomando como unidad de muestreo a 10 colaboradores de la empresa JCC Ingenieros Contratista E.I.R.L Área de almacén: Registro de ingresos y salidas de productos. Área de contabilidad: Estados financieros. Para dicha investigación se utilizó la técnica de la encuesta la cual se realizó mediante un cuestionario. Según la investigación que se realizó se concluyó que es importante tener métodos de registros, la determinación de los puntos de rotación, las formas de clasificación y el modelo de inventario por los métodos de control (el cual determina las cantidades a ordenar o producir, según sea el caso) porque esto nos evitaría tener pérdidas, desmedros y no tener a tiempo las existencias necesarias para las obras.

Aleman & Segales (2021) en su tesis: “Gestión de inventario para reducir los costos de inventario en una empresa del sector construcción”. Tuvo como objetivo general: Aplicar la Gestión de inventarios para reducir los costos de inventarios en una empresa del sector construcción. Realizó una investigación aplicada con nivel de investigación explicativo - cuasiexperimental. La población delimitada para la investigación fueron las 1255 órdenes de compras de la empresa Sergemi Contratistas S.A.C., que pertenece al sector construcción, desde enero hasta junio del 2019. se usó como instrumento para la recolección de datos el registro del contenido del documento ya que se extrajo la información del registro de liquidación de las órdenes

de compras, evidenciando los ingresos que tuvo la empresa. A través de la investigación se usó como instrumento para la recolección de datos el registro del contenido del documento ya que se extrajo la información del registro de liquidación de las órdenes de compras, evidenciando los ingresos que tuvo la empresa.

### ***2.1.1 A nivel Regional***

Huaman Marchena, (2021) en su tesis para optar el título profesional de Ingeniero Industrial “Diseño de un sistema de gestión de inventarios y almacenes para reducir los costos de la empresa HYM Almacenes Generales SRL Cajamarca 2019” tuvo como objetivo general: Diseñar un sistema de gestión de inventarios y almacén para reducir los costos en la empresa HyM Almacenes Generales S.R.L Cajamarca 2020. Realizó una investigación cuantitativa de diseño cuasiexperimental con relación causal, tomó como muestra el área de almacén en la empresa HyM Almacenes Generales S.R.L. Cajamarca, abril 2020 a diciembre 2020. Usó como instrumento la entrevista la observación, Análisis de documentos, y check list. Tuvo como resultado que el control interno en la gestión de inventarios es una herramienta muy relevante, ya que permite a la empresa mantener controlada, supervisada y resguardada la mercadería almacenada, así como también permite identificar, evaluar, y solucionar los riesgos, errores y pérdidas que puedan surgir, en el almacenamiento, manejo y retiro de los productos.

## **2.2. Bases teóricas**

### ***2.2.1. Gestión de Inventarios***

La gestión de inventarios es un proceso que busca obtener información cualitativa y cuantitativa de mercadería comprada por distintas organizaciones, que permita tomar un conjunto de decisiones acertadas y oportunas para poder establecer reglas y alineamientos del manejo de este.

En una organización es vital contar con una gestión de inventarios adecuada, porque la mayoría de empresas invierte gran porcentaje de su capital en inventarios, es por ello que buscan principalmente centrarse en su área logística para obtener datos reales, que proveen herramientas necesarias para llevar un mejor control, con la finalidad de alinear la empresa con sus objetivos. (Fogarty, 1995).

La gestión de inventarios es una herramienta con la capacidad de procesar datos teniendo en cuenta la complejidad de la empresa ya que de ello dependerá las estrategias que se establezcan, esto les permitirá determinar plazos para realizar pedidos, el tamaño de lote, y cuando debe realizarse tal pedido. (Vásquez Núñez, 2015).

La gestión de inventarios está expuesta a diversos cambios generados en el entorno, es por ello que este proceso debe tener en cuenta diferentes factores para su actuación, entre ellos está el tratamiento de materia prima, productos en proceso y productos terminados. Así mismo tiene que diferenciar la actividad comercial en la que opera la empresa ya que no es lo mismo el inventario de una manufacturera, comercializadora o de servicios (Ayala Sotelo & Candela Rivera, 2019).

#### **A. Planificación de inventarios**

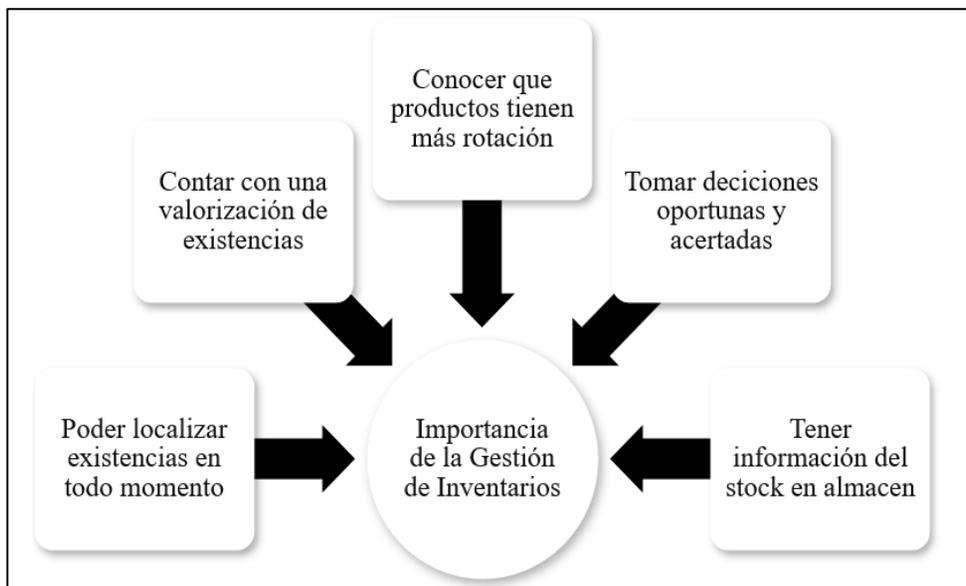
Es una serie de prácticas elaboradas para que las empresas puedan garantizar niveles óptimos de existencias en cualquier momento, teniendo en cuenta la cantidad almacenada de existencias y la demanda existente. Para ello es necesario usar un conjunto de herramientas y procesos, por ejemplo, el estudio de la demanda, los sistemas que ayudan a reducir costos como Economic Order Quantity (EOQ). Los inventarios están directamente relacionados con los ingresos, es por ello que al realizar una planificación de estos también se considera el efectivo de la empresa (Turovski, 2022).

**a) Objetivo e importancia de la gestión de inventarios**

El principal objetivo de la Gestión de Inventarios es tener información real de existencias de la empresa en cualquier momento, con la finalidad de contar con mercadería necesaria para abastecer la demanda del mercado y no tener sobre estoqueado el almacén, con la Gestión de inventarios se sabe cuándo hacer un pedido y cuanto es el lote que va a adquirir. Además, permite cruzar información tantos datos que se tienen anotados con el recuento físico de las existencias (Meana, 2017).

**Figura 1**

*Importancia de la Gestión de Inventarios*



**b) Tipos de inventarios**

Las empresas cuentan con diversos tipos de inventarios siendo necesario clasificarlos por características en común para tener un control que determine alguna irregularidad en el área logística.

### ***Inventario según el tipo de producto***

- ***Inventario de Materias primas:*** es aquel que determina la cantidad que se encuentra disponible de elementos que son incluidos en la elaboración de un producto terminado (Gerencie.com, 2022).
- ***Inventario de Productos en proceso:*** este consiste en controlar los productos que están en plena elaboración, son elementos que se tiene que producir o ensamblar durante un determinado tiempo y son inventariados durante el ciclo de su elaboración (Meana, 2017).
- ***Inventarios de Productos terminados:*** se refiere al inventario que llega al almacén desde el área de producción tras haber culminado su proceso de transformación, estos constituyen todos los productos que se encuentran disponibles para su venta. (Bin ERP, 2023)
- ***Inventario lento:*** son aquellos que controlan la cantidad de productos versus la cantidad necesaria de estos para abastecer a sus clientes en un determinado ciclo de rotación. Lo que hace que el tiempo en el almacén sea prolongado ya que necesita mayor tiempo para efectuarse su venta (Morell, 2019).
- ***Inventario sano:*** estos son los inventarios que constantemente están bajo control es decir que tienen un ciclo de rotación continuo no existe desabastecimiento ni exceso de existencia en el almacén. Este inventario es aquel que gestiona de una forma adecuada sus recursos (Intelises, 2018)
- ***Inventario muerto:*** este analiza a los productos sin rotación alguna. Es decir, no se pueden vender bajo ningún motivo, debido a la obsolescencia, fecha de vencimiento, deterioro, rotura, robo u otros. Todo este inventario debe retirarse del almacén ya que

no se podrá hacer uso de él nunca más, estos representan costos irrecuperables incurridos por la empresa, ya que esto son fondos que se pudieron utilizar para otros fines y utilizó un espacio valioso de almacenamiento. (Ritmo, 2022).

**c) *Inventarios según su frecuencia con la que se llevan a cabo***

- ***Inventario anual:*** Como su nombre indica, estos inventarios se realizan una vez al año para cruzar información con el inventario contable, esto consume mucho tiempo y es relativamente tedioso de hecho se debe capacitar y preparar adecuadamente a sus colaboradores para evitar diferencias grandes entre el inventario físico como el contable, dependiendo del tamaño del almacén tomara los días de su proceso (Mecalux S.A., 2020)
- ***Inventario periódico:*** este tipo de inventario corresponde al conteo físico que se realiza para una determinada fecha, limitando información de las existencias en cualquier momento ya que al elaborarse cada cierto tiempo se tendrá que esperar para conocer el costo de las existencias vendidas, así como de las que aún se tienen almacenadas (Gerencie.com, 2022)
- ***Inventario permanente:*** También llamado Inventario Perpetuo es aquel que registra las existencias en tiempo real con lo que garantiza un control estricto de las existencias, esto no es una tarea fácil y su complejidad va a depender de la cantidad y la rotación de los inventarios (Mecalux S.A., 2020)

**d) *Ubicación geográfica de los inventarios***

Se refiere al espacio físico donde se almacenan los productos para su distribución, para ello se toma en cuenta tamaño, pasillos, estantería, el muelle de llegada entre otros. Para tomar la mejor decisión sobre la ubicación geográfica se tiene que tener en cuenta un conjunto de

factores que busquen evitar costos innecesarios de almacenaje. Para ello debemos conocer el tipo de inventario que se tiene. No se dará la misma ubicación a productos en fabricación que a productos disponibles para la venta los primeros deben estar en el centro de producción y los últimos deben estar más inmediatos al centro de distribución. (Meana, 2017)

**Figura 2**

*Variables importantes para la ubicación de los inventarios*



**e) Tecnologías aplicadas a la gestión de inventarios**

Estas son herramientas que actualmente se han hecho prescindibles por la complejidad de datos de los almacenes en las empresas, para minimizar el tiempo que nos llevaría elaborar un inventario a mano e incurrir en costos innecesarios. Existen diferentes programas o sistemas informáticos que proporcionan una información más real y en tiempo preciso ayudando a gestionar los inventarios. Dependiendo de la complejidad del sistema permitirá controlar los inventarios, conocer la cantidad y fecha de los pedidos, permite tener una base de datos de los proveedores, así como que automatizar órdenes de compra. Existen algunos programas locales mientras que otros deben almacenar su información en la nube. Su finalidad es registrar las unidades compradas hasta que se distribuyan a sus consumidores, esto ayuda a tener menos riesgo de diferencia entre un inventario contable y uno físico (Delgado, 2018).

Existen diferentes programas para gestionar los inventarios entre ellos tenemos a: ContaPlus, Factura Plus, SAP, Excel, Sistema de Gestión en Almacén (SGA) (Meana, 2017).

## **B. Valoración y cálculo de inventarios.**

Toda empresa necesita registrar y valorar los artículos de sus almacenes para establecer niveles óptimos de producción y ventas. Las empresas se enfrentan a diferentes escenarios por ejemplo ¿qué pasa con las existencias que se compran en diferentes fechas y costos? Esto altera los costos es por ello que se debe valorar (Betancourt, 2018). “Los inventarios se medirán al costo o al valor neto realizable, según cual sea menor.” (Pulido, 2013).

### **a) Valoración de Inventarios.**

Existen diferentes métodos de valoración de Inventarios de los cuales los más usados y aceptados son los siguientes:

- **Método 1: Primeros en entrar, primeros en salir (PEPS):** este método también es conocido como FIFO (First in, First out) por sus siglas en ingles. Este método establece que la mercadería que ingresa primero al almacén será la primera en venderse, este método es bastante usado y representa la suposición más real en la rotación de los stocks. Con este método disminuye el riesgo de perderse mercadería por vencimiento u obsolescencia. Con lo que respecta a la valuación del inventario el costo de ventas será el costo más antiguo de la adquisición (Betancourt, 2018).
- **Método 2: Últimos en entrar, primeros en salir (UEPS):** por sus siglas en ingles conocido como LIFO (Last in, first out). Este método es totalmente contrario al PEPS, plantea que los últimos artículos en ser almacenados sean los primeros en ser vendidos, en la práctica no es recomendable usarse y la mayoría de empresas optan por no ponerla en práctica, ya que esto significa correr riesgo con el vencimiento de los

productos o que queden obsoletos. Este tipo de valuación se puede usar con mercadería que no tenga fecha de vencimiento ni una fuerte demanda, además este tipo de método de valuación no es aceptado por las NIIF (Betancourt, 2018)

➤ **Método 3: Promedio ponderado:** este método es uno de los más usado por su facilidad de valuar los inventarios ya que promedia el costo de todas las existencias, es decir este método suma la totalidad del costo de las existencias y lo divide en todas las unidades con las mismas características (solo se diferencian por el costo), que se tiene en almacén. Generando que los costos se actualicen cada vez que se adquieran nuevos productos, este método está aceptado por las Normas Internacionales de información Financiera (NIIF) y por los principios de la contabilidad generalmente aceptados (GAPP) (Betancourt, 2018)

➤ **Método 4: Ultimo Costo:** este método es muy parecido al método Promedio ponderado ya que se da en una sola línea para cada movimiento, es usado en economías inestables generalmente por la fluctuación del dólar. Para valuar mediante este método se tiene en cuenta el costo de la última compra, esto genera variaciones en el saldo contable lo que origina ajustes en el registro. (Ortiz, 2009).

#### **b) Estimación de costos relacionados a los inventarios**

Son todos aquellos costos que van de la mano con el mantenimiento y funcionamiento de los almacenes desde el momento en que se ejecuta el pedido hasta que los productos salgan del almacén. Entre ello tenemos los siguientes costos:

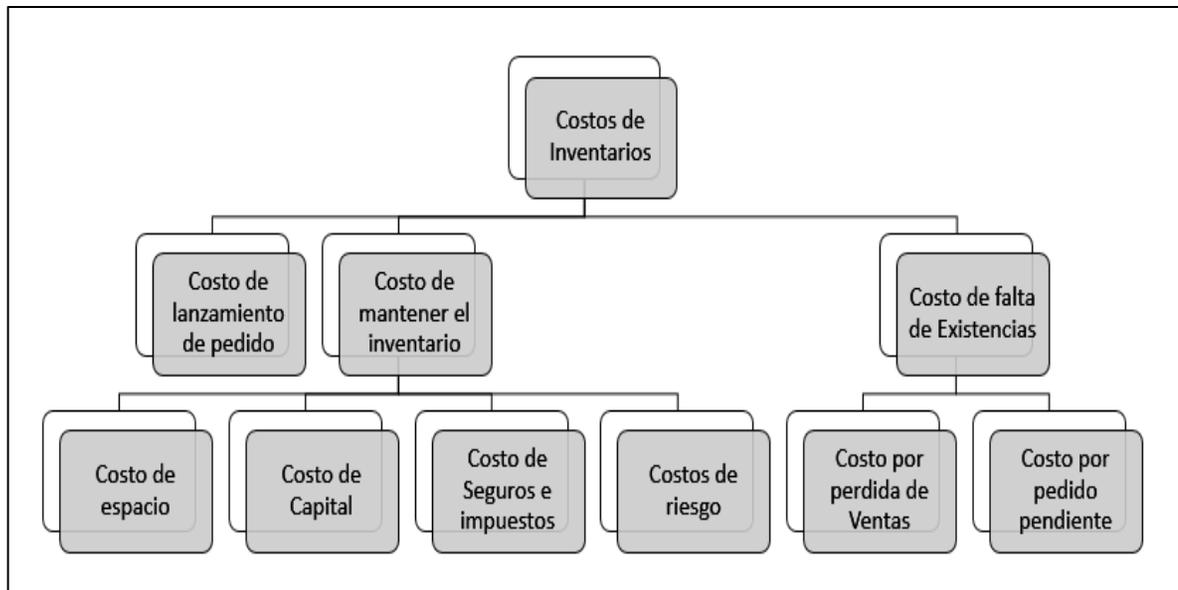
➤ **Costos de almacenamiento:** representan todos los recursos que se invierten para mantener inventarios en almacén. Se identifican dos tipos de costos los fijos por ejemplo el salario para el personal encargado del área, el alquiler del local o la hipoteca

de un inmueble y los costos variables donde identificamos el servicio eléctrico, agua, limpieza o algún manteniendo que se necesite realizar para tener el área adecuadamente operativa. Sin embargo, existe inventarios que requieren de un cuidado especial, generando una elevación de costos por ejemplo aquellos que necesitan refrigeración. Es necesario contar con el inventario suficiente ya que si se tiene un exceso de almacenaje creará costos innecesarios (Diaz, 2021).

- **Costos de lanzamiento de pedido:** Son los que están asociados al proceso de abastecimiento del almacén, incurriendo en diferentes costos como los de transportes, seguros, seguimiento de la mercadería, teléfono, material de oficina, entre otros que estén relacionados con el lanzamiento del pedido. (Meana, 2017)
- **Costos de adquisición:** Estos son un conjunto de recursos invertidos para la obtención de los inventarios. Entre ellos está el precio de compra, todos aquellos impuestos que son irrecuperables, el flete y todos los costos que son directamente atribuibles a la compra de los inventarios, así como cualquier descuento que se desee realizar a los inventarios se tendrá que añadir como costo de adquisición. (Pulido, 2013)
- **Costo de ruptura de stock:** A este costo también se le conoce como demanda insatisfecha ya que se refiere a un costo incurrido por falta de mercadería que no permite cubrir la demanda de los clientes, con esto lo que se pierde a parte de los ingresos por ventas, es la imagen y que los clientes opten por otra opción para abastecerse generando pérdida de clientes. Para evitar este suceso lamentable se debe contar con un stock de seguridad para no quedarnos desabastecidos (Fernandez, 2017).

**Figura 3**

*Costos de Inventarios*



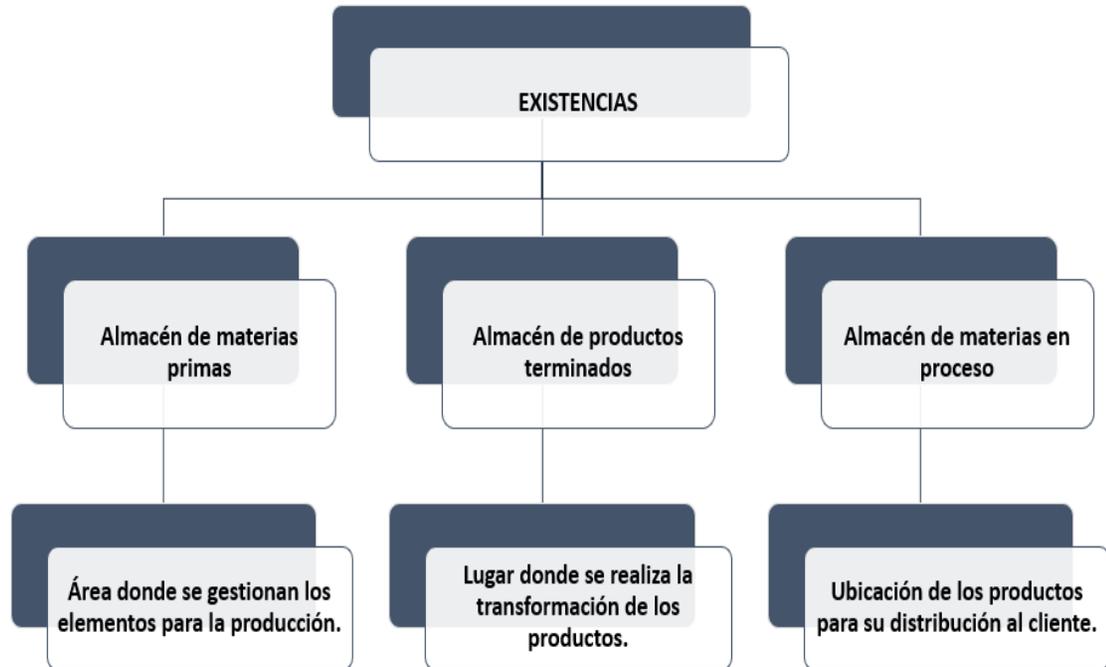
**c) Medida de inventarios**

El almacén de toda empresa comercial es su termómetro: ya que al medirlo sabremos las variaciones de las ventas, además se podrá hacer frente a cualquier suceso material, es por ello que se tiene diversos indicadores que miden los inventarios.

- **Existencias:** estas son los activos circulantes de las empresas los cuales están disponibles para la venta. Tenerlas en perfecto equilibrio no es una tarea fácil, pero es necesaria para evitar excesos y falta de existencias. Si se tiene un inventario lento y peor aún un inventario muerto afecta directamente a los resultados de la empresa ya que significa tener que hacer frente a gastos de almacenamiento y peor por gastos que se tendría que hacer para retirar las existencias obsoletas o vencidas. De igual forma ocurre al no contar con existencias suficientes para cubrir la demanda de los clientes. Esto generaría notas de crédito, multas, pérdida de clientes, entre otros gastos (Cochet, 2018)

**Figura 4**

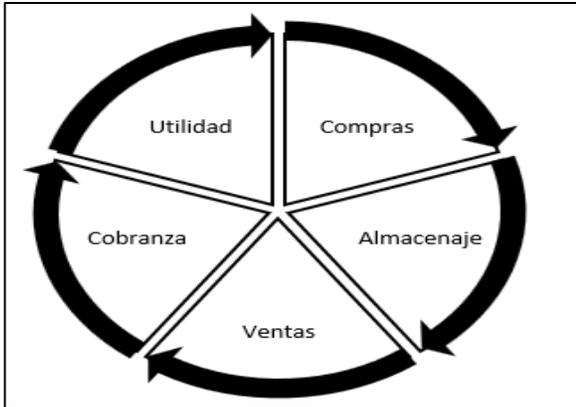
*Existencias*



➤ **Movimientos o Rotación:** el movimiento de stock dependerá de la demanda existente por parte de los clientes, ya que eso determinará las veces que las existencias dan vuelta es decir que cumplen su ciclo desde el lanzamiento de pedido hasta que las existencias lleguen a su consumidor. Este proceso debe ser debidamente gestionado y constante en todo momento ya que de nada servirá hacer un recuento en cierto periodo para que luego no se haga seguimiento de las entradas y salidas de las existencias (Jibaja, 2017)

**Figura 5**

*Ciclo de rotación de inventario*



➤ **Ratio o tasa de rotación.** En toda empresa se busca una rotación efectiva es decir que desde la realización del pedido hasta la puesta de las existencias en el consumidor transcurra el menor tiempo posible. Pues bien, el ratio o tasa de rotación permite establecer estrategias para aplicarlas con la finalidad de reducir tiempo para que el tiempo de inversión se convierta en ingresos, por ello tiene que optimizar procesos como es la elección de proveedores, acortar tiempo de suministro, pagos, precisión en la demanda, precios de mercado, poder de negociación, niveles óptimos de inventarios, entre otros. Esta herramienta les permite analizar diferentes áreas financieras de la empresa. (Villón, 2021)

La tasa de rotación del inventario es igual al costo de ventas dividido por el stock promedio.

$$Tasa\ de\ Rotación = \frac{costo\ de\ Ventas}{stock\ promedio}$$

(Meana, 2017).

➤ **Cobertura.** Esta forma de medida permite estimar la duración de tiempo que una empresa no compra existencias porque las almacenadas alcanzan cubrir la demanda

existente, para calcularla se divide al stock disponible entre el consumo medio en un determinado periodo. (Jibaja, 2017).

- ***Grado de ocupación de recursos.*** También conocido como capacidad de almacenaje, este es un indicador que permite controlar el tiempo que las existencias estarán en almacén como su cantidad, así mismo nos proporciona la fecha de lanzamiento de pedido. Buscando la manera más óptima de almacenar los productos. Esto requiere de sumo cuidado con el registro de entradas y salida, para evitar equivocaciones que generen pérdidas. (Meana, 2017)

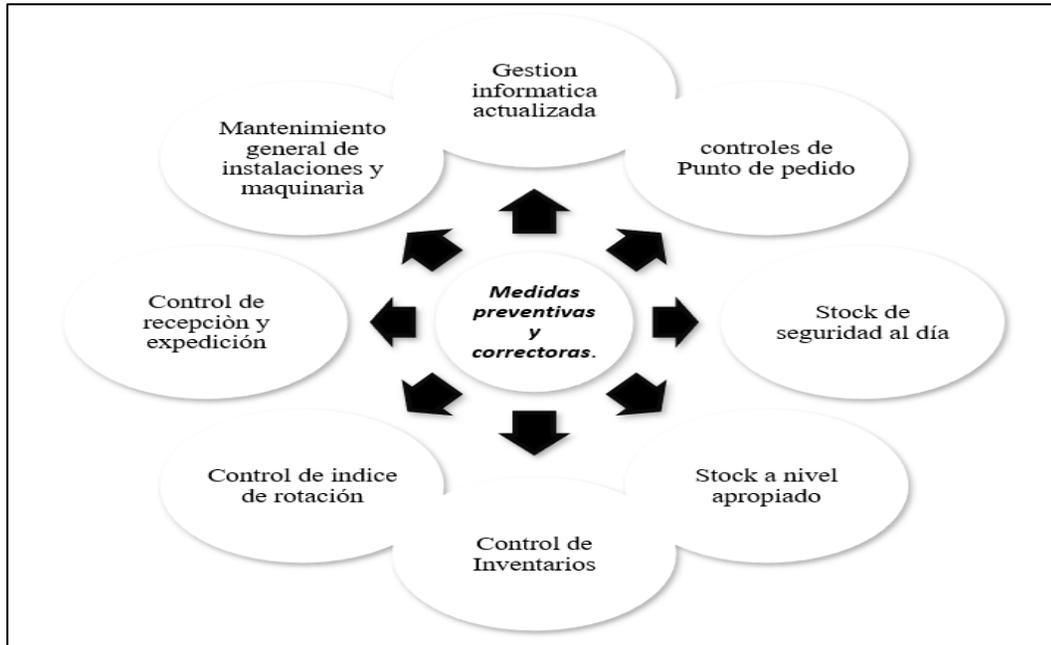
#### ***d) Cálculo de desviaciones en los inventarios***

- ***Inventario informático o inventario real.*** Con la aparición de la tecnología muchos procesos se han convertido en más sencillos y rápidos de realizar uno de ellos es usar los recursos tecnológicos para gestionar los inventarios. Si bien es cierto al realizar inventarios se hace un conteo de todas las existencias físicas del almacén de nada sirve si no se le hará un seguimiento adecuado es aquí donde entra a tallar las tecnologías informáticas puesto que se debe ingresar la información en la base de datos para controlar eficientemente los inventarios, actualmente las empresas utilizan diferentes sistemas informáticos que les ayuda a gestionar todas sus áreas. Sin embargo, las que son especializadas en inventarios controla todo el ciclo de los inventarios, entre las actividades que desarrolla están: optimizar el área de almacenaje, controlar el nivel de stock, contar con información en tiempo real, planificar, conocer las devoluciones, gestionar los pedidos, entre otros más. (Pérez, 2018)
- ***Medidas preventivas y correctoras.*** Para poder tomar decisiones acertadas es necesario que contemos con información actualizada y real, es por ello que se tiene

que medir todos los aspectos necesarios para controlar los inventarios. Para de esta manera establecer estrategias y saber que hacer en situaciones fortuitas.

**Figura 6**

*Medidas preventivas y correctoras.*



### **C. Control de Inventarios**

Toda empresa debe contar con una adecuada estrategia de control de inventarios esto le permitirá mejorar procesos, contar con datos reales. Garantizándole poder medir sus metas, y objetivos todos aquellos alineados a la obtención de utilidades. (Albujar & Huaman, 2014)

#### ***a) Variación de demanda y nivel de stock:***

Las variaciones de la demanda influyen en los niveles de stock que se debe mantener en almacén, buscando siempre un punto óptimo entre estos dos factores, Es decir que sus niveles dependerán de su previsión de ventas. En toda organización cuentan con diversos niveles de stock, entre los más conocidos están: El stock mínimo como su mismo nombre lo dice indica la cantidad mínima que se debe tener almacenado para realizar una nueva orden de reaprovisionamiento este

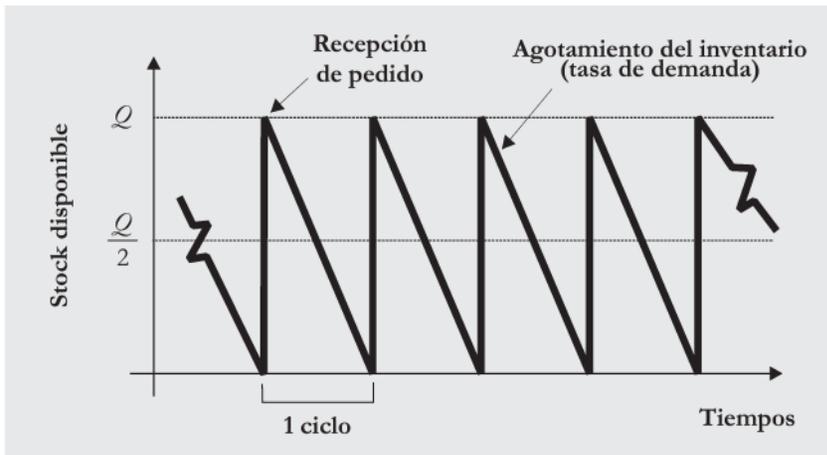
punto es antes de llegar al stock de seguridad. El stock disponible o también conocido como stock en línea es aquel que da como resultado de sumar el stock físico más los pedidos a los proveedores menos la mercadería pedida por los clientes (demanda insatisfecha). Y el stock máximo es el tope de mercadería que una empresa puede tener sin generar costos innecesarios. Para poder establecer niveles de stock saludables se debe conocer la demanda de las mercaderías existentes.

**b) Lote económico de pedido (EOQ).**

EOQ (Economic Order Quantity) Este es un método clásico que ayuda a contestar 3 preguntas importantes al lanzamiento del pedido, ¿Qué comprar? ¿Cuánto comprar? ¿Cuándo comprar? Buscando optimizar los niveles de stock en el almacén. Para que este cálculo funcione se necesita que 4 supuestos sean constantes. La demanda, el tiempo que demoran en entregar los proveedores sus productos, el costo de hacer un nuevo pedido y el precio del producto (Chávez, 2009).

**Figura 7**

*Comportamiento del inventario en el ciclo*



Nota: esto ocurre cuando los 4 supuestos son constantes. Elaborado por (Carro & Gonzáles, 2021)

La fórmula para calcular el lote optimo es:

$$EOQ = \sqrt{\frac{2PD}{CV}}$$

Donde:

EOQ: Pedido optimo o lote economico

P: coste de pedido

D: número de ventas

C: costos de almacenaje, como porcentaje del valor del producto

V: costo promedio de una unidad de stock.

**c) *Parámetro de Gestión de inventario***

- ***Stock mínimo = C x T***: El costo mínimo se mide multiplicando el consumo de unidades [C] por el tiempo de reaprovisionamiento [T]. este indica la cantidad mínima con la que se debe contar en almacén, el cual pueda cubrir la demanda de los clientes. Al llegar a este nivel de stock se debe lanzar nuevo pedido para reaprovisionar el almacén. Este stock está por encima del stock de seguridad. Para poder usar este tipo de stock la demanda de clientes y los proveedores deben ser constantes.
- ***Stock máximo = [Q+PP]-Sm***: este se mide sumando la cantidad de producto [Q] más el punto de pedido [PP] menos el stock mínimo [Sm]. Este indica la cantidad máxima que se debe contar en almacén. Es el límite que se debe de tener de existencias almacenadas ya que tener de más significaría mayores costos que cubrir. No es necesario contar con un stock máximo si los costos de almacenaje y adquisición son bajos, si los costos de emisión de pedidos son altos, cuando los productos son de baja

rotación, cuando hay campaña de productos, cuando existen problemas de abastecimiento con proveedores.

- **Stock medio** =  $\frac{Q}{2} + SS$ : Se mide sumando la mitad de cantidad de producto por pedido [Q] más el Stock de seguridad [SS]. Es decir, es la mitad de las existencias que disponemos en el almacén considerando también al stock de seguridad.
- **Stock de seguridad** =  $Sm + \%$ . Se mide sumando el stock mínimo más un porcentaje de seguridad, este tipo de stock es parecido al stock mínimo ya que también busca cubrir la demanda existente durante el periodo de reaprovisionamiento, sin embargo, este stock está por debajo del stock mínimo ya que se usa para cubrir situaciones imprevistas buscando evitar una ruptura de stock. este tipo de stock no es necesario si se conoce la demanda en tiempo real. Si los proveedores son puntuales, si no existe grandes fluctuaciones en los precios de ventas.
- **Stock optimo**: es la cantidad que permite el equilibrio, entre la demanda existente con lo que se tiene almacenado. Es decir que no incurrirá en costos de almacenaje innecesarios y en este punto se obtendrá la máxima rentabilidad. Lo que se tiene que tener en cuenta para determinar un stock optimo es la demanda del mercado, rotación de existencias, tipos de productos, stock máximo, mínimo y de seguridad, y el lead time de cada proveedor. (Mecalux S.A., 2020)
- **Stock de consignación**: es un acuerdo comercial generalmente entre un vendedor mayorista y un vendedor minorista esto con la finalidad de que el vendedor minorista venda los productos consignados, pagando al momento de la venta. El vendedor mayorista sigue siendo dueño de las existencias consignadas.
- **Otros parámetros**: entre ellos se tiene:

**Stock activo:** es aquel que está disponible para hacer frente a la demanda de los clientes.

**Stock cero:** es aquel que lanza el pedido al ver la demanda de un determinado producto.

**Stock por fluctuación:** este es un stock impredecible por las fluctuaciones que existe en la demanda del mercado.

**Stock por anticipación:** este es adquirido por ofertas, descuentos anticipándose a la demanda del mercado.

***d) Rotación de stock:***

Son las veces que ingresan y salen las existencias de almacén. También se define como las veces que se reabastece los inventarios. Tener un alto índice de rotación y teniendo un adecuado control de inventarios trae consigo varias ventajas ya que habrá menos costos de almacenamiento generando rendimiento para la empresa.

***e) Interpretación y cálculo de indicadores***

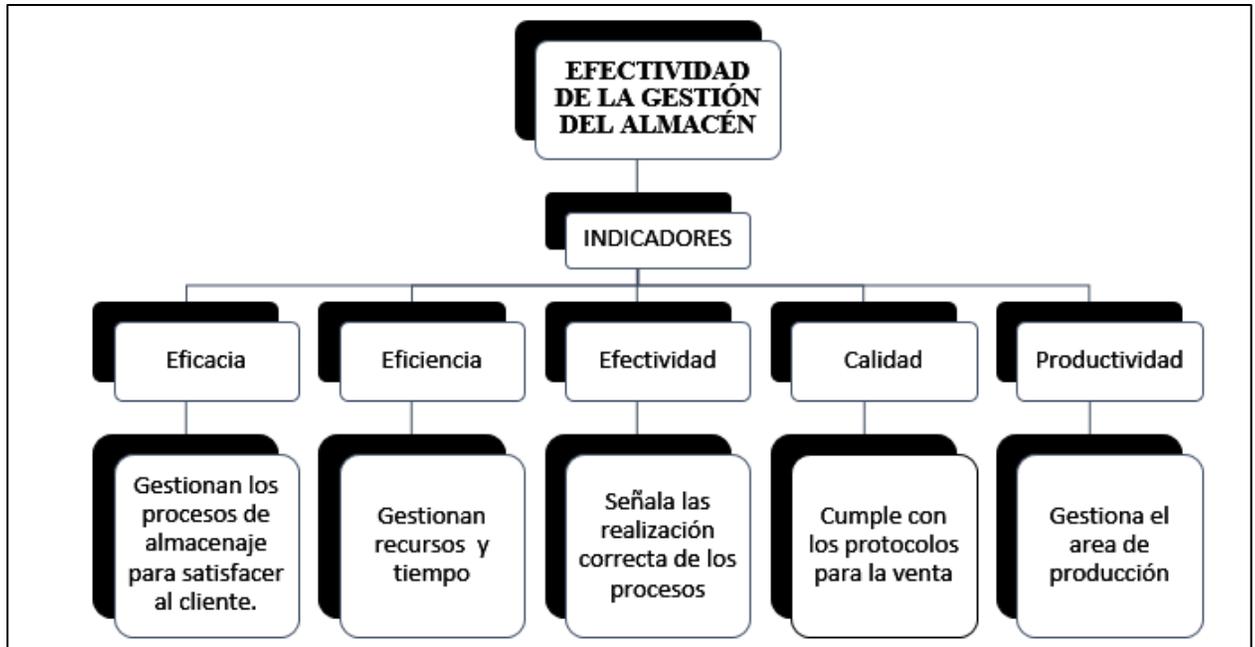
Esto es necesario para evaluar los grados de servicios y estrategias que aseguren el adecuado nivel de inventario en la empresa.

➤ ***Cálculo de parámetros de stock:*** Para llegar a tener un resultado favorable es necesario hacer un análisis de la rotación de cada producto. Sirven para hallar puntos que ayuden a gestionar mejor los inventarios, lo que más buscan las empresas es tener un punto óptimo de pedido para evitar rupturas en el almacén.

➤ ***Efectividad de la gestión del almacén:*** la gestión de inventarios permite realizar una adecuada distribución de las existencias, optimizando recursos. Evitando Cualquier gasto innecesario.

**Figura 8**

*Efectividad de la Gestión del Almacén*



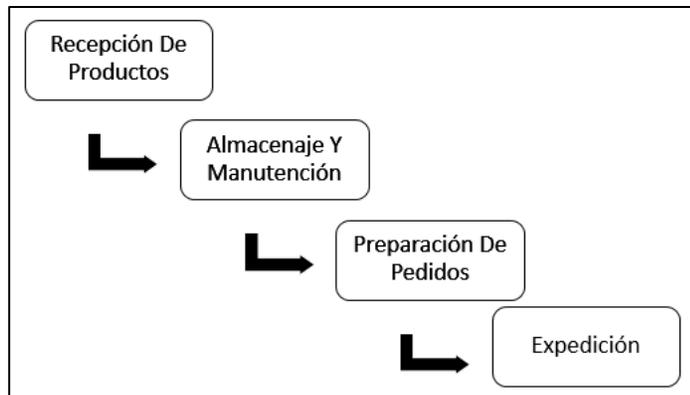
- **Impacto financiero del Retorno de Inversión [ROI]:** por sus siglas en inglés (Return On Investment) este es un indicador que mide la utilidad generada por el capital invertido. Se mide mediante la fórmula:

$$ROI = \frac{\text{Ingresos por ventas} - \text{costos}}{\text{costos}} \times 100 = \%$$

- **Rotación y su repercusión en el tamaño y costo del almacén:** esto es muy importante para determinar el área de almacenaje, si se cuenta con un grado de rotación elevado no será necesario tener un almacén con grandes dimensiones, es necesario utilizar el espacio del almacén con los productos de alta rotación.
- **Optimización de puntos de almacenamiento:** Para lograr una optimización se necesita de varios procesos interconectados para poder conseguir el objetivo es decir se busca mantener una relación saludable con todos los stakeholders de la empresa.

**Figura 9**

*Puntos más importantes para optimizar puntos en el almacén*



➤ **Ciclo de vida de las existencias.** Es una secuencia cronológica que empieza al lanzamiento del pedido hasta que las existencias lleguen al cliente. Para evitar problemas que alteren este ciclo, debemos cuidar, por ejemplo, la obsolescencia, los productos técnicos debido a la tecnología cambiante, la fluctuación de la demanda, los productos con fecha corta de caducidad.

### **2.2.1. Toma de decisiones**

Es un acto que existe en nuestro quehacer diario sean buenas o malas decisiones, pero nunca dejamos de tomarlas, para poder tomar una decisión acertada se debe contar el conocimiento referente a la decisión que se va tomar. Ahora bien, cuando hablamos de ejecutivos y responsables de las operaciones comerciales, esta actividad es rutinaria, porque todos los días se enfrentan a una serie de eventos relacionados con la toma de decisiones buscando que beneficiar a su organización. El mundo se está volviendo cada vez más global y complejo, creando un gran problema para los tomadores de decisiones ya que no pueden demorar la respuesta a los eventos. Los tomadores de decisiones, por otro lado, deben ser responsables de sus decisiones y responsables de los resultados que obtienen. Pero; se deben considerar plazos más largos si la decisión se vuelve compleja o crítica (Amaya, 2006).

La toma de decisiones es un proceso racional que nos permite dar forma a la realidad deseada para el futuro, esto implica definir plazos para cumplir los objetivos, para ello se deben desarrollar políticas, estrategias, objetivos operativos, programas, proyectos, presupuestos, etc. para de esta forma obtener los resultados anhelados. (Martínez, 1999)

#### **A. Importancia de la toma de decisiones**

La toma de decisiones es importante porque alinea los objetivos de la empresa. Para Menguzzato (1993) la toma de decisiones es importante porque: es necesaria para la etapa de planificación, demanda de responsabilidad del administrador, incluye la colaboración de los trabajadores, ayuda que las diferentes áreas de la empresa aprendan.

#### **B. Ventajas de tomar buenas decisiones**

Las tomas de decisiones van a tener ventajas y desventajas, pero si se toma la decisión adecuada hablaremos de ventajas, a continuación, se muestra un listado de ventajas:

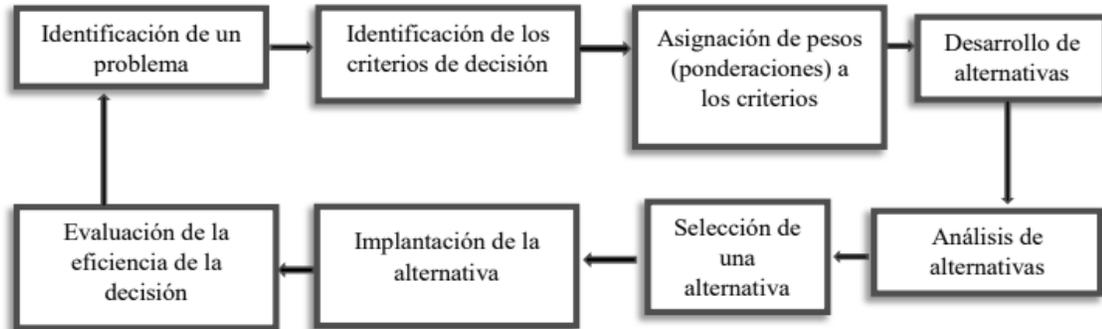
- Tendrán mayor número de alternativas que según su resultado podrían duplicarlo corriendo menos riesgo. Debido a la experiencia de los colaboradores.
- Al tomar una decisión un grupo de colaboradores habrá menos discrepancia, ya que al decidir implementarlo será más fácil que lo acepten sin presentar problemas.

#### **C. Ciclo de la toma de inventarios.**

A continuación, se muestra el ciclo de la toma de decisiones, empezando por la identificación del problema, hasta analizar el resultado que generó la decisión tomada.

**Figura 10**

*Ciclo de la toma de inventarios*



Nota: Obtenido de (Robbins, 2014, pág. 157).

**a. *Identificación de un problema:***

Es un proceso mediante el cual se ve la condición actual y un suceso futuro al cual quiere llegar, ya que si no lo hace generará pérdidas a la organización, este es el primer paso de tomar una decisión, necesita una salida cuanto antes ya que el tiempo no juega a su favor.

**b. *Identificación de criterios de decisión:***

luego de identificar el problema se establece criterios que ayuden a solucionar el problema, aquí se separan *los criterios relevantes de los no relevantes*.

**c. *Asignación de peso a los criterios.***

Esta etapa sirve para ordenan jerárquicamente los criterios para tener una orden de aplicación.

**d. *Desarrollo de alternativas:***

Consiste en ser capaz de obtener y presentar todas las alternativas factibles que podrían resolver el problema con éxito.

***e. Análisis de alternativas:***

En este paso se estudia cada una de las alternativas estudiando pros y contras.

***f. Selección de una alternativa***

Al contar con diferentes alternativas se procede a elegir la que ayude más a solucionar el problema y a generar beneficios.

***g. Implantación de alternativa***

Al contar con una alternativa previamente seleccionada, la decisión que se toma respecto a esta, podría fallar si no se implementa adecuadamente. Por ello se tiene que comunicar a las partes involucradas comprometiéndose a cumplir con lo encomendado. Para llegar a este paso se necesita planificar, organizar y gestionar eficazmente.

***h. Evaluación de eficiencia de la decisión***

Esta es la última etapa se trata de evaluar, es decir preguntarse si el problema fue resuelto. si el problema continúa se analiza en que fue lo que fallaron, a veces esta pregunta puede llevar a empezar nuevamente el ciclo de la toma de decisiones.

**D. Decisiones estratégicas**

Para lograr determinar una decisión estratégica se debe contar con una buena política de negocios. Esta establece la orientación de la empresa, estas decisiones son muy importantes y es tarea principal del director de la empresa, no importa el tamaño de la empresa siempre querrá seguir creciendo para ello tiene que ser más competitivos. Es por ello que son necesarias estas decisiones, los objetivos establecidos por la empresa se refieren a la selección de productos y servicios, la posición del mercado, entre otros.

- ***Estrategia corporativa:*** con esto se busca alcanzar objetivos globales que satisfagan las necesidades de los principales interesados de la empresa.

- **Estrategia de unidad de negocio:** este tipo de estrategia es más segmentado es decir se trata de enfrentarse con otras empresas en un mismo mercado.
- **Estrategia operativa:** este tipo de estrategia abarca a la organización, es una estrategia para mejorar procesos y recursos internos de la empresa

Este tipo de decisiones son tomadas por quienes ocupan el cargo más alto de la organización, esto les permite ser competitivos relacionándose con empresas de su mismo rubro. Estas decisiones no son repetitivas. Esto es porque cada decisión va a responder a diferentes eventos que enfrente la empresa generando un alto nivel de reflexión y juicio.

### **E. Decisiones Tácticas**

Estas decisiones a diferencia de las estratégicas son tomadas más frecuentemente, estas son necesarias, pero no debemos aferrarnos a estas ya que podríamos cambiarlas y continuar alineados al objetivo general, por ejemplo, algunas decisiones que se podría tomar es aumentar la rotación del inventario, adquirir tecnología más eficiente, mejorar procedimientos de control de inventario (Jiménez, 2021).

Estas decisiones son tomadas por el área de jerarquía intermedia, pueden ser repetitivas sin embargo se debe tener sumo cuidado ya que al tomar decisiones repetidas erróneas podrían afectar negativamente a la empresa.

Existen dos tipos de tácticas para la toma de decisiones:

- **Tácticas de impulso:** como su mismo nombre lo dice son para impulsar generalmente ventas es decir el canal de distribución. Haciendo uso de diferentes herramientas por ejemplo el marketing.
- **Tácticas de atracción:** esto se direcciona a la demanda del consumidor final forzando al comercio a mantener un nivel óptimo de existencias de una firma.

Para este tipo de decisiones contamos con los siguientes elementos:

- **La función instrumental.** Es decir, una decisión táctica responde a la pregunta ¿para qué?
- **Las constricciones tecnológicas.** Las decisiones tácticas al tener tecnología en contricción afectan a la función instrumental.
- **El equilibrio de funcionalidad.** Debido a la cantidad de decisiones que se toman que algunas veces sean contradictorias, para ello es que se busca un equilibrio de funcionalidad para evitar impedimentos de llegar al objetivo final.

## **F. Decisiones Operativas**

Estas decisiones se toman en la parte interna de la empresa es decir por los jefes de las áreas inferiores, se dedica a tomar decisiones que suelen ser repetitivas debido a que tienen características de ser actividades cotidianas de la empresa. Estas decisiones tienen la finalidad de la información requerida sea de fácil disponibilidad e inmediata. Las sanciones de los errores son mínimas ya que se pueden corregir de inmediato (Morales, 2021)

Las decisiones operativas son tomadas con la finalidad de seleccionar proveedores, segmentar clientes, establecer políticas de cobros y pagos de mercadería, del área logística, entre otros.

### **2.3. Definición de términos básicos**

- A. Gestión:** es un conjunto de procedimientos, que se unen para obtener beneficios. Controla los recursos disponibles.
- B. Inventario:** es el proceso de controlar los materiales o bienes patrimoniales de la empresa con esto podemos identificar pérdidas o beneficios. (Meana, 2017)

- C. *Inventario físico:*** es un proceso que ayuda a controlar las existencias mediante su conteo.
- D. *Demanda:*** es la cantidad de productos que los clientes estarían dispuestos a adquirir en un determinado periodo de tiempo.
- E. *Stock:*** es el conjunto de productos terminados almacenados disponibles para la venta.
- F. *Existencias:*** Son cada uno de los productos que se cuenta tanto para vender como productos que ayuden a la producción de nuevos.
- G. *Obsolescencia:*** es el final de la vida útil de un determinado producto que tuvo como finalidad venderlo.
- H. *Fluctuación de la demanda.*** Es el movimiento que tiene un punto en la curva de la demanda, determinada debido a diferentes parámetros.
- I. *Valorización:*** Es reconocer, estimar o apreciar el valor o mérito de algún elemento.
- J. *Parámetro.*** Es un indicador que sirve para medir, analizar, cierta variable o situación.

## CAPÍTULO III. HIPÓTESIS Y VARIABLES

### 3.1. Formulación de hipótesis

#### 3.1.1. *Hipótesis general*

H1: La gestión de inventarios influye de manera positiva para la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022.

#### 3.1.2. *Hipótesis específicas*

H1(1). - La planificación de inventarios influye de manera positiva en la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022.

H1(2). - El control de inventarios influye de manera positiva en la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022

### 3.2. Identificación de Variables

#### 2.1. *Variable dependiente*

##### **X: Gestión de Inventarios.**

Está encargado de controlar las existencias basándose en los alineamientos de los objetivos de las empresas, se encarga de controlar, entradas, salidas, rotación de las existencias. (Chero Sullón, 2020).

#### 4.2.2. *Variable Independiente*

##### **Y: Toma de decisiones.**

Tomar decisiones consiste en elegir una alternativa entre varias posibilidades la cual permita alinear los procesos a un objetivo en un determinado tiempo. (Salazar López, 2018)

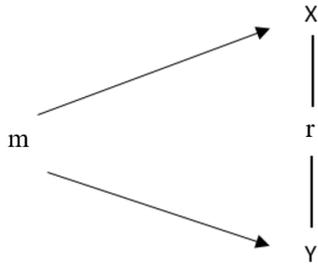
## **CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Tipo y nivel de investigación**

El tipo de investigación será básico con nivel correlacional conforme a las definiciones de los autores Sánchez et al. (2018) las investigaciones básicas son “Tipo de investigación orientada a la búsqueda de nuevos conocimientos sin una finalidad práctica específica e inmediata. Busca principios y leyes científicas, pudiendo organizar una teoría científica. Es llamada también investigación científica básica” (p. 79) este sirve para expandir conocimiento sobre un fenómeno o campo específico. Las investigaciones de nivel correlacional según, Hernández-Sampieri y Mendoza Torres (2018) son “investigaciones que pretenden asociar conceptos, fenómenos, hechos o variables. Miden las variables y su relación en términos estadísticos” (p. 109), este nivel de investigación mide la relación que existe entre dos variables sin ser afectada por alguna variable extraña.

### **4.2. Diseño de investigación**

El diseño de la investigación fue no experimental transversal de tipo descriptivo y correlacional – causal, conforme a los autores Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) los diseños no experimentales son diseños en las que solo se observan sin manipular a las variables en su estado natural y la recopilación de los datos se realiza en un único momento. Los diseños no experimentales transversales descriptivos son estudios puramente descriptivos a partir de la recolección de datos y los diseños no experimentales transversales de tipo correlacional – causal son aquellos que tienen por propósito buscar relacionar dos o más variables en un momento determinado.



Donde:

m: Muestra

x: Observación de la Variable 1 (Gestión de Inventarios)

y: Observación de la Variable 2 (Toma de Decisiones)

r: Correlación causal entre dichas variables.

#### 4.3. Método de investigación

**Método analítico – sintético.** Este método de investigación analiza de forma individual a cada una de las variables para que estudiadas de uniforme individual forme una síntesis. (Rodríguez & Pérez, 2017)

En la presente investigación se analiza cada una de las variables dimensiones e indicadores por separado para luego sintetizar la relación de estos.

**Método inductivo – deductivo.** Este método es contrario al anterior, ya que se parte de un todo (datos generales) hasta llegar a un estudio particular (Rodríguez & Pérez, 2017)

En la presente investigación se parte de una base conocida para llegar a principios desconocidos.

#### 4.4. Población de estudio

La población viene a ser la “totalidad de un conjunto de elementos o casos, sean estos individuos, objetos o acontecimientos, que compartan determinadas características o un criterio; y que se pueden identificar en un área de interés para ser estudiados” (Sánchez et al., 2018 p.102).

De lo dicho en la presente investigación se considerarán como población a todos los colaboradores del área de administración, logística, contabilidad, ventas, y almacén (40 colaboradores) y el acervo documentario de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca.

#### 4.5. Tamaño de la muestra

La muestra viene a ser un “Subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de esta, si se desean generalizar los resultados” (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018)

Para efectos de la presente investigación se considerará como muestra a la totalidad de la población por su reducida cantidad considerándose como muestra a 40 colaboradores de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca.

#### 4.6. Unidad de análisis

La unidad de análisis para efectos de la investigación será la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca.

#### 4.7. Operacionalización de variables

**Tabla 1**

*Variable X: Gestión de Inventarios*

Variable	definición conceptual	Dimensiones	Indicadores
X: Gestión de inventarios	Está encargado de controlar las existencias basándose en los alineamientos de los objetivos de las empresas, se encarga de controlar, entradas, salidas, rotación de las existencias. (Chero Sullón, 2020).	X1. Planificación de inventarios	X1.1. Objetivo e importancia de la gestión de inventarios X1.2. Tipos de inventarios X1.3. Ubicación geográfica de los inventarios X1.4. tecnología de base de datos aplicadas a la gestión de inventarios
		X2. Control de Inventarios	X2.1. Valoración y cálculo de inventarios X2.2. Control y rotación de stock  X3.1. Variación de demanda y nivel de stock

**Tabla 2**

*Variable Y: Toma de decisiones*

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Y: Toma de decisiones	Tomar decisiones consiste en elegir una alternativa entre varias posibilidades la cual permita alinear los procesos a un objetivo en un determinado tiempo. (Salazar López, 2018)	Y1. Decisiones estratégicas Y2. Decisiones tácticas Y3. Decisiones operativas	Y1.1. Estrategia corporativa y de negocio Y1.2. Estrategia operativa Y2.1. Rotación del inventario Y2.2. Control tecnológico Y3.1. selección de proveedores. Y3.2. Segmentación de Clientes Y3.3. Comercialización

#### **4.8. Técnicas e instrumento de investigación.**

##### **4.8.1. Técnica**

###### **➤ La encuesta**

En la presente investigación se considerarán como técnica de acopio de datos a la encuesta que viene a ser un “Procedimiento ejecutado en el método de encuesta por muestreo en el cual se aplica un instrumento de recolección de datos formado por un conjunto de cuestiones o reactivos cuyo objetivo es recabar información factual en una muestra determinada” (Sánchez et al., 2018, p. 59)

##### **4.8.2 Instrumento**

###### **➤ El cuestionario**

En la presente investigación se utilizará el cuestionario. Este sirve para recolectar datos, los cuales son diseñados para medir y estandarizar la información. Es un documento formal para recabar información de la unidad de análisis (Vara, 2012, pág. 255).

#### **4.9. Técnicas para el procesamiento y análisis de información**

El procesamiento de la información se realizará en hojas de cálculo de Microsoft Excel y software IBM SPSS Statistics 26, en las que se ordenará y clasificará la información para luego ser consolidada en tablas y gráficos que permitan analizar e interpretar la información obtenida dando como resultado las conclusiones y recomendaciones.

## CAPÍTULO V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 5.1. Análisis e interpretación y discusión de resultados

#### 5.1.1. Análisis e Interpretación de Ítem

1. ¿Cuenta con información real de las existencias de la empresa en cualquier momento que ayude a la gestión de inventarios?

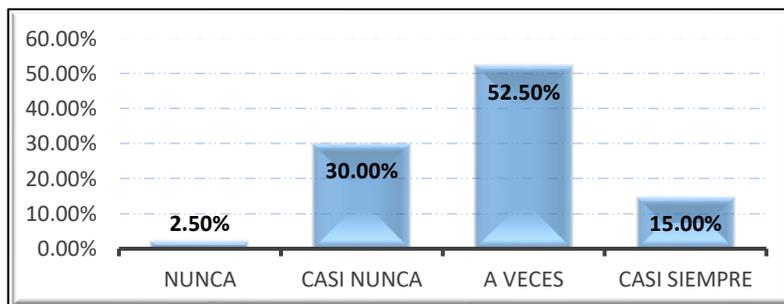
**Tabla 3**

*Información real de existencias oportunamente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	12	30,0	30,0	32,5
	A veces	21	52,5	52,5	85,0
	Casi siempre	6	15,0	15,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 11**

*Información real de las existencias oportunamente*



#### **Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 1, el 52.5% de los encuestados manifiesta que a veces la empresa proporciona información real de sus existencias oportunamente, el 30% manifiesta que casi nunca se le brinda tal información, el 15% afirma contar casi siempre

con dicha información. Disponer de una información real de inventarios es dificultoso ya que esto depende de varios factores, muchas veces depende de los transportistas ya que no presentan sus liquidaciones no cual demora el trabajo de logística para trabajar su planillas de cobranza donde se registra el ingreso nuevamente de mercadería por ser rechazada por los clientes por diversos motivos, también depende de los supervisores de cada mesa de ventas los cuales están en la obligación de brindarle información precisa y actualizada a sus vendedores, sin embargo solo a veces se cuenta con stock actualizados que muestren completamente la realidad de los inventarios. Es por ello que constantemente se realiza capacitaciones al personal, para de esta forma realizar un seguimiento más preciso y oportuno y hacer frente no solo a los factores internos sino también externos como la demanda.

2. ¿En la empresa se da a conocer el objetivo de la gestión de sus inventarios?

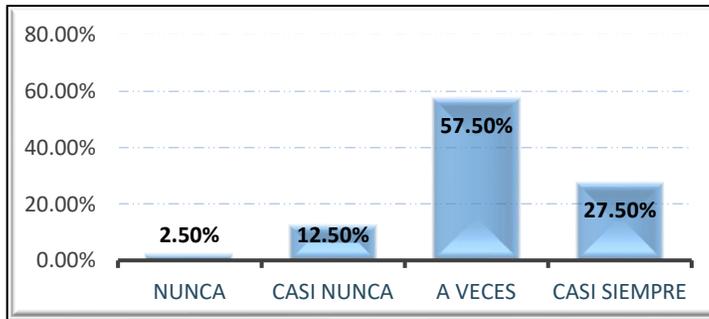
**Tabla 4**

*Conocimiento del objetivo de la gestión de sus inventarios*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	5	12,5	12,5	15,0
	A veces	23	57,5	57,5	72,5
	Casi siempre	11	27,5	27,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 12**

*Conocimiento del objetivo de la gestión de sus inventarios*



### **Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 2, el 57.5% de los encuestados manifiesta que a veces la empresa da a conocer los objetivos de la gestión de sus inventarios, el 27.5% manifiesta que casi siempre se da a conocer el objetivo de los inventarios, el 12.5% afirma que la empresa casi nunca da a conocer los objetivos de los inventarios y un 2.5% manifiesta que la empresa nunca le ha dado a conocer los objetivos de sus inventarios. Los vendedores son los que más observan este problema ya que ellos trabajan por comisiones y cuota por proveedores, los proveedores mensualmente lanzan cuotas a llegar y premios diversos por la colocación de estos en el mercado, sin embargo esta información generalmente se les está proporcionando a mediados de mes lo que dificulta que cumplan ya que solo cuentan con medio mes para realizar la venta de dichas existencias, es por ello que los trabajadores manifiestan que a veces tienen información real de los objetivos de los inventarios, evitando obsolescencias y mejorando la rotación de inventarios.

### 3. ¿La empresa utiliza un sistema de clasificación de inventarios adecuado?

**Tabla 5**

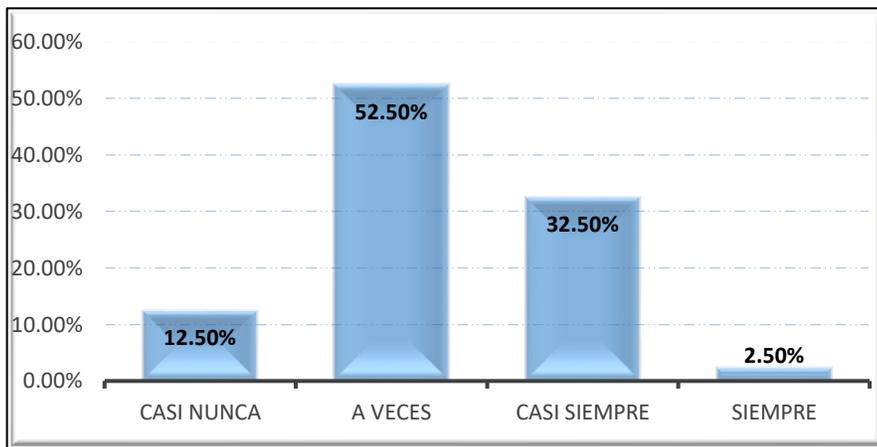
*Sistema de clasificación de inventarios adecuado*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	5	12,5	12,5	12,5
	A veces	21	52,5	52,5	65,0

Casi siempre	13	32,5	32,5	97,5
Siempre	1	2,5	2,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

**Figura 13**

*Sistema de clasificación de inventarios adecuado*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 3, el 52.5% de los encuestados manifiesta que a veces la empresa da uso de su sistema de clasificación de inventarios adecuadamente, el 32.5% manifiesta que casi siempre da uso de su sistema de clasificación de inventarios adecuadamente, el 12.5% afirma que la empresa casi nunca da uso de su sistema de clasificación de inventarios adecuadamente y un 2.5% manifiesta siempre la empresa da uso de su sistema de clasificación de inventarios adecuadamente. Si bien es cierto la empresa cuenta con un sistema informático comercial (LUGO) para controlar inventarios, este no siempre es alimentado adecuadamente, sin embargo, al hablar de sistema de clasificación de inventario no solo nos referimos a los sistemas informáticos, sino a toda aquella herramienta

que sirva para mejorar significativamente la eficiencia y la precisión de su gestión de inventarios.

4. ¿El tipo de inventarios según su frecuencia utilizado por la empresa contribuye a una buena gestión de inventarios?

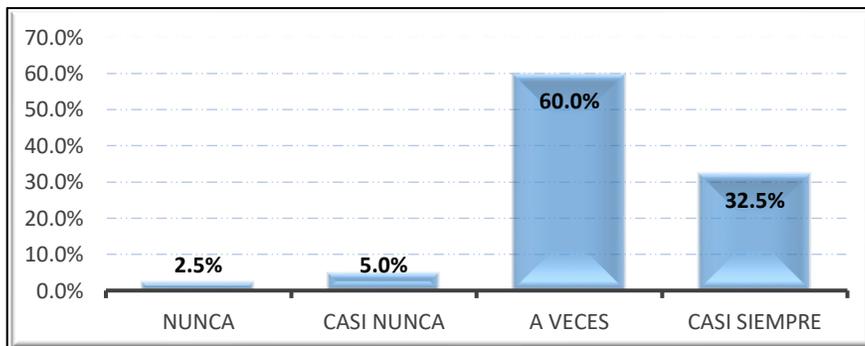
**Tabla 6**

*Inventarios según su frecuencia*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	2	5,0	5,0	7,5
	A veces	24	60,0	60,0	67,5
	Casi siempre	13	32,5	32,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 14**

*Inventarios según su frecuencia*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 4, el 60.0% de los encuestados manifiestan que A veces el tipo de inventarios según su frecuencia utilizado por la empresa contribuye a una buena gestión de inventarios, el 32.5% indica que casi siempre el tipo de inventarios según su frecuencia utilizado por la empresa contribuye a una buena gestión de inventarios, el 5.0%

afirma casi nunca el tipo de inventarios según su frecuencia utilizado por la empresa contribuye a una buena gestión de inventarios el 2.5% afirma que nunca. La empresa deja notar su deficiencia en el ámbito de realizar inventario con frecuencia, ya que esto les toma tiempo y necesitan hacer uso de más recursos humanos, lo ideal sería que con frecuencia se realice inventarios para mejorar la precisión de ellos, generando eficiencia en la gestión de inventarios y la capacidad para la toma de decisiones informadas.

5. ¿En la empresa los productos antiguos (comprados primeros) están más asequibles a las unidades de distribución?

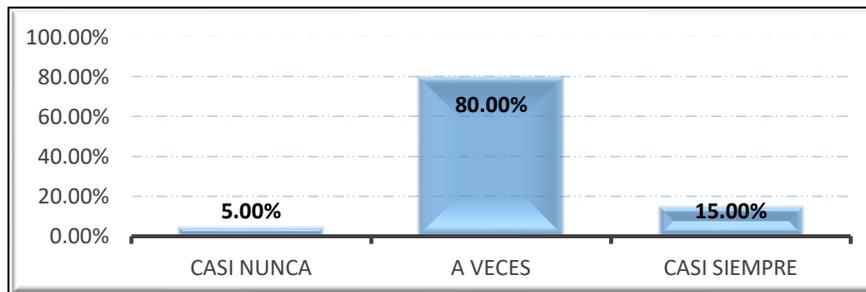
**Tabla 7**

*Existencias compradas primeras, asequibles a unidades de distribución*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	5,0	5,0	5,0
	A veces	32	80,0	80,0	85,0
	Casi siempre	6	15,0	15,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 15**

*Existencias compradas primero, asequibles a unidades de distribución.*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 5, el 80.0% de los encuestados manifiestan que A veces los productos antiguos (comprados primeros) están más asequibles a las unidades de

distribución, el 15.0% indica que casi siempre los productos antiguos (comprados primeros) están más asequibles a las unidades de distribución y el 5.0% afirma que casi nunca se da esto. Los vendedores de la empresa manifiestan que a veces se les boletea los productos con fecha corta de vencimiento, por políticas de la empresa, lo cual les perjudica, sin embargo señalan que veces ellos venden y que equivocadamente en almacén los primeros productos en salir a la venta son los que ingresaron último, debido a una mala ubicación de los productos, es por ello que se recomienda que las existencias con fecha corta de vencimiento estén asequibles a las unidades de distribución ya que esto va a ayudar la gestión de inventarios, generando una mejor capacidad de respuesta a la demanda de los clientes, reduce los riesgos de obsolescencia y optimiza el espacio de almacenaje.

6. ¿El área del almacén permite acumular la mercancía que demanda los clientes?

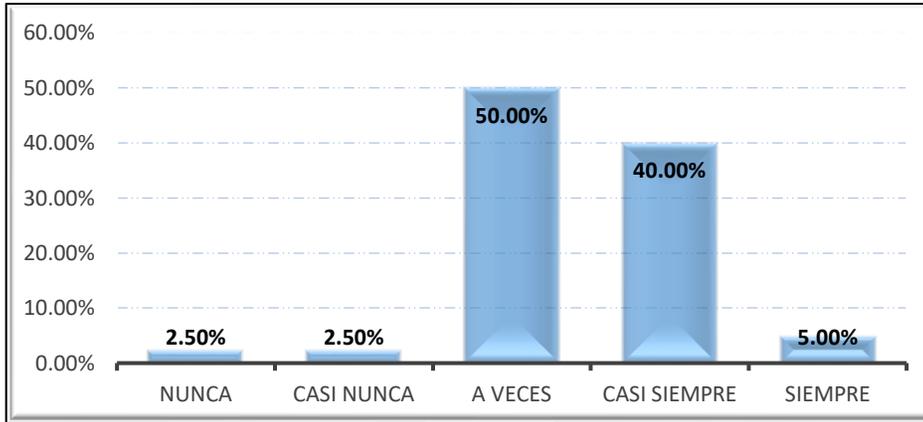
**Tabla 8**

*Almacén que permite acumular la mercancía que demanda los clientes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Nunca	1	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	1	2,5	2,5	5,0
	A veces	20	50,0	50,0	55,0
	Casi siempre	16	40,0	40,0	95,0
	Siempre	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 16**

*Espacio disponible en el almacén para nueva orden de compra*



### **Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 6, el 50.0% de los encuestados manifiestan que a veces el área del almacén permite acumular la mercancía que demanda los clientes, el 40.0% indica que casi siempre el área del almacén permite acumular la mercancía que demanda los clientes., EL 5.0% afirman que siempre, mientras que 2.5% manifiestan que casi nunca y el 2.5% restante indica que nunca el área del almacén permite acumular la mercancía que demanda los clientes. El almacén cuenta con 120m2 sin embargo solo a veces se cuenta con stock que satisfaga la demanda de los clientes esto debido a que muchas veces los proveedores condicionan las ventas lo cual genera que haya producto de baja rotación utilizando espacio que podría ser utilizado por productos que los clientes necesiten y compren. Es por ello que la empresa constantemente busca estrategias, creando combos y bonificaciones, para amarrar los productos, esto les permite estar atentos a la demanda del mercado, y a superar problemas de su cadena de abastecimiento, distribución, aumentando su rentabilidad.

7. ¿Cuenta con un sistema de registro de inventario que identifica las cantidades mínimas y máximas en el almacén?

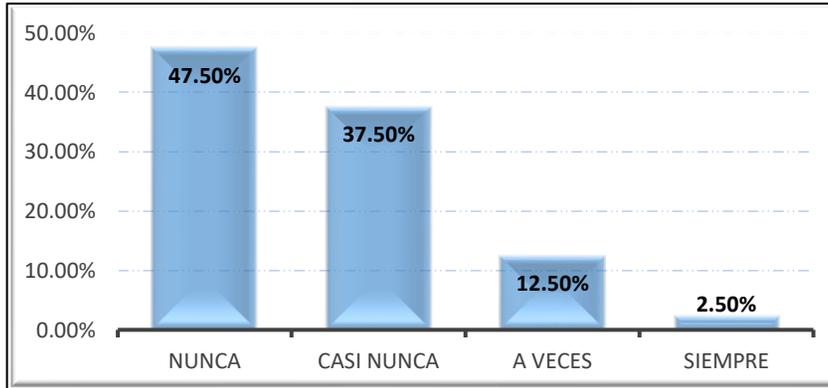
**Tabla 9**

*Sistema de registro de inventario cantidades mínimas y máximas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	19	47,5	47,5	47,5
	Casi nunca	15	37,5	37,5	85,0
	A veces	5	12,5	12,5	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 17**

*Sistema de registro de inventario cantidades mínimas y máximas*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 7, el 47.5% de los encuestados manifiestan que la empresa nunca cuenta con un sistema de registro de inventario que identifica las cantidades mínimas y máximas en el almacén., el 37.5% indica que la empresa **casi nunca** cuenta con un sistema de registro de inventario que identifica las cantidades mínimas y máximas en el almacén, el 12.5% afirman que a veces, mientras que 2.5% manifiestan que siempre. El

personal de logística está obligado a entregar stock Inter diario lo cual no les permite a los vendedores conocer en tiempo real cuanto disponen de productos en almacén, para no ofrecer productos que no existen y evitar generar descontentos en los clientes, sin embargo, esto se repite con frecuencia los vendedores muchas veces han terminado ofreciendo producto que ya no se contaba en almacén. Sería recomendable contar con algún indicador de existencias que nos permita evitar los escasos y sobre estoquearnos.

8. ¿Cuentan con un sistema de solicitudes de compras?

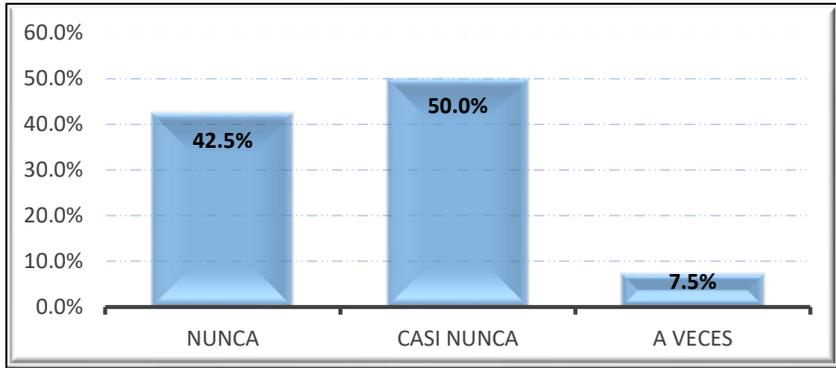
**Tabla 10**

*Sistema de solicitudes de compras*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Nunca	17	42,5	42,5	42,5
	Casi nunca	20	50,0	50,0	92,5
	A veces	3	7,5	7,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 18**

*Sistema de solicitudes de compras*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 8, el 50.0% de los encuestados manifiestan que la empresa casi nunca cuenta con un sistema de solicitudes de compras, el 42.5% indica que la empresa **nunca** cuenta con un sistema de solicitudes de compras, y 7.5% afirman que a veces. Los trabajadores, generalmente el área de ventas manifiesta cierto descontento ya que dan a conocer que casi nunca se cuenta con un sistema eficiente de solicitud de compra ya que el área de administración es quien toma la decisión de las nuevas compras, manifestando ellos que su área conoce más sobre la demanda de los clientes, ya que ellos están en campo, y se perjudican al ver productos de baja rotación en almacén generados por una nueva compra

9. ¿Se hace un conteo físico periódico de las existencias en el almacén?

**Tabla 11**

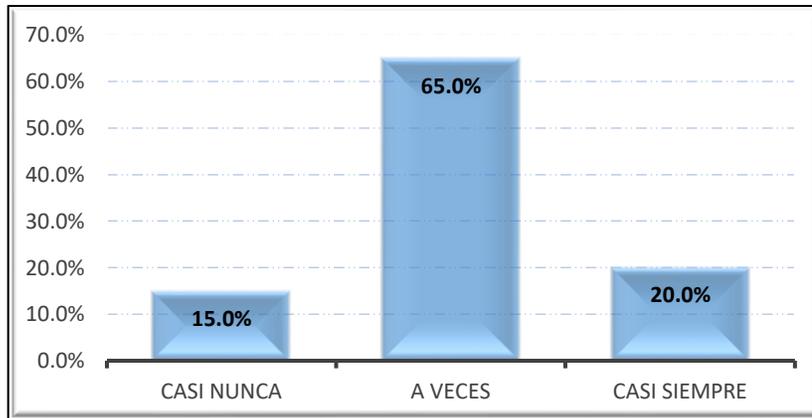
*Conteo físico periódico de existencia*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	6	15,0	15,0	15,0
	A veces	26	65,0	65,0	80,0
	Casi siempre	8	20,0	20,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

1.

**Figura 19**

*Conteo físico periódico de existencia*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 9, el 65.0% de los encuestados manifiestan que la empresa a veces realiza conteo físico periódico de las existencias en el almacén, el 20.0% indica que la empresa **casi siempre** realiza conteo físico periódico de las existencias en el almacén, y 15.00% afirman que casi nunca. El conteo físico de las existencias se realiza al recibir la mercadería, sin embargo, cuando ya está en almacén poco se interesan en realizar un conteo, los trabajadores manifiestan que solo a veces se realiza un conteo físico, generalmente es cuando observan que los productos tienen fecha de vencimiento corta y solo e realiza el conteo de ese lote, en la empresa se necesita realizar periódicamente un conteo físico para organizar adecuadamente las existencias, supervisarlas con la finalidad de satisfacer a los clientes.

10. ¿Se hace una valoración periódica económica de las existencias en el almacén?

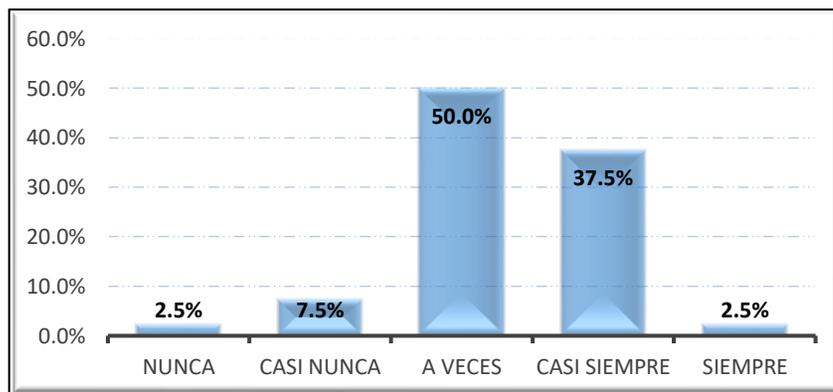
**Tabla 12**

*Valoración periódica económica de las existencias*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	3	7,5	7,5	10,0
	A veces	20	50,0	50,0	60,0
	Casi siempre	15	37,5	37,5	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 20**

*Valoración periódica económica de las existencias*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 10, el 50.0% de los encuestados manifiestan que la empresa a veces realiza una valoración periódica económica de las existencias en el almacén, el 37.5% indica que la empresa **casi siempre** realiza una valoración periódica económica de las existencias en el almacén, el 7.5% indica que casi nunca se realiza una valoración periódica económica de las existencias en el almacén, el 2.5% afirma que siempre mientras que el 2.5% restante manifiesta que nunca. La respuesta de los trabajadores oscila entre a veces y casi siempre, ya que consideran que algunos proveedores solicitan stock valorizados al cierre de cada semana para de algún modo contar con un termómetro que les vaya indicando

cuanto se está vendiendo de cada producto, esto les permite identificar posibles variaciones en el costo de los productos y tomar medidas para controlarlo.

11. ¿Se realiza conciliaciones de saldos contables con los inventarios físicos?

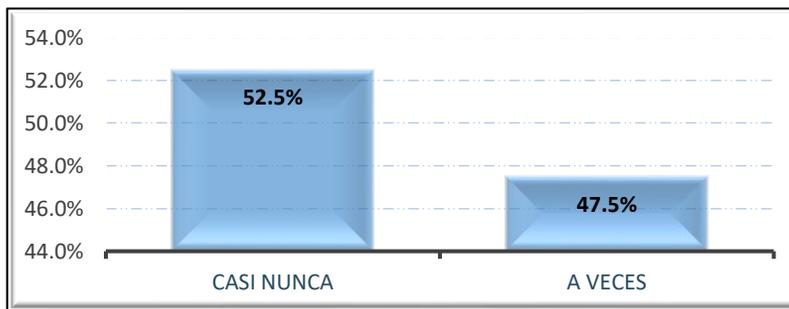
**Tabla 13**

*Conciliaciones de saldos contables con los inventarios físicos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	21	52,5	52,5	52,5
	A veces	19	47,5	47,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 21**

*Conciliaciones de saldos contables con los inventarios físicos*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 11, el 52.5% de los encuestados manifiestan que la empresa casi nunca realiza conciliaciones de saldos contables con los inventarios físicos y el 47.5% indica que a veces realizan conciliaciones de saldos contables con los inventarios físicos. Los trabajadores afirman que los stock brindados no siempre muestran la realidad que existe de stock físico, generalmente la conciliación de inventarios se realiza al finalizar el año, ya que hacerlo periódicamente demanda de muchos recursos, sin embargo realizarlo con frecuencia le evitaría discrepancia, controlar costos y tomar decisiones más acertadas

Esta es una práctica importante ya que permite hallar discrepancias, controlar costos, para esta forma poder tomar decisiones informadas y estratégica.

12. ¿Se cuenta con un método efectivo para determinar el lote óptimo de compra?

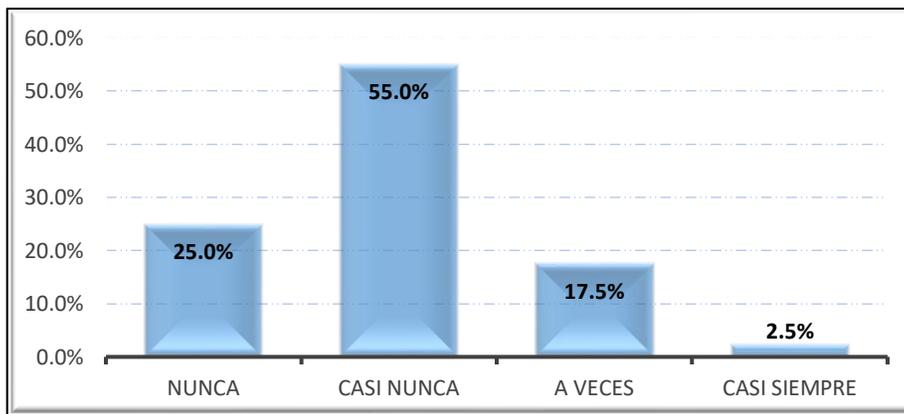
**Tabla 14**

*Método efectivo para determinar el lote óptimo de compra*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	10	25,0	25,0	25,0
	Casi nunca	22	55,0	55,0	80,0
	A veces	7	17,5	17,5	97,5
	Casi siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 22**

*Método efectivo para determinar el lote óptimo de compra*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 12, el 55.0% de los encuestados manifiestan que la empresa casi nunca realiza un método efectivo para determinar el lote óptimo de compra, el 25% afirma que nunca han contado un método efectivo, el 17.5% indica que a veces realiza un método efectivo para determinar el lote óptimo de compra y el 2.5% manifiesta que el

2.5% casi siempre se ha contado con dicho método. Los trabajadores manifiestan que el problema de los inventarios empieza en no determina bien el lote óptimo de compra sin embargo muchas veces no depende de la empresa sino de la colocación de los proveedores, quedando como tarea tener sumo cuidado con los productos perecibles como son los yogurts. Es por ello que mientras esté a su alcance deben elegir bien los productos a comprar, ya que esto ayudará a la cadena de suministro, se obtendrá satisfacción del cliente y se podrá planificar a largo plazo.

13. ¿Cuentan con un sistema de medición de rotación de cada producto?

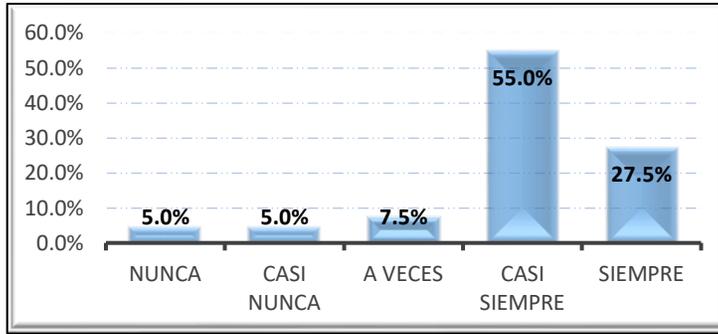
**Tabla 15**

*Sistema de medición de rotación de cada producto*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	5,0	5,0	5,0
	Casi nunca	2	5,0	5,0	10,0
	A veces	3	7,5	7,5	17,5
	Casi siempre	22	55,0	55,0	72,5
	Siempre	11	27,5	27,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 23**

*Sistema de medición de rotación de cada producto*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 13, el 55.0% de los encuestados manifiestan que la empresa casi siempre cuenta con un sistema de medición de rotación de cada producto, el 27.5% indica que siempre cuenta con dicho sistema, el 7.5% afirma que a veces, el 5.0% señala que casi nunca y el otro 5.0% expresa que nunca. Los trabajadores señalan que al facturar y boletear todos los días y al trabajar notas de crédito ayuda a la medición de rotación de cada producto es por ello que al ver en stock que algún producto tenga poco stock es mejor comunicarse directamente a almacén para ya no estar ofreciendo a los clientes, los trabajadores manifiestan que esto les permite conocer que productos e venden más y cuales no tienen una buena demanda, conocer esto les permitirá tomar decisiones en cuanto a la reposición, promociones, o descarte de productos de almacén.

14. ¿Buscan un punto óptimo entre la cantidad de stock y no quedar sin suministros para sus clientes?

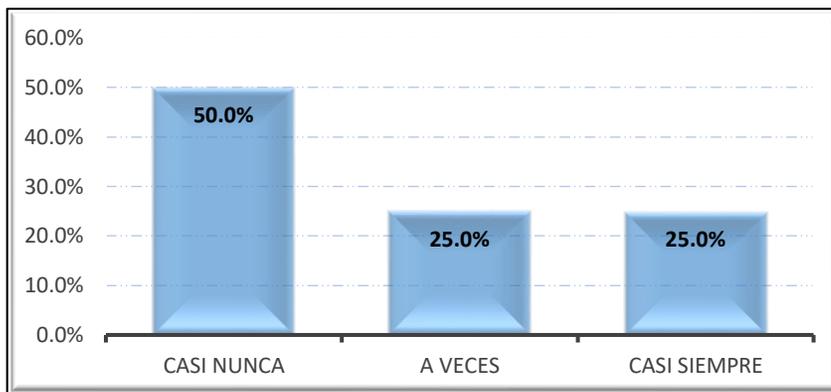
**Tabla 16**

*Punto óptimo entre la cantidad de stock y no quedar sin suministros*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Casi nunca	20	50,0	50,0	50,0
	A veces	10	25,0	25,0	75,0
	Casi siempre	10	25,0	25,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 24**

*Punto óptimo entre la cantidad de stock y no quedar sin suministros*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 14, el 50.0% de los encuestados manifiestan que la empresa casi nunca busca un punto óptimo entre la cantidad de stock y no quedar sin suministros para sus clientes, el 25.0% indica que a veces busca tal punto y el 25.0% afirma que casi siempre se busca el punto óptimo. Los trabajadores señalan que casi nunca buscan tal punto, a veces terminan rechazando todo el pedido a falta de un producto, perjudicando a la empresa ya que significa más costos, es por ello que muestran su molestia a dicho caso, para ello se requiere una planificación cuidadosa que garantice satisfacer la demanda de los clientes in incurrir en costos innecesarios.

15. ¿Cuenta con un plan estratégico por si las variaciones de las ventas sean muy amplias?

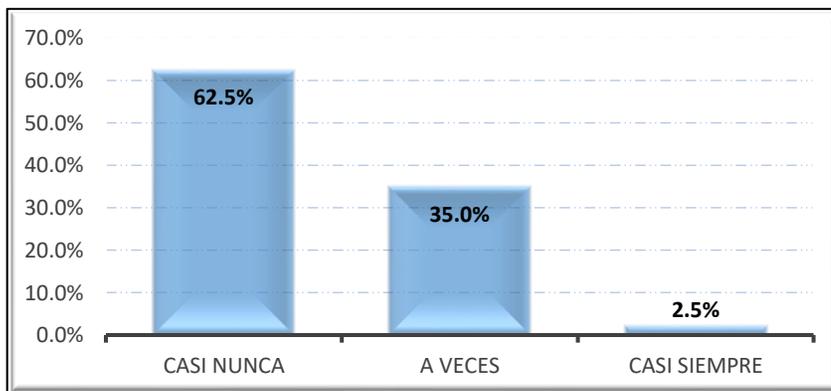
**Tabla 17**

*Plan estratégico para variaciones amplias de ventas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi nunca	25	62,5	62,5	62,5
	A veces	14	35,0	35,0	97,5
	Casi siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 25**

*Plan estratégico para variaciones amplias de ventas*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 15, el 62.5% de los encuestados manifiestan que la empresa casi nunca cuenta con un plan estratégico por si las variaciones de las ventas sean muy amplias, el 35.0% indica que a veces cuenta con dicho plan, el 2.5% afirma que casi siempre, y el otro 2.5% expresa que nunca. En el año 2022 se mostró un alza en el costo de los productos lo que significaba ir actualizando precios, los clientes empiezan a comprar menos ya que los consumidores finales manifiestan su disminución de sus ingresos por la coyuntura nacional, por otro lado los proveedores dejaron de producir algunos productos que eran de alta rotación, con lo que dejaron notar que tienen un bajo nivel de estrategia para

cuando se realice variaciones, solo les queda adaptarse y tener que vender lo que se tiene en almacén. Esta estrategia debe ser adaptable, y lo suficiente flexible para satisfacer la demanda de los clientes.

16. ¿Cuenta con estrategias para lograr sus objetivos y metas de la organización a nivel corporativo, las cuales le ayuden a competir con éxito en el mercado?

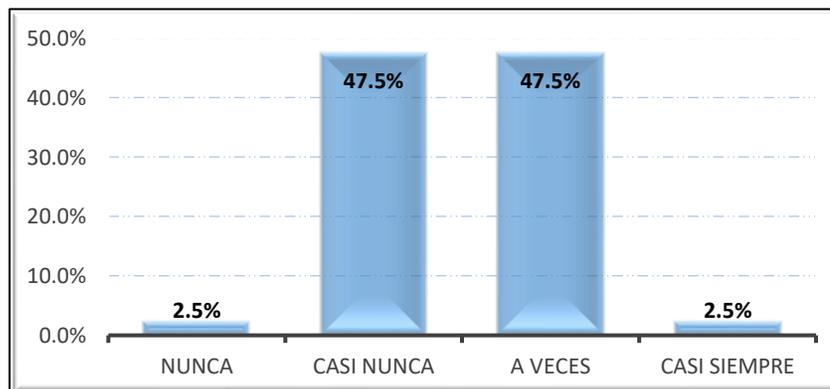
**Tabla 18**

*Estrategias y metas las cuales le ayuden a competir con éxito en el mercado*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	19	47,5	47,5	50,0
	A veces	19	47,5	47,5	97,5
	Casi siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 26**

*Estrategias y metas las cuales le ayuden a competir con éxito en el mercado*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 16, el 47.5% de los encuestados manifiestan que la empresa casi nunca cuenta con estrategias para lograr sus objetivos y metas a nivel corporativo, las cuales le ayuden a competir con éxito en el mercado, el 47.5% indica que a veces cuenta con dichas estrategias, el 2.5% afirma que nunca, y el otro 2.5% expresa que

casi siempre. Estas estrategias deben estar enfocadas en lograr los objetivos y metas de la organización y deben ser adaptativas y flexibles para adaptarse a los cambios en el mercado y a las necesidades de los clientes.

17. ¿Disponen de componentes estratégicos para la comercialización ya sean recursos, procesos y habilidades?

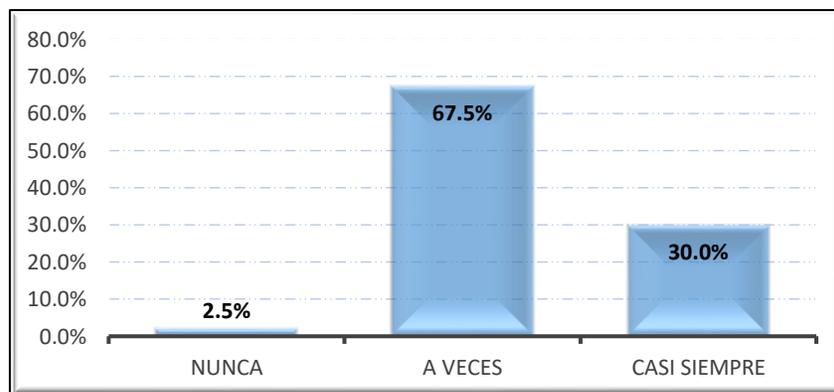
**Tabla 19**

*Componentes estratégicos para la comercialización*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,5	2,5	2,5
	A veces	27	67,5	67,5	70,0
	Casi siempre	12	30,0	30,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 27**

*Componentes estratégicos para la comercialización*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 17, el 67.5% de los encuestados manifiestan que la empresa a veces dispone de componentes estratégicos para la comercialización ya sean recursos, procesos y habilidades, el 30.0% indica que a veces cuenta con dichas estrategias, y el 2.5% afirma que nunca. Los encuestados señalan que en la empresa se busca de una u

otra forma dar los recursos para que se desempeñen en su trabajo reciben capacitaciones, buscan contratar personal con experiencia, esto depende mucho del recurso humano con que cuentan ya que de ellos va a depender las habilidades como la capacidad de análisis para enfrentar problemas.

18. ¿El área de Recursos Humanos realiza una selección de personal ideal para gestionar los inventarios?

**Tabla 20**

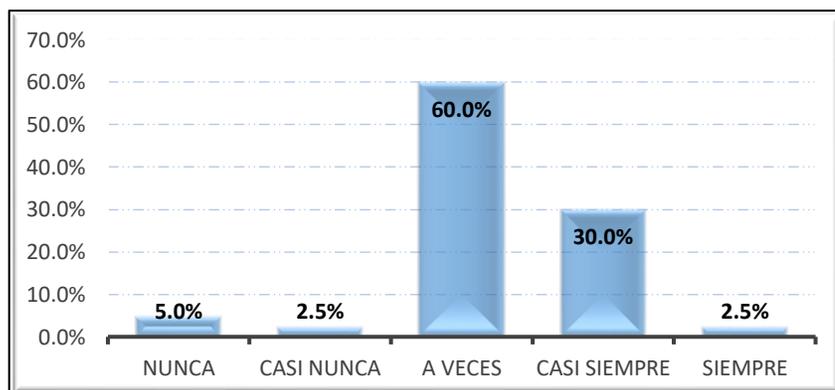
*Recursos Humanos y selección de personal para gestionar inventarios.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	5,0	5,0	5,0
	Casi nunca	1	2,5	2,5	7,5
	A veces	24	60,0	60,0	67,5
	Casi siempre	12	30,0	30,0	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Según encuesta

**Figura 28**

*Recursos Humanos y selección de personal para gestionar inventarios.*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 18, el 60.0% de los encuestados manifiestan que la empresa a veces realiza una selección de personal ideal para gestionar los inventarios, el 30.0% indica que siempre realiza dicha selección, el 5.0% afirma que nunca, el 2.5% señala que nunca y el otro 2.5% expresa que siempre. Si bien es cierto la gestión de inventarios no es una tarea exclusiva del área de Recursos humanos, es necesario que la empresa tenga un proceso adecuado de selección de personal los cuales estén directamente involucrados en la gestión de inventarios. La empresa manifiesta que en su selección de personal tratan de escoger la mejor opción sin embargo escapa de sus manos la responsabilidad de los trabajadores para cumplir sus objetivos.

19. ¿la empresa cuenta con información oportuna sobre niveles óptimos de rotación?

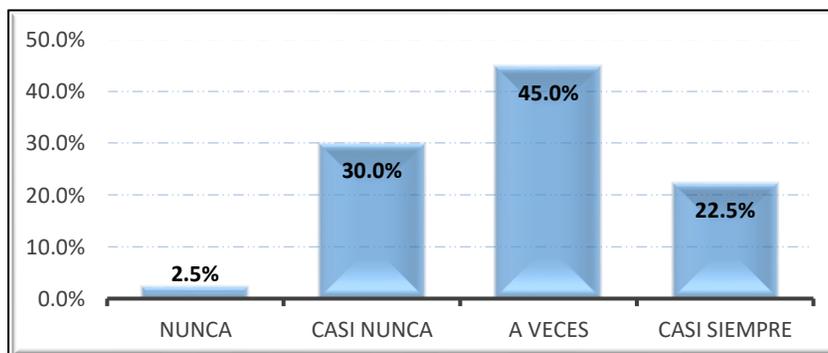
**Tabla 21**

*Información oportuna sobre niveles óptimos de rotación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Nunca	1	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	12	30,0	30,0	32,5g
	A veces	18	45,0	45,0	77,5
	Casi siempre	9	22,5	22,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 29**

*Información oportuna sobre niveles óptimos de rotación*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 19, el 45.0% de los encuestados manifiestan que la empresa casi siempre cuenta con un sistema de medición de rotación de cada producto, el 30.0% indica que casi nunca cuenta con dicho sistema, el 22.5% afirma que casi siempre, el 2.5% señala que casi nunca. Los trabajadores señalan que a veces se les da dicha información considerando que debería ser con más frecuencia para contar con una mejor gestión de inventarios, lo que ayuden a disminuir costos de almacenamiento, mejorar la liquidez y evitar exceso o falta de inventario.

20. ¿Se utiliza información real, exacta y en todo momento de inventarios para tomar decisiones acertadas?

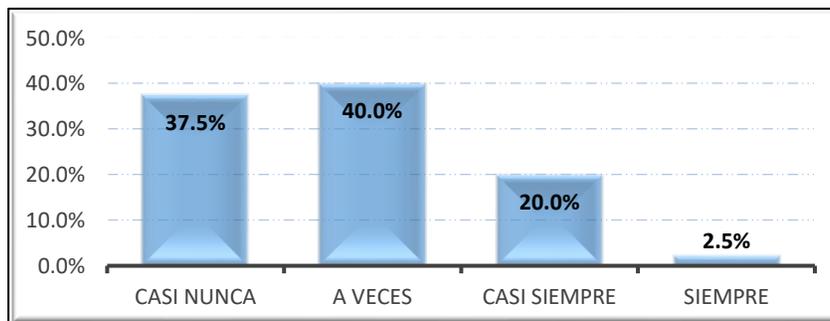
**Tabla 22**

*Información real, exacta de inventarios para toma de decisiones*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	15	37,5	37,5	37,5
	A veces	16	40,0	40,0	77,5
	Casi siempre	8	20,0	20,0	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 30**

*Información real, exacta de inventarios para toma de decisiones*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 20, el 40.0% de los encuestados manifiestan que la empresa a veces utiliza información real, exacta y en todo momento de inventarios para tomar decisiones acertadas, el 37.5% indica que casi nunca utiliza dicha información, el 20.0% afirma que casi siempre, y el otro 2.5% expresa que siempre. Los trabajadores manifiestan que esto es muy difícil de lograr ya que constantemente se está moviendo el stock por los pedidos que se va realizando en tiempo real durante su visita a los clientes. Sin embargo, ellos piden que en lo posible se actualice sus inventarios en tiempo real, para que se pueda planificar mejor la gestión de inventarios, tanto compras como promociones entre otros.

21. ¿La empresa invierte en tecnología para gestionar sus recursos?

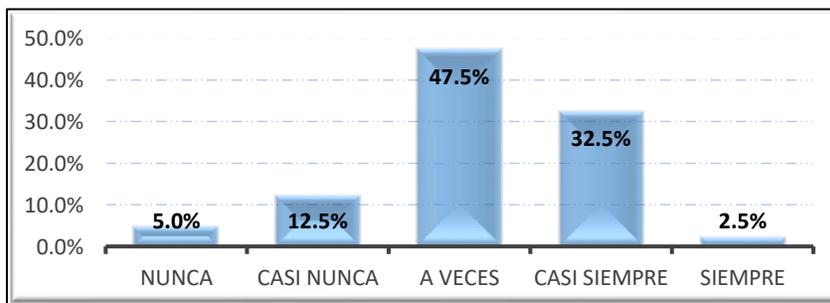
**Tabla 23**

*Tecnología para gestionar sus recursos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	5,0	5,0	5,0
	Casi nunca	5	12,5	12,5	17,5
	A veces	19	47,5	47,5	65,0
	Casi siempre	13	32,5	32,5	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 31**

*Tecnología para gestionar sus recursos*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 21, el 47.5% de los encuestados manifiestan que la empresa a veces invierte en tecnología para gestionar sus recursos, el 32.5% indica que casi siempre invierte en dicha tecnología, el 12.5% afirma que casi nunca, el 5.0% señala que nunca y el otro 2.5% expresa que siempre. Los trabajadores manifiestan que la empresa cuenta con 5 computadoras que diario están en funcionamiento ayudando a mejorar la precisión, aumentando la velocidad de las operaciones y reduciendo errores, a parte cuentan con un aplicativo en sus celulares de cada uno de los vendedores para pasar pedidos en tiempo real invirtiendo constantemente en mejorar la gestión de inventarios que permita tomar decisiones informadas y oportunas.

22. ¿El uso de tecnología les permite tener una mejor administración y ahorrar tiempo en los inventarios?

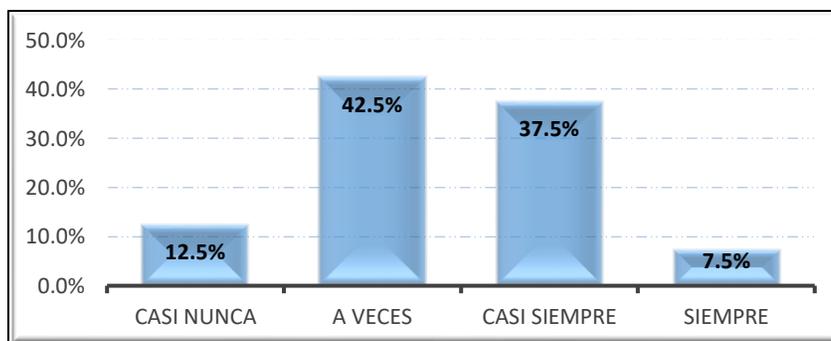
**Tabla 24**

*Tecnología para mejorar administración de los inventarios*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	5	12,5	12,5	12,5
	A veces	17	42,5	42,5	55,0
	Casi siempre	15	37,5	37,5	92,5
	Siempre	3	7,5	7,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 32**

*Tecnología para mejorar administración de los inventarios*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 22, el 42.5% de los encuestados manifiestan que la empresa a veces usa tecnología que les permite tener una mejor administración y ahorrar tiempo en los inventarios, el 37.5% indica que casi siempre usa dicha tecnología, el 12.5% afirma que casi nunca, el 7.5% señala que siempre. Los trabajadores señalan que anteriormente se ingresaba los pedidos manualmente, lo que les tomaba gran tiempo en oficina, ahora al poder pasar sus pedidos desde su aplicativo Es-sales ha mejorado mucho su calidad de trabajo, en los últimos años ha mejorado mucho el tema de implementación de tecnología en la empresa lo cual ayuda a automatizar procesos manuales, mejora la eficiencia y evita errores humanos, sobre todo ahorran tiempo que dedican a otras cosas.

23. ¿Se cuenta con un área de la empresa encargada de seleccionar adecuadamente los proveedores?

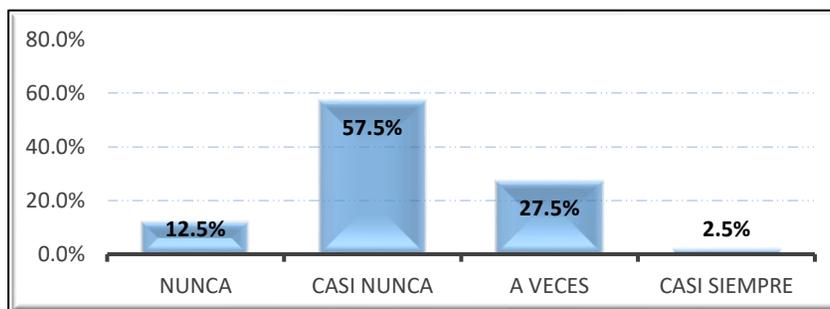
**Tabla 25**

*Selección adecuada de proveedores*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	12,5	12,5	12,5
	Casi nunca	23	57,5	57,5	70,0
	A veces	11	27,5	27,5	97,5
	Casi siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 33**

*Selección adecuada de proveedores*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 23, el 57.5% de los encuestados manifiestan que la empresa casi nunca cuenta con un área de la empresa encargada de seleccionar adecuadamente los proveedores, el 27.5% indica que a veces cuentan con dicha área, el 12.5% afirma que nunca, el 2.5% señala que casi siempre. Los trabajadores indican que casi nunca se cuenta con un área específica para seleccionar proveedores, ya que de ello se encarga administración, el área de administración ya tiene sus proveedores establecidos y no busca crear alianzas con otros, sin embargo, al tener un área que se dedica a la elección de proveedores podría mejorar las relaciones contractuales sólidas, y sobre todo que cumplan sus términos y condiciones establecidas.

24. ¿La empresa genera alianzas con sus proveedores que le permitan mejorar las decisiones de abastecimiento?

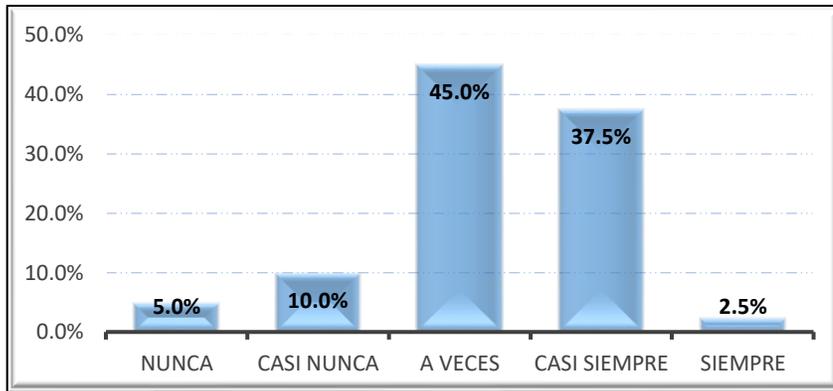
**Tabla 26**

*Alianzas con proveedores*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	5,0	5,0	5,0
	Casi nunca	4	10,0	10,0	15,0
	A veces	18	45,0	45,0	60,0
	Casi siempre	15	37,5	37,5	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 34**

*Alianzas con proveedores*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 24, el 45.0% de los encuestados manifiestan que la empresa a veces genera alianzas con sus proveedores que le permitan mejorar las decisiones de abastecimiento, el 37.5% indica que casi siempre generar dichas alianzas, el 10.0% afirma que casi nunca, el 5.0% señala que nunca y el otro 2.5% expresa que siempre. Los encuestados manifiestan que a veces y casi siempre se cuenta con alianzas con los proveedores ya que ellos están muy pendientes de su mercadería vendida, estoqueada, lo que ayuda a la empresa a brindar bonificaciones, crear combos, descuentos, para mejorar las decisiones de abastecimiento de la empresa.

25. ¿La empresa segmenta sus clientes de manera que pueda optimizar sus decisiones?

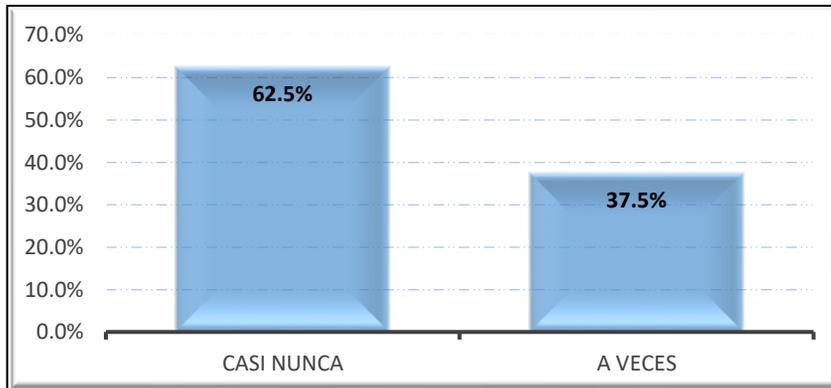
**Tabla 27**

*Segmentación de clientes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	25	62,5	62,5	62,5
	A veces	15	37,5	37,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 35**

*Segmentación de clientes*



### **Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 25, el 62.5% de los encuestados manifiestan que la empresa casi nunca segmenta sus clientes de manera que pueda optimizar sus decisiones, el 37.5% indica que a veces segmenta dichos clientes. Los encuestados afirman que a veces segmentan a los clientes con la finalidad de conocer la ruta que vitaran cada día sin embargo piden un trato más personalizado para los clientes como por ejemplo la hora en que llegan a dejar sus productos, a veces los transportistas van a dejar productos cuando el cliente no se encuentra tal es el caso de los clientes del mercado que tienen horarios de atención y luego cierran es por eso que los encuestados piden que se debe segmentar de una forma más adecuada a los clientes, que les permita personalizar sus ofertas, lo cual ayude a tomar mejores decisiones.

26. ¿Se toma decisiones basadas en un trato personalizado acorde con la naturaleza de cada cliente?

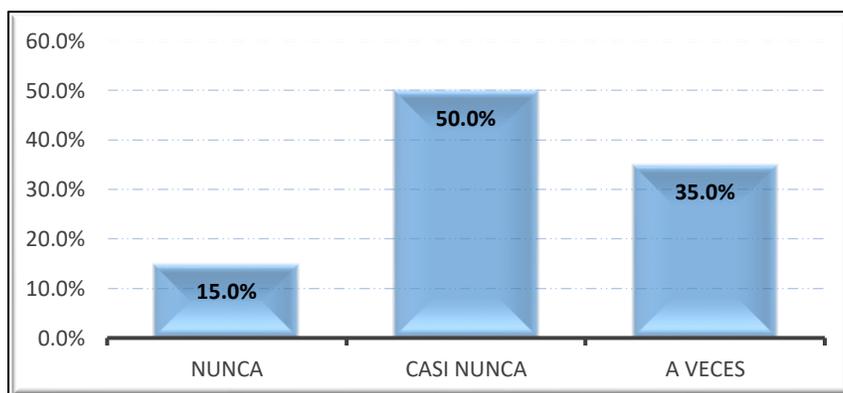
### **Tabla 28**

*Decisiones personalizadas según cliente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Nunca	6	15,0	15,0	15,0
	Casi nunca	20	50,0	50,0	65,0
	A veces	14	35,0	35,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 36**

*Decisiones personalizadas según cliente*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 26, el 50.0% de los encuestados manifiestan que la empresa casi nunca toma decisiones basadas en un trato personalizado acorde con la naturaleza de cada cliente, el 35.0% indica que a veces toma decisiones basadas en un trato personalizado acorde con la naturaleza de cada cliente y el 15.0% señala que nunca. tomar decisiones basadas en un trato personalizado acorde con la naturaleza de cada cliente puede mejorar significativamente la experiencia del cliente y aumentar la satisfacción y fidelidad del mismo.

27. ¿El área de comercialización capacita a sus empleados mostrándoles estrategias que mejoren el proceso de venta?

**Tabla 29**

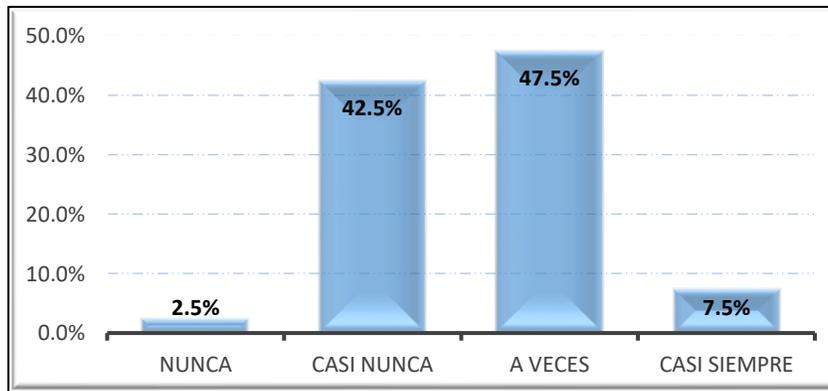
*Capacitación de empleados para mejor proceso de ventas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Nunca	1	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	17	42,5	42,5	45,0
	A veces	19	47,5	47,5	92,5
	Casi siempre	3	7,5	7,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Elaboración propia. Fuente: Encuestas aplicadas

**Figura 37**

*Capacitación de empleados para mejor proceso de ventas*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 27, el 47.5% de los encuestados manifiestan que la empresa a veces capacita a sus empleados mostrándoles estrategias que mejoren el proceso logístico de venta, el 42.5% indica que casi nunca se capacita, el 7.5% afirma que casi siempre, y el 2.5% señala que nunca. Capacitar a los empleados en estrategias que mejoren el proceso logístico de venta puede tener un impacto positivo en la eficiencia y rentabilidad de la empresa, así como en la satisfacción del cliente. La falta de una gestión logística eficiente puede generar retrasos en la entrega de productos, pérdidas de ventas, insatisfacción

de los clientes y costos adicionales para la empresa, lo que puede afectar significativamente su rentabilidad y su posición en el mercado.

28. ¿La gestión logística le permite tomar decisiones oportunas con la finalidad de dar solución a cualquier inconveniente?

**Tabla 30**

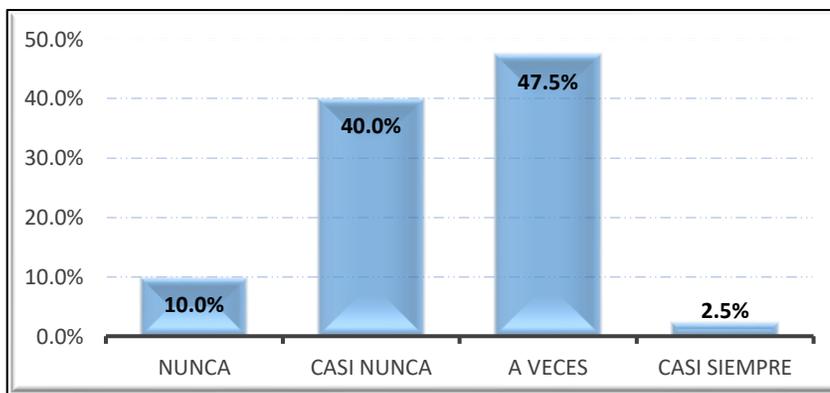
*Gestión logística y toma de decisiones*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Nunca	4	10,0	10,0	10,0
	Casi nunca	16	40,0	40,0	50,0
	A veces	19	47,5	47,5	97,5
	Casi siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Elaboración propia. Fuente: Encuestas aplicadas

**Figura 38**

*Gestión logística y toma de decisiones*



**Análisis e interpretación:**

Como se observa en el gráfico 28, el 47.5% de los encuestados manifiestan que la gestión logística a veces permite tomar decisiones oportunas con la finalidad de dar solución a cualquier inconveniente, el 40.0% indica que casi nunca la gestión logística le permite

tomar decisiones oportunas, el 10.0% afirma que nunca, y el otro 2.5% expresa que casi siempre.

### 5.1.2. Análisis e Interpretación de dimensiones

#### 5.1.2.1. Planificación de inventarios

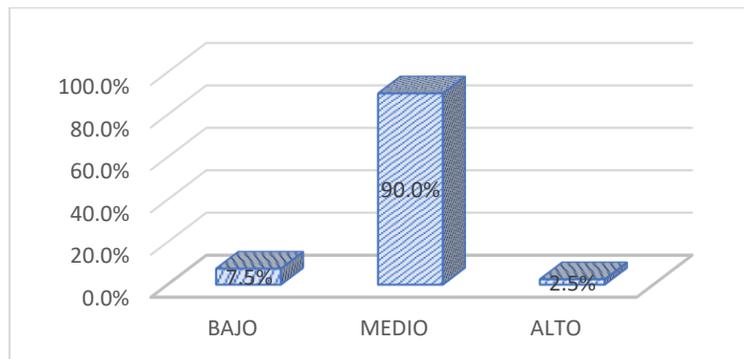
**Tabla 31**

*Nivel de planificación de Inventarios*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Bajo	3	7,5	7,5	10,0
	Medio	36	90,0	90,0	97,5
	Alto	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 39**

*Nivel de planificación de Inventarios*



#### **Análisis e interpretación:**

Se observa que un 90% de los trabajadores de la empresa, considera un nivel medio de planificación de inventarios. Mientras que solo un 7.5% considera que el nivel de esta dimensión es bajo. Esto indica que la empresa tiene ciertas habilidades y herramientas para planificar sus inventarios, pero aún enfrenta desafíos en la implementación de estrategias más avanzadas y en la adaptación a cambios en el mercado y la demanda.

### 5.1.2.2. Control de Inventarios

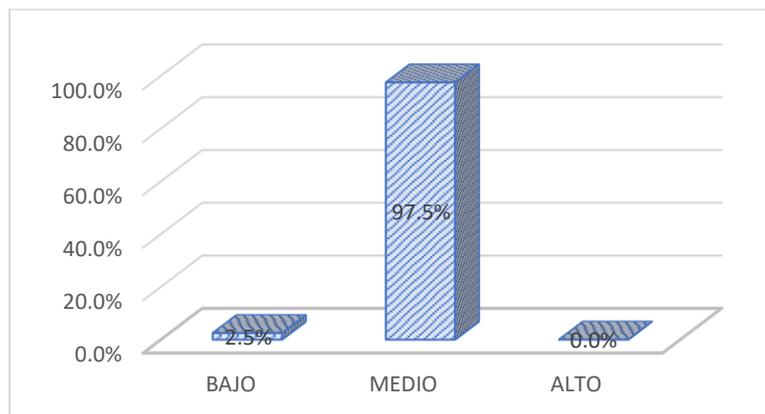
**Tabla 32**

**Nivel de Control de Inventarios**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1.0	2,5	2,5	2,5
	Medio	39,0	97,5	97,5	100,00
	Alto	0,0	0,0	0,0	100,00
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 40**

**Nivel de Control de Inventarios**



#### **Análisis e interpretación:**

Se observa que un 97.5% de los trabajadores de la empresa, considera un nivel medio de control de inventarios. Mientras que un 2.5% considera que el nivel de esta dimensión es bajo. Esto indica que la empresa tiene cierta capacidad para controlar sus inventarios, pero aún enfrenta desafíos en la implementación de estrategias más avanzadas y en la adaptación a cambios en el mercado y la demanda.

### 5.1.2.3. Decisiones estratégicas

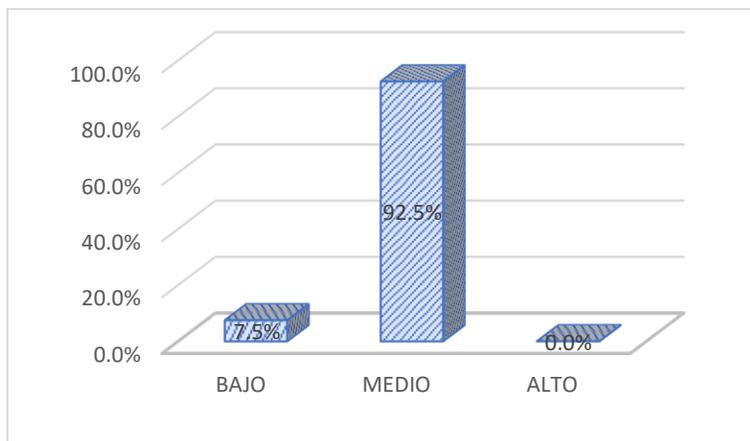
**Tabla 33**

*Nivel en toma de decisiones estratégicas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	3	7,5	7,5	7,5
	Medio	37	92,5	92,5	100,0
	Alto	0,0	0,0	0,0	100,00
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 41**

*Nivel en toma de decisiones estratégicas*



**Análisis e interpretación:**

Se observa que un 92.5% de los trabajadores de la empresa, considera un nivel medio de planificación de inventarios. Mientras que solo un 7.5% considera que el nivel de esta dimensión es bajo. Esto es debido a que la empresa puede carecer de información relevante y actualizada para tomar decisiones estratégicas adecuadas, o puede contar con dicha información sin embargo no realizar un análisis adecuado, por falta de planificación y por limitación de recursos.

5.1.2.4. Decisiones tácticas

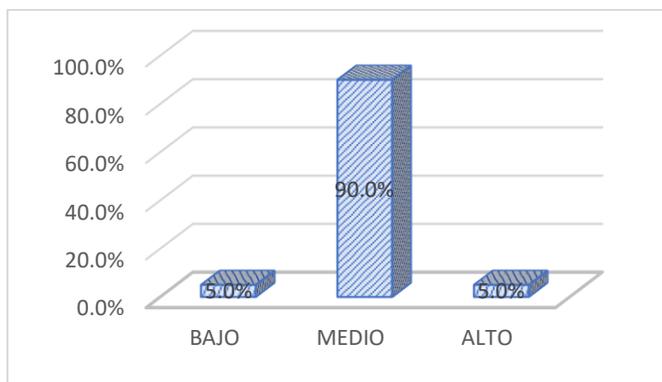
**Tabla 34**

*Nivel en toma de decisiones tácticas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Bajo	2	5,0	5,0	5,0
	Medio	36	90,0	90,0	95,0
	Alto	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 42**

*Nivel en toma de decisiones tácticas*



**Análisis e interpretación:**

Se observa que un 90.0% de los trabajadores de la empresa, considera un nivel medio de planificación de inventarios. Mientras que un 5,0% considera que el nivel de esta dimensión es bajo. Si la empresa no es flexible y no puede adaptarse a los cambios en el mercado, es difícil tomar decisiones tácticas efectivas en momentos de crisis o de cambios en la demanda de los clientes.

5.1.2.5. Decisiones operativas.

**Tabla 35**

*Nivel en toma de decisiones operativas*

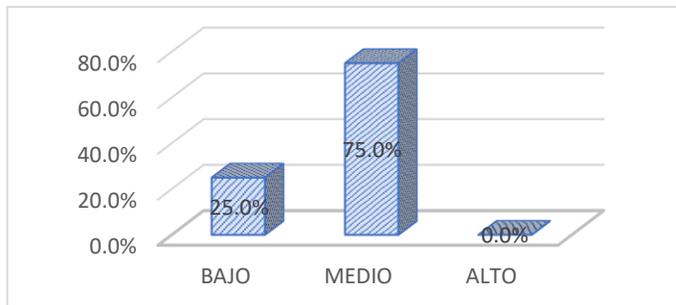
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	11,0	27,5	27,5	27,5
	Medio	29,0	72,5	72,5	100,00

Alto	0,0	0,0	0,0	100,00
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas

**Figura 43**

*Nivel en toma de decisiones operativas*



**Análisis e interpretación:**

Se observa que un 75.0% de los trabajadores de la empresa, considera un nivel medio de toma de decisiones operativas. Mientras que un 25.0% considera que el nivel de esta dimensión es bajo. Al ser estas tomas de decisiones aspectos cotidianos y prácticos de la empresa, si se toman pocas decisiones o inoportunamente, la eficiencia operativa se va a ver afectada de manera negativa, concluyendo retrasos en la entrega de los productos, aumentos de costos y falta de aprovechamiento de oportunidades de mejora.

**5.1.3. Análisis e Interpretación de Variables.**

**5.1.3.1. Gestión de Inventarios.**

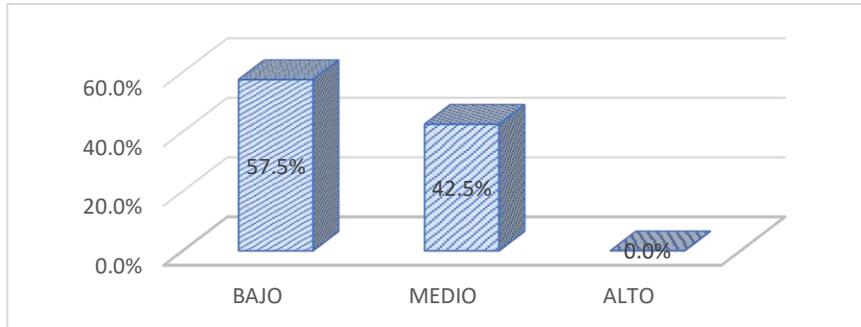
**Tabla 36**

*Nivel de gestión de Inventarios*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	23,0	57,5	57,5	57,5
	Medio	17,0	42,5	42,5	100,00
	Alto	0,0	0,0	0,0	100,00
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 44**

*Nivel de gestión de Inventarios*



**Análisis e interpretación:** Se observa que un 57.5% de los trabajadores de la empresa, considera un nivel bajo de Gestión de inventarios. Mientras que un 42.5% considera que el nivel de esta dimensión es medio. Esto indica un nivel preocupante ya que están falando estrategias tanto en su planificación como control de inventarios,

**5.1.3.2. Toma de decisiones.**

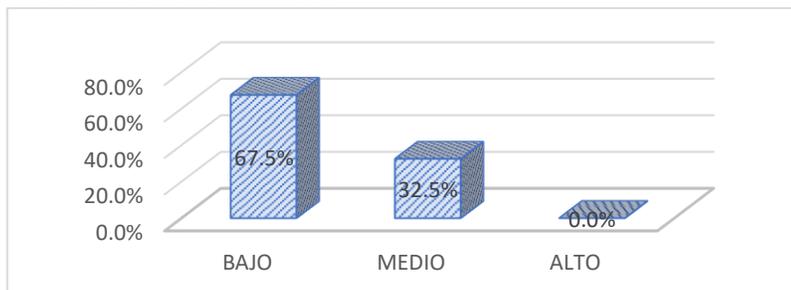
**Tabla 37**

*Nivel de Toma de decisiones*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	27,0	67,5	67,5	67,5
	Medio	13,0	32,5	32,5	100,00
	Alto	0,0	0,0	0,0	100,00
	Total	40	100,0	100,0	

**Figura 45**

*Nivel de Toma de decisiones*



**Análisis e interpretación:** Se observa que un 67.5% de los trabajadores de la empresa, considera un nivel bajo para la toma de decisiones empresariales. Mientras que un 32.5% considera que el nivel de esta dimensión es medio. Esto indica un nivel preocupante ya que esto puede afectar la competitividad de la empresa y su capacidad para adaptarse a los cambios del mercado.

**5.1.4. Análisis de Correlación según objetivos.**

Para aplicar el coeficiente paramétrico de Pearson, los datos tienen que tener distribución normal (ANEXO III).

OG. - Analizar la gestión de inventarios y su influencia en la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022

**Tabla 38**

**Correlación de Variables**

		V1_GI	V2_TDC
V1_GI	Correlación de Pearson	1	,794**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	40	40
V2_TDC	Correlación de Pearson	,794**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	40	40

La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral)

La tabla 38 da a mostrar que la correlación de Pearson es 0.794, lo que significa que existe relacional alta entre la variable Gestión de inventarios y la toma de decisiones. Afirmando una relación significativa con un coeficiente de  $r^2=63.04\%$  con lo que se evidencia que en el año 2022 en la empresa Distribuidora San Juan la variación de la Planificación de inventarios explica en un 63.04% las variaciones en la toma de decisiones.

OE1.- Determinar la influencia de la planificación de inventario en la toma de decisiones en la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022.

**Tabla 39**

*Correlación a nivel de objetivo específico 1*

		V1D1_PI	V2_TDC
V1D1_PI	Correlación de Pearson	1	,755**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	40	40
V2_TDC	Correlación de Pearson	,755**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	40	40

La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral)

La tabla 39 da a mostrar que la correlación de Pearson es 0.755, lo que significa que existe relacional alta entre la variable Gestión de inventarios y la toma de decisiones. Afirmando una relación significativa con un coeficiente de  $r^2=57.0\%$  que se evidencia que en el año 2022 en la empresa Distribuidora San Juan la variación de la Planificación de inventarios explica en un 57.0% las variaciones en la toma de decisiones.

OE2.- Determinar la influencia del control de inventarios en la toma de decisiones en la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022.

**Tabla 40**

*Correlación a nivel de objetivo específico 2*

		V1D2_PI	V2_TDC
V1D2_PI	Correlación de Pearson	1	,627**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	40	40
V2_TDC	Correlación de Pearson	,627**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	40	40

La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral)

La tabla 40 da a mostrar que la correlación de Pearson es 0.627, lo que significa que existe relacional alta entre la variable Gestión de inventarios y la toma de decisiones. Afirmando una relación significativa con un coeficiente de  $r^2=39.31\%$  que se evidencia que en el año 2022 en la empresa Distribuidora San Juan la variación del control de inventarios explica en un 39.31% las variaciones en la toma de decisiones.

#### 5.1.5. Prueba de Hipótesis

**H0:** La gestión de inventarios no influye de manera positiva para la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022.

**H1:** La gestión de inventarios influye de manera positiva para la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022.

Nivel de significancia propuesto:  $\alpha=0.05$  (5%)

	Prueba de muestras emparejadas							
	Diferencias emparejadas					t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio	95% intervalo de confianza de la diferencia				
			Inferior	Superior				
V1_GI - V2_TDC	1,125	3,048	,482	,150	2,100	2,334	39	,025

De acuerdo con el análisis del valor  $p = 0.025$ , se puede determinar que, en promedio, La gestión de inventarios influye de manera positiva para la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022, debido a que como el valor  $p < 0,05$ . Se debe aceptar la hipótesis del investigador (H1) con un nivel de 95% de confiabilidad.

**H0(1):** La planificación de inventarios no influye de manera positiva en la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022.

**H1(1):** La planificación de inventarios influye de manera positiva en la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022.

Nivel de significancia propuesto:  $\alpha=0.05$  (5%)

**Prueba de muestras emparejadas**

	Diferencias emparejadas					t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio	95% intervalo de confianza de la diferencia				
				Inferior	Superior			
V1_PI - V2_TDC	-16,375	3,287	,520	-17,426	-15,324	-31,507	39	,000

De acuerdo con el análisis del valor  $p = 0.000$ , se puede determinar que, en promedio, La planificación de inventarios influye de manera positiva para la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022, debido a que como el valor  $p < 0,05$ . Se debe aceptar la hipótesis del investigador (H1(1)) con un nivel de 95% de confiabilidad.

**H0(2):** El control de inventarios no influye de manera positiva en la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022.

**H1(2):** El control de inventarios influye de manera positiva en la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022.

Nivel de significancia propuesto:  $\alpha=0.05$  (5%)

### Prueba de muestras emparejadas

	Diferencias emparejadas						t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desv. Desviación n	Desv. Error promedio	95% intervalo de confianza de la diferencia					
				Inferior	Superior				
V1_CI - V2_TDC	- 21,150	3,887	,615	-22,393	-19,907	-34,417	39	,000	

De acuerdo con el análisis del valor  $p = 0.000$ , se puede determinar que, en promedio, El control de inventarios influye de manera positiva para la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022, debido a que como el valor  $p < 0,05$ . Se debe aceptar la hipótesis del investigador (H1(2)) con un nivel de 95% de confiabilidad.

### 5.2. Discusión de resultados

Cobo (2019) evidenció diversos aspectos que representan debilidades en esta materia, al respecto, se citan los elementos inherentes al manejo de los inventarios del producto de consumo masivo, antes, durante y después de su almacenamiento, así como también el proceso del levantamiento periódico del stock. Así mismo en la empresa Distribuidora San Juan SRL, Se observa en la figura 39 que un 90% de los encuestados indica que la empresa cuenta con un nivel medio y el 7,5% indica un nivel bajo por lo que evidenciando que la empresa tiene ciertas habilidades y herramientas para planificar sus inventarios, pero aún enfrenta desafíos en la implementación de estrategias más avanzadas y en la adaptación a cambios en el mercado y la demanda.

Narváez (2021) Según la información obtenida tuvo como resultado que, las debilidades más comunes dentro de la organización se estiman en la protección de los recursos de la empresa evitando pérdidas por fraudes o negligencias; asegurar la exactitud y veracidad de los datos contables y extracontables, los cuales, deben ser utilizados por la Directiva para la toma de

decisiones, la promoción de la eficiencia y/o estimulación del seguimiento de las prácticas ordenadas por la gerencia, así como la evaluación de la seguridad, la calidad y la mejora continua. La empresa Distribuidora San Juan no se aleja de la realidad que el autor menciona ya que en la figura 13 se evidencia que solo a veces se utiliza un sistema de clasificación de inventarios adecuado es por ello que se encuentran dificultades en las herramientas que sirven para mejorar significativamente la eficiencia y la precisión de su gestión de inventarios.

Félix (2021) tuvo como resultado que: la actualización de los niveles de inventario en base al máximo brinda la solución a la problemática de desabastos de materiales, al establecer los niveles de implementación concernientes que deben conservarse con existencia en su punto máximo. En la empresa Distribuidora San Juan SRL se evidencia en la figura 17 que el mayor porcentaje (47.5%) de encuestados, indican que nunca cuenta con un sistema de registro de inventario que identifica las cantidades mínimas y máximas siendo esta es una herramienta importante para la gestión adecuada del inventario, de esta manera se evita escasez y exceso de existencias.

Carrasco (2022) Según su investigación concluyó que es importante tener métodos de registros, la determinación de los puntos de rotación, las formas de clasificación y el modelo de inventario por los métodos de control (el cual determina las cantidades a ordenar o producir, según sea el caso) porque esto nos evitaría tener pérdidas, desmedros y no tener a tiempo las existencias necesarias para las obras. Así mismo en la empresa Distribuidora San Juan se presentan deficiencia en métodos de registro en la figura 22 se evidencia con un 55% de los encuestados que informan que casi nunca se ha contado con un método efectivo para determinar el lote óptimo de compra lo cual les dificulta presupuestar y controlar costos, dificulta la eficiencia de la cadena de suministro, dificulta la satisfacción del cliente y dificulta la planificación a largo plazo

## CONCLUSIONES

Según el nivel de significancia  $0.00 < 0.05$ , se concluye que:

1. La gestión de inventarios influye de manera positiva para la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022, según el coeficiente de  $r^2=63.04\%$  que evidencia que la variación de la Gestión de inventarios explica en un 63.04% las variaciones en la toma de decisiones, asimismo estas variables se relacionan de manera alta según la correlación de Pearson 0.794. El 57.5% de los encuestados, considera un nivel bajo de gestión de inventarios y un 42.5% un nivel medio. Es decir, la gestión de inventarios y la toma de decisiones están intrínsecamente vinculadas en el ámbito empresarial. La forma en que una empresa gestiona su inventario afecta directamente su capacidad para tomar decisiones estratégicas, tácticas y operativas efectivas. Para la Distribuidora San Juan SRL gestionar sus inventarios con una adecuada toma de decisiones, es crucial para garantizar la disponibilidad de productos, satisfacer la demanda del cliente y mantener operaciones eficientes.
2. La Planificación de inventarios influye de manera positiva para la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022, según el coeficiente de  $r^2=57.0\%$  que evidencia que la variación de la planificación de inventarios explica en un 57.0% las variaciones en la toma de decisiones, asimismo estas variables se relacionan de manera alta según la correlación de Pearson 0.755. El 90% de los encuestados, considera un nivel medio de planificación de inventarios y un 7.5% un nivel bajo. Es decir, la planificación de inventarios y la toma de decisiones están estrechamente entrelazadas en el ámbito empresarial, siendo procesos esenciales para garantizar el éxito operativo y financiero. Para la Distribuidora San Juan SRL la planificación de inventarios es fundamental para asegurar una gestión eficiente de los productos y responder de manera efectiva a la demanda del mercado.

3. El control de inventarios influye de manera positiva para la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022, según el coeficiente de  $r^2=62.7\%$  que evidencia que la variación del control de inventarios explica en un 62.7% las variaciones en la toma de decisiones, asimismo estas variables se relacionan de manera alta según la correlación de Pearson 0.627. El 97.5% de los trabajadores de la empresa, considera un nivel medio de control de inventarios y un 2.5% un nivel bajo. Es decir, el control de inventarios y la toma de decisiones están intrínsecamente ligados en la gestión empresarial, para la Empresa Distribuidora San Juan SRL estos son elementos esenciales para garantizar la eficiencia operativa y la capacidad de respuesta a las demandas del mercado. Un control efectivo de inventarios proporciona la base necesaria para una toma de decisiones informada y estratégica. Generando: eficiencia operativa, satisfacción del cliente, optimización de recursos, gestión de riesgos, datos precisos para decisiones estratégicas, adaptabilidad, tecnología avanzada.

## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al área de logística, realizar un análisis de demanda ya que tiende a ser importante para conocer la rotación de los productos que se manejan para poder realizar una adecuada planificación de inventarios. La empresa debe tener información actualizada de los productos que se venden más y los que tienen una menor rotación.
2. Se recomienda a los asistentes logísticos ser cuidadosos al ingresar datos en el sistema de control de inventarios, lo cual permita a cualquier usuario de la empresa tener información en tiempo real de la cantidad de productos que se tienen en existencia.
3. Se recomienda al administrador de la empresa establecer niveles de inventario adecuados ya que es importante tener un equilibrio entre la cantidad de inventario y la cantidad de ventas que se realizan. La empresa debe definir niveles de inventario mínimos y máximos para cada producto, de tal forma que se evite el riesgo de quedarse sin inventario o de tener excesos que generen costos adicionales.
4. Se recomienda al área administrativo optimizar el proceso de compras, la empresa debe tener una adecuada planificación de compras, basada en la demanda y en los niveles de inventario establecidos. Asimismo, es importante contar con proveedores confiables y realizar negociaciones que permitan obtener mejores precios y condiciones de pago.
5. Se recomienda a los supervisores de Ventas. capacitar al personal, esto es necesaria para realizar sus funciones de manera eficiente y eficaz. Además, es importante promover la cultura de la mejora continua, de tal forma que se busquen constantemente formas de optimizar el proceso de gestión de inventarios.

## REFERENCIAS

- Albujar, A. M., & Huaman, I. S. (2014). *Estrategias de control de inventarios para optimizar la producción y rentabilidad de la empresa Agro Macathon S.A.C.* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú] <https://hdl.handle.net/20.500.13067/151>
- Aleman Infante, M., & Segales Ardiles, X. (2021). *Gestión de inventarios para reducir los costos de inventario en una empresa del sector de construcción.* [Tesis de pregrado, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio Institucional Universidad Ricardo Palma. Lima, Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.14138/5006>
- Amaya, A. J. (2006). *Toma de decisiones Gerenciales* (segunda ed.). Colombia: Ecoe ediciones.
- Ayala Sotelo, R., & Candela Rivera, J. (2019). *Gestión de Inventarios y su Impacto Financiero en el Sector Textil para las MYPES del Emporio Comercial de Gamarra, durante el año 2018.* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas] Repositorio Académico UPC, Lima, Perú. <http://hdl.handle.net/10757/651638>
- Betancourt, D. F. (30 de Abril de 2018). *Valuación o valoración de inventarios: métodos, procedimiento y ejemplo.* <https://www.ingenioempresa.com/metodos-valoracion-inventarios/>
- Bin ERP. (1 de Enero de 2023). ¿Qué son los inventarios de materias primas y productos terminados? <https://bind.com.mx/blog/control-de-inventarios/que-son-los-inventarios-de-materias-primas-y-productos-terminados>.
- Carrasco Carbajal, E. d. (2022). *Gestión de inventarios y su influencia en la rentabilidad de la empresa JCC Ingenieros Contratista E.I.R.L. – Chepén, año 2020.* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Trujillo] Repositorio Universidad Nacional de Trujillo <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/16315>
- Carro, P. R., & Gonzáles, G. D. (2021). *Gestión de stocks.* <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1830/>
- Chávez, J. H. (2009). Lote Económico de Compras: ¿Util herramienta o pieza de museo? *Revista Negocios Globales.* <http://www.emb.cl/negociosglobales/articulo.mvc?xid=887&ni=lote-economico-de-compras-util-herramienta-o-pieza-de-museo>
- Chero Sullón, J. L. (2020). *Beneficios y mejoras obtenidas en empresas de diversos sectores de producción mediante la aplicación de modelos de gestión de Inventarios.*[Trabajo de

- investigación para obtener el grado de bachiller, Pontificia Universidad Católica del Perú] Repositorio Institucional de la PUCP. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/18245>
- Cobo Sánchez, F. D. (2019). *Gestión del inventario y la optimización del stock en la empresa Granos del Ecuador*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato] Repositorio digital UTA. <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/30058>.
- Cochet, L. (19 de Abril de 2018). *Indicadores clave para la gestión de inventarios | Generix*. <https://www.generixgroup.com/es/blog/indicadores-gestion-inventarios>
- Delgado, M. C. (1 de Enero de 2018). *SMS Ecuador Auditores y Asesores Gerenciales*. <https://smsecuador.ec/control-de-inventarios-con-tecnologia/>
- Díaz, M. C. (27 de Agosto de 2021). *Todo lo que debes saber sobre los costos de mantener inventarios*. Net logistik: <https://www.netlogistik.com/es/>.
- Diestra Raymundo, J. M., & Pachas Cancho, G. M. (2021). *La gestión de inventarios y su impacto en la rentabilidad de las empresas comercializadoras de carne que realizan e-commerce, en Lima Metropolitana, año 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de ciencias Aplicadas] Repositorio academico UPC. <http://hdl.handle.net/10757/657620>
- Félix, M. J. (2021). *Rediseño Del Sistema De Administración De Inventarios En Una Empresa Comercializadora De Productos De Limpieza En México*. [Tesis de posgrado, Universidad de Sonora] Repositorio Universidad De Sonora. <http://hdl.handle.net/20.500.12984/6484>
- Fernandez, P. M. (1 de Octubre de 2017). *Costes de rotura de stocks o demanda insatisfecha*. Nociones de Merchandising: <http://miguelfernandezp.blogspot.com/2007/10/costes-de-rotura-de-stocks-o-demanda.html>
- Fogarty, D. W. (1995). *Administración de la producción e inventarios*. Editorial Continental. Obtenido de <https://www.urbe.edu/UDWLibrary/InfoBook.do?id=7886>
- Gerencie.com. (02 de Diciembre de 2022). *Gerencie.com*. <https://www.gerencie.com/materia-prima.html>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, T. C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativas, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: McGRAW-Hill Interamericana, S.A.
- Huaman Marchena, L. F. (2021). *Diseño de un sistema de gestión de inventarios y almacenes para reducir los costos de la empresa HYM almacenes Generales SRL Cajamarca 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte] Repositorio Institucional UPN <https://hdl.handle.net/11537/28988>

- Intelises. (15 de Marzo de 2018). *Intelises*. <https://intelisis.com/blog/>.
- Jibaja, D. J. (2017). *Aplicación de Gestión de Inventarios para mejorar la productividad en el área de almacenes de la empresa Sein SRL, La Victoria, 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo] Repositorio de la Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/11210>
- Jiménez, S. (19 de julio de 2021). *Decisiones estratégicas y tácticas: cómo jerarquizarlas*. <https://sergiojimenez.net/decisiones-estrategicas-y-tacticas/>
- Martínez, F. C. (1999). *Administración de Organizaciones productividad y Eficacia* (segunda ed.).
- Meana, C. P. (2017). *Gestión de Inventarios*. Ediciones Novel, S.A.
- Mecalux S.A. (9 de Diciembre de 2020). *¿Inventario permanente, anual o rotativo?* <https://www.mecalux.pe/blog>.
- Menguzzato, R. (1993). *Diagnostico estrategico de Universidad de Jaen irección Estrategica*. <https://ruja.ujaen.es/>
- Morales, M. J. (11 de setiembre de 2021). *Decisiones estratégicas, decisiones operativas*. Musashi blog: <https://musashi.es/blog/decisiones-estrategicas-decisiones-operativas/>
- Morell, N. D. (15 de Enero de 2019). Administración de Inventarios. *Ciencia y tecnica Administrativa, XVIII*(1). <http://www.cyta.com.ar/ta/article.php?id=180102>
- Narváez, L. E. (2021). *Mejoramiento de los procesos de gestión de inventario del año 2020 para la empresa Químicos Jescon S.A.S en la ciudad de Montería – Córdoba*. [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia] Repositorio Institucional Universidad Cooperativa de Colombia, <http://hdl.handle.net/20.500.12494/36078>
- Ortiz, E. (16 de Noviembre de 2009). *Kardex y métodos de valoración de inventarios (2/2)*. <http://www.mailxmail.com/curso-estados-financieros-ejercicios-herramientas-auxiliares/kardex-metodos-valoracion-inventarios-2>
- Pérez, M. J. (2018). *Sistema Informático para mejorar la Gestión de Inventarios en la vidrieria Sonia sustentada en el modelo probabilístico de revisión Continua*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo] Repositorio de tesis USAT <http://hdl.handle.net/20.500.12423/1165>
- Pulido, A. P. (2013) *Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF/NIC). Una visión actual*. Ibergarceta Publicaciones S.L.

- Ritmo. (7 de Junio de 2022). *Ritmo*. <https://www.getritmo.com/blog/stock-muerto/45273>
- Robbins, S. &. (2014). *Comportamiento Organizacional*. (Decimotercera edición)
- Rodríguez, J. A., & Pérez, J. A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *EAN*.82 179-200. DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Salazar López, M. Y. (2018). *El Estado de flujos de Efectivo como herramienta fundamental para la toma de decisiones en la empresa Transtc Servicios Generales SRL del distrito de Cajamarca 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Cajamarca] Repositorio Universidad Nacional De Cajamarca. <http://hdl.handle.net/20.500.14074/4016>
- Sánchez Carlessi, H. H., Reyes Romero, C., & Mejía Sáenz, K. (junio de 2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística. Bussiness Support Aneth S.R.L.
- Turovski, M. (21 de Noviembre de 2022). *MRPeasy*. <https://www.mrpeasy.com/es/>
- Vásquez Núñez, C. A. (2015). *Análisis, Diagnóstico y Propuesta de Mejora en la Gestión de nventarios y de almacenes en una empresa del sector gráfico*. [Tesis de postgrado, Pontificia Universidad Catolica del Perú] Repositorio Institucional de la PUCP, <http://hdl.handle.net/20.500.12404/6427>
- Villón, T. A. (2021). *Rotación de Inventario y su importancia en la aplicación en el Sector Comercial*. [Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena] Repositorio UPSE. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5895>

## ANEXOS

### ANEXO 1 Matriz de consistencia metodológica

#### LA GESTIÓN DE INVENTARIOS Y LA TOMA DE DECISIONES EN LA EMPRESA DISTRIBUIDORA SAN JUAN SRL DEL DISTRITO DE CAJAMARCA, 2022

**Tabla 41 Matriz de consistencia metodológica**

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p><i>Problema general:</i> ¿De qué manera la gestión de inventarios influye en la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022?</p> <p><i>Problema específico 1:</i> ¿De qué manera la planificación de inventarios influye en la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022?</p> <p><i>Problema específico 3:</i> ¿De qué manera el control de inventarios influye en la toma de decisiones de la empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022?</p>	<p><i>Objetivo general:</i> Analizar la gestión de inventarios y su influencia en la toma de decisiones en la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022</p> <p><i>Objetivo específico 1:</i> Determinar la influencia de la planificación de inventario en la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022.</p> <p><i>objetivo específico 2:</i> Determinar la influencia del control de inventarios en la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022.</p>	<p>Hipótesis general: La gestión de inventarios influye de manera positiva para la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022.</p> <p><i>Hipótesis específica 1</i> La planificación de inventarios influye de manera positiva en la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022</p> <p><i>Hipótesis específica 2:</i> El control de inventarios influye de manera positiva en la toma de decisiones de la Empresa Distribuidora San Juan SRL, Cajamarca, durante el año 2022</p>	Gestión de inventarios	Planificación de inventarios	Objetivo e importancia de la gestión de inventarios	Tipo: descriptivo Diseño: no experimental transversal Nivel: correlacional – causal	Técnica: Encuesta  Instrumento: Cuestionario
					Tipos de inventarios		
					Ubicación geográfica de los inventarios		
				Control de Inventarios	Tecnología de base de datos aplicadas a la gestión d inventarios		
					Valoración y cálculo de inventarios		
					Control y rotación de stock		
			Toma de decisiones	Decisiones estratégicas.	Estrategia corporativa y de negocio		
					Estrategia operativa		
				Decisiones tácticas.	Rotación del inventario		
					Control tecnológico		
				Decisiones operativas.	Selección de proveedores.		
					Segmentación de Clientes comercialización		

## ANEXO 2 Instrumento de recolección de datos

### CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene como finalidad obtener información para el desarrollo del trabajo de investigación “LA GESTIÓN DE INVENTARIOS Y LA TOMA DE DECISIONES EN EMPRESA DISTRIBUIDORA SAN JUAN SRL DEL DISTRITO DE CAJAMARCA 2022”.

Por lo cual, se pide su colaboración marcando el ítem de acuerdo a su criterio.

La información será utilizada únicamente con fines académicos y de investigación.

### GESTIÓN DE INVENTARIOS

#### PLANIFICACIÓN DE INVENTARIOS

1. ¿Se tiene información real de las existencias de la empresa en cualquier momento que ayude a la gestión de inventarios?

Nunca  
Casi nunca  
A veces

Casi siempre  
Siempre

2. ¿En la empresa se da a conocer el objetivo de la gestión de sus inventarios?

Nunca  
Casi nunca  
A veces

Casi siempre  
Siempre

3. ¿La empresa utiliza un sistema de clasificación de inventarios adecuado

Nunca  
Casi nunca  
A veces

Casi siempre  
Siempre

4. ¿El tipo de inventarios según su frecuencia utilizado por la empresa contribuye a una buena gestión de inventarios?

Nunca

Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>

5. ¿En la empresa los productos antiguos (comprados primeros) están más asequibles a las unidades de distribución?

Nunca	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>		

6. ¿El área del almacén permite acumular la mercancía que demanda los clientes?

Nunca	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>		

7. ¿Cuenta con un sistema de registro de inventario que identifica las cantidades mínimas y máximas en el almacén?

Nunca	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>		

8. ¿Tienen un sistema de solicitudes de compras?

Nunca	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>		

### CONTROL DE INVENTARIOS

9. ¿Se hace un conteo físico periódico de las existencias en el almacén?

Nunca	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>		

10. ¿Se hace una valoración periódica económica de las existencias en el almacén?

Nunca	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>		

11. ¿Se realiza conciliaciones de saldos contables con los inventarios físicos?

Nunca	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>		

12. ¿Se cuenta con un método efectivo para determinar el lote óptimo de compra?

Nunca	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>		

13. ¿Cuentan con un sistema de medición de rotación de cada producto?

Nunca	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>		

14. ¿Buscan un punto óptimo entre la cantidad de stock y no quedar sin suministros para sus clientes?

Nunca	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>		

## TOMA DE DECISIONES

### DECISIONES ESTRATÉGICAS.

15. ¿Cuenta con un plan estratégico por si las variaciones de las ventas sean muy amplias?

Nunca	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>		

16. ¿Cuenta con estrategias para lograr sus objetivos y metas de la organización a nivel corporativo, las cuales le ayuden a competir con éxito en el mercado?

Nunca  
Casi nunca  
A veces


Casi siempre  
Siempre


17. ¿Disponen de componentes estratégicos para la comercialización ya sean recursos, procesos, personas y sus habilidades?

Nunca  
Casi nunca  
A veces


Casi siempre  
Siempre


18. ¿El área de Recursos Humanos realiza una selección de personal ideal para gestionar los inventarios?

Nunca  
Casi nunca  
A veces


Casi siempre  
Siempre


### DECISIONES TÁCTICAS.

19. ¿La empresa cuenta con información oportuna sobre niveles óptimos de rotación?

Nunca  
Casi nunca  
A veces


Casi siempre  
Siempre


20. ¿Se utiliza información real, exacta y en todo momento de inventarios para tomar decisiones acertadas?

Nunca  
Casi nunca  
A veces


Casi siempre  
Siempre


21. ¿La empresa invierte en tecnología para gestionar sus recursos?

Nunca  
Casi nunca  
A veces


Casi siempre  
Siempre


22. ¿El uso de tecnología les permite tener una mejor administración y ahorrar tiempo en todas las áreas de las empresas?

Nunca  
Casi nunca  
A veces


Casi siempre  
Siempre


### DECISIONES OPERATIVAS.

23. ¿Se cuenta con un área de la empresa encargada de seleccionar adecuadamente los proveedores?

Nunca  
Casi nunca  
A veces


Casi siempre  
Siempre


24. ¿La empresa genera alianzas con sus proveedores que le permitan mejorar las decisiones de abastecimiento?

Nunca  
Casi nunca  
A veces


Casi siempre  
Siempre


25. ¿La empresa segmenta sus clientes de manera que pueda optimizar sus decisiones?

Nunca  
Casi nunca  
A veces


Casi siempre  
Siempre


26. ¿se toma decisiones basadas en un trato personalizado acorde con la naturaleza de cada cliente?

Nunca  
Casi nunca  
A veces


Casi siempre  
Siempre


27. ¿El área de comercialización capacita a sus empleados mostrándoles estrategias que mejoren el proceso de venta?

Nunca

Casi nunca

A veces


Casi siempre

Siempre


28. ¿La gestión logística de permite tomar decisiones oportunas con la finalidad de dar solución a cualquier inconveniente?

Nunca

Casi nunca

A veces


Casi siempre

Siempre


### ANEXO 3

#### Prueba de fiabilidad del instrumento

##### Análisis de la consistencia

Muy baja	Baja	Moderada	buena	Alta
0,0 – 0,2	0,2 – 0,4	0,4 – 0,6	0,6 - 08	0,8 – 1,0

Nota: escala elaborada por Cronbach, L.J. (1951)

Confiabilidad medida mediante varianza de los ítems.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

<b><math>\alpha</math>: Alfa de Cronbach</b>	<b>0.847</b>
k: Número de Ítems	28,00
V <sub>i</sub> : Varianza de cada ítem	14.14
V <sub>t</sub> : Varianza total	76.99

Confiabilidad medida mediante software IBM SPSS Statistics 26.

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,847	28

Se afirma que se tiene una confiabilidad de 0.847, con lo que se evidencia una confiabilidad alta del instrumento aplicado.

## ANEXO 4

*Índices sintéticos de valoración de variables y dimensiones (baremos)*

Niveles y rangos

Niveles y rangos:	Bajo	Medio	Alto
Gestión de Inventarios	14-40	41-59	60-70
X1. Planificación de inventarios	08-18	19-29	30-40
X2. Control de Inventarios	06-13	14-22	23-30
Toma de decisiones	14-40	41-59	60-70
Y1. Decisiones estratégicas.	04-09	10-15	16-20
Y2. Decisiones tácticas.	04-09	10-15	16-20
Y3. Decisiones operativas.	06-13	14-22	23-30

## ANEXO 5

*Rango correlacional*

Rango correlación	Significado
$r = 1$	Correlación Perfecta
$0,8 < r < 1$	Correlación muy Alta
$0,6 < r < 0,8$	Correlación Alta
$0,4 < r < 0,6$	Correlación Moderada
$0,2 < r < 0,4$	Correlación Baja
$0 < r < 0,2$	Correlación Muy Baja
$r = 0$	Correlación Nula

Nota. Escala elabora por Juan Antonio González

## ANEXO 6

*Distribución normal para aplicar coeficiente paramétrico de Pearson*

### 1. Plantear la hipótesis.

H0: Los datos tienen una distribución normal

H1: Los datos no tienen distribución normal

### 2. Nivel de significancia

Confianza 95%

Significancia (alfa) 5%

### 3. Prueba estadística a emplear

Se empleó la prueba de Shapiro-Wilk

**Tabla 42**

*Prueba de normalidad Shapiro – Wilk*

Estadístico	gl	p
Gestión de Inventario	40	,772
Toma de decisiones	40	,704

### 4. Criterios de decisión

Si  $p < 0,05$  rechazamos la H0 Y aceptamos la H1

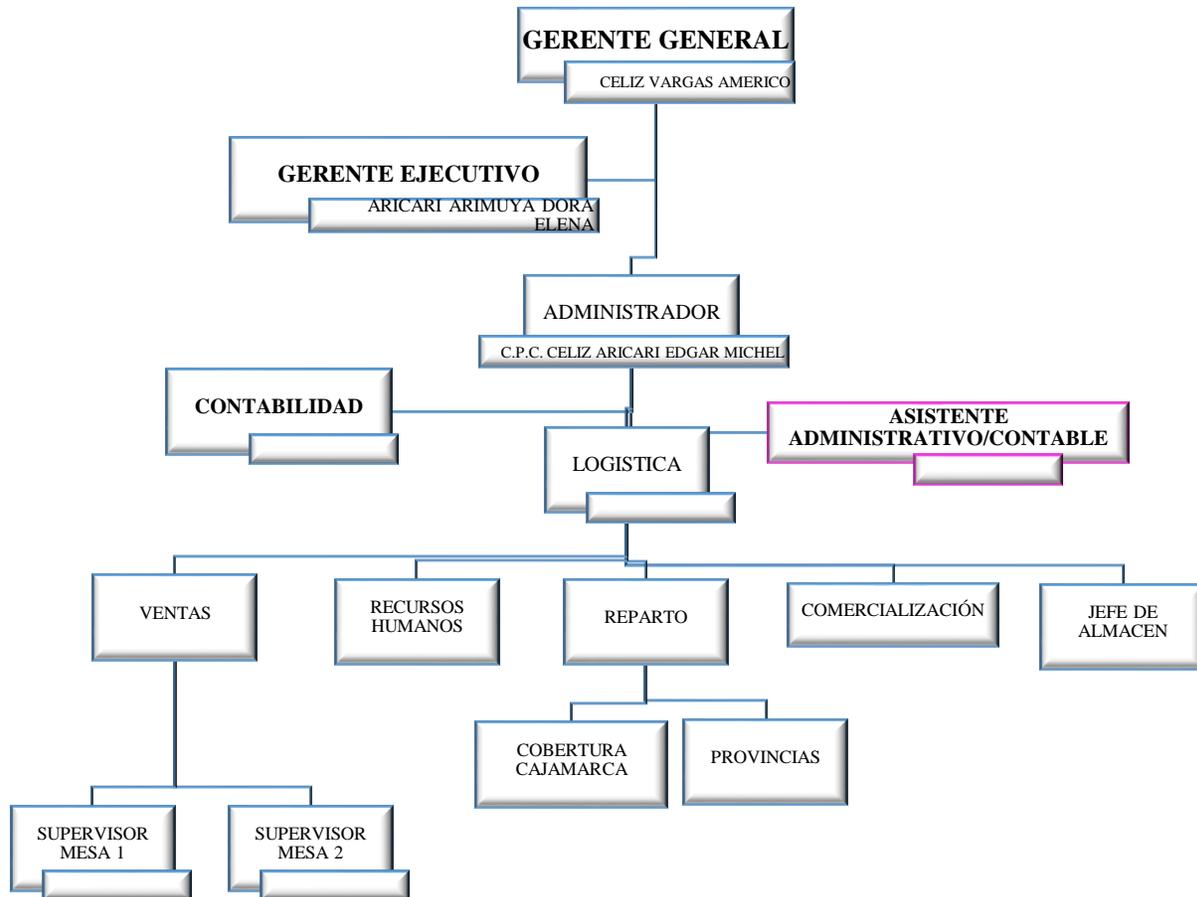
Si  $P \geq 0,05$  aceptamos la H0 Y rechazamos la H1

### 5. Decisión y conclusión

Como  $p_1 = 0,772 \geq 0,05$  y  $p_2 = 0,704 \geq 0,05$ ; entonces rechazamos la H1 Y aceptamos la H0, es decir los datos tienen una distribución normal.

**ANEXO 7**

*Organigrama Distribuidora San Juan SRL*



**ANEXO 8**

**Carta de autorización de datos de la empresa**

DISTRIBUIDORA SAN JUAN SRL  
RUC: 20221772491  
Industria de Mayoristas Comerciantes de Abarrotes y Producto relacionados



"Año De La Unidad, La Paz Y El Desarrollo"

**CARTA DE AUTORIZACIÓN**

La empresa Distribuidora San Juan SRL con RUC 20221772491; con domicilio fiscal en Asociación Huacariz, carretera a Jesús, mz D Lt 8-11 Esq. Via De Evit. Sur Y Av. Industrial Provincia y Departamento de Cajamarca, debidamente representado por su Administrador el Sr.: Celiz Aricari Edgar Michel con DNI N° 42574692, **AUTORIZA** a la Srta. Palacios Fernández Miriam identificada con DNI N° 73537020, a realizar su proyecto de investigación titulado "La Gestión de inventarios y la toma de decisiones en la Empresa Distribuidora San Juan SRL Del Distrito De Cajamarca 2022".

Se extiende el presente documento para los usos que se estime conveniente.

Cajamarca, 03 de enero del 2023.

CELIZ ARICARI EDGAR MICHEL

DNE N° 42574692

---

Villa.Huacariz Mz.D Lt 8-9 – Carretera a Jesús – Cajamarca  
Telefono: (076) 774628 Cel:967599757 – 952061503  
E-mail: distribuidorasajuan@hotmail.com

ANEXO 9

Acta de sustentación de tesis.

# ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

En la ciudad de Cajamarca, siendo las 10:00 horas del día 27 mes Diciembre, año 2023 reunidos en el ambiente 201-301 de la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas de la Universidad Nacional de Cajamarca, los miembros del Jurado de Sustentación de Tesis, como:

Presidente: Dr. Arnaldo Kiaman Chapilliguen  
Secretario: Dr. Eulalia Mercedes Sanchez de la Puente  
Vocal : Dr. Edwin Rodríguez Castillo

con el objeto de escuchar la Sustentación y Calificar el Informe Final de Tesis intitulada: LA GESTIÓN DE INVENTARIOS Y LA FORMA DE DESESION EN LA EMPRESA DESTRE BULLDOGA SAN JUAN SRL DEL REGISTRO DE CAJAMARCA 2022

desarrollada por el (a) Bachiller en Contabilidad: MIRIAM PALACIOS FERNÁNDEZ

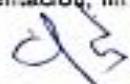
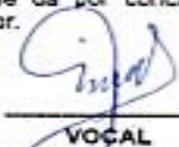
con el fin de obtener el Título Profesional de Contador Público, y dando cumplimiento a lo dispuesto por el Oficio Múltiple N° 0031-2015-010000-001 de fecha 22/11/22 de la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas de la Universidad Nacional de Cajamarca.

Escuchada la sustentación, comentarios, observaciones y respuestas a las preguntas formuladas, se acordó: Aprobado con la calificación de: 100% (Satisfactorio) y a la vez que en la redacción final del Trabajo de Investigación, se deben tener en cuenta las siguientes correcciones:

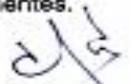
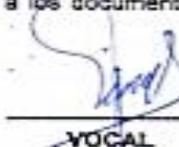
- 1) .....
- 2) .....
- 3) .....
- 4) .....

Los integrantes del Jurado, previa calificación de sustentación, firmaron el ACTA FINAL para los trámites pertinentes.

Siendo las 11:15 horas de la misma fecha, se da por concluido el Acto de Sustentación, firmando la presente, los integrantes del Jurado Evaluador.

 _____ PRESIDENTE	 _____ SECRETARIO	 _____ VOCAL
--	--	---

Con fecha .....; el sustentante levanto, las observaciones contenidas en la presente Acta, con lo cual se da por concluido este proceso y se da trámite a los documentos para los fines pertinentes.

 _____ PRESIDENTE	 _____ SECRETARIO	 _____ VOCAL
--	--	---