

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
Facultad De Ciencias Empresariales
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
Y FINANZAS



TESIS

LA GESTIÓN DE INVENTARIOS Y EL DESEMPEÑO COMERCIAL
DE LA EMPRESA LÍDER CLOUD HUÁNUCO 2019.

para optar el Título Profesional de:
CONTADOR PÚBLICO

TESISTA

Bach. ALCEDO QUIJANO, Luis Eduardo

ASESOR

C.P.C. JARA Y CLAUDIO, Nilton Alejandro

Huánuco – Perú
2019

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL CONTABILIDAD Y FINANZAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las 3:00 pm horas del día 13 del mes de Diciembre del año 2019, en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Empresariales (Aula 202-P5), en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunió el Jurado Calificador, integrado por los docentes:

Mtro. William Giovanni Linares Beraún	(Presidente)
Mtro. Juan Daniel Toledo Martínez	(Secretario)
Mtro. Víctor Manuel Ramírez Cabrera	(Vocal)

Nombrados mediante la Resolución N°1881-2019-D-FCOMP-EAPCF-UDH, para evaluar la Tesis intitulada: "LA GESTIÓN DE INVENTARIOS Y EL DESEMPEÑO COMERCIAL DE LA EMPRESA LIDER CLOUD HUÁNUCO 2019", presentada por el (la) Bachiller **ALCEDO QUIJANO, Luis Eduardo**; para optar el **título Profesional de Contador Público**.


Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo (a) APROBADO con el calificativo cuantitativo de 15 (quince) y cualitativo de BUENO (Art.45 y 47 - Reglamento de Grados y Títulos).

Siendo las 4:00 pm horas del día 13 del mes de Diciembre del año 2019, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.


Mtro. William Giovanni Linares Beraún
PRESIDENTE


Mtro. Juan Daniel Toledo Martínez
SECRETARIO


Mtro. Víctor Manuel Ramírez Cabrera
VOCAL

DEDICATORIA

A mis padres quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad, por haber ayudado a construir y lograr la persona que soy.

AGRADECIMIENTO

A Dios por la fuerza infundida en los momentos más difíciles;

A mi asesor, por sus conocimientos, orientación y paciencia, que han sido importantes para culminar con éxito el presente trabajo;

A mi alma mater, la Universidad de Huánuco, a mi Facultad y a mis profesores quienes inculcaron en mí, un sentido de seriedad, responsabilidad y rigor académico, sin los cuales no podría tener una formación completa como profesional;

A la Empresa LÍDER CLOUD por su apoyo, en la información brindada para la realización de esta investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE.....	IV
ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRACT.....	IX
INTRODUCCIÓN.....	X
CAPÍTULO I	12
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
1.1. Descripción del Problema	12
1.2. Formulación del Problema	13
1.2.1. Problema General	13
1.2.2. Problemas Específicos.....	13
1.3. Objetivo General	13
1.4. Objetivos Específicos.....	13
1.5. Justificación de la Investigación	14
1.6. Viabilidad de la Investigación	14
CAPÍTULO II	15
MARCO TEÓRICO.....	15
2.1. Antecedentes de la Investigación	15
2.1.1. Internacionales	15
2.1.2. Nacionales.....	15
2.1.3. Locales.....	18
2.2. Bases Teóricas	19
2.2.1. Gestión de Inventarios	19
2.3. Definiciones Conceptuales	34
2.4. Sistema de Hipótesis	35
2.4.1. Hipótesis General.....	35
2.4.2. Hipótesis Específicos	35
2.5. Sistema de Variables	35

2.6. Operacionalización de Variables	37
CAPÍTULO III	39
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	39
3.1. Tipo de la Investigación	39
3.1.1. Enfoque	39
3.1.2. Alcance o Nivel	39
3.1.3. Diseño.....	39
3.2. Población y Muestra.....	40
Muestra	40
3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	41
3.4. Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información.....	41
CAPITULO IV	42
RESULTADOS	42
4.1. Procesamiento de datos.....	42
4.2. Contrastación de Hipótesis y Prueba de Hipótesis	64
CAPITULO V	69
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	69
5.1Presentar la contrastación de los resultados del trabajo de Investigación	69
CONCLUSIONES	72
RECOMENDACIONES	73
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	74
ANEXOS	76

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.....	42
Cuadro 2.....	43
Cuadro 3.....	44
Cuadro 4.....	45
Cuadro 5.....	46
Cuadro 6.....	47
Cuadro 7.....	48
Cuadro 8.....	49
Cuadro 9.....	50
Cuadro 10.....	51
Cuadro 11.....	52
Cuadro 12.....	53
Cuadro 13.....	54
Cuadro 14.....	55
Cuadro 15.....	56
Cuadro 16.....	57
Cuadro 17.....	58
Cuadro 18.....	59
Cuadro 19.....	60
Cuadro 20.....	61
Cuadro 21.....	62
Cuadro 22.....	63
Cuadro 23.....	65
Cuadro 24.....	65
Cuadro 25.....	66
Cuadro 26.....	67
Cuadro 27.....	68

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	42
Gráfico 2	43
Gráfico 3	44
Gráfico 4	45
Gráfico 5	46
Gráfico 6	47
Gráfico 7	48
Gráfico 8	49
Gráfico 9	50
Gráfico 10	51
Gráfico 11	52
Gráfico 12	53
Gráfico 13	54
Gráfico 14	55
Gráfico 15	56
Gráfico 16	57
Gráfico 17	58
Gráfico 18	59
Gráfico 19	60
Gráfico 20	61
Gráfico 21	62
Gráfico 22	63

RESUMEN

La tesis tuvo como objetivo analizar de qué manera la gestión de inventarios se relaciona con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019, por ende las dimensiones identificadas como planeación, compra y control también fueron analizadas con el desempeño comercial de la empresa. Esta investigación ha podido demostrar que las tesis citadas en los antecedentes guardan armonía con los resultados obtenidos, así mismo, estos resultados permiten ver la vigencia de los conceptos establecidos por los autores de inventarios citados. Para desarrollar esta tarea, se usó una metodología apropiada que nos diseñe los instrumentos para obtener la información apropiada, siendo de tipo aplicada, caracterizándose por su aplicación o la utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquirieron otros, que generaron solución y la sistematización práctica basada en investigación. Hernández, y Baptista, (2006). Esta investigación fue realizada en la Empresa Líder Cloud, en ese contexto, la tesis ha llegado a las siguientes conclusiones, hay relación directa entre la gestión de inventarios y el desempeño comercial en la empresa Líder Cloud, con un indicador Pearson de 0.671, pudiendo ser evidenciada esta relación en los resultados de los cuadros, donde se manifiesta características específicas de la gestión de inventarios, y como este afecta al desempeño comercial; hay relación directa entre la planeación de compras y el desempeño comercial en la empresa Líder Cloud, con un indicador Pearson de 0.751. evidenciado en los resultados de la tabla N°02, donde se puede verificar que el 70% considera que la planificación genera importantes oportunidades de compra para la empresa, permitiendo que la empresa pueda comercializar mercadería a precios cómodos al público, ha llegado a la conclusión que las compras, tienen relación directa con el desempeño comercial, con un indicador Pearson de 0.682 sustentada en el cuadro N°07 donde el 75% considera que las compras le permiten tener ahorros a la empresa, haciendo que ella cuente con stock suficiente para comercializarlo tal como se ve en el cuadro N°22. ha concluido que el control de mercadería tiene relación directa con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud, con un indicador de Pearson de 0.573, siendo evidente con la información del cuadro N°13 donde se puede verificar que para el 35% considera que tienen un buen control de stock, 45% que abastecimiento apropiado, pudiendo observar que todo ello le permite ofrecer productos diferenciados, tal como se ve en el Cuadro N°21.

La tesis recomienda a la empresa la empresa Líder Cloud debe cuantificar el valor de sus inventarios en comparación al nivel de su desempeño comercial, calculando ratios de gestión como el de rotación de mercaderías entre otros, ello permitirá ver la efectividad de la gestión de inventarios.

ABSTRACT

The thesis aimed to analyze how inventory management is related to the commercial performance of the company Leader Cloud Huánuco 2019, therefore the dimensions identified as planning, purchase and control were also analyzed with the commercial performance of the company. This research has been able to demonstrate that the theses mentioned in the background are in harmony with the results obtained, likewise, these results allow us to see the validity of the concepts established by the authors of the mentioned inventories. To develop this task, an appropriate methodology was used to design the instruments to opt for the appropriate information, being of an applied type, characterized by its application or the use of the knowledge acquired, while others were acquired, which generated a solution and practical systematization based on research. Hernández, and Baptista, (2006). This research was carried out in the Leading Cloud Company. In this context, the thesis has reached the following conclusions, there is a direct relationship between inventory management and commercial performance in the Lider Cloud company, with a Pearson indicator of 0.671, this relationship can be evidenced in the results of the tables, where specific characteristics of inventory management are manifested, and how this affects commercial performance; There is a direct relationship between purchasing planning and commercial performance in the Lider Cloud company, with a Pearson indicator of 0.751. evidenced in the results of table No. 02, where it can be verified that 70% consider that the planning generates important purchase opportunities for the company, allowing the company to market merchandise at comfortable prices to the public, has concluded that purchases are directly related to commercial performance, with a Pearson indicator of 0.682 based on table No. 07, with 75% considering that purchases allow the company to have savings, making it have sufficient stock to market it as seen in table No. 22. has concluded that the control of merchandise is directly related to the commercial performance of the leader Cloud company, with a Pearson indicator of 0.573, being evident with the information in table N ° 13 where it can be verified that for 35% it considers that they have a good stock control, 45% that appropriate supply, being able to observe that all this allows you to offer differentiated products, as seen in Table N ° 21.

The thesis recommends to the company the leader Cloud company must quantify the value of their inventories compared to the level of their commercial performance, calculating management ratios such as merchandise turnover among others, this will allow to see the effectiveness of inventory management.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación intitulada “LA GESTIÓN DE INVENTARIOS Y EL DESEMPEÑO COMERCIAL DE LA EMPRESA LÍDER CLOUD HUÁNUCO 2019” tiene como objetivo analizar de qué manera la gestión de inventarios se relaciona con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco, con el fin de que la empresa pueda tener un equilibrio apropiado del inventario y por ende obtener un adecuado desempeño comercial, esto define la importancia que tiene el estudio.

Hubo limitaciones respecto para su desarrollo, los mismos que fueron superados con la inversión oportuna del tesista. Así mismo, la metodología ha sido establecida tomando en cuenta el propósito de la investigación, siendo de tipo descriptivo correlacional, para ello se ha definido un estructura sugerida por el reglamento de grados y títulos, el mismo que se describe a continuación.

Capítulo I: En este capítulo se realizó la descripción del problema, la formulación del problema general y los problemas específicos, el planteamiento del objetivo general y los objetivos específicos; así como, la justificación y la viabilidad de la investigación.

Capítulo II: En esta parte se menciona el marco teórico, que ayuda a dar a conocer y sustentar el problema en estudio, el capítulo está conformado por los antecedentes internacionales, nacionales y locales relacionados a las variables de estudio; así mismo, se mencionan las bases teóricas, también se dan a conocer las definición conceptual de los términos básicos, a su vez se estructura el sistema de hipótesis y sistema de variables generales y específicos, finalmente se realizó la Operacionalización de variables donde se especificó las dimensiones, indicadores y los ítems.

Capítulo III: En este capítulo se menciona el tipo de la investigación en el cual resaltan el enfoque de la investigación, el alcance o nivel y el diseño; también se enmarca la población y la muestra, a su vez se mencionan las técnicas e instrumentos para la recolección de datos, así como para su análisis e interpretación.

Capítulo IV: En este capítulo se realizó el procesamiento de los datos de las encuestas aplicadas mediante el programa SPSS, la contratación de la hipótesis general y las hipótesis específicas.

Capítulo V: En este último capítulo se redacta las discusiones, conclusiones y recomendaciones, mencionando a su vez las referencias bibliográficas y sus anexos respectivos.

La conclusión de la investigación establece una relación directa entre ambas variables, ellos debidamente corroborado con información descriptiva presentada en la sección de resultados. A partir de este resultado la tesis se constituye en documento clave para poder tomarlo como referencia y enriquecer el conocimiento en torno a la gestión de inventarios, y el desempeño comercial en empresas como las estudiadas.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del Problema

Montero, (2015), sostiene que hoy las empresas en el mundo requieren tener un equilibrio adecuado entre los insumos disponibles para cumplir con la producción y satisfacer las necesidades de los clientes, ello implica una inversión eficiente, siendo este último una tarea sumamente compleja. En general las empresas suelen cometer errores y llegan a tener más material o mercancía cuando sus demandas suelen ser inciertas en el mercado. Lo ideal, sostiene el autor es contar con un balance adecuado y necesario entre los niveles de demanda esperada y el inventario existente. Para lograr un adecuado stock de mercancías, nos demostraron las empresas desarrolladas como KIA, OMNILIFE es adecuado calcular las variables de tiempo de cada producto en cada lugar del sistema productivo. Por lo tanto, la contabilidad ha desarrollado la gestión de inventarios como una estrategia para establecer las cantidades esperadas requeridas por los clientes, prediciendo los niveles de pedidos de los clientes comparando diferentes escenarios con los inventarios.

En el contexto, descrito empresas que tienen establecimientos comerciales masivos como Alicorp, han entendido la importancia de este tema y han desarrollado sistemas para el control adecuado de la provisión de sus minoristas, haciendo que las universidades sean los importantes proveedores de profesionales que ayuden a entender estos cálculos para evitar problemas en las pequeñas, medianas y grandes empresas.

La Gestión de inventarios de la Empresa Líder Cloud

Líder Cloud S.R.L, una empresa jurídica huanuqueña que se dedica a la venta de abarrotes en general al por mayor y menor, ubicado en la segunda cuadra del jirón Huánuco de esta ciudad, hoy se ha convertido en una de las principales empresas que están compitiendo con los centros comerciales en la venta de abarrotes, y productos de primera necesidad para el hogar, limpieza y otros. Esta empresa cuenta con área contable que está integrado por un equipo de 8 personas, encabezadas por su contador, caja, almacenes, entre otros. El trabajo de esta área se centra en la gestión de inventarios a nivel de sus tres dimensiones, el primero de ellos es la planeación de las compras, el mismo que se da de acuerdo a la demanda de los clientes actuales, cuyo registro es a nivel de sus ventas, así mismo, las compras se desarrolla en función a la relación comercial con sus proveedores, siendo una tarea importante para esta empresa huanuqueña el control de mercaderías porque se comercializa una cantidad y variedad considerable de productos de

los cuales se hace muy difícil el control y en muchos casos el sistema que le permite contabilizar el ingreso y salida de productos de la tienda no detecta las variaciones por diferentes factores, que pueden ser pérdidas, faltantes, mermas, etc .

La empresa ha registrado ventas que no son fluctuantes en el tiempo, es decir el desempeño comercial ha sido sostenible, por ello la investigación buscará establecer si esta variable ha sido producto de una adecuada gestión de los inventarios en la empresa Líder Cloud que se encuentra ubicado tributariamente en régimen general, y reporta de manera mensual sus ventas al ente recaudador, la SUNAT.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿De qué manera la gestión de inventarios se relaciona con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019?

1.2.2. Problemas Específicos

¿De qué manera la planeación de compras se relaciona con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019?

¿De qué manera las compras se relacionan con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019?

¿De qué manera el control de mercaderías se relaciona con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019?

1.3. Objetivo General

Analizar de qué manera la gestión de inventarios se relaciona con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019

1.4. Objetivos Específicos

Analizar de qué manera la planeación de compras se relaciona con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019

Analizar de qué manera las compras se relacionan con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019

Analizar de qué manera el control de mercaderías se relaciona con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019

1.5. Justificación de la Investigación

Práctica, en el presente trabajo de investigación se expuso el estudio de las variables en torno a la gestión de inventarios y el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud en el departamento de Huánuco en el periodo del 2019 por lo que los conocimientos adquiridos favorecen a la comprensión de las variables.

Teórica, el presente trabajo utilizó información conceptual para poder contrastar una realidad, en el mismo que derivará de nuevos conocimientos para la aplicación de políticas en la gestión de inventarios y a la vez en el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud en el departamento de Huánuco en el periodo del 2019.

Metodológica, el presente trabajo utilizó el método científico, por lo que se hará uso de la inducción, deducción entre otros, como viene a ser la observación que permitan la contrastación de la Hipótesis.

Relevancia, el presente trabajo generó conocimientos que servirán de alguna manera como base de datos para la Universidad, donde otros investigadores puedan hacer investigaciones profundas sugiriendo políticas de mejora.

1.6. Viabilidad de la Investigación

El estudio fue viable por las siguientes razones:

La disponibilidad de información, que nos permite sustentar conceptualmente cada una de las variables expuestas en la investigación.

Recursos financieros que será asumido por el investigador para la realización de la investigación.

Asistencia técnica en materia metodológica para el diseño apropiado de la presente investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. Internacionales

Dentro de las investigaciones internacionales tenemos de Gonzáles, (2010) titulado: “*Diseño de un Modelo De Gestión De Inventarios para la Empresa Importadora de Vinos y Licores Global Wine And Spirits Ltda.*”, perteneciente a la Pontificia Universidad de Javeriana. Colombia en el año 2010, concluyendo lo siguiente:

El modelo de inventarios propuesto, mejora los problemas fundamentales del sistema actual de desabastecimiento y existencia de roturas de inventario, al definir políticas de órdenes de compra, nacionalización y distribución de la mercancía que sincronizan los procesos de la cadena, y en consecuencia garantizan el flujo idóneo de la mercancía hasta las bodegas de consumo.

El modelo de inventarios propuesto se establece por una planeación integral que tiene en cuenta las variaciones de los tiempos de despacho, tiempos de nacionalización y tiempos de recepción de estampillas; garantizando un cubrimiento analítico completo de los procesos de la cadena de suministros y de las restricciones financieras existentes; y de esta manera asegurando el abastecimiento requerido de las bodegas, en el momento indicado.

La planeación del modelo propuesto establecida en gestionar los procesos de emisión de órdenes de compra, nacionalización y distribución de la mercancía de acuerdo a los requerimientos de las bodegas de consumo, garantiza la comercialización de la mercancía, y en consecuencia el flujo idóneo de los productos por la cadena de suministros, mejorando el desempeño operacional de la empresa.

2.1.2. Nacionales

Por otro lado, tenemos las investigaciones realizadas a nivel nacional una de ellas es de Rondinel, (2017) en su tesis que tiene como título: “*Logística y su relación con el control de inventario en las empresas de equipos magnéticos y vibratorios del distrito de Ate-Vitarte, año 2017*” presentada a la Universidad César Vallejo en el periodo del 2017, por lo que llega a las siguientes conclusiones:

Se ha conseguido validar con hechos reales que logística se relaciona con el control de inventario en las empresas de equipos magnéticos y vibratorios del distrito de Ate-Vitarte, año 2017, Analizando la logística en las empresas de equipos magnéticos y vibratorios ,se llegó a la conclusión que la empresa no gestiona de manera adecuada sus funciones logísticas en cada una de sus actividades ,por lo que no se realiza de manera oportuna el proceso de aprovisionamiento para que la empresa pueda contar con los artículos necesarios de manera oportuna como la evaluación que se debe realizar a los proveedores antes de contratarlos en base a registros históricos. Por ello las empresas realizan requerimientos innecesarios sin sustento porque desconocen cuanto de material tienen en stock provocando diferencias de inventario al corroborar el saldo del inventario físico con lo registrado en sistema .Asimismo pocas entidades coordinan el proceso de distribución comercial de sus materiales ya sea clasificando sus artículos en base al valor que estos representan mediante el empleo de métodos.

La logística se relaciona con la verificación física de los productos en las empresas de equipos magnéticos y vibratorios del distrito de Ate-Vitarte, año 2017, Analizando la logística en relación con verificación física realizada en las empresas de equipos magnéticos y vibratorios, se llegó a la conclusión que en su mayoría no planifican a tiempo la adquisición de materia prima ,mercaderías, los productos terminados y en proceso por lo que no les permite contar de manera oportuna con los materiales necesarios y poder determinar la existencia física de artículos en stock así como también realizar la inventario físico para constatar la existencia real de los materiales mediante una planificación previa esto conlleva a que no se realice 102 correctamente el conteo, generando que los resultados no sean válidos ya que no se puede garantizar la existencia física de esos artículos para darle el tratamiento adecuado así como también definir si existen faltantes ,sobrantes o productos deteriorados. Asimismo, la empresas de equipos magnéticos y vibratorios no tienen establecido procedimientos de inventario físico como la preparación del inventario donde se definen el reglamento, organigrama, la capacitación del personal a cargo de la toma de inventario y el debido corte documentario así como también el conteo a realizar y la validación correspondiente de los materiales .Esto perjudica el desarrollo normal de las actividades ya que no se estaría ejecutando adecuadamente la verificación física de los materiales almacenados como para detectar las causas de un faltante detectando hechos delictivos como robos ,fraudes y la acumulación de productos deteriorados que solo generan pérdidas para la empresa.

Se obtiene como resultado que el control de inventario se relaciona con la actividad empresarial logística en las empresas de equipos magnéticos y vibratorios del distrito de Ate-Vitarte, año 2017, verificando el control de inventario en relación a las actividades logística de las empresas de equipos

magnéticos y vibratorios se llegó a la conclusión que en su mayoría las empresas no tienen establecido parámetros de control de inventario pues no planifican la cantidad de inventario que debe mantener almacenado ,los procedimientos a realizar y cada cuanto tiempo se debe realizar el inventario físico para corroborar la existencia física de éstos con lo registrado en kárdex de modo que pueda planificar a tiempo la compra de artículos ,evaluar el nivel de inventario que tiene la empresa fomentando el control de los ingresos y salidas de artículos además de realizar el análisis de sus inventarios para determinar la rotación y el tiempo que permanecen almacenados así como valorizar de manera adecuada sus mercancías para saber cómo se está gestionando los materiales de la empresa en cada uno de los procesos logísticos que efectúa la empresa como al verificar que en el proceso de compras se identifique al proveedor idóneo ya que será el encargado de abastecer a la empresa, cuando emitir la orden de compra también el seguimiento que se debe realizar a los proveedores para garantizar el cumplimiento del contrato permitiéndole mejorar la eficiencia de sus actividades logísticas.

Por otra parte, tenemos la tesis de Huáman, (2016), que presenta como título: *“Propuesta de Estrategia de Pronósticos y Control Agregado de Inventarios con Demanda Probabilística en una Empresa Importadora y Comercializadora de Artículos para El Mantenimiento Vehicular”* presentada a la Universidad Católica del Perú en el año del 2016, por lo que llega a las siguientes conclusiones:

La técnica de control agregado de inventarios posee un factor diferencial respecto a los métodos convencionales, debido a que brinda a la gerencia una visión global y estratégica para definir parámetros acertados para una buena práctica en el tratamiento de las existencias, de forma que no se busca la optimización individual, sino que la meta de la aplicación de las técnicas es de mejorar el desempeño integrado de la gestión de todos los artículos.

Las metodologías de pronósticos seleccionadas, en función al patrón de la demanda y su precisión, para cada ítem permitirán realizar una mejor planificación de operaciones a la administración, además de hacer factible el desarrollo de un cronograma de compras anuales (como se mostró en la evaluación de las mejoras) y su actualización o ajuste en el corto plazo.

La inversión requerida para implementar políticas formales y adecuadas a las características de la empresa JV Importaciones, respecto a los inventarios y los pronósticos tiene una recuperación en el mediano plazo (primer año de ejecución), además que presenta cuantiosos beneficios cuantitativos, como se ha demostrado retribuyendo en los ingresos y rentabilidad de las empresas de estudio, también lo hace en el aspecto cualitativo, pues genera un mayor orden en las operaciones y facilita la administración de las mismas.

2.1.3. Locales

Por otro lado, tenemos las investigaciones o tesis locales una de ellas es de De la Vega (2017) en su tesis titulada: *“El control interno y la Gestión de Inventarios de la empresa constructora Yacz contratistas generales S.R.L. del distrito de Amarilis – 2016”* presentada a la Universidad de Huánuco en el años 2017, por lo que concluyó lo siguiente:

Se concluye que el control interno contribuye en la gestión de inventarios de la empresa Constructora YACZ Contratistas Generales S.R.L del Distrito de Amarilis - 2016. Ya que un mejoramiento del sistema de control optimiza el uso de los recursos del almacén.

Se concluye que la organización adecuada del control interno contribuye en la gestión de inventarios de la empresa Constructora YACZ Contratistas Generales S.R.L del Distrito de Amarilis - 2016. Para ello debe existir una buena Dirección, Coordinación, División de Labores, Asignación de Responsabilidades por parte de la Gerencia General de la empresa.

Se concluye que la supervisión adecuada del control interno contribuye en la gestión de inventarios de la empresa Constructora YACZ Contratistas Generales S.R.L del Distrito de Amarilis – 2016. Es decir una buena planeación, sistematización de procedimientos y un buen diseño de registros, formatos e informes permite la supervisión casi 89 automática de los distintos aspectos del control interno.

Se concluye que los trabajadores de la empresa Constructora YACZ Contratistas Generales S.R.L del Distrito de Amarilis – 2016, desconocen la cantidad exacta de los materiales que se encuentran en los almacenes de la empresa por lo que se deduce que no hay un control adecuado de los materiales de la empresa. Además no todos los trabajadores conocen de la existencia de la tarjeta kardex en la empresa lo que ha facilitado la desorganización en las entradas y salidas de los materiales en el almacén de esta empresa.

Por ultimo tenemos la tesis de Cántaro A. (2017) en su tesis titulada: *“El Sistema de Control de Inventarios y la Rentabilidad de la Empresa “INDUSTRIAS ALIPROSS S.A.C.” 2016”*, presentada a la Universidad de Huánuco en el año 2017, concluyendo en lo siguiente:

De los resultados de la investigación se concluye que el sistema de control de inventarios influye significativamente en la rentabilidad de la empresa “Industrias Alipross S.A.C.” 2016.

De los resultados de la investigación se concluye que el control de ingreso y salida de la mercadería influye significativamente en la rentabilidad de la empresa “Industrias Alipross S.A.C.” 2016.

De los resultados de la investigación se concluye que la Valuación de la mercadería influye significativamente en la rentabilidad de la empresa “Industrias Alipross S.A.C.” 2016.

De los resultados de la investigación se concluye que el transporte y traslado de la mercadería influye significativamente en la rentabilidad de la empresa “Industrias Alipross S.A.C.” 2016.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Gestión de Inventarios

Meana, (2017) sostiene que La gestión de inventarios se entiende por organizar, planificar y controlar el conjunto de stocks pertenecientes a una organización. Organizar significa fijar criterios y políticas para su regulación y determinar las cantidades más convenientes de cada uno de los artículos. Meana, (2017) afirma que cuando se planifica, se establecen los métodos de previsión y se determinan los momentos y cantidades de reposición y se han de controlar los movimientos de entradas y salidas, el valor del inventario y las tareas a realizar.

Lopez, (2014) afirma que la gestión de inventarios consiste en hacer seguimiento de los bienes almacenados de una compañía. Monitorea el peso, las dimensiones, la cantidad y la ubicación. Esto ayuda a los dueños de los negocios a saber cuando es el momento de reponer productos o comprar más material para fabricarlos.

Lopez, (2014) Una gestión del inventario eficiente es esencial para asegurar que el negocio tenga suficientes productos almacenados para cubrir la demanda del consumidor. Si no se maneja correctamente puede resultar en que el negocio pierda dinero en ventas potenciales que no pueden satisfacerse o que malgaste dinero teniendo demasiado inventario. Un sistema de gestión de inventario puede prevenir que ocurran este tipo de errores.

Objetivos de la gestión de inventarios

Lopez, (2014) sostiene que el objetivo primordial de la gestión de inventarios según la misma institución es actuar como reguladores entre los ritmos de abastecimiento y las cadencias o consumos de sus salidas. Lo que puede evidenciarse a través de:

- ✓ Reducción del riesgo sobre la certeza en la demanda de los productos.
- ✓ Disminuir el costo de los suministros de la producción.
- ✓ Anticipar las variaciones previstas de la oferta y la demanda.
- ✓ Facilitar el transporte y distribución del producto.

Igualmente, se debe establecer un equilibrio entre la calidad de servicio y los costos derivados de tener inventario. Para conseguir este propósito, se deben tener en cuenta dos aspectos complementarios:

- ✓ El sistema de reposición.
- ✓ El stock de seguridad.

Del mismo modo existen las ventajas de un sistema de gestión de inventarios:

- ✓ Disponer de todas las informaciones que afectan los artículos para administrar.
- ✓ Contabilizar adecuadamente los artículos en stock.
- ✓ Conocer su comportamiento histórico.
- ✓ Prever las necesidades medias futuras a satisfacer y aceptar un nivel de riesgo de ruptura.
- ✓ Calcular los pedidos a efectuar, teniendo en cuenta la disminución de costos de gestión y las condiciones y límites de los proveedores.
- ✓ Mantener un stock de seguridad adecuado.

Importancia de la Gestión de Inventarios

Lopez, (2014) afirma que parece obvio que una buena gerencia de inventario es de suma importancia para la empresa y establecimientos turísticos ya que desempeña una función vital: proveer a la compañía de materiales suficientes para que ésta pueda continuar su funcionamiento dentro del mercado. En el caso de los hoteles y empresas turísticas, el control del inventario garantiza la calidad en la prestación del servicio y la experiencia del cliente.

Los inventarios incluyen materia prima, productos en proceso y productos terminados, mercancías para la venta, materiales y repuestos para ser consumidos en la producción de bienes fabricados o usados en la prestación de servicios. Así como para la reposición de productos utilizados por los empleados de los alojamientos turísticos y consumibles necesarios para los huéspedes.

El reto de administrar un inventario está en decidir cuánto se necesita para cumplir con los requerimientos del mercado, lo que implica decidir qué cantidad se necesita, cuándo debemos colocar los pedidos, y recibir, almacenar y llevar el registro de dicho inventario, ya que el objetivo primordial será mantener los costos bajos y los suficientes

productos terminados para las ventas o para la reposición de los productos consumidos.

Basándonos en todas estas premisas, llegamos a la conclusión de que es necesario contar con un sistema automatizado que nos permita llevar un control continuo y actualizado del inventario, los pedidos realizados y las ventas de los productos.

Beneficios de la Gestión de Inventario

Meana,(2017) Además de ayudar a los negocios a mantenerse organizados, una gestión de inventario efectiva también puede ayudar a:

- Planificar las compras
- Garantizar compras de calidad
- Mantener el negocio rentable
- Reducir costos
- Alcanzar economías de escala
- Analizar patrones de venta para predecir ventas futuras
- Analizar el comportamiento contra los competidores
- Preparar el negocio para lo inesperado.
- Controlar el procedimiento de compras.

Planeación de compras

Meana, (2017) conceptualiza como la tarea que necesita la organización, cuánto y para cuándo lo necesita, dentro de un período de tiempo determinado. Además, en la planificación se identifican los proveedores potenciales de cada compra y una estimación de sus principales parámetros, tales como precio, plazos de entrega, calidad, etc. También se programan con anticipación las compras requeridas, lo que permite organizar de mejor manera el trabajo al interior de la unidad de abastecimiento.

Míguez, (2010) sostiene que una de las metas de la gestión de inventario es ayudar a los dueños de negocios a determinar cuándo comprar nueva mercancía para poder estar un paso adelante a la demanda. Esto es también conocido como Planificación de compras. Los diferentes negocios usan diferentes tipos de planes de compras dependiendo de las necesidades de su industria. Por ejemplo, un negocio en línea pequeño no tiene el lugar de almacenamiento para tener mucha mercancía a la mano. En este caso, ellos deben optar por un plan de compras llamado “justo-a-tiempo” o “just-in-time”, el cual asegura que ellos recibirán la mercancía necesaria “justo-a-tiempo” para satisfacer a la demanda.

Ventajas de planeación de compras

Miguez, (2010) Según el autor nos dice también que una adecuada planificación se traducirá en numerosos beneficios para nuestra organización, optimizando cada vez más los métodos de compra y mejorando los resultados en términos de la eficacia, eficiencia y transparencia. Entre las ventajas de planificar las compras, destacamos:

- ✓ **Precios más competitivos** y mejor calidad obtenidos en cualquiera de los distintos mecanismos de compra, debido a que una adecuada programación nos permite:
 - Agregar demanda y, de este modo, conseguir mejores condiciones comerciales (precio, calidad, entrega, servicio post venta, etc.)
 - Facilitar a la Dirección de Compras y Contratación Pública la suscripción de nuevos Convenios Marco, basándose en los requerimientos futuros estimados por los planes de compra de los servicios.
 - Realizar una mejor definición de los requerimientos y de los plazos de los distintos procesos de compra, lo que trae aparejado un mayor número de proveedores potenciales y una mejor negociación en el caso de un único proveedor.
- ✓ **Menores costos administrativos**, ya que al agregar demandas se realizan menos procesos de compra y, por tanto, menos papeleo, menos órdenes de compra, menos coordinaciones (ya sea vía telefónica, correo electrónico u otra), menos revisiones de la entrega del producto o servicio, etc.
- ✓ **Menores costos de inventario**, ya que con una adecuada planificación será posible definir pedidos con un tamaño y con una frecuencia que permita disminuir los stocks y sus costos asociados.
- ✓ **Compras oportunas**, lo que significa "tener lo que necesitamos para cuando lo necesitamos". Esto implica ser capaz de responder a los requerimientos de nuestros usuarios con la mayor prontitud posible, lo que evidentemente aumenta su satisfacción.
- ✓ **Adecuada distribución de la carga de trabajo de los recursos humanos en el tiempo**. Al contar con una buena planificación, es posible programar y distribuir en el tiempo los procesos de adquisiciones de manera de evitar la ocurrencia de períodos con grandes sobrecargas de trabajo, que además de perjudicar el clima laboral, afectan la eficiencia de los procesos.
- ✓ **Mejoras al funcionamiento diario de la organización, ya que las compras sencillas o rutinarias**, aunque aparentemente son menos importantes, resultan indispensables para trabajar eficientemente.

Cómo hacer la planificación de compras de tu empresa

Miguez, (2010) sostiene que una buena administración de stock te permite prever cuándo debes reponer determinados productos. Una incorrecta planificación de compras podrá acarrearle serios problemas, incluso perjuicios financieros y administrativos.

El primer paso para una buena planificación de compras es organizar tu previsión de ventas. Esto va a depender del plazo que determines y también del mercado en el que actúes. Un establecimiento de moda, por ejemplo, tiene períodos específicos (los cambios de estación) en los que debe cambiar completamente sus colecciones.

El próximo paso es ajustar el presupuesto de la empresa a las necesidades. Tienes que saber exactamente lo que vas a comprar y cuánto vas a comprar, siempre tomando en cuenta el giro de caja, las previsiones de presupuesto y las ganancias proyectadas. Recién después de esto vas a realizar las compras y supervisar la entrega de tus pedidos.

Organizar la planificación de las compras pasa por capacitar a los empleados y administrar adecuadamente el stock.

Los siguientes cuatro criterios resultarán útiles para hacer una mejor planificación de compras a la hora de reponer el stock de tu empresa.

Conoce a tus proveedores, Mantén los registros de tus proveedores siempre actualizados y estudia el mercado antes de contratar. Analiza cuáles son las diferencias entre lo que te ofrece uno y otro, los precios, las ventajas y desventajas de cada proveedor. Es fundamental analizar bien estos puntos antes de tomar cualquier decisión.

Optimiza la gestión del stock, Hoy existen muchos softwares –pagos y gratuitos- para la gestión de stock de las empresas. Es importante prestar mucha atención a este proceso, pues un buen control te ayudará a evitar tanto el estancamiento de productos como una eventual sobrecarga, dos situaciones igualmente perjudiciales.

Capacita a los empleados, Tener un moderno sistema de gestión de stock no sirve de nada si tu gente no es capaz de operarlo. Mantén siempre actualizados a tus empleados sobre los procesos de la empresa y las cuestiones tecnológicas. Tú y el departamento administrativo o de recursos humanos deben estar capacitados para coordinar este equipo.

Compras.

Errasti, (2014) nos dice que las compras es el acto obtener el producto o servicio de la calidad correcta, al precio, tiempo y lugar pactado.

Objetivos de las compras

Errasti, (2014) Los objetivos fundamentales según el mismo autor de toda compra pueden resumirse del modo siguiente:

- ✓ Mantener la continuidad de abastecimiento.
- ✓ Hacerlo con la inversión mínima en existencia.
- ✓ Evitar duplicidades, desperdicios e inutilización de los materiales o productos.
- ✓ Mantener los niveles de calidad de los materiales o productos, basándose en lo adecuado de los mismos para el uso a que se destinan.
- ✓ Adquirir materiales o productos al precio más bajo posible compatible con la calidad y el servicio requeridos.
- ✓ Mantener la posición competitiva de la empresa y conservar el nivel de sus beneficios en lo que a costos de material se refiere.

Errasti, (2014) sostiene que el departamento de compras tiene como responsabilidad abastecer a la empresa de todos aquellos materiales que necesita para el desempeño de su producción. Es precisamente desde este departamento donde se programa, coordinan las compras en la empresa de los suministros que la empresa necesita.

Además, debemos señalar que es precisamente aquí en el departamento de compras donde se origina la fase de arranque de toda nuestra actividad empresarial. De ahí que se le otorgue tanta importancia a este departamento. Por ello se fijan unas políticas de compras en las que se tiene en cuenta la calidad y el precio, entre otros criterios.

Beneficios de la gestión de compras

Errasti, (2014) sostiene que si realizamos todas estas prácticas, que acabamos de ver, de una forma correcta podremos conseguir que la gestión del departamento de compras sea la adecuada. Como consecuencia, obtendremos una serie de beneficios para nuestra empresa.

- Permite incrementar los beneficios de la empresa. Como hemos visto, la adquisición de suministro a veces es la mitad de lo que cuesta nuestro producto. Si conseguimos reducir ese gasto, obtendremos un aumento del beneficio final.

- Condiciona la calidad del producto final. Las materias primas deben tener la calidad que queremos para nuestros productos y que nos garantiza que el proceso productivo sea eficaz.
- Tendremos un mayor conocimiento de nuestros proveedores.
- Manejaremos la información actualizada de los mercados de proveedores de nuestro sector.
- Tendremos optimizados el transporte y la logística de distribución.
- Nos permitirá tener un inventario más ajustado y, a su vez, evitaremos quedarnos sin materiales.
- Incluso podemos monetizar nuestros activos. Esto es que podemos vender a nuestros productos a nuestros proveedores.
- Dispondremos de los catálogos de los proveedores por lo que siempre tendremos los precios actualizados y podremos comparar.
- Podremos acceder a los mejores precios. Además será más fácil conseguir un mejor precio a la hora de realizar el pedido de suministro. Aunque no todos los proveedores nos permitirán negociar un mejor precio. Aunque lo que sí sabremos es quién tiene el mejor precio.
- Agilización de los pedidos, incluso en algunos procesos tendremos la opción de poderlos automatizar. Esto mejorará mucho el proceso de compra, aumentando la rapidez a la hora de realizar los procesos de gestión comercial de nuestra empresa.

Importancia de gestión de compras y suministros

Errasti, (2014) afirma que una adecuada gestión de compras y suministros garantiza los mejores insumos para los procesos de una empresa, buscando siempre los mejores tratos y alianzas con los proveedores más convenientes, procurando ahorros y una gestión de contratos eficaz para todos los elementos de la cadena de suministros. Veamos la importancia de la gestión de compras a mayor detalle:

A. Busca generar ahorros, La efectiva gestión de la cadena de suministros depende de la disponibilidad, volumen de compras, costo de productos y clases de materiales. Los materiales sujetos a escasez e inestabilidad de precios suponen más problemas para los profesionales de compras. Incluso las más pequeñas reducciones en costos de los materiales directos pueden impactar en el presupuesto operativo total de una compañía, aumentando sus márgenes de ganancia. Es decir, que el personal de la cadena de compras y suministros debe negociar en forma efectiva para obtener materiales de alta calidad al más bajo costo, con el consecuente impacto en los resultados económicos.

B. Gestiona contratos de manera eficaz, El departamento de compras adquiere los artículos y servicios para su reventa, para consumo en el negocio o su transformación en productos y servicios. Dirigir la compra normalmente involucra crear contratos a largo plazo entre el comprador y el proveedor, más allá de un interés o juicio personal por un objetivo corporativo o institucional. La compra directa e indirecta implica transacciones asociadas con adquisiciones repetitivas usadas para el correcto funcionamiento del negocio. Definiendo los estándares y requisitos para los materiales, analizando el valor y perfeccionando la logística y distribución de los mismos, los profesionales de la cadena de suministros se aseguran éxitos a largo plazo en el funcionamiento integral del negocio.

C. Mantiene una relación productiva con los proveedores, Estar al frente de la gestión de compras a nivel operativo en una compañía normalmente significa proveer el continuo flujo de materiales y servicios requeridos para la producción. Comprando de manera competitiva a diversos proveedores, los profesionales de compras obtienen la cantidad justa de artículos y servicios de calidad al mejor precio y sin contratiempos. Negociar de modo persuasivo ayuda a maximizar la inversión y crea alianzas de trabajo lucrativas con los proveedores. Analizando y auditando los procesos de compras y el uso de los materiales, los encargados de compras trabajan con sus proveedores para evitar duplicaciones, errores y derroche.

D. Consigue siempre los mejores tratos, Los encargados de la gestión de compras y suministros cumplen el fundamental e importante rol de negociar los mejores tratos. Los profesionales de compras eficaces deben saber qué están comprando, cómo se usarán esos productos y los factores que afectan los controles de calidad, la logística, manejo, disposición, la entrega y los costos asociados.

Control de mercaderías

Guerrero, (2017) sostiene que el control de mercaderías es uno de los sistemas de operaciones más importantes del mundo, puesto que este permite reconocer con exactitud la pérdida o utilidad de las ventas. Para la correcta optimización de la logística de una empresa se debe llevar a cabo el control de mercancía.

Para esto se pueden seguir distintos procesos que antes de utilizarlos es importante identificar lo siguiente:

- ✓ Cantidad de operaciones

- ✓ Claridad en el registro
- ✓ Conjunto de datos deseados
- ✓ Capacidad económica de la empresa

Tipos de procedimientos para control de mercancía

Guerrero, (2017) Por ende, el procedimiento que se quiera utilizar para la inspección de los productos debe estar enfocado a lo expuesto previamente. En ese sentido, **los procedimientos que se encuentran hoy en día para realizar el control de mercancía son:**

Procedimiento Analítico: este sistema se creó para analizar todas las operaciones que se realizan con la mercancía de una empresa. Esto consiste en identificar y separar los conceptos que han sido afectados por operaciones llevadas a cabo con mercancías. Este sistema está integrado generalmente por:

- ✓ Compras
- ✓ Inventarios
- ✓ Devoluciones de compras
- ✓ Gastos de compras
- ✓ Ventas
- ✓ Descuentos de compras
- ✓ Rebajas de compras
- ✓ Bonos sobre compras
- ✓ Rebajas de ventas
- ✓ Devoluciones de ventas
- ✓ Bonificaciones de ventas
- ✓ Descuentos de venta.

Guerrero, (2017) El inventario representa la existencia de bienes Llevar registro de los inventarios es imprescindible para mantener un nivel eficiente de stock y tomar mejores decisiones que tiene una empresa para revender, o para procesar y luego vender. Controlar los inventarios no es sólo una actividad de las grandes empresas. Tiene dos objetivos primordiales: por un lado, conocer oportunamente cuándo es necesario solicitar más mercadería, y por otro, saber cuánto valen los productos que se tienen en stock.

El control se puede realizar de dos formas básicas: el inventario físico o el inventario permanente.

Inventario físico

Guerrero, (2017) sostiene que de alguna forma el "inventario real"; implica realizar un recuento físico de lo que hay en los depósitos, contando, midiendo, pesando, según el tipo de mercadería (remeras, clavos, harina, lubricantes). Este control es tedioso pero muy importante, por lo que aunque se lleve un "inventario permanente", es recomendable realizarlo al menos una vez al año para ajustar la contabilidad a la realidad.

Inventario permanente

Guerrero, (2017) sostiene que este sistema permite conocer la cantidad y valor de la mercadería en cualquier momento sin necesidad de hacer un recuento físico. Está permanentemente actualizado ya que funciona mediante la registración de las compras y las ventas de mercadería o el uso de los artículos de forma continua. Se utiliza un registro preciso, a través de un auxiliar o ficha de inventario, que contiene la cantidad de unidades y su valor monetario.

El mayor inconveniente que presenta este sistema es que la mercadería se compra en fechas distintas o a proveedores diferentes, por lo que el precio puede ir variando. ¿Cómo eludir este obstáculo? Utilizando alguno de los siguientes métodos:

PEPS: Primeras Entradas, Primeras Salidas

Guerrero, (2017) sostiene que este método supone que los primeros artículos que entraron al inventario son los primeros en ser vendidos o consumidos por el proceso de producción. De esta forma, quedan en el inventario los artículos comprados más recientemente.

UEPS: Últimas Entradas, Primeras Salidas

Guerrero, (2017) sostiene que al contrario del método PEPS, la mercadería que se adquiere más recientemente es la primera que se utiliza para la producción o la venta. Hasta que esa partida no se agota, no se sigue con una anterior, y si se realiza una compra de mercaderías, automáticamente esta nueva compra se ubica primera para salir del inventario.

PPP: Precio Promedio Ponderado

Guerrero (2017) sostiene que las salidas de inventario no se basan en los primeros o en los últimos ingresos, sino en el promedio de todas las compras. Cada vez que se realiza una nueva compra se calcula nuevamente el precio unitario de los artículos. La salida de inventario se realiza al último PPP calculado en cada ocasión.

La correcta administración del inventario es fundamental para la empresa. Podés pedir ayuda a un contador o especialista en costos para armar un sistema adecuado para tu negocio. Para el seguimiento podés utilizar algún software de gestión o una sencilla planilla de cálculo, e incluso podría hacerse manualmente dependiendo de la rotación de tu mercadería. Lo importante es que los registros existan y te permitan mantener un nivel eficiente y tomar decisiones.

Desempeño Comercial

García, (2010) sostiene que uno de los objetivos principales que poseen las organizaciones empresariales es el de vender los productos y servicios que ofrece y conseguir que los clientes los compren. En muchas ocasiones, las empresas poseen productos muy interesantes y con muy buenas características, pero no consiguen tener gran éxito en el mercado debido a que no se realiza una buena comercialización. Es fundamental que al crear una empresa, nos centremos tanto en obtener un buen producto, cómo en la forma de venderlo y llevarlo hasta nuestros clientes.

García, (2010) sostiene que al entender qué son los indicadores comerciales es fácil darse cuenta de que existe una gran variedad de ellos que podrían aplicarse al negocio. Para elegir los que mayor visibilidad y utilidad aportarían a la propia empresa es preciso conocer algunos de los más importantes. Se trata de los siguientes:

Indicadores comerciales financieros. En este grupo podrían destacarse algunos como el beneficio, uno de los indicadores de rendimiento más importantes que existen; el coste, que permite medir la rentabilidad para encontrar la forma de reducir y administrar el gasto o la comparación entre los ingresos reales y los ingresos proyectados. La comparación entre gastos generales reales y presupuesto previsto puede ayudar a comprender dónde se desvió la planificación y facilitar la creación de un presupuesto departamental más efectivo en el futuro. Indicadores como las ventas por región también deberían tenerse en cuenta.

Indicadores comerciales de cliente. El valor de vida del cliente permite optimizar la adquisición de su cliente, y quienes saben qué son indicadores comerciales tienen claro que a este KPI hay que buscarle un complemento, el coste de adquisición del cliente, que ayuda, por ejemplo, a evaluar la rentabilidad de las campañas de marketing. KPIs como los que miden la satisfacción y retención de clientes no deberían faltar en ninguna organización. Igual que otro indicador necesario, el número de clientes, un indicador de rendimiento es bastante sencillo de calcular.

Indicadores de proceso. El KPI “acciones de soporte al cliente”, que midan el número de incidencias resueltas y el tiempo de resolución ayudarán a crear el mejor departamento de servicio al cliente. También hay que considerar monitorizar el porcentaje de defectos del producto y la eficiencia de la organización, que, en sistemas productivos, se puede obtener analizando cuántas unidades se han producido cada hora y qué porcentaje de tiempo estuvo funcionando la planta.

Amparo, (2004) sostiene que las organizaciones modernas, inmersas en un entorno altamente competitivo encuentran que su única garantía de sobrevivir

y ser exitosas es siendo más eficientes en su proceso de venta. Como te compartimos en el artículo “Beneficios de automatizar tu proceso comercial” es muy importante contar con un proceso comercial estructurado, definido ya que esto es la base que te ayudará a gestionar de la mejor manera todas las actividades que se llevan a cabo durante el mismo y poder aprovechar al máximo las oportunidades de venta con las que cuentas y que como sabes requiere mucho esfuerzo y recursos para conseguirlas.

Indicadores clave en el área comercial. Amparo, (2004) El área comercial de tu empresa además de ser la generadora de ingresos es el vínculo entre el mundo externo y el interno de tu entorno empresarial. Siendo por eso que es importante contar con una serie de controles e indicadores en cada uno de los procesos que colabora a su productividad, lo que te permitirá evaluar el desempeño continuamente y generar ciclos de mejora, esto resultará en mejores niveles de ventas y clientes más satisfechos. El conjunto de indicadores dependerá de tus objetivos, el giro de tu empresa, es por esto que cada organización debe de identificar y gestionar sus propios indicadores clave (KPIs).

¿Qué son los indicadores clave, KPIs?

KPI (Key Performance Indicator) son las métricas utilizadas para cuantificar los resultados de una actividad o estrategia que es fundamental para el éxito de la organización en función de un objetivo predeterminado.

Para la operación comercial de tu empresa, puedes dividir tus indicadores clave en dos categorías principales:

Indicadores de resultados, como pueden ser:

Volumen de ventas

Cartera de clientes

Ingreso de nuevos clientes

Crecimiento de margen bruto

Indicadores de la gestión, que ocurren durante el proceso de venta, entre otros son:

Clientes atendidos por el vendedor en el periodo.

Número de llamadas de ventas realizadas.

Número de visitas realizadas.

Hit Ratio (porcentaje de efectividad de conversión a cierre).

Tiempo de conversión de una etapa a la siguiente en el embudo de ventas.

Ventas

Según Garcia, (2007) nos dice que las Ventas son el primer paso para que se genere un Ciclo en la Economía, que permite la circulación, intercambio y Flujo de Dinero en una sociedad determinada, para lo cual una de las acciones fundamentales está dada por la Actividad Comercial que persigue como finalidad fundamental tener la mayor cantidad de Ventas posible.

El uso y comprensión de las tipologías de ventas es primordial para el establecimiento de un negocio o empresa, ya que el método utilizado para vender puede determinar el éxito del negocio y el posicionamiento del mismo.

Para las empresas ya posicionadas, las ventas son un medio de expansión. Esto se debe a que los tipos de ventas son más que una forma de proporcionar un producto o servicio al usuario concluyente, sino que llegan a ser una estrategia de publicidad.

Garcia, (2007) Responde a la pregunta **¿Cuáles son los tipos de ventas?**, De acuerdo con el medio utilizado

- **Directa o personal**, Se practica entre el comprador y el vendedor, estableciendo métodos de convencimiento y comunicación personal, de modo que no intervienen medios electrónicos ni terceros. Es decir, el vendedor se comunica solo con la persona interesada, aplica sus estrategias y ambos resultan beneficiados. La venta directa suele ocurrir en tiendas especializadas donde el vendedor muestra los productos disponibles directamente al cliente. En este orden, el comprador señala lo que desea adquirir y el vendedor le muestra las posibilidades y mejores opciones a su alcance.
- **Por correo**, Las ventas por correo han tenido una fuerza prominente desde los últimos años, ya que el uso del correo electrónico se ha hecho cada vez más constante, aun así, no se ha perdido su uso a través de los correos postales. No obstante las ventas por correo predominan en el modo electrónico, donde los vendedores optan por utilizar archivos multimedia para llegar al posible comprador. Suelen utilizarse en su aplicación, imágenes, vídeos de los productos, catálogos interactivos etc. Las tiendas en línea suelen aplicar este tipo de venta porque llegan a un público más rápido y no necesitan un contacto personal con la gente.
- **Telefónicas**, Es un tipo muy antiguo que ofrece buenas derivaciones para las empresas porque, aunque el comprador no logra ver el producto, la descripción ofrecida otorga relevancia e interés al cliente, que generalmente termina tentado y compra lo ofrecido.

En ventas telefónicas el personal vendedor debe estar muy capacitado para crear interés y expectativa en el cliente para evitar perderlo, dadas las rutinas de la vida moderna.

- Internet, Las ventas en internet forman parte de la rutina actual de muchos compradores, ya que son la principal ventana utilizada por muchos. No requiere salir del hogar, existe distintos modos de pago electrónico y los productos se muestran a través de tiendas electrónicas o en línea que tienen productos y servicios a fácil alcance.
- Automáticas, Utiliza a una máquina como vendedor, lo que ocasiona que el proceso de compra sea automático y sin comunicación. El comprador introduce el dinero en tipos de ventas, la máquina recibe el dinero y entrega el producto.

De acuerdo con el consumidor

- Mayoristas, las ventas mayoristas involucran a la industria directamente con el vendedor o a un proveedor con un revendedor. De acuerdo con esto, las mayoristas ocurren cuando el dueño de una tienda adquiere mercancía directamente de la fábrica, consiguiendo grandes cantidades a precios usualmente más baratos que los adquiridos de proveedores.
- Al detalle, las compras que se realizan en un supermercado son compras a detalles. Desde este punto de vista, se puede comprender que como tipo de ventas, se le atribuye la clasificación de venta al detalle, ya que la mercancía proporcionada cubre una necesidad requerida por quienes van a darle el último uso a los productos.

Competencia

La competencia según Spencer (1993), nos dice que viene a ser una característica subyacente en el individuo que esta causalmente relacionada a un estándar de efectividad y/o a una performance superior en un trabajo o situación

Porter, (1980) sostiene que de igual forma se puede lograr la eficiencia y la misión estar mal formulada (no se corresponde con la necesidad económica y social) por lo que la gestión de la empresa podría resultar ineficaz. Ambos términos están implícitos en la excelencia empresarial y a su vez el término se identifica con el logro de ventajas sostenidas en el mercado por lo que la excelencia es asociada con la competitividad.

Competitividad es la capacidad de una empresa u organización, de cualquier tipo, para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permitan disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúa.

Para la empresa, la competitividad es la capacidad de proporcionar productos y servicios con mayor eficacia y eficiencia frente a sus competidores.

Al final, en el sector de la venta y la comercialización, la competitividad de los emprendedores y empresas representa una de las herramientas más importantes para mantener un éxito sostenido en los mercados internacionales sin protección ni subvenciones adicionales.

Algunos de los índices y medidas que suelen tenerse en cuenta a la hora de medir la competitividad en la empresa son los siguientes:

- Análisis de la rentabilidad de la empresa
- Rendimiento del cociente de exportaciones de la empresa
- Gestiones que aceleren la eficacia de los procesos industriales y comerciales
- Cuota de mercado regional o mundial.

Porter, (1980) La competitividad de una empresa puede ser entendida de diversas formas, pero en definitiva se trata de vencer a la competencia del sector, utilizando para ello herramientas comerciales y empresariales que permitan adquirir una posición dominante para el negocio en dicho mercado. No hay que perder de vista que cualquier empresa competitiva deberá ofrecer calidad, fiabilidad, rapidez y flexibilidad a la vez que rentabilidad.

Ahora bien, ¿cuáles son las cualidades necesarias para favorecer un ambiente competitivo en la empresa? Dichas capacidades se desarrollan en torno a la elaboración de estrategias, implantando nuevos métodos y modelos sobre innovación, mejoras continuas, procedimientos, organización y recursos, físicos y financieros.

Sin embargo, cada empresa y negocio deberá establecer para su sector cuáles son esas capacidades necesarias para desarrollar su competitividad en el mercado. No hay que olvidar, que estos factores desempeñan diferentes funciones dependiendo de las características de la empresa, tales como el tamaño y su industria, el grado de su competencia, etc.

Estrategias competitivas en la empresa

Porter, (1980) A pesar de la variedad y alcance de las distintas estrategias de competitividad en la empresa, existen algunas de ellas que se diferencian del resto por sus enormes ventajas a la hora de posicionar un negocio frente a la competencia. Veamos a continuación algunos tipos de estrategias competitivas más importantes:

a. Diferenciación frente a la competencia

A la hora de posicionarse como líder en un mercado comercial, resulta imprescindible implantar ventajas competitivas para diferenciar los bienes o servicios de la empresa del resto. Esa diferenciación puede ser al final, real o percibida por el cliente o proveedores. Si tenemos en cuenta la diferenciación real, partimos de la creación de productos que no están todavía disponibles en el mercado. Sin embargo, la diferenciación percibida requiere un poco más de trabajo por parte de la empresa, ya que requiere de herramientas publicitarias que muestren el producto con diferencias frente a la competencia.

En este segundo caso, partimos de la diferenciación a nivel de branding o imagen del producto.

b. Posicionamiento por precio

El liderazgo por precio y costes es una estrategia que permite a la empresa convertirse en la compañía principal, capaz de producir con el menor coste y la mayor ventaja competitiva del sector. Tradicionalmente, las empresas tienen dos opciones para mejorar su índice de beneficios: aumentar las ventas o disminuir los costes de la empresa. En el segundo caso, una opción es apostar por las materias primas de alta calidad por el precio más bajo que pueda redundar de forma positiva en el cliente.

No hay que olvidar que la capacidad de hundir el precio frente a un competidor a menudo, conduce a aumentos en la cuota de mercado que permiten a una empresa despuntar frente al resto de la industria.

Las estrategias de competitividad empresarial son necesarias para cualquier negocio que desee mantenerse durante largo tiempo en el mercado, ofreciendo una serie de productos y servicios únicos que identifiquen su talento y actividad. Si quieres convertir tu empresa en una marca memorable, apuesta por la competitividad.

2.3. Definiciones Conceptuales

Para la definición conceptual de los términos básicos se recurrió a Meana, (2017) y López, (2014).

- **Abastecimiento:** El abastecimiento es una actividad económica destinada a satisfacer las necesidades de consumo de una unidad económica en tiempo, forma y calidad.

- **Control:** Es un mecanismo preventivo y correctivo adoptado por la administración de una dependencia o entidad que permite la oportuna detección y corrección de errores.
- **Costos Unitarios:** El costo unitario es el valor promedio que, a cierto volumen de producción, cuesta producir una unidad del producto.
- **Gestión:** Acción o trámite que, junto con otros, se lleva a cabo para conseguir o resolver una cosa.
- **Inventarios:** Relación detallada, ordenada y valorada de los elementos que componen el patrimonio de una empresa.
- **Mercaderías:** Conjunto de bienes que tiene la empresa destinados para la venta, que pueden ser fabricados por la misma cuando es una empresa industrial o comprados cuando es una empresa comercial.
- **Planeación:** La planeación es la acción de la elaboración de estrategias que permiten alcanzar una meta ya establecida, para que esto se puede llevar a cabo se requieren de varios elementos, primero se debe comprender y analizar.
- **Procesos:** Un proceso es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico.
- **Venta:** Es una acción que se genera de vender un bien o servicio a cambio de dinero.

2.4. Sistema de Hipótesis

2.4.1. Hipótesis General

La gestión de inventarios se relaciona de manera directa con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019

2.4.2. Hipótesis Específicos

- La planeación de compras se relaciona de manera directa con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019
- Las compras se relacionan de manera directa con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019
- El control de mercaderías se relaciona de manera directa con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019.

2.5. Sistema de Variables

Variable Independiente

Gestión de Inventarios

Dimensiones

- Planeación de compras

- Compras
- Control de mercaderías

Variable Dependiente

Desempeño Comercial

- Ventas
- Competencia

2.6. Operacionalización de Variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADOR	ITEM'S
VARIABLE INDEPENDIENTE Gestión de Inventarios	Planeación de compras	Precios competitivos	¿Considera que planificar sus compras le permite negociar con proveedores que les ofrecen mercadería a precios cómodos? ¿Planificar sus compras les da mejores oportunidades de adquirir mercadería a la empresa?
		Compras oportunas	¿Qué criterios consideran para planificar compras oportunas en la empresa? ¿Qué tan importante es para usted las compras oportunas?
		Menores costos de inventarios	¿Le permite la planificación de sus compras reducir costos de inventarios? ¿De qué manera considera que la planificación de compras podría reducir costos de inventarios?
	Compras	Generación de ahorro	¿Por qué considera que sus compras les permiten generar ahorros significativos? ¿Los resultados de las compras en los ahorros son inmediato?
		Contratos eficaces	¿Cuenta la empresa con contratos apropiados para compras regulares? ¿Considera que los contratos les permiten tener compras oportunas?
		Proveedores	¿Cuenta con proveedores fijos? ¿Qué aspectos fortalecieron su relación con los proveedores?
	Control de mercaderías	Control de inventario físico	¿Con qué frecuencia se hace control de inventario físico en a la empresa? ¿Por qué considera que es importante hacer control de inventarios físicos en la empresa?
		Control de inventario permanente	¿Considera control permanente de inventarios la empresa? ¿Qué herramientas usa para desarrollar control de inventario permanente?

<u>VARIABLE DEPENDIENTE</u> Desempeño Comercial	Ventas	Ventas directas o al detalle	¿Considera que la gestión de inventarios le permite tener ventas al detalle efectivas? ¿Cómo influye la gestión de inventarios a la venta al detalle de la empresa?
		Ventas mayoristas	¿Cómo influye la gestión de inventarios a la venta mayorista de la empresa?
	Competencia	Posicionamiento por precios	¿La empresa cuenta con precios competitivos respecto a la competencia? ¿Considera que sus clientes recurren a la empresa por los precios que tienen?
		Diferenciación	¿Qué aspectos considera usted hacen diferente a la empresa respecto a los demás? ¿Considera que el stock de la empresa les permite tener mejor ventaja respecto a otras empresas similares?

Elaboración: Propia

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de la Investigación

La presente investigación es de tipo aplicada, caracterizándose por su aplicación o la utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquirieron otros, que generaron solución y la sistematización práctica basada en investigación. Hernández, y Baptista, (2006). Esta investigación fue realizada en la Empresa Líder Cloud.

3.1.1. Enfoque

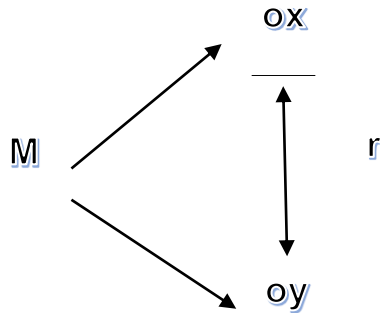
En la presente investigación presenta el enfoque al cual pertenece el estudio cuantitativo. Porque se recolectó datos para probar la hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, estableciéndose pautas de comportamiento y se aprobaron teorías Hernández, y Baptista, (2006).

3.1.2. Alcance o Nivel

Se puede decir que un estudio descriptivo, busca especificar las propiedades y las características de un fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren. Se dice correlacional, a que el presente estudio tiene como finalidad conocer la relación influencia que exista entre dos o más variables en una muestra o contexto en particular, la Gestión de Inventarios y su desempeño Comercial Hernández, y Baptista, (2006).

3.1.3. Diseño

El diseño es no experimental de tipo correlacional transversal, puesto que el instrumento no busca la manipulación de las variables. Su aplicación se hizo en un momento dado para obtener las relaciones correspondientes según la hipótesis planteada. Tal como sostiene Hernández, y Baptista, (2006) en su libro de metodología.



M = muestra de estudio
ox = análisis variable Gestión de Inventarios
oy = análisis variable Desempeño Comercial
r = relación
m = muestra

3.2. Población y Muestra

La población es el conjunto sobre el que estamos interesados en obtener conclusiones y acerca de la cual queremos hacer inferencias. La población es el conjunto de elementos de quien se describe o estudia algo en la investigación, así lo sostiene, Hernández, y Baptista, (2006), en ese contexto la población estuvo constituida por la cantidad de trabajadores de la empresa Líder Cloud que se detallarán a continuación:

Cargos que ocupan en la Empresa Líder Cloud	Cantidad de trabajadores
Gerente	1
Administrador	2
Contador	4
Especialista en Marketing	3
Asistentes Administrativos	3
Agentes Comerciales	7
TOTAL	N = 20

Fuente: Personal de la Empresa Líder Cloud, 2019

Elaboración: Propia

Por lo tanto: N = 20

Muestra

Se considera una muestra no-probabilística, con muestreo de tipo intencional o de conveniencia. Este tipo de muestreo se caracteriza por un esfuerzo deliberado de obtener muestras "representativas" mediante la inclusión en la muestra de grupos supuestamente típicos. Aquí el procedimiento no es mecánico ni con

base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación. Hernández, y Baptista, (2006). Por lo que la muestra es pequeña por la cantidad de trabajadores que tiene la Empresa Líder Cloud.

$$N = n = 20$$

3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Las técnicas que se utilizaron en la presente tesis fueron las siguientes:

Técnicas	Finalidad	Instrumentos
Encuestas a los trabajadores	Conocer las políticas de gestión de inventarios en la empresa Lidera Cloud	Cuestionario
Entrevista al gerente	Para Conocer detalles de la política de gestión y control de mercaderías.	Guía de entrevista
Análisis documental	Para determinar los niveles de ventas en la empresa.	Análisis de los reportes mensuales.

Elaboración: Propia

3.4. Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información

Técnicas	Uso
Software SPSS	Para el procesamiento de las encuestas aplicadas.
Software EXCEL	Para el diseño y presentación de gráficos de barras.
Software Ms Office	Para el Procesamiento de la información secundaria y formulación del informe final de la tesis.
Software Ms Power Point	Para la presentación del informe final de la tesis durante la sustentación.

Elaboración: Propia

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1. Procesamiento de datos

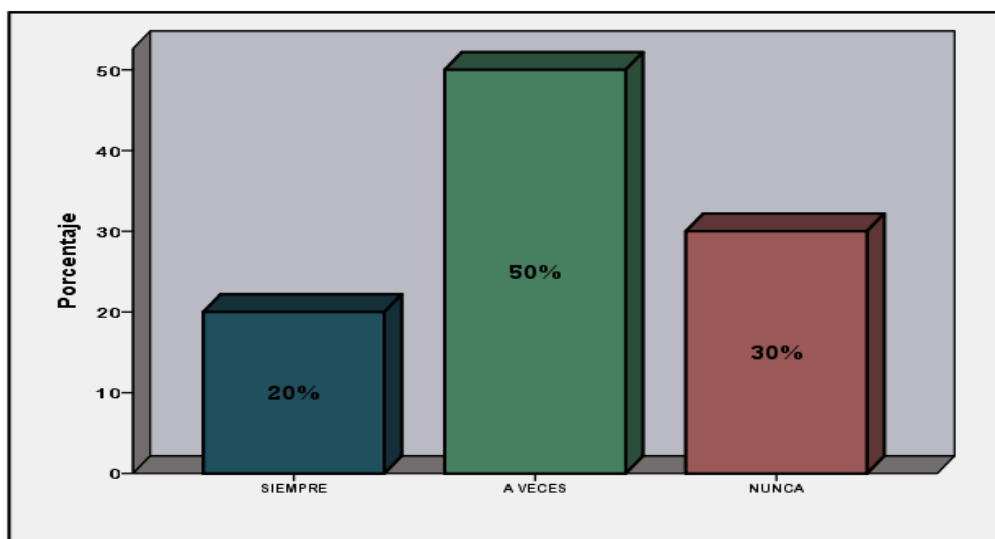
Cuadro 1

¿Considera que planificar sus compras le permite negociar con proveedores que les ofrecen mercadería a precios cómodos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	4	20,0	20,0
	A VECES	10	50,0	70,0
	NUNCA	6	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿Considera que planificar sus compras le permite negociar con proveedores que les ofrecen mercadería a precios cómodos?

Gráfico 1

Análisis e Interpretación. – en esta fase descriptiva, hemos aplicado el instrumento a trabajadores que están relacionados con el manejo de los inventarios, y la actividad comercial. A la primera pregunta, si la planificación de compras permite negociar mejor con los proveedores, se pudo observar que el 20% considera que siempre es posible, dado que permiten anticipar a las necesidades y establecer negocios con los proveedores a partir de ello. Para el 50% de encuestados, es a veces, puesto que por lo general los proveedores no especulan respecto a sus ventas, sino requieren cierren inmediatos. Para el 30% de los encuestados, si tiene cierta influencia.

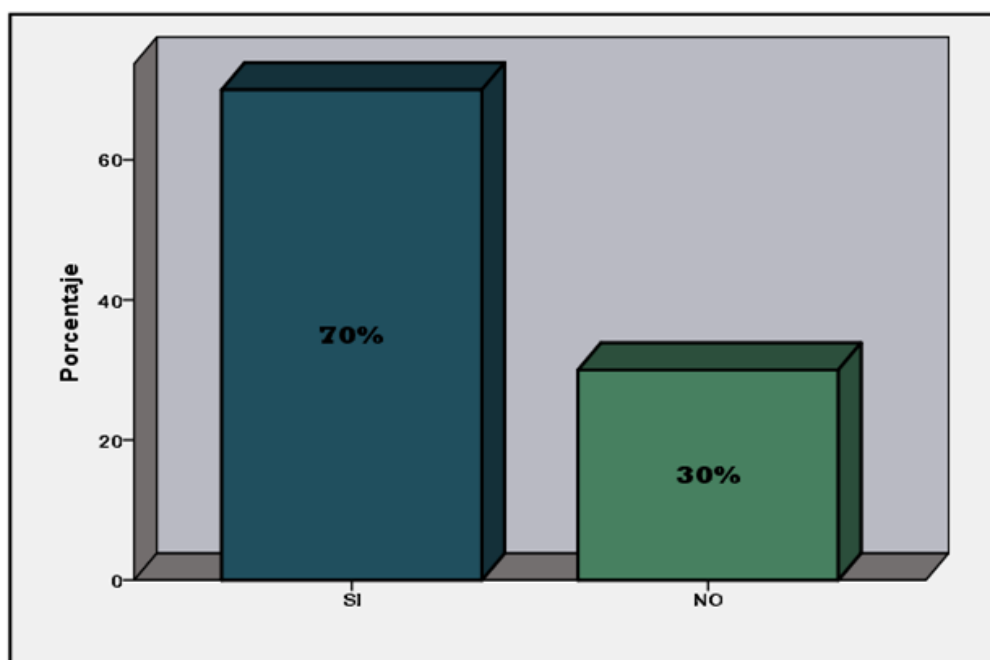
Cuadro 2

¿Planificar sus compras les da mejores oportunidades de adquirir mercadería a la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	14	70,0	70,0	70,0
NO	6	30,0	30,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿Planificar sus compras les da mejores oportunidades de adquirir mercadería a la empresa?

Gráfico 2

Análisis e Interpretación. – efectivamente la teoría establece que una planificación de los inventarios puede dar tiempo a las empresas para que estos coticen la mercadería que puedan comercializar. Al respecto, tras aplicar las encuestas, la opinión de los trabajadores de la empresa es diversas. Para el 70% efectivamente planificar las compras si permite analizar propuestas de proveedores, establecer negociaciones con ellos de acuerdo a los volúmenes estimados entre otros. Experiencias como estas se ha dado en diferentes líneas que proveen a la empresa como Alicorp. Sin embargo, para el 30% de los trabajadores no necesariamente planificar puede ser una garantía para obtener productos de calidad, dado que la compra en algunas cosas es independiente de la planificación sostuvieron. Tal como se ha mencionado en la fase descriptiva, la empresa cuenta con proveedores en diferentes líneas con quienes ya tienen estimada las cantidades y los criterios de compra.

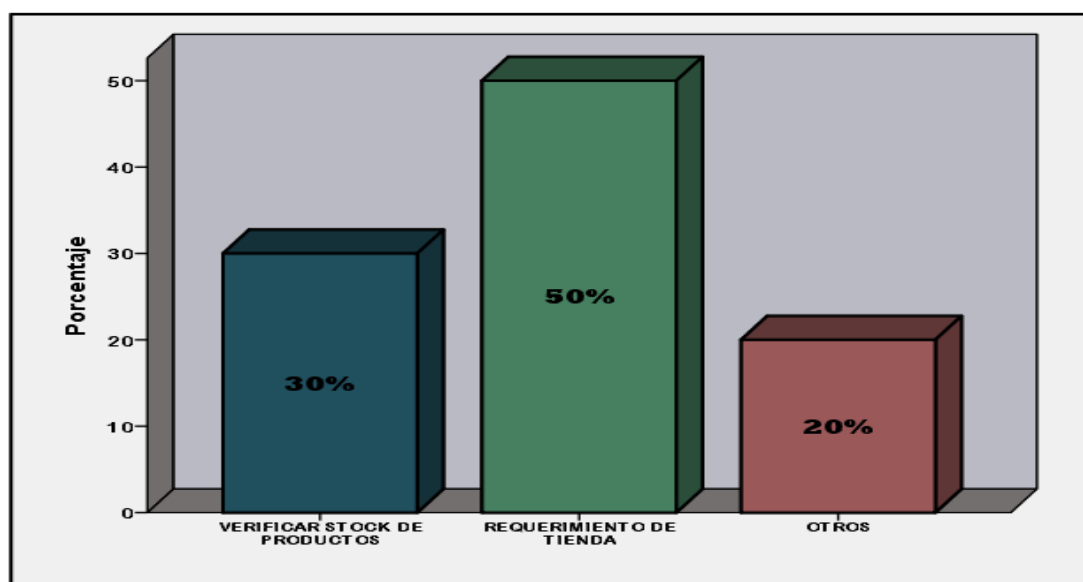
Cuadro 3

¿Qué criterios consideran para planificar compras oportunas en la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VERIFICAR STOCK DE PRODUCTOS	6	30,0	30,0	30,0
Válidos REQUERIMIENTO DE TIENDA	10	50,0	50,0	80,0
OTROS	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿Qué criterios consideran para planificar compras oportunas en la empresa?

Gráfico 3

Análisis e Interpretación. - la empresa en promedio vende 700 marcas de diferentes productos de primera necesidad, como tal cuenta con un sistema que administra el stock en almacén y tienda respectivamente. Antes de hacer las compras o pedidos el 30% de encuestados considera que primero se verifica el stock en el sistema y físico en los almacenes, el 50% considera que los que trabajan en expendio de productos reportan los requerimientos de lo que se va agotando. El 20% considera que estos criterios son diferentes en el sentido que todo se basa al sistema instalado, apropiado para la empresa. En suma, se puede identificar las dos modalidades incluidas en todo el proceso de compra de la mercadería. Anteriormente sostiene el sistema era empírico, sin embargo, hoy toman en cuenta incluso el mercado, la temporada de los productos.

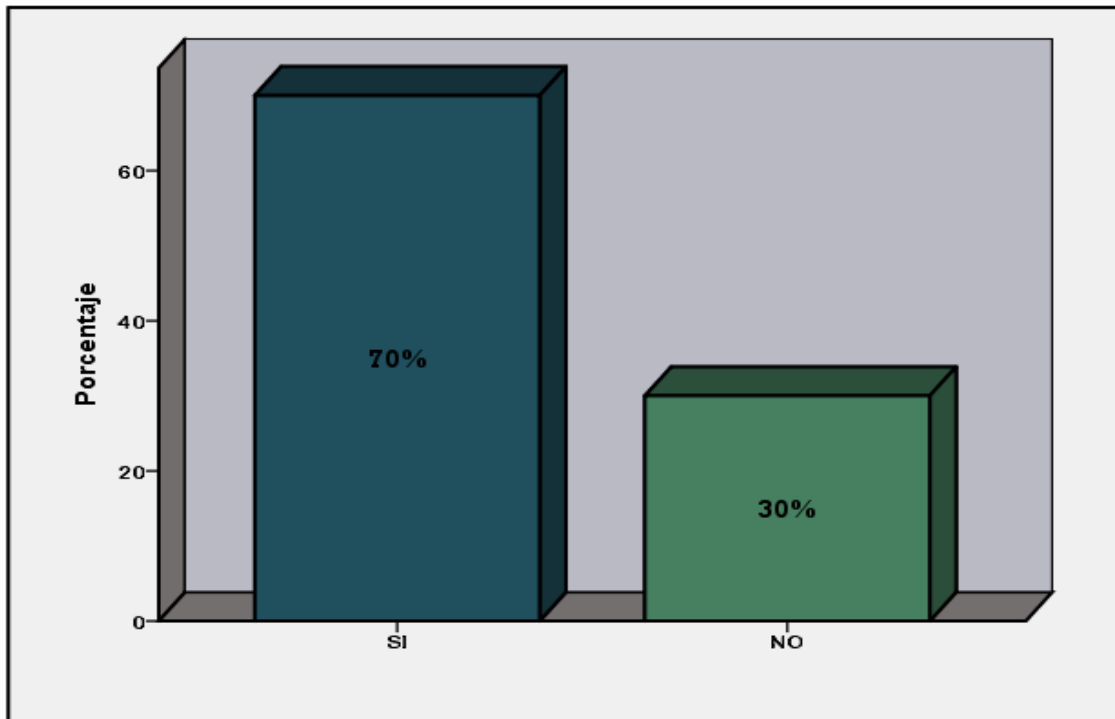
Cuadro 4

¿Le permite la planificación de sus compras reducir costos de inventarios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	14	70,0	70,0	70,0
NO	6	30,0	30,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿Le permite la planificación de sus compras reducir costos de inventarios?

Gráfico 4

Análisis e interpretación, los costos de inventarios están asociados con el almacenamiento y mantenimiento del mismo. La empresa Lider Cloud, si bien es cierto cuenta con almacén de gran dimensión, eso no significa que este expuesto a estos costos. Para el 70%, una planificación de compra, le permite a la empresa estar menos expuesto, dado que solo se almacenará productos que tengan demanda y rotación en un periodo determinado. Para el 30% de los encuestados, esto no suele ser así, puesto que la empresa se abastece en algunos productos que no tienen gran rotación, como por ejemplo comida para animales, productos huanuqueños, entre otros similares. Por ende, sostienen que de todos modos se requiere del almacén. En oposición a esta opinión de los encuestados se ha podido evidenciar que la empresa cuenta con un ordenamiento adecuado.

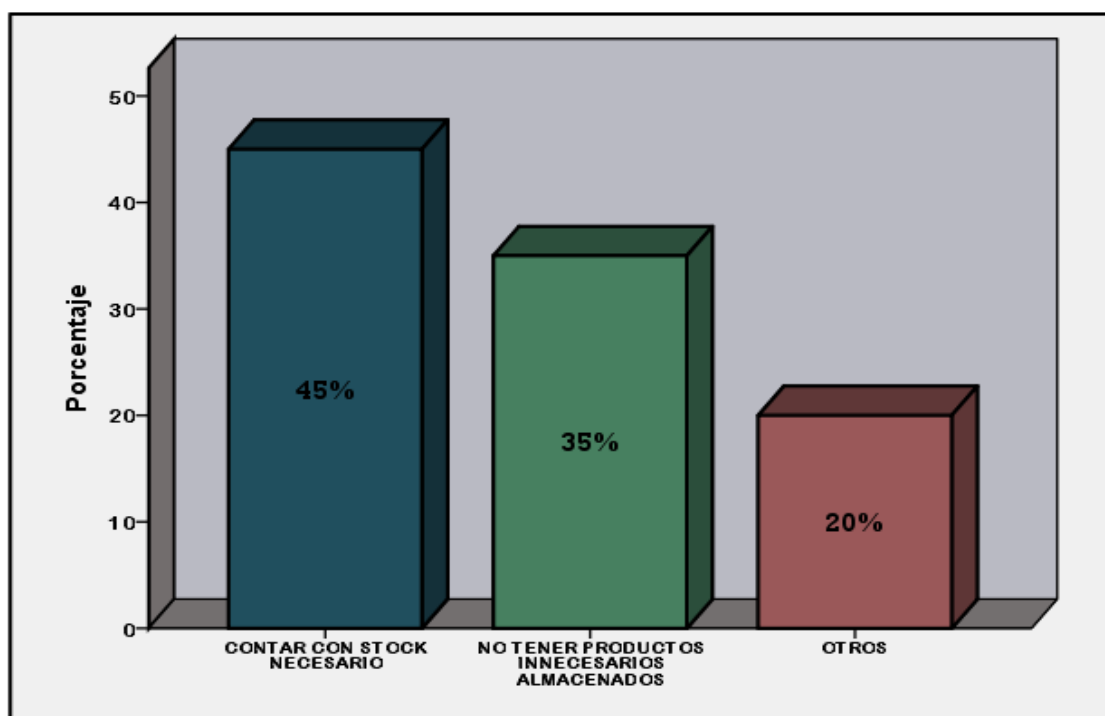
Cuadro 5

¿De qué manera considera que la planificación de compras podría reducir costos de inventarios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
CONTAR CON STOCK NECESARIO	9	45,0	45,0	45,0
Válidos NO TENER PRODUCTOS INNECESARIOS ALMACENADOS	7	35,0	35,0	80,0
OTROS	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿De qué manera considera que la planificación de compras podría reducir costos de inventarios?

Gráfico 5

Análisis e Interpretación. – correspondiendo a la pregunta anterior, hemos consultado a los trabajadores involucrados con la gestión de inventarios de la empresa de qué manera consideran ellos la planificación les ayuda en la reducción de costos de inventarios, las respuestas sostienen que el 45% valora contar con stock necesarios, ello permite no tener almacenado producto que no tenga rotación, por el contrario, cada espacio se optimiza con la mercadería necesaria. Para el 35% de los encuestados sostienen que reduce puesto que no se compran productos innecesarios que estén almacenados ocupando espacios que pueden ser útiles para otros que si tienen rotación en la empresa. Para el 20% ayuda a que la empresa pueda ser eficientes en el uso de sus recursos, pudiendo comprar mercadería apropiada, cuyos márgenes le permitan a la utilidad neta.

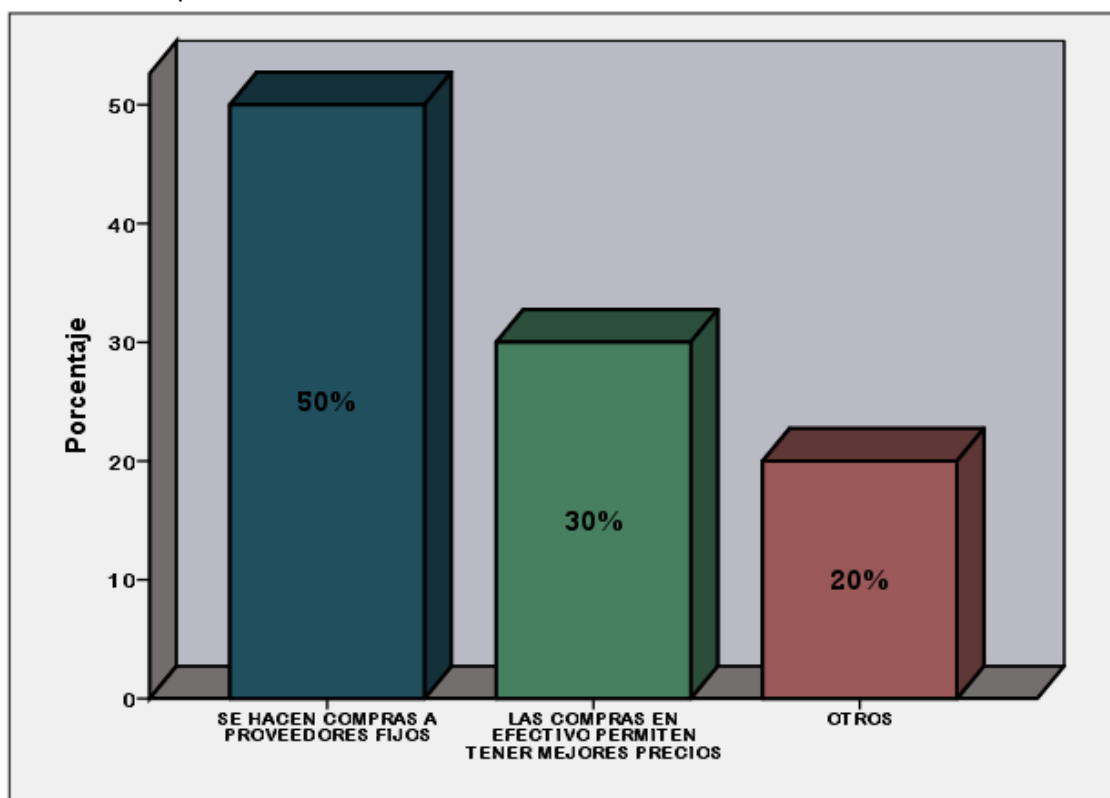
Cuadro 6

¿Por qué considera que sus compras les permiten generar ahorros significativos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SE HACEN COMPRAS A PROVEEDORES FIJOS	10	50,0	50,0	50,0
Válidos LAS COMPRAS EN EFECTIVO PERMITEN TENER MEJORES PRECIOS	6	30,0	30,0	80,0
OTROS	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿Por qué considera que sus compras les permiten generar ahorros significativos?

Gráfico 6

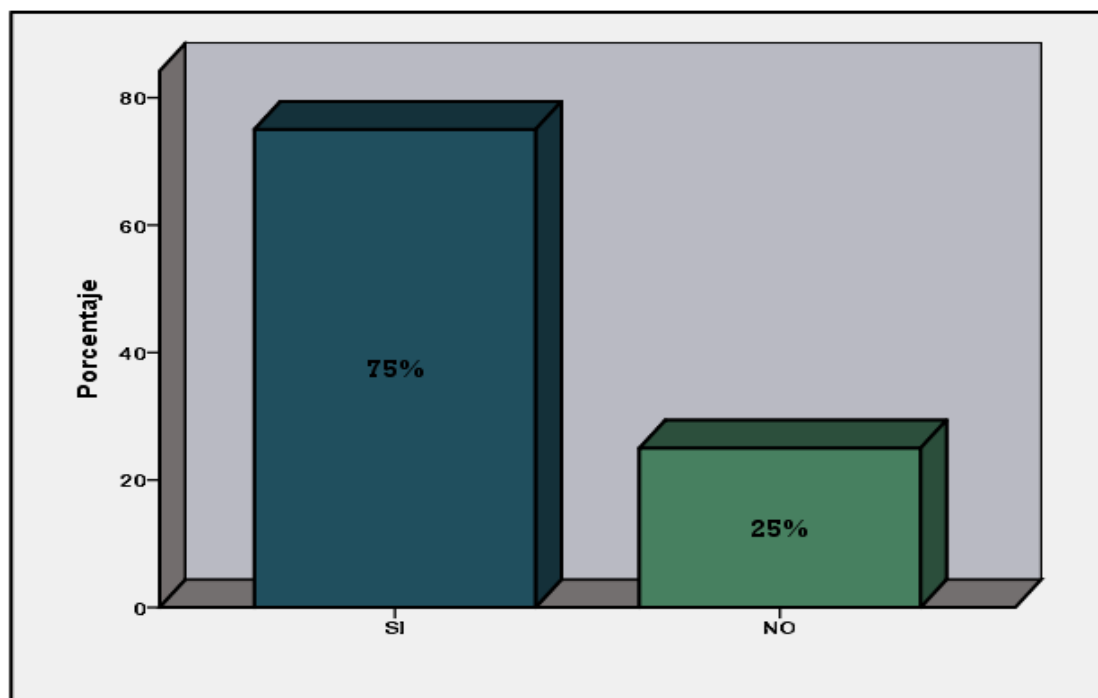
Análisis e Interpretación. – la empresa Lider Cloud en el mercado no solo ofrece productos de primera necesidad al detalle, sino también es mayorista, comprando en volúmenes importantes. En ese contexto sus sistemas compran beneficiando los canales al detalle que tienen en la tienda. el 50% de los encuestados han manifestado que comprar a proveedores fijos permite la generación de ahorro en la tienda, puesto que estos aliados estratégicos ofrecen siempre a la empresa precios competitivos, apropiados para la compra. Para el 30% de los encuestados, que la empresa compre en efectivo es una estrategia pues le da capacidad de negociación, por lo tanto tiene mejores precios en la compra. Para el 20% otras razones generan ahorro, como comprar en volúmenes.

Cuadro 7

¿Los resultados de las compras en los ahorros son inmediato?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	15	75,0	75,0
	NO	5	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿Los resultados de las compras en los ahorros son inmediato?

Gráfico 7

Análisis e interpretación. – la generación de ahorro producto de compras a proveedores fijos, por compras en efectivo, por adquirir mercadería en volúmenes importantes para el 75% si genera ahorros inmediatos, dado que el saldo producto de la disminución del precio permite tener liquidez a la empresa para poder maniobrar en otras necesidades. Para el 25% considera que estos no siempre son así, dado que en algunas ocasiones son al crédito, haciendo efectivo el saldo de compra posterior a la ejecución de la compra. La empresa cuenta con liquidez suficiente para poder negociar con los proveedores y tener estas ventajas comparativas en comparación a negocios similares en el centro de la ciudad.

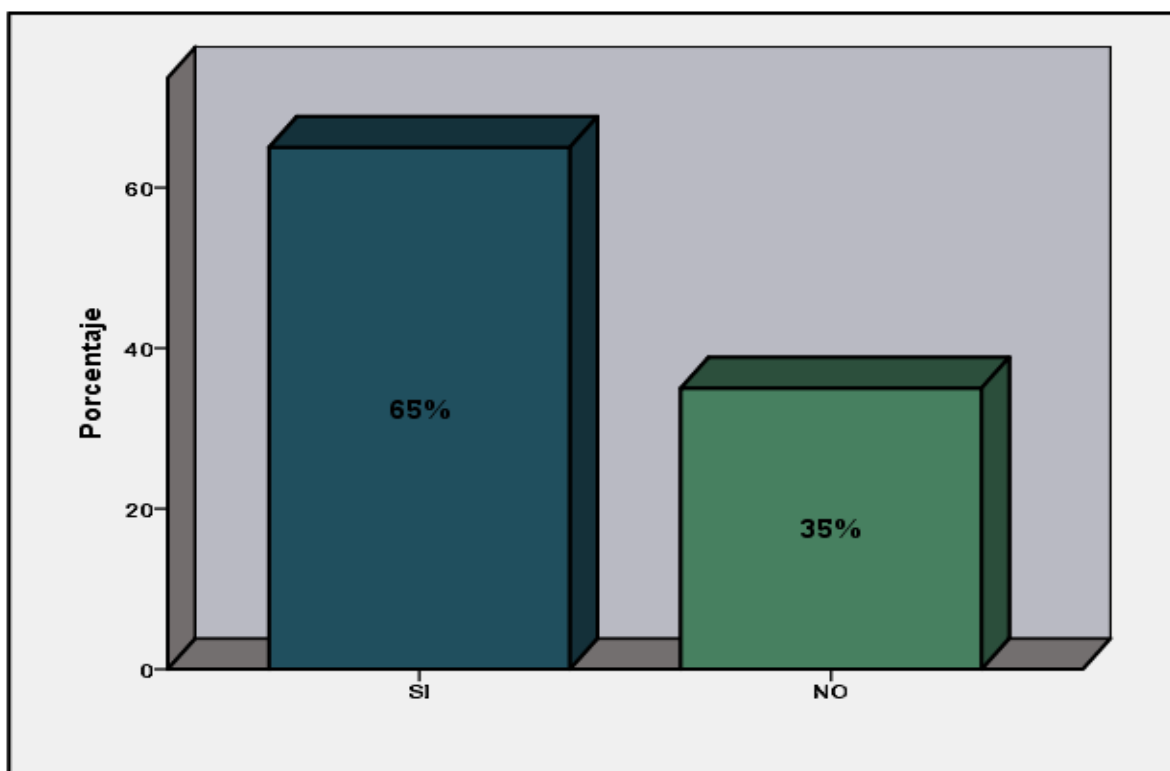
Cuadro 8

¿Cuenta la empresa con contratos apropiados para compras regulares?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	13	65,0	65,0	65,0
NO	7	35,0	35,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿Cuenta la empresa con contratos apropiados para compras regulares?

Gráfico 8

Análisis e Interpretación. – la empresa Líder Cloud cuenta como se dijo líneas arriba, con alianzas estratégicas que se centran en la relación que tienen con sus proveedores, en ese contexto para el 65% de quienes fueron encuestados, es visible esta relación formal que existe con Alicorp, Costa y otras marcas importantes que se comercializan. Por lo general reconocen, estos tienen relación por más de 5 años con los propietarios de la tienda que son los encargados directos de la negociación. Para el 35%, no se verifica esa relación formal con los proveedores, pudiendo verificar que casi siempre son negociaciones nuevas según su apreciación.

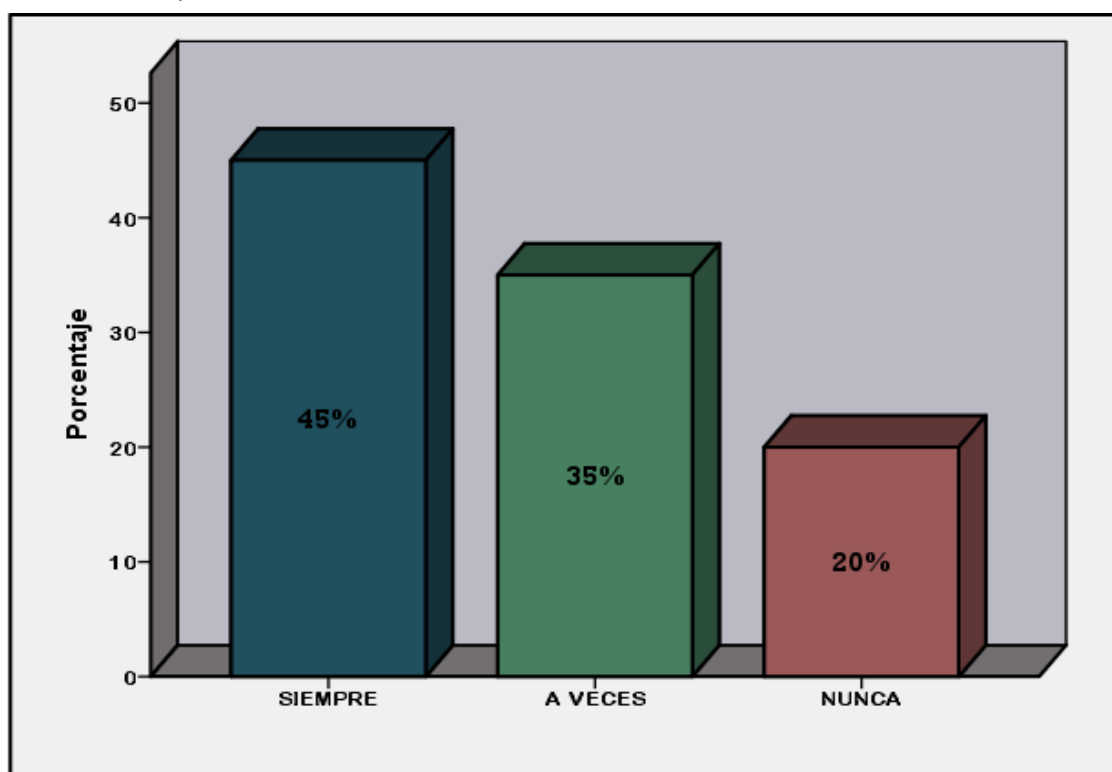
Cuadro 9

¿Considera que los contratos les permiten tener compras oportunas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	9	45,0	45,0
	A VECES	7	35,0	80,0
	NUNCA	4	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿Considera que los contratos les permiten tener compras oportunas?

Gráfico 9

Análisis e Interpretación. - Para poder analizar este gráfico, es importante comprender que la relación con los proveedores se diseñó en base a la continuidad en la demanda de mercaderías para la comercialización, como tal trae beneficios para la empresa, una de ellas que las compras sean oportunas. Para el 45% de los encuestados se ha podido verificar que reconocen que siempre hay compras oportunas en la empresa, dado que tienen a los proveedores dispuestos a atender ante cualquier demanda, para el 35% sostiene que algunas marcas están fuera de la ciudad y cuando hay emergencia de atención inmediata suelen tener ciertas dificultades, lo mismo que es respaldado por el 20%, empero, la empresa ha demostrado haber disminuido estos contratiempos con la gestión de sus inventarios.

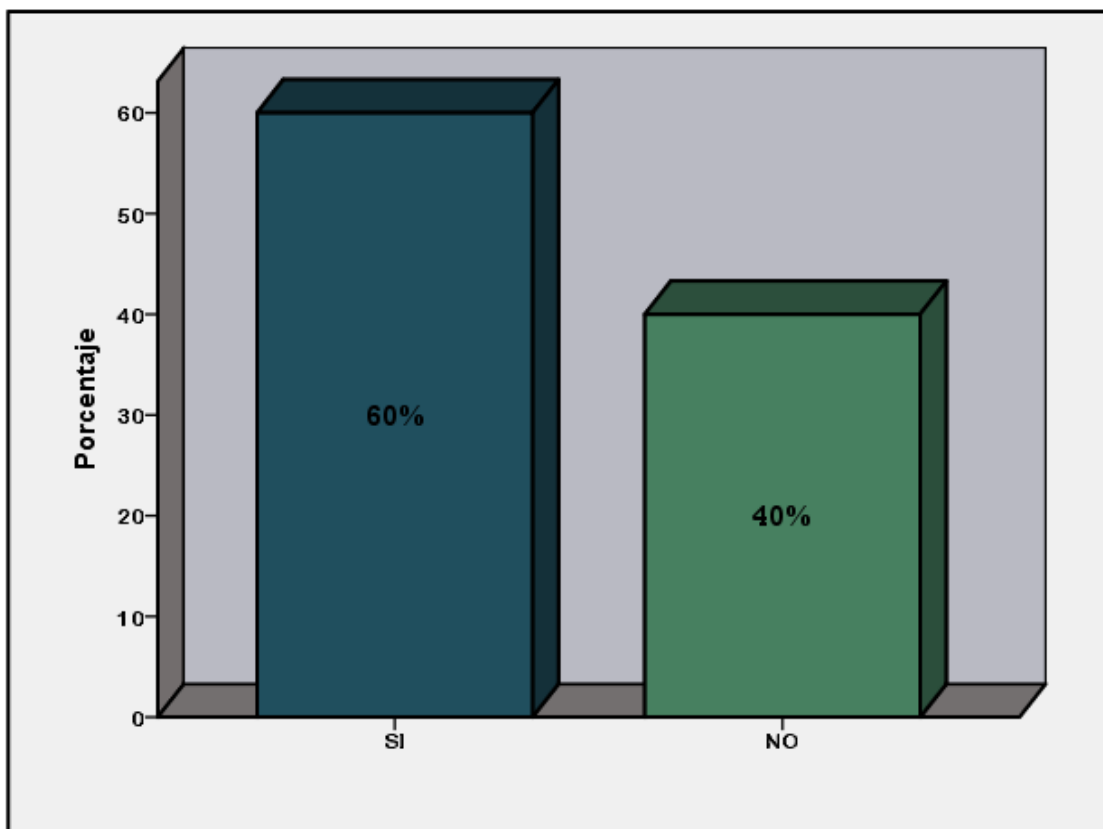
Cuadro 10

¿Cuenta con proveedores fijos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	12	60,0	60,0	60,0
NO	8	40,0	40,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿Cuenta con proveedores fijos?

Gráfico 10

Análisis e Interpretación. - en las preguntas anteriores podemos verificar que la empresa cuenta con una relación apropiada con sus proveedores para el abastecimiento oportuno de sus almacenes y la venta al detalle, y al por mayor, en ese contexto para el 60% de los encuestados si hay proveedores fijos en la empresa como Gloria, Molitalia, Bakus, Alicorp, y otras marcas importantes de lo que se expende en la tienda. Para el 40% sostienen que se está trabajando para contar con proveedores fijos en algunas líneas como por ejemplo atunes, menestras, y otros propios de la región, con quienes no se tiene todavía un proveedor fijo.

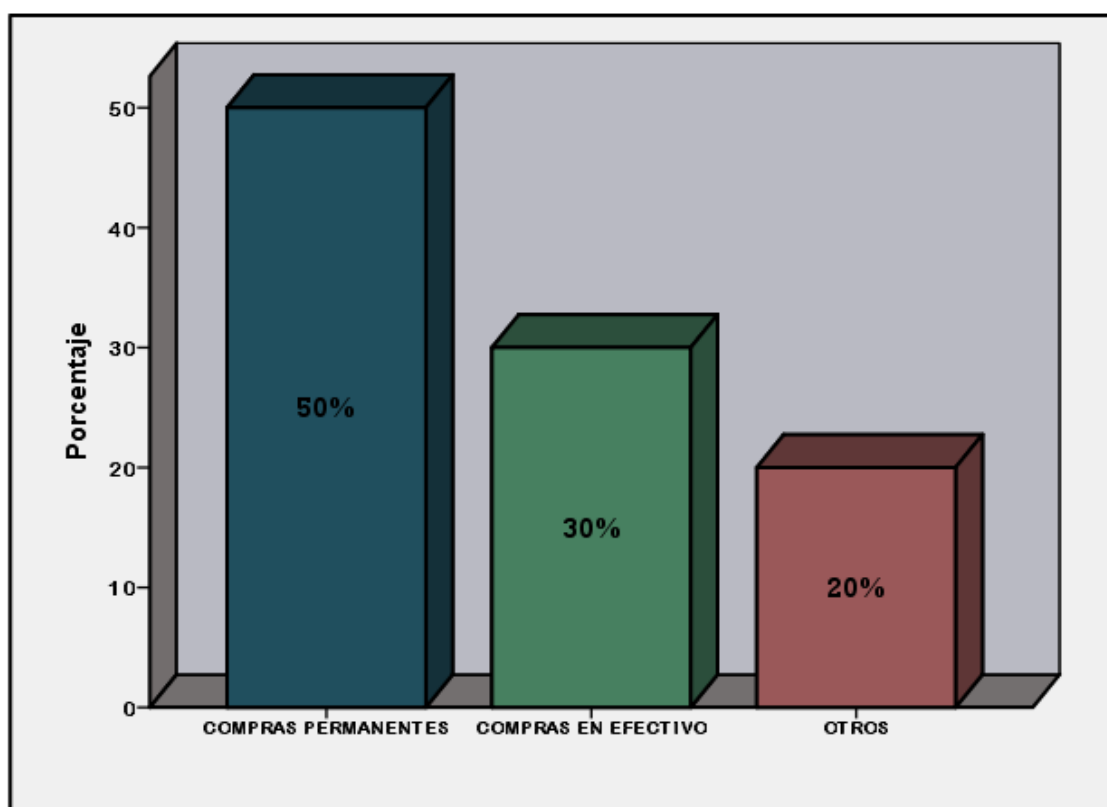
Cuadro 11

¿Qué aspectos fortalecieron su relación con los proveedores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPRAS PERMANENTES	10	50,0	50,0	50,0
COMPRAS EN EFECTIVO	6	30,0	30,0	80,0
OTROS	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿Qué aspectos fortalecieron su relación con los proveedores?

Gráfico 11

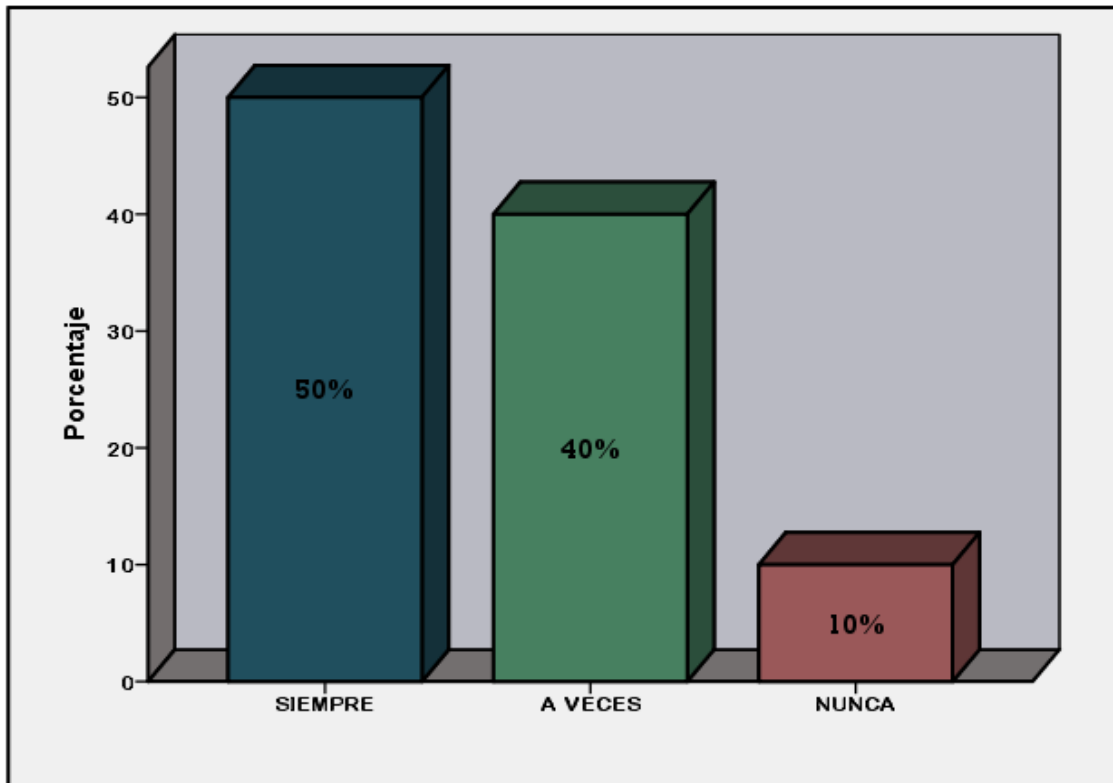
Análisis e Interpretación. – La empresa ha sabido mantener la relación con quienes abastecen sus almacenes, pero ello es consecuencia a diferentes motivos, una ellas considerada por el 50% de los encuestados son las compras permanentes, dado que la empresa está en el mercado mucho tiempo comercializando siempre los productos tradicionales de sus proveedores, así como los productos nuevos. Para el 30% considera que se ha fortalecido esa relación dada las compras en efectivo que hace, permitiendo tener una relación fiable. Para el 20% de encuestado se presume que probablemente sea las compras por volúmenes.

Cuadro 12

¿Con qué frecuencia se hace control de inventario físico en a la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	10	50,0	50,0
	A VECES	8	40,0	90,0
	NUNCA	2	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicadas
Elaboración: Propia



¿Con qué frecuencia se hace control de inventario físico en a la empresa?

Gráfico 12

Análisis e Interpretación. - el control de inventarios es fundamental en la empresa, puesto que se requiere ver la existencia que existe para acondicionar las ventas en periodos determinados que han establecido tendencias específicas, como las fiestas de navidad, fiestas patrias, entre otros similares. Para el 50% de quienes fueron encuestados el control de inventario físico es siempre, dado que visitan los almacenes para verificar la existencia de productos demandados, para el 40% no siempre se hace, dado que existe un sistema. Para el 10% considera que esto no es necesario dado que el sistema que tiene la empresa advierte los requerimientos de almacenes.

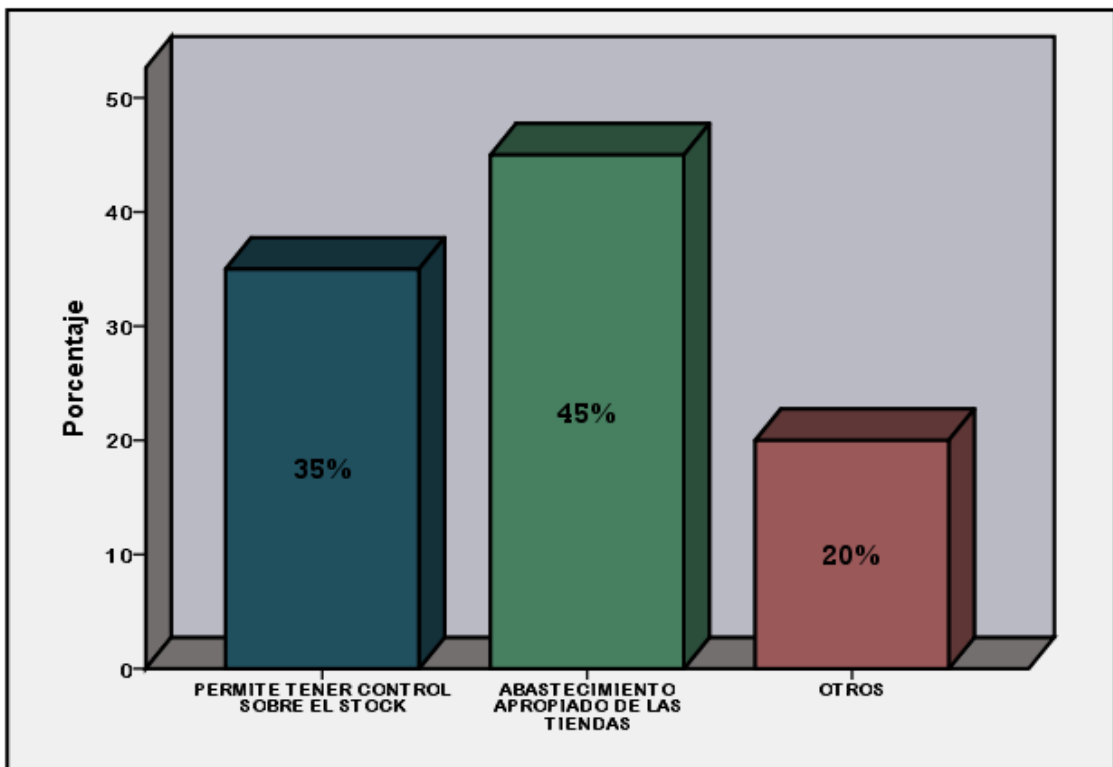
Cuadro 13

¿Por qué considera que es importante hacer control de inventarios físicos en la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VALIDOS PERMITE TENER CONTROL SOBRE EL STOCK	7	35,0	35,0	35,0
VALIDOS ABASTECIMIENTO APROPIADO DE LAS TIENDAS	9	45,0	45,0	80,0
VALIDOS OTROS	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿Por qué considera que es importante hacer control de inventarios físicos en la empresa?

Gráfico 13

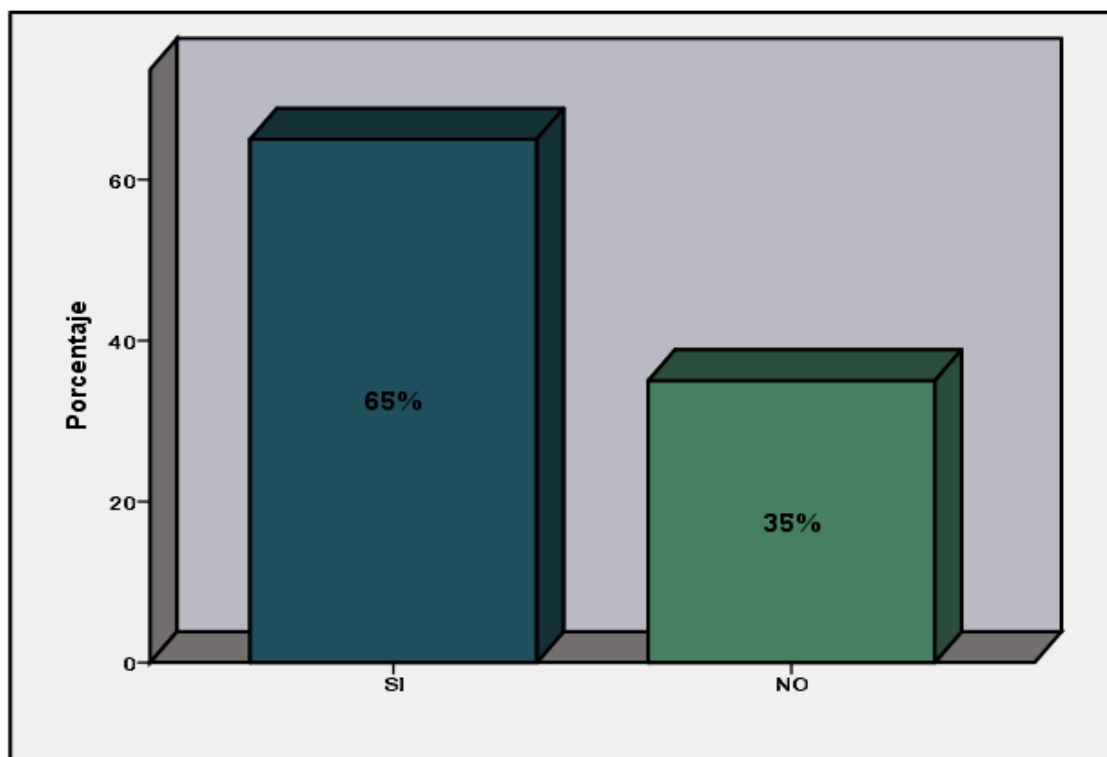
Análisis e Interpretación. – En el ítem anterior, mencionamos que era importante hacer el control de inventarios para garantizar abastecimiento en tienda y poder desarrollar las actividades comerciales con regularidad. Para el 35% es importante porque permite tener control sobre el stock de la mercadería, usando en muchos casos el sistema de entrada y salida PEPS para su control. Para el 45% tal como mencionamos es importante sostienen ellos porque les permite tener un abastecimiento apropiado y oportuno en la tienda para el 20% es importante porque permiten entre otras cosas atender la demanda constante que tienen los clientes.

Cuadro 14

¿Considera control permanente de inventarios la empresa?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	13	65,0	65,0
	NO	7	35,0	100,0
	Total	20	100,0	

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿Considera control permanente de inventarios la empresa?

Gráfico 14

Análisis e Interpretación. – El control permanente teóricamente establece que trae muchos beneficios, nos solo permite ver abastecimiento apropiado, sino también, las condiciones físicas de los productos que se ofrece, pudiendo verificar fechas de vencimiento, entre otros aspectos fundamentales. Por ello, a la consulta si verifica el encuestado control de inventarios permanentes, se ha podido verificar que para el 65% si es visible, puesto que están constantemente verificando las existencias en los almacenes. Para el 35% de encuestados no hay control permanente, por que insisten en su mayoría que es el sistema de control gerencial que advierte estos detalles en la empresa. Líder Cloud es conducido por Cronweld Cloud, gerente propietario.

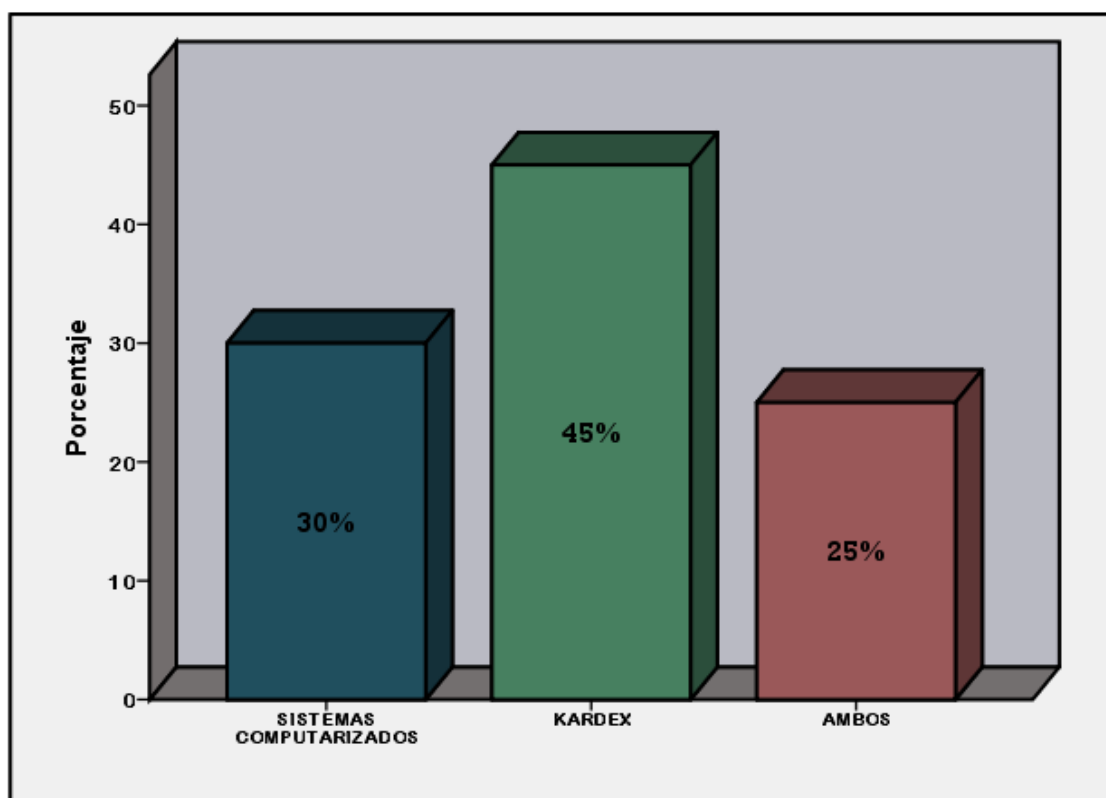
Cuadro 15

¿Qué herramientas usa para desarrollar control de inventario permanente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SISTEMAS COMPUTARIZADOS	6	30,0	30,0	30,0
Válidos KARDEX	9	45,0	45,0	75,0
AMBOS	5	25,0	25,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿Qué herramientas usa para desarrollar control de inventario permanente?

Gráfico 15

Análisis e Interpretación. – el control de inventarios, que es asistido por el equipo contable de la empresa, es garantía para que se cuente con la existencia necesaria en almacenes para poder comercializar. Para el 30% estos controles se hacen a través del sistema computarizado acompañado de las tareas que se menciona líneas arriba. Para el 45% el Kardex es fundamental en el control permanente por que permite el registro de ingreso y salida de productos, los mismos que son fuentes para los programas que administra la tienda. Para el 25% de trabajadores encuestado ambos sistemas tanto manuales como electrónicos son importantes para el control de existencias en la empresa líder Cloud de Huánuco.

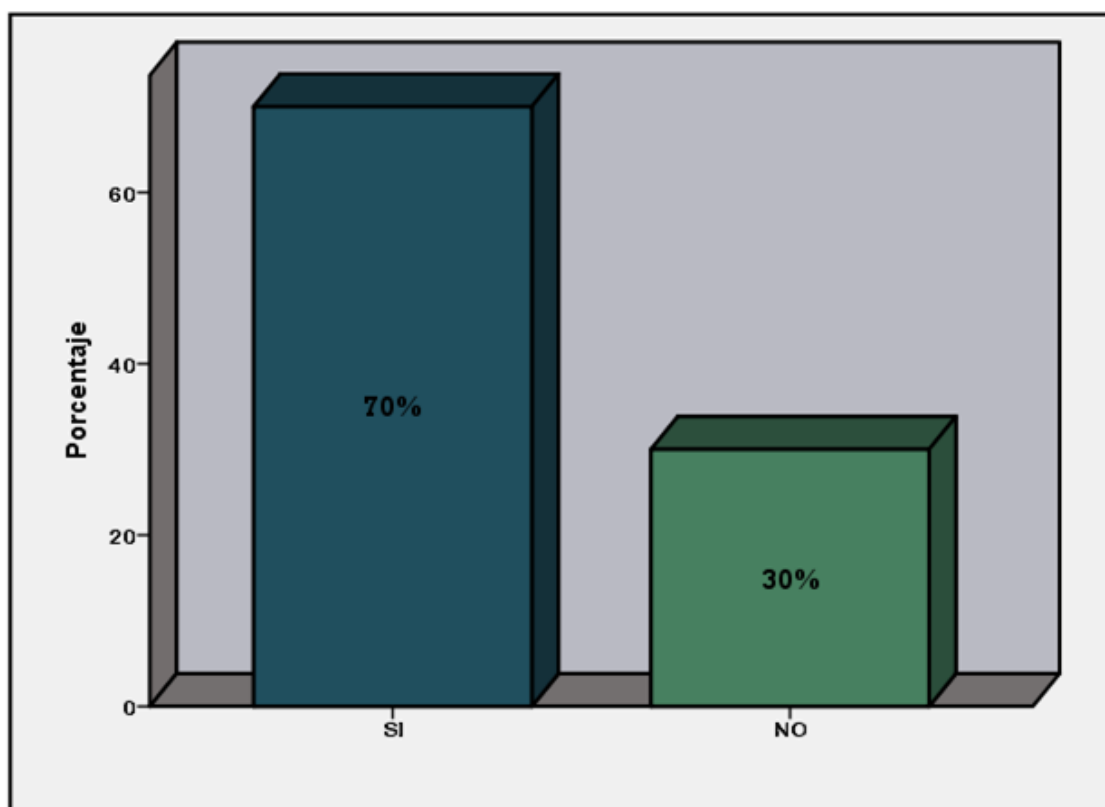
Cuadro 16

¿Considera que la gestión de inventarios le permite tener ventas al detalle efectivas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	14	70,0	70,0	70,0
NO	6	30,0	30,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿Considera que la gestión de inventarios le permite tener ventas al detalle efectivas?

Gráfico 16

Análisis e Interpretación. – como se ha mencionado en toda esta etapa descriptiva la empresa desarrolla actividades comerciales al detalle en tienda, para lo cual tiene una importante demanda, y al por mayor, en ambos casos la gestión de inventarios es fundamental. Para el primero de ellos considera el 70% es muy importante, dado que la demanda que asiste a la tienda exige no solo diversificación, sino que haya los volúmenes necesarios para adquirirlos. Para el 30% considera que es una labor más administrativa contable que no genera efecto en la actividad comercial al detalle.

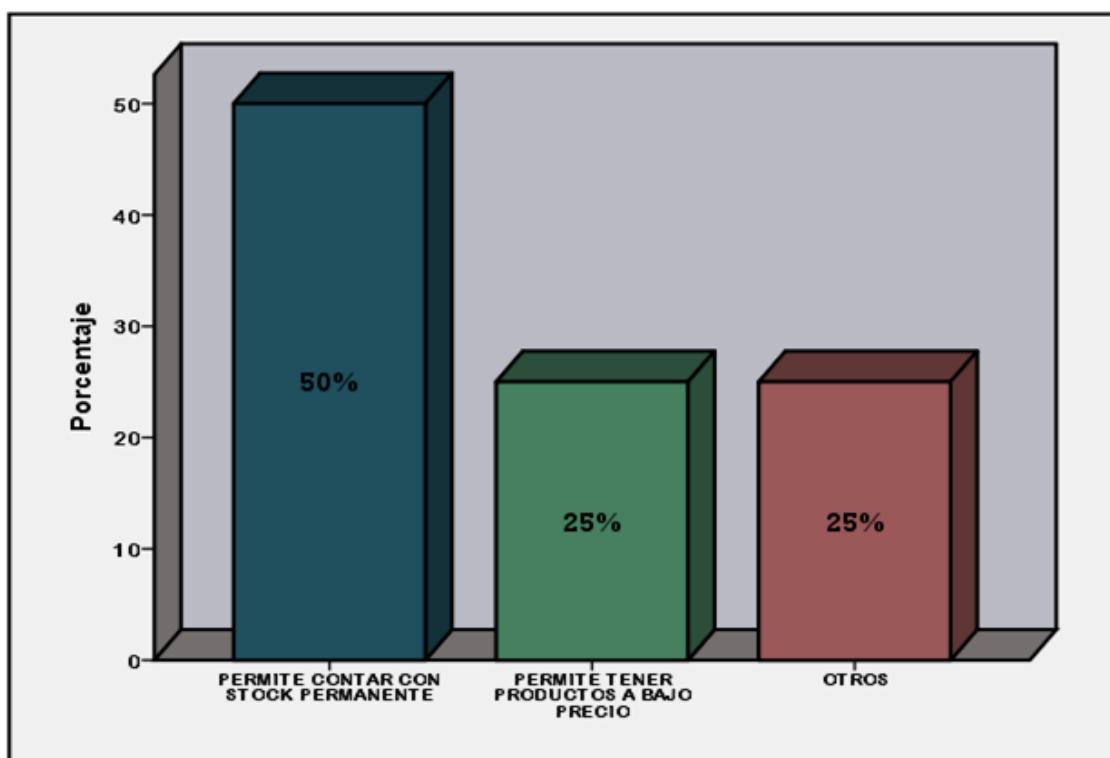
Cuadro 17

¿Cómo influye la gestión de inventarios a la venta al detalle de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
PERMITE CONTAR CON STOCK PERMANENTE	10	50,0	50,0	50,0
PERMITE TENER PRODUCTOS A BAJO PRECIO	5	25,0	25,0	75,0
OTROS	5	25,0	25,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿Cómo influye la gestión de inventarios a la venta al detalle de la empresa?

Gráfico 17

Análisis e Interpretación. – una adecuada gestión de inventarios es importante, por muchas razones en términos teóricos. Algunas de las planteadas son reconocidas por los trabajadores de la empresa. Para el 50% la gestión permite contar con stock permanente, dada la demanda de clientes constante que hay. Para el 25% considera que un buen almacenamiento en tienda permite que se tenga precios bajos, puesto que es mercadería comprada a precios baratos con proveedores, tal como se describió en los ítems anteriores. Para el 25% son otros los beneficios dados a comparación de la competencia.

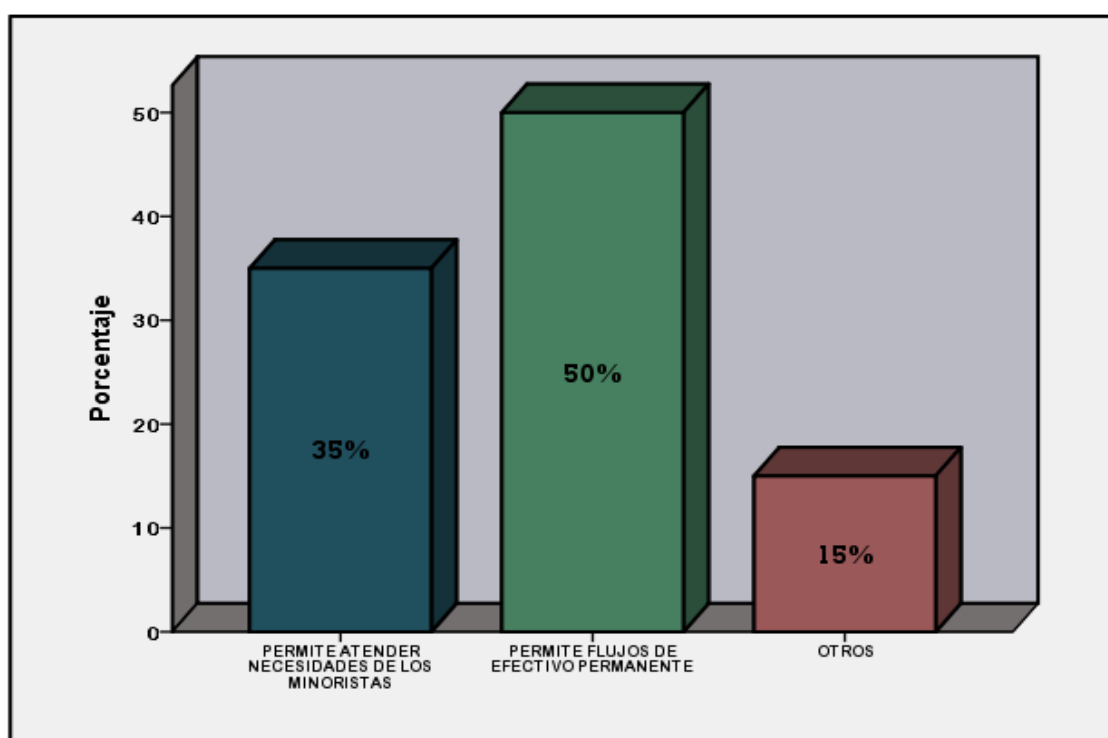
Cuadro 18

¿Cómo influye la gestión de inventarios a la venta mayorista de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	PERMITE ATENDER NECESIDADES DE LOS MINORISTAS	7	35,0	35,0
	PERMITE FLUJOS DE EFECTIVO PERMANENTE	10	50,0	85,0
	OTROS	3	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿Cómo influye la gestión de inventarios a la venta mayorista de la empresa?

Gráfico 18

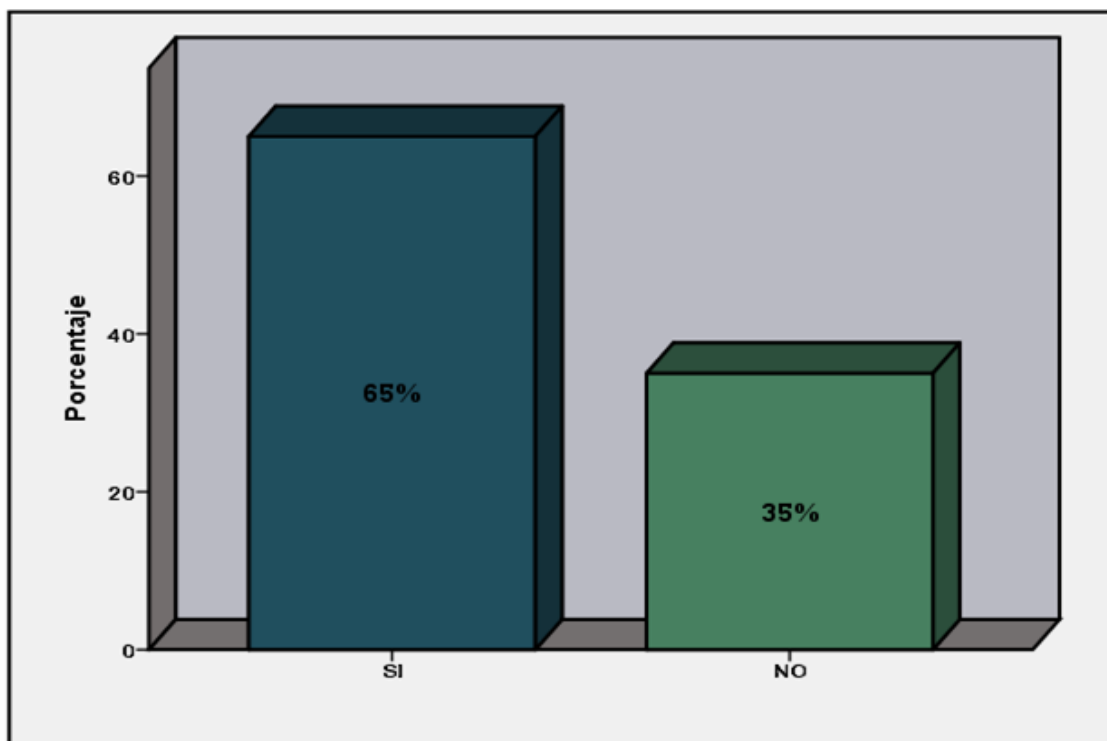
Análisis e Interpretación. – Dicha gestión de inventarios también ayuda a la venta al por mayor, siendo los principales clientes de la tienda, bodegas del caso urbano de la ciudad, Amarilis, Pillkomarca, entendiéndose que el almacén que tenían ahora se ha convertido en este último distrito una tienda. Para el 35% la gestión de inventarios permite atender la demanda de mercaderías de las pequeñas tiendas. Para el 50% vender a los minoristas es fundamental para garantizar liquidez por esta operación comercial. Para el 15% otras son las razones que ayudan, dado los volúmenes, características del producto u otros aspectos.

Cuadro 19

¿La empresa cuenta con precios competitivos respecto a la competencia?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	13	65,0	65,0
	NO	7	35,0	100,0
	Total	20	100,0	

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿La empresa cuenta con precios competitivos respecto a la competencia?

Gráfico 19

Análisis e Interpretación. - una gestión de inventarios apropiada genera influencia en las ventas al detalle y al por mayor de la empresa sujeto de estudio, uno de los tantos beneficios mencionados en toda esta etapa descriptiva es que pueden contar con precios competitivos, así lo reconoce el 65% de los trabajadores involucrados con la parte administrativa, contable de la empresa, dado que se suma a ello los beneficios de la ley de la amazonia en comparación a precios en centro comerciales, generando ahorros no solo a los clientes, sino también a la misma empresa. Para el 35% considera que no necesariamente, dado que los centros comerciales ofrecen productos similares con precios bajos, dado que ellos hacen compras a escala a nivel nacional.

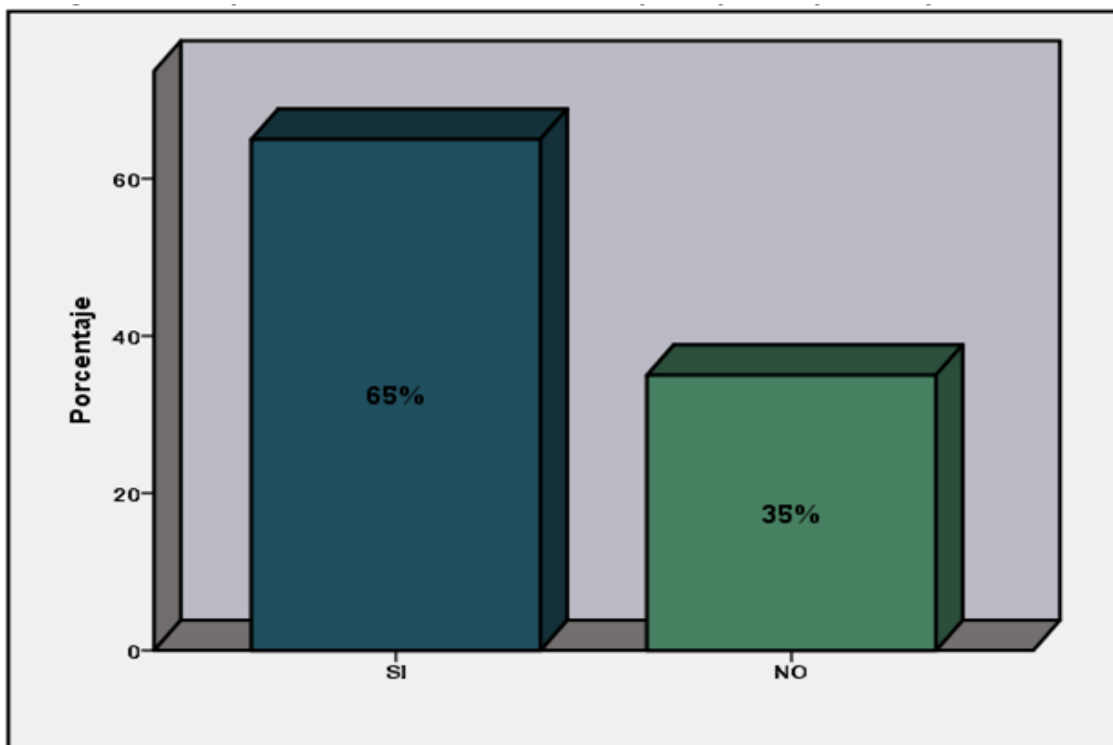
Cuadro 20

¿Considera que sus clientes recurren a la empresa por los precios que tienen?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	13	65,0	65,0	65,0
NO	7	35,0	35,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿Considera que sus clientes recurren a la empresa por los precios que tienen?

Gráfico 20

Análisis e Interpretación. – lo que podemos observar en esta sección es la opinión de los trabajadores respecto a si los clientes asisten a la tienda por los precios, efectivamente para el 65% de quienes fueron entrevistados los clientes toman en cuenta los precios de la tienda, siendo los principales días de compra, viernes, sábados y domingos. Lider Cloud, posee algunas ventajas en comparación a las cadenas nacionales, esta que no cobran IGV, haciendo que el consumidor vea diferencias ostensibles en si compra en comparación a otros negocios similares. Para el 35% otras son las razones, como por ejemplo la diversificación, la atención que se tiene entre otros aspectos que debe ser materia de otra investigación de tipo administrativa.

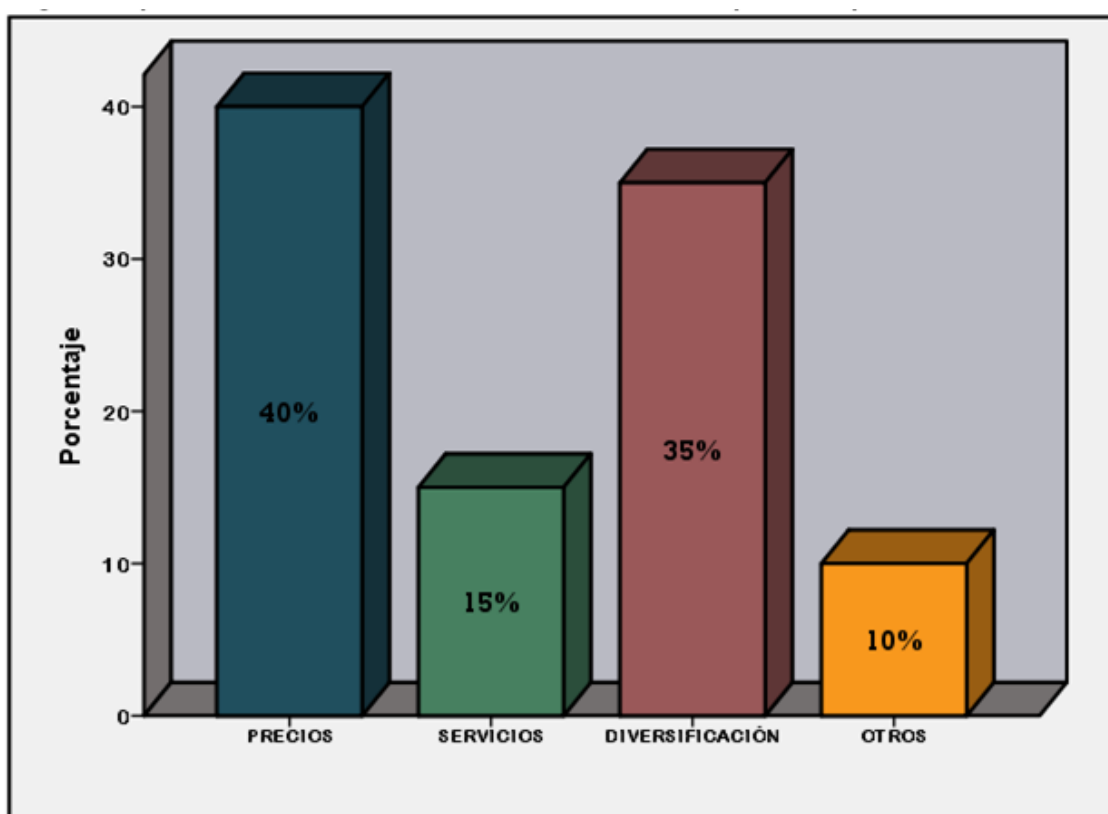
Cuadro 21

¿Qué aspectos considera usted hacen diferente a la empresa respecto a los demás?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
PRECIOS	8	40,0	40,0	40,0
SERVICIOS	3	15,0	15,0	55,0
Válidos DIVERSIFICACIÓN	7	35,0	35,0	90,0
OTROS	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿Qué aspectos considera usted hacen diferente a la empresa respecto a los demás?

Gráfico 21

Análisis e Interpretación. - Empero a lo dicho en el ítem anterior, hicimos esta pregunta a los trabajadores para conocer su percepción respecto a las razones que motivan a los clientes hacer sus compras en la tienda. Para el 40% de los encuestados es el precio, dada su nivel de competitividad frente al precio de los demás. Para el 15% considera que son los servicios que se brinda, dado que la empresa implemento un sistema de asistencia que efectiviza su venta. Para el 35% es la diversificación que ayuda a que lo clientes se sientan motivados para poder visitar el negocio. Para el 10% son otras las razones, como cercana a su vivienda.

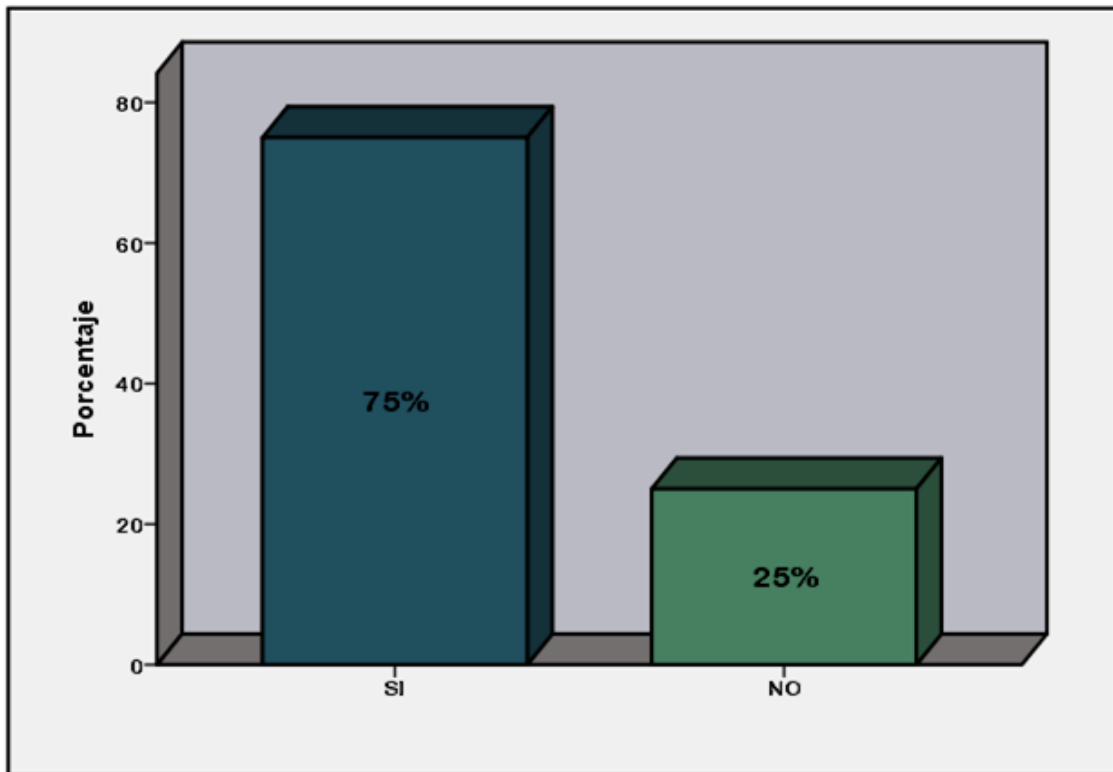
Cuadro 22

¿Considera que el stock de la empresa les permite tener mejor ventaja respecto a otras empresas similares?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	15	75,0	75,0	75,0
NO	5	25,0	25,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicadas

Elaboración: Propia



¿Considera que el stock de la empresa les permite tener mejor ventaja respecto a otras empresas similares?

Gráfico 22

Análisis e Interpretación. – finalmente hemos consultado si la existencia, a través de una buena gestión de inventarios ha permitido que la empresa tenga mejor ventaja respecto a otros. Para el 75% de los encuestados esto indudablemente es así, en el sentido que los clientes encuentran siempre lo que necesitan, pudiendo adquirirlos a precios bajos en comparación a otros negocios nacionales. Para el 25% esto no siempre es así, dado que en la cuadra encuentran empresas locales que también son mayoristas y minoristas, como por ejemplo Comercial Lidia. Sin embargo, se puede advertir que Lider Cloud tiene mayores dimensiones en infraestructura que la tienda que se menciona en este párrafo.

Análisis de Entrevista

Entrevista hecha a Cronwel Cloud Silva, gerente propietario de la empresa LIDER CLOUD de Huánuco, respecto a su gestión de inventarios.

1.- ¿Cuál considera usted que son sus principales diferencias respecto a empresas similares?

Sostuvo el gerente: precios, diversificación, servicio, y ser una empresa de Huánuco.

2.- ¿Cómo considera usted que obtuvo estas diferencias con estas empresas competidoras?

Sostuvo el gerente: años de experiencia en el mercado, reputación con sus proveedores, capacidad de abastecimiento, beneficios tributarios, entre otros.

3.- ¿Podría describir lo que le hace diferente a las empresas similares?

Sostuvo el gerente, que el precio es importante, para ello sostiene que hace sus compras en efectivo.

4.- ¿Considera usted que su posicionamiento en el mercado es superior a los de su competencia?

Considera que sí, por los volúmenes de venta frente a la afluencia de cliente de los demás negocios, donde no se mucho.

5.- ¿Qué aspectos considera usted que le hace más atractivo en función a su competencia?

La diversificación, la infraestructura, atención, precio. Sostiene.

6.- ¿Considera que es sostenible su posición en el mercado?

A pesar de la recesión económica el gerente considera que sí, por vender productos de primera necesidad.

7.- ¿Qué estrategia le permite a usted tener rendimiento superior al promedio?

Oferta de productos a bajo costo.

Estas respuestas permiten validar la opinión que tienen los trabajadores respecto a la gestión de inventarios, complementando la opinión del gerente de la empresa.

4.2. Contrastación de Hipótesis y Prueba de Hipótesis

Como se puede verificar en la operacionalización de variables, se han establecido preguntas, tanto para la variable independiente, como dependiente, de igual forma se consideró el uso del programa estadístico SPSS para poder hacer las inferencias probabilísticas a través de estadígrafos que permitan establecer la correlación correspondiente en base a la información obtenida. Para la Hipótesis general se promedió las preguntas correspondientes a cada una de las variables, obteniendo información global de las respuestas.

Los coeficientes de correlación son medidas que indican la situación relativa de los mismos sucesos respecto a las dos variables, es decir, son la expresión

numérica que nos indica el grado de relación existente entre las 2 variables y en qué medida se relacionan. Son números que varían entre los límites +1 y -1.

Cuadro 23

Criterios de interpretación de resultados de las correlaciones entre variables sujeto de estudio.

CORRELACIÓN	VALOR
Correlación negativa perfecta	-1
Correlación negativa fuerte moderada débil	-0.5
Ninguna correlación	0
Correlación positiva modera fuerte	0.5
Correlación positiva perfecta	1

Fuente: Correlación de Pearson

Elaboración: Propia

Contrastación de Hipótesis General

“La gestión de inventarios se relaciona de manera directa con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019”

Cuadro 24

Correlación entre la Gestión de Inventarios, y el Desempeño Comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019

		Gestión de Inventarios	Desempeño Comercial
Gestión de Inventarios	Correlación de Pearson	1	,671
	Sig. (bilateral)		,048
	N	20	20
Desempeño Comercial	Correlación de Pearson	,671	1
	Sig. (bilateral)	,048	
	N	20	20

Fuente: Encuesta 2019

Elaboración: Propia

Análisis Descriptivo. - Según las respuestas obtenidas en la investigación en sus diferentes preguntas, para los trabajadores es importante la gestión de inventarios, porque este influye comercialmente en la empresa. Como muestra, las repuestas del cuadro N°01 evidencian que los trabajadores son testigos de una planificación apropiada de las compras que permitan

negociar con los proveedores, así lo sostiene el 20% siempre, y 70% a veces de quienes fueron encuestados. Y los de la tabla N°17, donde se precisa que esta influencia radica en contar con stock necesario para la actividad comercial, tener mercadería a precios bajos, entre otros, sí lo sostiene el 50%, 25% de trabajadores respectivamente. **Análisis Inferencial.** - Se suma el cálculo del estadígrafo en el cuadro anterior en el que se puede observar que hay relación directa entre ambas variables siendo directa fuerte = 0.671, con un nivel de significancia apropiada para el cálculo 0.048. De esta forma podemos inferir descriptivamente, y estadísticamente que la gestión de inventarios en la empresa si tiene relación directa con el desempeño comercial, pudiendo ser verificado con la opinión de los trabajadores.

Contrastación Hipótesis Específicas

HE.1. La planeación de compras se relaciona de manera directa con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019

Cuadro 25

Correlación entre la Planeación de Compras y el Desempeño Comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019

		Planeación de Compras	Desempeño Comercial
Planeación de Compras	Correlación de Pearson	1	,751
	Sig. (bilateral)		,037
	N	20	20
Desempeño Comercial	Correlación de Pearson	,751	1
	Sig. (bilateral)	,037	
	N	20	20

Fuente: Encuesta 2019

Elaboración: Propia

Para poder establecer esta correlación estadística en la fase descriptiva se ha planteado 6 preguntas a los trabajadores vinculados con la gestión de inventarios, quienes en concordancia con el gerente han establecido respuestas de una eficiente gestión en su planeación, tal como se puede evidenciar en el cuadro N°2, donde el 70% considera que esta planificación le da mejor oportunidades de compra a la empresa, lo que puede estar generando tal como menciona el cuadro N°17, comercializar mercaderías con productos a precios cómodos, con disponibilidad de stock, para la venta. Correlacionando ambas preguntas el estadígrafo de Pearson estima una

relación directa fuerte entre ambos 0.751, con un nivel de significancia de 0.037, por lo que podemos inferir que si hay relación directa entre la planeación de compra y el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud de Huánuco 2019. Todo ello corroborado no solo en el cálculo probabilístico, sino también, en las evidencias de las respuestas de la fase descriptiva de la presente investigación. De esta forma, afirmamos la validez de la Hipótesis planteada para la dimensión, teniendo el sustento estadístico y descriptivo correspondiente.

HE.2. “Las compras se relacionan de manera directa con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019”

Cuadro 26

Correlación entre las Compras y el Desempeño Comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019

		Compras	Desempeño Comercial
Compras	Correlación de Pearson	1	,682
	Sig. (bilateral)		,045
	N	20	20
Desempeño Comercial	Correlación de Pearson	,682	1
	Sig. (bilateral)	,045	
	N	20	20

Fuente: Encuesta 2019

Elaboración: Propia

Para la fase descriptiva de la dimensión de compras se ha planteado preguntas entorno a la generación de ahorro, contratos eficaces, proveedores. Una de las respuestas sostiene que las compras le permiten tener ahorro inmediato, así lo manifiesta el 75% de quienes fueron encuestados en la Tabla N°07. Esto probablemente esté generando un buen desempeño comercial, siendo una señal la información del cuadro N°22 donde los encuestado manifiestan que la empresa cuenta con stock suficiente para poder ser diferente a empresas similares, pudiendo comprar variedad dado que sus compras en efectivo les permite adquirir precios competitivos en el mercado. Estimando a través del estadígrafo podemos observar que hay relación directa entre las compras y el desempeño comercial = 0.682 siendo esa relación directa y fuerte según el cuadro de interpretación precedente, con un nivel de significancia de 0.045, apropiado para el cálculo. De esta forma podemos inferir que nuestra Hipótesis es

certera, en el que se precisa que si hay relación directa entre las compras y el desempeño comercial en la empresa Lidero Cloud de Huánuco 2019, cuyas evidencias descriptivas podemos observarlas en los cuadros que antecedente a esta contrastación.

HE.3. “El control de mercaderías se relaciona de manera directa con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019”

Cuadro 27

Correlación entre las Compras y el Desempeño Comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019

		Control de mercaderías	Desempeño Comercial
Control de mercaderías	Correlación de Pearson	1	,573
	Sig. (bilateral)		,045
	N	20	20
Desempeño Comercial	Correlación de Pearson	,573	1
	Sig. (bilateral)	,045	
	N	20	20

Fuente: Encuesta 2019

Elaboración: Propia

Para poder establecer la relación de esta dimensión con la variable dependiente, se ha planteado 4 preguntas en torno al control físico y permanente de inventarios en Lider Cloud, precisando en el cuadro N°13 que para el 35% de encuestado el control permanente les permite tener control sobre el stock, así mismo el 45% sostiene que hay un abastecimiento apropiado en la empresa. Esto puede permitir que la empresa comercialmente sea caracterizada su diferencia en términos de precios 40%, servicio 15%, diversificación 35%, tal como se puede verificar en la tabla N°21 de la presente investigación. Los mismos que al ser correlacionados con el estadígrafo podemos observar que hay un nivel de relación directa fuerte de 0.573 con un nivel de significancia apropiada para la investigación de 0.045. De esta forma, podemos inferir que la Hipótesis planteada es valedera, en el sentido que, si hay relación directa en el control de mercaderías en el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019, contrastada también con la información de las tablas mencionadas en el párrafo precedente. Lider Cloud es una empresa que vende productos al detalle, y al por mayor, como tal le permite tener una buena posición respecto a empresas similares.

CAPITULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1 Presentar la contrastación de los resultados del trabajo de Investigación

El objetivo general y la discusión con los antecedentes

Para la orientación en la formulación de esta investigación, la tesis ha citado importantes trabajos expuesto en universidades internacionales, nacionales y locales, quienes coinciden con la información obtenida y descrita en el capítulo anterior. Gonzales, (2010) presento su tesis a la Universidad Javeriana, denominada "*Diseño de un Modelo De Gestión De Inventarios para la Empresa Importadora de Vinos y Licores Global Wine And Spirits Ltda.*" concluyendo que un sistema de inventario reduce los problemas de desabastecimiento, concordando con los resultados que hemos obtenido donde nuestros encuestado sostienen que la gestión de inventarios ayuda a la empresa precisamente en evitar que halla un desabastecimiento en tienda. Para Rondinel, (2017) en su tesis denominada "*Logística y su relación con el control de inventario en las empresas de equipos magnéticos y vibratorios del distrito de Ate-Vitarte, año 2017*" incorpora a la logística como un elemento que va de la mano con la gestión de inventarios, coincidiendo con las evidencias de la información obtenida, donde se advierte que el abastecimiento en tienda tiene que estar debidamente controlado en funciona a la demanda de los clientes. Para Huaman, (2016) en su tesis, "*Propuesta de Estrategia de Pronósticos y Control Agregado de Inventarios con Demanda Probabilística en una Empresa Importadora y Comercializadora de Artículos para El Mantenimiento Vehicular*" la gestión agregada de inventarios le permite tener una visión global y estratégica del negocio, pudiendo atender su demanda de manera oportuna. Al respecto nuestra tesis, tras haber entrevistado al gerente, se puede verificar que la gestión de inventarios contribuye a la toma de decisiones de la empresa Líder Cloud, por permitirle tener mejores ventajas competitivas respectó a empresas similares con las que compite. De igual forma a nivel local hemos citado a importantes tesis, por ejemplo De la Vega, (2017) "*El control interno y la Gestión de Inventarios de la empresa constructora Yacz contratistas generales S.R.L. del distrito de Amarilis – 2016*" que el control puede ser parte fundamental dentro de la gestión de inventarios, ofreciendo a la empresa importantes resultados en el corto plazo. Lo que parecer del Empresario encuestado, efectivamente un buen control ayuda a mantener inventarios eficientes que no generen costo a la empresa. Finalmente, la tesis denominada *El Sistema de Control de Inventarios*

y la Rentabilidad de la Empresa "INDUSTRIAS ALIPROSS S.A.C." 2016 presentada por Cántaro, (2017), llega a la conclusión que el sistema de control de inventarios influye significativamente en la rentabilidad. Si observamos en nuestros cuadros y gráficos podremos notar que la gestión de inventarios permite a la empresa tener ahorros inmediatos, por la compra efectiva que hace. Mejorando por ende su rentabilidad.

Como se puede evidenciar, esta tesis guarda armonía con los antecedentes planteados en el proyecto, y corroborados en el cuerpo de esta investigación.

Los Objetivos y el Marco Teórico

De la misma forma la tesis ha considerado autores que han estudiado a la gestión de inventarios para poder entender el comportamiento en las empresas, por ejemplo Meana, (2017) sostiene que La gestión de inventarios se entiende por organizar, planificar y controlar el conjunto de stocks pertenecientes a una organización. Organizar significa fijar criterios y políticas para su regulación y determinar las cantidades más convenientes de cada uno de los artículos. De igual forma López, (2014), afirma que hacer gestión de inventarios es hacer seguimiento de los bienes almacenados de una compañía. Monitorea el peso, las dimensiones, la cantidad y la ubicación. Esto ayuda a los dueños de los negocios a saber cuándo es el momento de reponer productos o comprar más material para fabricarlos. Lopez, (2014) Una gestión del inventario eficiente es esencial para asegurar que el negocio tenga suficientes productos almacenados para cubrir la demanda del consumidor. Si no se maneja correctamente puede resultar en que el negocio pierda dinero en ventas potenciales que no pueden satisfacerse o que malgaste dinero teniendo demasiado inventario. Un sistema de gestión de inventario puede prevenir que ocurran este tipo de errores. De estas afirmaciones podemos desprender las dimensiones asociadas con esta variable, planificación, compras y control.

Respecto a la variable dependiente Garcia, (2010) afirma que uno de los objetivos principales que poseen las organizaciones empresariales es el de vender los productos y servicios que ofrece y conseguir que los clientes los compren. En muchas ocasiones, las empresas poseen productos muy interesantes y con muy buenas características, pero no consiguen tener gran éxito en el mercado debido a que no se realiza una buena comercialización. Amparo, (2004) sostiene que las organizaciones modernas, inmersas en un entorno altamente competitivo encuentran que su única garantía de sobrevivir y ser exitosas es siendo más eficientes en su proceso de venta. Como te compartimos en el artículo "Beneficios de automatizar tu proceso comercial" es muy importante contar con un proceso comercial estructurado, definido ya que esto es la base que te ayudará a gestionar de la mejor manera todas las actividades que se llevan a cabo durante el mismo y poder aprovechar al máximo las oportunidades de venta con las que cuentas y que como sabes requiere

mucho esfuerzo y recursos para conseguirlas. Competitividad es la capacidad de una empresa u organización, de cualquier tipo, para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permitan disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúa. Para la empresa, la competitividad es la capacidad de proporcionar productos y servicios con mayor eficacia y eficiencia frente a sus competidores. Como se puede advertir, los autores han considerados que la gestión de inventarios es importante, que el desempeño comercial depende mucho de esta actividad empresarial. Lo mismo que es corroborado con la información procesada en la fase descriptiva. Por ejemplo, el cuadro N°01, podemos verificar la cualificación de los trabajadores de la empresa respecto a la planificación en la gestión de inventarios, de otro lado, la empresa cuenta con criterios profesionales para poder desarrollar la gestión de inventarios, asistiéndose de profesionales de la contabilidad. La empresa según la opinión de sus trabajadores, tiene ventajas que lo hacen diferentes respecto a los negocios que se encuentran cerca, teniendo una importante diversificación, stock oportuno en tienda, capacidad de negociación por las compras en efectivo, y otros similares que hacen que la empresa sea importante en el mercado

Con ello se corrobora, la armonía de los antecedentes, la teoría con los resultados de la investigación.

CONCLUSIONES

1. Respecto al Objetivo general: la tesis llega a la conclusión que si hay relación directa entre la gestión de inventarios y el desempeño comercial en la empresa Líder Cloud, con un indicador Pearson de 0.671, pudiendo ser evidenciada esta relación en los resultados de los cuadros del N° 1 al N° 18, donde se manifiesta características específicas de la gestión de inventarios, y como este afecta al desempeño comercial, por lo que se acepta la hipótesis general.
2. Respecto al Objetivo específico 1: la tesis llega a la conclusión de que hay relación directa entre la planeación de compras y el desempeño comercial en la empresa Líder Cloud, con un indicador Pearson de 0.751. evidenciado en los resultados de la tabla N°02, donde se puede verificar que el 70% considera que la planificación genera importantes oportunidades de compra para la empresa, permitiendo que la empresa pueda comercializar mercadería a precios cómodos al público, por lo que se acepta la hipótesis general.
3. Respecto al Objetivo específico 2: la tesis ha llegado a la conclusión que las compras, tienen relación directa con el desempeño comercial, con un indicador Pearson de 0.682 sustentada en el cuadro N°07 donde el 75% considera que las compras le permiten tener ahorros a la empresa, haciendo que ella cuente con stock suficiente para comercializarlo tal como se ve en el cuadro N°22, por lo que se acepta la hipótesis general.
4. Respecto al Objetivo específico 3: la tesis ha concluido que el control de mercadería tiene relación directa con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud, con un indicador de Pearson de 0.573, siendo evidente con la información del cuadro N°13 donde se puede verificar que para el 35% considera que tienen un buen control de stock, 45% que abastecimiento apropiado, pudiendo observar que todo ello le permite ofrecer productos diferenciados, tal como se ve en el Cuadro N°21, por lo que se acepta la hipótesis general.

RECOMENDACIONES

Se recomienda al gerente de empresa Líder Cloud que debe prestar mayor atención a la gestión de inventarios porque ello repercute en el desempeño comercial de la entidad. Cuando la gestión de inventarios es más eficiente el desempeño de los colaboradores en cada área de la entidad va ser mejor y por lo tanto se va ver influido el desempeño comercial.

Se recomienda al gerente de la empresa Líder Cloud poner especial atención a la planeación de las compras y establecer un nivel mínimo y un nivel máximo de inventarios para mantener el stock necesario de cada producto a comercializar y propiciar un buen desempeño comercial e incrementar las ventas.

Se recomienda al gerente de la empresa Líder Cloud poner especial énfasis en la realización de las compras (selección de proveedores) y recepción de la mercadería comprada (cantidad, calidad y oportunidad de entrega) para cumplir con los requerimientos de los clientes en las mejores condiciones logísticas como parte del desempeño comercial de la empresa.

Se recomienda al gerente de la empresa Líder Cloud establecer un sistema de control de inventarios para evitar faltantes y/o pérdidas en el transcurso del periodo contable. Así mismo es necesario establecer un método de control de inventarios aceptado legalmente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amparo de la Encarnación, M. (2004). *Gestión Comercial y servicios de atención al cliente*. México: Ediciones Paraninfo.
- Cántaro, D. I. (2017). El Sistema de Control de Inventarios y la Rentabilidad de la Empresa "INDUSTRIAS ALIPROSS S.A.C." 2016. Huánuco, Huánuco, Perú.
- De la Vega, C. G. (2017). El control interno y la Gestión de Inventarios de la empresa constructora Yacz contratistas generales S.R.L. del distrito de Amarilis - 2016. Amarilis, Huánuco, Perú.
- Errasti, A. (2014). *Gestión de compras*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- García Arca, F. (2010). *gestión Comercial de la PYME*. Madrid: Ideaspropias Editorial.
- García Bobadilla, L. M. (2007). *Ventas*. Madrid: ESIC.
- González, D. T. (2010). Diseño de un Modelo de Gestión de Inventarios para la Empresa Importadora de vinos y Licores Global Wine and Spirits LTDA. Bogotá, Bogotá, Colombia.
- Guerrero Salas, H. (2017). *Inventarios manejo y control*. Madrid: ECOE Ediciones.
- Huáman, C. E. (Octubre de 2016). Propuesta de Estrategia de Pronósticos y Control Agregado de Inventarios con Demanda Probabilística en una Empresa Importadora y Comercializadora de Artículos para el Mantenimiento Vehicular. Lima, Lima, Perú.
- Kluwer, W. (2016). Herramientas para mejorar la gestión comercial. México, México, México.
- Lopez Montes, J. (2014). *Gestión de Inventarios*. Madrid: Editorial Elearning.
- Máquinas Industriales. (2014). *Optimiza tu logística: el control de mercancía*. Obtenido de <https://www.fabricantes-maquinaria-industrial.es/optimiza-logistica-control-mercancia/>
- Meana Coalla, P. P. (2017). *Gestión de Inventarios*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Miguez Perez, M. (2010). *Introducción a la Gestión de Stocks*. Vigo: Ideaspropias editorial.
- Porter, M. (1980). Ventaja Competitiva. Miami, Miami, Estados Unidos.

Real Academia Española. (2018). *Diccionario Real Academia Española*.
Obtenido de <http://www.rae.es/>

Rondinel, D. O. (2017). Logística y su relación con el control de inventario en las empresas de equipos magnéticos y vibratorios del distrito de Ate Vitarte, año 2017. Ate Vitarte, Lima, Perú.

Sampieri, R. H. (2006). Metodología de la investigación. Mexico, Mexico, Mexico.

Spencer, L. (1993). Competence at work. Los Angeles, Los Ángeles, USA.

Universidad Militar Nueva Granada. (2010). Gestión de Inventarios. Bogotá, Bogotá, Colombia.

Valbuena, L. (12 de abril de 2018). Fuerza de ventas determinante de la competitividad. Toluca, Toluca, México.

ANEXOS

Tesis: La gestión de inventarios y el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019

Autor: Bach. Alcedo Quijano, Luis Eduardo

MATRIZ DE CONSISTENCIA



Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Instrumentos
<p>General</p> <p>¿De qué manera la gestión de inventarios se relaciona con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019?</p> <p>Específicos</p> <p>¿De qué manera la planeación de compras se relaciona con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019?</p> <p>¿De qué manera las compras se relacionan con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019?</p> <p>¿De qué manera el control de mercaderías se relaciona con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019?</p>	<p>General</p> <p>Analizar de qué manera la gestión de inventarios se relaciona con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019</p> <p>Específicos</p> <p>Analizar de qué manera la planeación de compras se relaciona con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019</p> <p>Analizar de qué manera las compras se relacionan con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019</p> <p>Analizar de qué manera el control de mercaderías se relaciona con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019.</p>	<p>General</p> <p>La gestión de inventarios se relaciona de manera directa con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019</p> <p>Específicos</p> <p>La planeación de compras se relaciona de manera directa con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019</p> <p>Las compras se relacionan de manera directa con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019</p> <p>El control de mercaderías se relaciona de manera directa con el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019.</p>	<p>1. Independiente</p> <p>Gestión de Inventarios</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planeación de compras - Compras - Control de mercaderías <p>2. Dependiente</p> <p>Desempeño comercial</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ventas - Competencia 	<p>Tipo:</p> <p>La tesis es de tipo aplicada, busca profundizar los conocimientos respecto a la gestión de inventarios, enriqueciendo las teorías que hay sobre las variables de trabajo.</p> <p>Enfoque:</p> <p>La tesis es de tipo cuantitativa, puesto que las CATEGORIAS ESTABLECIDAS serán cuantificadas con mecanismos de análisis conveniente para la investigación.</p> <p>Nivel:</p> <p>El Nivel es DESCRIPTIVO, estableciendo relación entre las variables a partir de la descripción de sus particularidades.</p> <p>Diseño: no experimental, de tipo correlacional transversal.</p> <p>Población:</p> <p>Constituido por la cantidad de trabajadores que laboran en la empresa Líder Cloud N = 20</p> <p>Muestra: N = 20 = n</p>	<p>Encuesta</p> <p>Dirigida a la muestra seleccionada para conocer la percepción de la gestión de inventarios y su relación con el desempeño comercial.</p> <p>Revisión de Datos secundarios</p> <p>Análisis de ventas por tipo y niveles</p>

--	--	--	--	--	--

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y
FINANZAS**

Dirigida a los trabajadores para poder conocer las políticas de Gestión de inventarios en la empresa Lidera Cloud para determinar su desempeño comercial.

Objetivo: La gestión de inventarios y el desempeño comercial de la empresa Líder Cloud Huánuco 2019

Instrucciones: Agradeceré marcar con un aspa (X) según sea su respuesta a cada interrogante.

1.- ¿Considera que planificar sus compras le permite negociar con proveedores que les ofrecen mercadería a precios cómodos?

Siempre () A veces () Nunca ()

2.- ¿Planificar sus compras les da mejores oportunidades de adquirir mercadería a la empresa?

Si () No ()

3.- ¿Qué criterios consideran para planificar compras oportunas en la empresa?

Verificar stock de productos () Requerimiento de tienda () otros ()

4.- ¿Qué tan importante es para usted las compras oportunas?

Muy importante () Nada Importante ()

5.- ¿Le permite la planificación de sus compras reducir costos de inventarios?

Si () No ()

6.- ¿De qué manera considera que la planificación de compras podría reducir costos de inventarios?

Contar con stock necesario ()

No tener productos innecesarios almacenados ()

Otros ()

7.- ¿Por qué considera que sus compras les permiten generar ahorros significativos?

Se hacen compras a proveedores fijos ()

Las compras en efectivo permiten tener mejores precios ()

Otros ()

8.- ¿Los resultados de las compras en los ahorros son inmediato?

Si () No ()

9.- ¿Cuenta la empresa con contratos apropiados para compras regulares?

Si () No ()

10.- ¿Considera que los contratos les permiten tener compras oportunas?

Siempre () A veces () Nunca ()

11.- ¿Cuenta con proveedores fijos?

Si () No ()

12.- ¿Qué aspectos fortalecieron su relación con los proveedores?

Compras permanentes () Compras en efectivo () Otros ()

13.- ¿Con qué frecuencia se hace control de inventario físico en a la empresa?

Siempre () A veces () Nunca ()

14.- ¿Por qué considera que es importante hacer control de inventarios físicos en la empresa?

Permite tener control sobre el stock ()

Abastecimiento apropiado de las tiendas ()

Otros ()

15.- ¿Considera control permanente de inventarios la empresa?

Si () No ()

16.- ¿Qué herramientas usa para desarrollar control de inventario permanente?

Sistemas Computarizados () Kardex () Ambos ()

17.- ¿Considera que la gestión de inventarios le permite tener ventas al detalle efectivas?

Si () No ()

18.- ¿Cómo influye la gestión de inventarios a la venta al detalle de la empresa?

Permite contar con stock permanente ()

Permite tener productos a bajo precio ()

Otros ()

19.- ¿Cómo influye la gestión de inventarios a la venta mayorista de la empresa?

Permite atender necesidades de los minoristas ()

Permite flujos de efectivo permanente ()

Otros ()

20.- ¿La empresa cuenta con precios competitivos respecto a la competencia?

Si () No ()

21.- ¿Considera que sus clientes recurren a la empresa por los precios que tienen?

Si () No ()

22.- ¿Qué aspectos considera usted hacen diferente a la empresa respecto a los demás?

Precios ()

Servicios ()

Diversificación ()

Otros ()

23.- ¿Considera que el stock de la empresa les permite tener mejor ventaja respecto a otras empresas similares?

Si () No ()

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADEMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y
FINANZAS

Entrevista dirigida al Gerente General de la empresa Lider Cloud.

Objetivo: Conocer los detalles de la política de gestión de la empresa, tanto de su manejo y control como el desempeño de la empresa:

Cuestionario

- 1.- ¿Cuál considera usted que son sus principales diferencias respecto a empresas similares?
- 2.- ¿Cómo considera usted que obtuvo estas diferencias con estas empresas competidoras?
- 3.- ¿Podría describir lo que le hace diferente a las empresas similares?
- 4.- ¿Considera usted que su posicionamiento en el mercado es superior a los de su competencia?
- 5.- ¿Qué aspectos considera usted que le hace más atractivo en función a su competencia?
- 6.- ¿Considera que es sostenible su posición en el mercado?
- 7.- ¿Qué estrategia le permite a usted tener rendimiento superior al promedio?