



**UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**CONTABLES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN,**  
**FINANZAS Y NEGOCIOS GLOBALES**

**TESIS**

**GESTIÓN DE ALMACENES Y LAS VENTAS DE**  
**TUBERÍAS Y ACCESORIOS EN LA EMPRESA PAVCO**  
**WAVIN, EL AGUSTINO – LIMA 2019**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, FINANZAS Y NEGOCIOS**  
**GLOBALES**

**AUTOR:**

**Bach. ROSAS CHERO, OMAR ALEXANDER**

**LIMA – PERÚ**

**2019**

**ASESOR DE TESIS**

---

**DR. AYBAR HUAMANI JUSTINIANO**

**JURADO EXAMINADOR**

---

**Dr. FERNANDO LUIS TAM WONG**  
**Presidente**

---

**Mg. ERNESTO ARCE GUEVARA**  
**Secretario**

---

**Mg. FRANCISCO EDUARDO DIAZ ZARATE**  
**Vocal**

## **DEDICATORIA**

Dedico este logro alcanzado a mi padre celestial por su fidelidad. Por ser el vigor y vitalidad en los instantes de decaimiento y regalarme una vida de enseñanza práctica y por demás salud. Doy las gracias a mi cónyuge por su comprensión, afecto y apego que me brinda. Agradezco sobrellevar mis preocupaciones, su ayuda fue significativa en lo prolongado de mi carrera.

## **AGRADECIMIENTO**

**A mis padrinos** Saúl y Angelita responsables en gran parte de esta ardua tarea siendo los primeros en motivarme con el fin de continuar mis estudios superiores.

**A la empresa** Pavco Wavin a mi Jefe(a): Betzy Cieza y Mario Aquije Supervisores: José Surichaqui, Víctor Flores, Brando Rodríguez, José Quinteros por su ayuda, comprensión y tolerancia en está investigación.

**A la Universidad** por su soporte para culminar mi tesis. A mis maestros por contribuir con su sabiduría y amistad. Gracias Dios por materializar mis ideales.

## RESUMEM

El presente trabajo de investigación titulado Gestión de almacenes y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin, el Agustino Lima, 2019, su objetivo fue determinar cómo se relaciona la gestión de almacenes y la venta de tuberías y accesorios en la empresa PAVCO WAVIN, El Agustino, 2019,

La investigación presenta un diseño no experimental, descriptivo correlacional sobre una población de trabajadores cuyas actividades se circunscriben en el distrito del agustino. – Lima en el año 2019, y que aproximadamente son 112 trabajadores, y por la técnica de muestreo no probabilístico y por conglomerado se obtuvo el tamaño de 62 trabajadores cuya colaboración fue efectiva para este estudio. En cuanto al acopio de la información, se ha utilizado la técnica de la encuesta y por ende, los cuestionarios para las variables: Gestión de almacenes y ventas, esta información fue sometida a los estudios de la validez y confiabilidad.

Estos resultados en nuestra investigación permitieron confirmar que con un nivel de confianza del 95% = 0.95, se testifica que, si existe correlación entre las variables Gestión de almacenes y ventas, según el estadístico de prueba para un estudio no paramétrico Rho de Spearman, cuyo coeficiente de correlación alcanza el valor de 0. 812 lo que se concluye que existe una alta correlación positiva valor, nos demuestra que la asociación es alta y directa entre dichas variables, quiere decir, cuando mejor sea la gestión de almacenes en la población de estudio, mejor será también, las ventas de accesorios por parte de los trabajadores.

**Palabras clave:** Gestión de almacenes, ventas, fuerza de ventas.

## ABSTRACT

The present research work entitled Warehouse management and sales of pipes and fittings in the company Pavco wavin The Augustinian -Lima, 2019, its objective was to determine how the management of warehouses and the sale of pipes and fittings in the company PAVCO WAVIN is related, The Augustinian- Lima 2019.

The research presents a non-experimental, descriptive correlational design on a population of workers whose activities are limited in the Augustinian district-Lima in the year 2019 and that are approximately 112 workers, and by the technique of non-probabilistic sampling and by cluster we obtained the size of 62 workers whose collaboration was effective for this study. As for the collection of information, the survey technique is used and therefore the questionnaires for the variables Warehouse and sales management, this information was submitted to the validity and reliability studies.

These results in our investigation allowed us to confirm that with a confidence level of  $95\% = 0.95$ , it is testified that, if there is a correlation between the variables Warehouse and sales management, according to the test statistic for a non-parametric study Rho de Spearman, whose Correlation coefficient reaches the value of 0. 812, which concludes that there is a high positive correlation value, shows that the association is high and direct between these variables, which means when the warehouse management is better in the study population, better will also be the sales of accessories by workers.

Keywords: Warehouse management, sales, sales force.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA .....	i
ASESOR DE TESIS.....	ii
JURADO EXAMINADOR.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
RESUMEM .....	vi
ABSTRACT .....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICA.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURA .....	xiv
INTRODUCCIÓN .....	xv
<b>I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>17</b>
1.1. Planteamiento del Problema.....	17
1.2. Formulación del problema .....	19
1.2.1. Problema General.....	19
1.2.2. Problemas específicos.....	19
1.3. Justificación del estudio.....	20
1.4. Objetivos de la investigación .....	22
1.4.1. Objetivo general.....	22
1.4.2. Objetivos específicos .....	22
<b>II. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>23</b>
2.1. Antecedentes de la investigación .....	23
2.2. Bases teóricas de las variables .....	35
2.2.1. Variable 1: Gestión de almacenes .....	35
2.2.2. Variable 2: Ventas .....	45
2.3. Definición de términos básicos. ....	57
<b>III. MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>60</b>
3.1. Hipótesis de la investigación .....	60
3.1.1. Hipótesis general .....	60



3.1.2. Hipótesis específica .....	60
3.2. Variable de estudio.....	60
3.2.1. Definición conceptual.....	60
3.2.2. Definición operacional.....	61
3.3. Tipo y nivel de investigación.....	62
3.4. Diseño de la investigación .....	62
3.5. Población y muestra de estudio.....	62
3.5.1. Población.....	62
3.5.2. Muestra.....	62
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	64
3.6.1. Técnica de recolección de datos.....	64
3.6.2. Instrumento de recolección de datos .....	64
3.7. Métodos de análisis de datos. ....	66
3.8. Aspectos éticos .....	67
<b>IV. RESULTADOS.....</b>	<b>68</b>
4.1. Descripción de resultados. ....	68
4.1.1. Resultados descriptivos de la variable gestión de venta y de las dimensiones. ....	68
4.1.2. Resultados descriptivos de la variable ventas y de las dimensiones. ....	72
4.2. Prueba de normalidad .....	76
4.3. Contrastación de las hipótesis según la correlación de Rho de Spearman.....	77
4.3.1. Hipótesis general. ....	77
4.3.2. Hipótesis específica. ....	78
<b>V. DISCUSIÓN.....</b>	<b>83</b>
5.1. En relación al análisis descriptivo .....	83
5.2. En relación a la prueba de hipótesis.....	83
5.3. En relación a los antecedentes.....	84
<b>VI. CONCLUSIONES.....</b>	<b>86</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>87</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>88</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>92</b>

Anexo 1: Matriz de Consistencia.....	93
Anexo 2: Definición Operacional de las Variables.....	94
Anexo 3: Instrumentos .....	95
Anexo 4: Validación de Instrumentos.....	107
Anexo 5: Matriz de datos .....	114
Anexo 6: Propuesta de valor.....	116

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Cálculo del Muestreo entre las dos Variables .....	63
Tabla 2.	Confiabilidad de la precisión de muestreo del instrumento del Alpha de Cronbach de Gestión de Almacenes .....	65
Tabla 3.	Confiabilidad de la precisión de muestreo del instrumento del Alpha de Cronbach de Ventas.....	66
Tabla 4.	Frecuencia estadística de la variable gestión de almacenes de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino.....	68
Tabla 5.	Frecuencia estadística de la dimensión de recepción de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin distrito el Agustino. ....	69
Tabla 6.	Frecuencia estadística de la dimensión almacenamiento de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino. ....	70
Tabla 7.	Frecuencia estadística de la dimensión distribución de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino. ....	71
Tabla 8.	Frecuencia estadística de la variable ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino .....	72
Tabla 9.	Frecuencia estadística de la dimensión fuerza de ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino .....	73
Tabla 10.	Frecuencia estadística de la dimensión riesgo de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino. ....	74
Tabla 11.	Frecuencia estadística de la dimensión de conocimiento de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino. ....	75
Tabla 12.	Prueba de normalidad de la variable y dimensiones para determinar el uso del procedo estadístico.....	76
Tabla 13.	Correlación de Rho de Spearman entre la gestión de almacenes y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino. ....	77
Tabla 14.	Correlación de Rho de Spearman entre la gestión de recepción y la fuerza de ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino. ....	79

Tabla 15. Correlación de Rho de Spearman entre almacenamiento y el riesgo de ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito del Agustino. ....	80
Tabla 16. Correlación de Rho de Spearman entre la distribución y el conocimiento de ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino. ....	82

## ÍNDICE DE GRÁFICA

Gráfica 1. Gestión de almacenes de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin distrito el Agustino. ....	68
Gráfica 2. Recepción de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino. ....	69
Gráfica 3. Almacenamiento de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino. ....	70
Gráfica 4. Distribución de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito del Agustino. ....	71
Gráfica 5. Ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito del Agustino. ....	72
Gráfica 6. Fuerza de ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino. ....	73
Gráfica 7. Riesgo de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito del Agustino. ....	74
Gráfica 8. Conocimiento de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito del Agustino.....	75

## ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1. Procedimiento de recepción de Producto Terminado .....	40
Figura 2. Ciclo de almacenamiento .....	41
Figura 3. Relación directa entre productores y consumidores .....	42
Figura 4. Relación indirecta Usando Intermediarios .....	42
Figura 5. Población o Universo (P) y muestra (n) .....	64
Figura 6. Gráfico de regresión simple de la tendencia de correlación entre las variables de estudio de acuerdo a su comportamiento .....	78
Figura 7. Gráfico de regresión simple de la tendencia de correlación entre las variables de estudio de acuerdo a su comportamiento. ....	79
Figura 8. Gráfico de regresión simple de la tendencia de correlación entre las variables de estudio de acuerdo a su comportamiento. ....	81
Figura 9. Gráfico de regresión simple de la tendencia de correlación entre las variables de estudio de acuerdo a su comportamiento. ....	82

## INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación presente busca averiguar en lo referente a la gestión de almacenes de la empresa Pavco wavin, que se encuentra ubicada en el distrito del Agustino, con la finalidad de determinar el grado de relación que ésta tiene con las ventas. Es conocido en la actualidad que los diferentes conceptos vienen desapareciendo por un lado y otros se van renovando, el nuevo concepto de almacén se describe como un área de servicio y éste complementa los fines u objetivos de una empresa comercial o industrial, por ello existen muchas funciones de complejidad y amplitud, por lo que gestionar almacenes necesita que se logre una correlación con las tareas y actividades internas, especialmente con las ventas. Esta investigación servirá para las diferentes organizaciones que en la actualidad manejan sus almacenes y tomen conciencia de la importancia que hay entre la gestión de almacenes y las ventas.

El concepto de almacenes ahora, ya cuenta con sus dimensiones que son reales para poder medir y tener control sobre rotación de inventarios como disposición final, así que el almacén pasó de ser un espacio de dispensa, a ser un eje fundamental por donde se desplazan la cadena de producción que involucra las ventas.

El contenido de la presente investigación, presenta los siguientes capítulos:

El capítulo primero trata sobre el problema de investigación, que se llevó a cabo con la descripción de la realidad de la empresa en cuestión y que nos ha servido para plantear el problema y luego formular el problema general y los específicos. Así mismo, la justificación y aportes del estudio para luego plantear los objetivos de la investigación tanto general como los específicos, el cual nos servirá como una brújula para nuestra investigación.

El capítulo segundo presenta el marco teórico como un aspecto fundamental de la investigación, el cual está formado por un conjunto de teorías y conocimientos que organizadamente nos permite fundamentar científicamente nuestro estudio materia de investigación, y comprende los antecedentes de la investigación, tanto nacionales como internacionales, y las bases teóricas.

El capítulo tercero sobre los métodos y materiales se han planteado las hipótesis de la investigación, tanto la general como las específicas, éstas están respondiendo por anticipado a las preguntas de investigación, así como el estudio de las variables, su operacionalización, el nivel de investigación, diseño de investigación, población y muestra enmarcado dentro de nuestro estudio, las técnicas y los instrumentos de recolección de datos, la validación y confiabilidad del instrumento y los métodos de análisis de datos.

El capítulo cuarto aquí, se presenta básicamente los resultados de la, investigación, tanto para la parte descriptiva, así como de las variables del estudio y conjuntamente los resultados de la prueba de hipótesis.

El capítulo quinto lleva a cabo la discusión de los resultados del trabajo de investigación, el mismo que abarca la discusión de los resultados con los antecedentes y el marco teórico de la presente investigación.

El capítulo sexto manifiesta o revelan las conclusiones a las que se llegaron en esta investigación.

El capítulo séptimo reúne las recomendaciones que nos van a servir para la mejora de algunos aspectos de la situación de la gestión de almacenes y las ventas.

Al final de todo detallamos, las referencias bibliográficas y los anexos respectivos de esta investigación.



## **I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Planteamiento del Problema**

La cuarta revolución industrial nos ha mostrado unas transformaciones debidamente fundamentales como el área productiva y también la económica y más importante, lo social, esto nos trae consigo una redefinición del contexto global laboral.

Una operación logística sobre la manera o forma de establecer como se usa para almacenar los artículos que deben de contar con etapas, éstas deben de ser operativas eficientes y prever los nuevos requerimientos de las empresas sean comerciales o industriales. Con esta lógica, podremos decir, que el aprovisionamiento cumple un rol importantísimo y que lo distingue en los aspectos de eficiencia, tan igual como de la optimización y la circulación rápida en la etapa operativa por supuesto con el equipamiento primordial.

En este mundo globalizado las organizaciones industriales y comerciales para estar presente en el plano competitivo deben de tener en cuenta la estructura de su sistema, periodo de ejecución, los gastos y la logística con el propósito renovar los procesos, vale decir, nos estamos refiriendo a los almacenes. La Web Retail y los Canales Comerciales. Perú Retail (2015).

Luego, las organizaciones deberán analizar todas las ventajas que nos proporcionan, el cómo gestionar los almacenes(GA), dado que en estos tiempos tenemos que estar equiparable con las nuevas tecnologías y control medioambientales además que el gestionar los almacenes nos ahorra costos y eleva utilidades, en palabras concretas nos va a servir para optimizar los almacenes.

La buena dirección de almacenes facilita la consecución de ahorros potenciales, aumento de utilidades. El perfeccionamiento del rendimiento se enlaza con la calidad y optimización que enrola el eslabón logístico (cadena logística) y red de almacenes organizando y controlando los procedimientos de circulación (flujos) de los artículos de almacén.

Las tareas administrativas y recursos humanos (RR. HH) necesitan ser aplicadas con las herramientas y las técnicas que sean avanzadas para optimizar los procesos en la GA e incluso con los de inventarios.

En contra parte con la gerencia de almacenes empírico que solo provoca los riesgos de satisfacción de necesidades, errores al cliente final, las auditorías contables y administrativas, tanto a nivel interior como fuera de ella y por supuesto la pérdida económica en cuanto al deficiente manejo de los recursos.

Muchas organizaciones en especial las empresas tienen éxito por el manejo de sus recursos materiales y su gestión de materiales que se dan al interior de los almacenes.

Para una mayor parte de instituciones empresariales, industriales y comerciales a nivel mundial, el almacenamiento de productos es de vital importancia dado que supone casi o igual a la mitad o un 60% de los gastos o costos totales, en este caso se debe confirmar el ahorro sin que afecte el reparto de los artículos, luego la eficiencia de gestionar los almacenes y asignación de artículos es de vital importancia en los procesos.

Muchas son las situaciones que hay que observar en el plano de la gestión de almacenes que implican retraso, costos, etc. Como por ejemplo al no conocerse las ubicaciones de los productos para encontrarlos, el tiempo se hace mayor, en consecuencia, la entrega a los clientes también es mayor, la calidad de los productos baja por el espacio reducido o no acorde que ocasiona deterioro y por ende, una baja de la calidad, esto afecta al área de ventas.

Exista o no exista una organización en los almacenes, en muchas oportunidades no se respeta, una distribución equivocada implica un aumento de tiempo y mayor tiempo de entrega al área de ventas (refiriéndose al Lay Out: diseño)

Cuadrar un inventario muchas veces es imperioso, dado que si hay pérdida de un producto, algún trabajador tendrá que ocupar su tiempo en encontrarlo, más que el stock de los productos que se tengan bien controlados, es por ello, que se tendrá que ver la satisfacción del cliente una vez, que se le pueda fallar al cliente, pero más de eso no como consecuencia porque se multiplicará el trabajo.

La información es fundamental porque pasa de un área a otra y en varios planos y muchas veces no es confiable. La gestión de almacenes tiene por objetivo asegurarse la distribución o entrega en forma ininterrumpida o continua de los productos o materiales con la finalidad de garantizar el buen servicio y destino continuo. Ni la caducidad, ni lo que hay en inventario muchas veces no se sabe.

Existe muchas veces duplicidad del trabajo porque la falta de fusión o ubicación de todos los procesos en la logística. Es imposible muchas veces hacer un diagnóstico o análisis DAFO dado que no se tiene métrica de ello. (Los KPL: indicadores para cuantificar o medir nuestro trabajo, llamados indicadores de desempeño).

Por ello, en la forma de gestión de almacenes se debe de tener en cuenta, primero la planificación de la red de suministro, esto significa el trabajar con zonas y distribuciones de amplia cobertura; segundo lugar, los planes no deben ser cerrados, esto es cálculo y control de los tiempos que tiene que ver con el almacenaje de los productos; y en tercer lugar, trabajar con los proveedores con almacenes propios para optimizar el trabajo.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema General**

PG ¿De qué manera se relaciona la gestión de almacenes y la venta de tuberías y accesorios en la empresa PAVCO WAVIN El Agustino, 2019?

### **1.2.2. Problemas específicos**

PE1. ¿De qué manera se relaciona la recepción con las ventas de tuberías y accesorios en la empresa PAVCO WAVIN El Agustino, 2019?

PE2. ¿De qué manera se relaciona el almacenamiento y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa PAVCO WAVIN El Agustino, 2019?

PE3. ¿De qué manera se relaciona la distribución y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa PAVCO WAVIN El Agustino, 2019?

### **1.3. Justificación del estudio**

Está presente investigación en la empresa PAVCO WAVIN, El Agustino, 2019, mediante la determinación de la gestión de almacenes y las ventas se va a ayudar o permitir reconocer y ubicar de la forma más eficiente los productos con la finalidad de satisfacer los pedidos del área de ventas, con los que se permitirá la optimización de los procesos de almacenamiento, minimizando sus costos, lo cual tendrá trascendencia, al mismo tiempo, el área de ventas, obtendrá mejores resultados en relación a la competencia en un mismo ambiente empresarial y circunstancias parecidas con la certeza de la confianza y satisfacción a los clientes en forma oportuna.

Es importante resaltar que la importancia de nuestra investigación que radica en el grado de relación entre la gestión de almacenes y las ventas, nos muestra la importancia de la gestión de los procesos en los almacenes, el cual va aligerar y estimular el mejoramiento del almacenamiento sobre el nivel de inventario, minimizando tiempos haciendo uso de recursos humanos competentes, quienes tendrán la capacidad de conllevar a nuevos proyectos con una comunicación fluida y directa con los órganos directrices de gerencia con la finalidad de lograr cero pérdidas y satisfacer los requerimientos de los pedidos del área de ventas.

Por otro lado, esto se fundamentará en un mejoramiento del control, que implica hacer uso de la elección de la mejor alternativa en la toma de decisiones de parte de los responsables del almacén en cuestión. Esto también, servirá para los estudios a posteriori a corto y mediano plazo.

Con esto, el inventario del almacén estará bien custodiado, advirtiendo adaptabilidad y flexibilidad considerando las características y sobre todo las necesidades del área de ventas.

Nuestra investigación se sitúa en fundar mediante este grado de relación de la gestión de almacenes y las ventas lograr alcanzar en forma ordenada y oportuna la internalización de los recursos humanos con la conciencia de que a través del uso coherente, dosificado, clasificado y codificado de los productos en el almacén se logrará ahorrar el espacio, organizar la distribución de productos, mejores procesos en forma más eficiente para la mejora en el flujo que tiene que ver con el

trabajo, una adecuada comunicación e información, e incluso la automatización que nos revela la tarea o actividad repetida.

Permitirá nuestra presente investigación que las organizaciones empresariales tomen en cuenta la relación existente de la gestión de almacenes en la práctica del servicio de ventas, dado que esta gestión de almacenes da fortalecimiento a los aspectos técnico-administrativos en el servicio de las ventas con fluidez, oportunidad y satisfacción, a los usuarios o clientes de la empresa PAVCO WAVIN. Lo que permitirá la oportunidad de aplicarse en las diferentes empresas del sector, industrial y comercial.

La gestión es liderar y administrar un negocio, por ello es importante tener en el tiempo apropiado los artículos que se espera ofrecer en función a la demanda, con la finalidad de satisfacer así, la demanda pedida por los consumidores que lógicamente son parte del segmento de esta plaza es así que, para poder lograr esto, uno debe ser consciente considerando que los productos se encuentran en los almacenes listos para poder ser distribuidos, los cuales están bajo una inspección de registro actualizado y organizado bajo ciertos parámetros, y prever como alcanzar la gestión efectiva de éstos.

Existen entonces, muchos prototipos de registro o descripción para controlar los almacenes y distribuir en función de la demanda de ventas nuestros productos, tales como modelos de la cantidad económico a pedir, modelo de tamaño de lote económico de producción, modelo de inventario con escasez planeada, modelo de descuento por cantidad para el prototipo matemático EOQ, entre otros, que son herramientas matemáticas para la optimización de la puesta en marcha en los almacenes.

Al existir estas herramientas, entonces se deben aplicar, lo que sucede es que en gran porcentaje de las instituciones organizacionales sean grandes o pequeñas no se aplican estas herramientas; sin embargo, en la dirección de registro de bienes (inventarios) de alguna u otra manera se están utilizando otras formas de tener los datos de los registros, como también de los artículos en forma adecuada y al día.

Por eso se torna justificable por lo anteriormente expuesto al desarrollar la investigación sobre cómo se relaciona la gestión de almacenes y la venta de tuberías y accesorios en la empresa PAVCO WAVIN.

#### **1.4. Objetivos de la investigación**

##### **1.4.1. Objetivo general**

OG Determinar cómo se relaciona la gestión de almacenes y la venta de tuberías y accesorios en la empresa PAVCO WAVIN, El Agustino, 2019

##### **1.4.2. Objetivos específicos**

OE1. Determinar la relación de la recepción con las ventas de tuberías y accesorios en la empresa PAVCO WAVIN, El Agustino, 2019.

OE2. Establecer la relación del almacenamiento y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa PAVCO WAVIN, El Agustino, 2019

OE3. Analizar la relaciona de la distribución y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa PAVCO WAVIN, El Agustino, 2019

## **II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes de la investigación**

Francisco (2015), “Análisis y Propuestas de Mejora de Sistema de Gestión de Almacenes de un Operador Logístico”, (Tesis de Maestría) Pontificia Universidad Católica Del Perú. El trabajo de exploración al cual aludimos tiene por objetivo:

Desplegar un enfoque sistémico de gestión para el aprovisionamiento de artículos en almacenes para las organizaciones empresariales Retail, que incorpora el guardar los artículos libres de errores para su reparto correcto hacia los distintos lugares de demanda solicitado por los usuarios.

El conocimiento y aplicación de software permitirá administrar y gestionar; además será el inicio de una serie de acciones a realizar orientadas hacia la mejora continua. La petición, necesidad o pretensión de las personas o clientes de acuerdo con las propiedades inherentes de los artículos cada vez son de más alto grado, de igual manera, la plaza o lugar donde se suele vender (mercado) reclama o demanda artículos o productos competitivos en cuanto a los precios, luego una herramienta que nos va a distinguir, se encuentra en hacer un estudio o distinción de las etapas que se dan en el movimiento y aprovisionamiento de los artículos (logística) y desechar aquello que no crea valoración, y también monitorizar los procesos incluidos dentro de los sistemas utilizando algunas herramientas tales como gráficos que sirven para controlar reconocer y anular los antecedentes con el propósito de generar mecanizarlos o automatizar los diferentes procesos o etapas.

Finalmente, el sistema de gestión de almacén propuesto permite la fácil coordinación de información y distribución dentro del almacén que supera las expectativas del mercado local en un Operador Logístico generando un impacto positivo en la viabilidad económica tal como: VAN \$ 315,528.06 y TIR 97%, adicionalmente se logró desarrollar actividades logísticas de la empresa como: disminución de mermas en un 27%, los traslados de productos en un 43%. Asimismo, tiene como ventajas: validar información de proveedores, disminuir

niveles de inventario, agilizar rotación artículos, plantear rutas óptimas de distribución, coordinar efectivamente los recursos, espacios, personal, entre otros.

Conclusiones:

- Se verifica que con un registro adecuado de los artículos se posibilita la identificación de estos, disminuyendo los periodos en los procesos dado que, los trabajadores los ubicaran con comodidad, esto implica reducción de procedimientos al interior en la parte logística, desde el almacenamiento hasta el picking.
- El operador logístico a través de la alta gerencia tiene la responsabilidad de sugerir la puesta en marcha de la formulación de esta investigación con un ejercicio efectivo. Además, la preparación de equipo involucrado, el adiestramiento y la promesa de los trabajadores que son causas determinantes para este proceso en nuestra organización empresarial.
- Según estudio preparatorio con los datos de los trabajadores de las distintas áreas, para lo cual gano el conocimiento de las variedades de expectativas de la organización empresarial. Teniendo conocimiento que las causas de retrocesos o actividades innecesarias, perjudicaran la eficiencia de los operadores logísticos. Por otro lado, las empresas líderes por más año que tengan siempre tendrán algunos procesos que mejorar.
- Disminuir el tamaño del stock, implicara la utilización eficiente del volumen del almacén. Esto acarreará la dinamización de los inventarios, y con ello se gana la inmovilización de artículos obsoletos, por el avance tecnológico.
- Finalmente, como conclusión diremos que aplicar los métodos y medidas necesarias de la tecnología es positivo, dado que, hace menor los tiempos en las operaciones de logística y por ende la distribución de las mismas (inventarios), iniciando con una planeación. Por último, se puede concluir que la implementación de la tecnología presenta un resultado positivo que disminuye en tiempos, tanto en la operación logística, como en la repartición, como en el control de inventarios, partiendo de una planeación desde la admisión hasta la adjudicación al cliente o usuario, satisfaciendo lo demandado.



Alvarado (2017), "Gestión de Almacenes para mejorar la Productividad en la Empresa Lumen Ingeniería S.A.C., Los Olivos, 2017". (Tesis de Licenciatura) Universidad Cesar Vallejo. La tesis tiene como objetivo general:

Mejorar la productividad mediante la utilización de la gestión de almacenes para una empresa de servicios, exactamente en el área de almacén.

Para esto se muestra como opción, la aplicación de la Gestión de almacenes porque se determinó que las mayores incidencias del problema que tiene la empresa Lumen Ingeniería S.A.C. está relacionada con la Recepción, Almacenamiento, por lo tanto, se tomó como referencia estas 2 áreas de conocimiento para dar solución a los problemas de la empresa.

Esta tesis tiene dos objetivos específicos: primero, determinar cómo la gestión de almacenes mejora la eficiencia en la empresa Lumen Ingeniería S.A.C.; como segundo objetivo específico determinar cómo la gestión de almacenes mejora la eficacia en la empresa Lumen Ingeniería S.A.C. La aplicación de la presente, usaremos un horizonte de muestra de 30 días en datos observados.

El logro de estos objetivos se da, inicialmente, con la presentación del marco teórico relacionado a la Gestión de Almacenes, aplicable a una pequeña empresa que permita realizar una reingeniería sobre el proceso actual.

Luego, se realiza un estudio de caso, que involucra el análisis y diagnóstico de la gestión actual, así como proponer mejorar la productividad que permita disminuir la recepción y almacenamiento de cada producto en el almacén. Palabras clave: Gestión de almacenes, Recepción, Almacenamiento, Productividad, Eficiencia y Eficacia. Actualmente las empresas industriales se enfrentan al reto de buscar nuevas técnicas organizativas y de producción que les permita competir con el mercado global, la gestión de almacenes recubre una gran envergadura en las empresas que quieren mantenerse a la vanguardia ya que el interés es minimizar los niveles de inventario y movimientos del almacén.

## Conclusiones:

- Los efectos o resultados a que se arribó en la contrastación, de la hipótesis general nos llevan a indicar que la gestión de almacenes mejora la productividad de nuestra empresa Lumen Ingeniería S.A.C., aquí la señal de productividad era antes 0,4413, para luego ser 0,7623 por ello, al administrar la gestión de almacenes, la productividad ha mejorado son directamente proporcionales y la mejora fue de 72.73%. encontrándose el valor  $p=0,00 < 0.05$  rechazándose la hipótesis nula y aceptándose la hipótesis del investigador, se concluye que la gestión de almacenes mejora la productividad de la empresa Lumen Ingeniería S.A.C.
- La eficiencia sin duda es mejorada con la gestión de almacenes de la empresa Lumen Ingeniería S.A.C., y cuyo resultado de la medida de la eficiencia anterior era de 0,6467 y esta medida posterior de la eficiencia fue 0,8350 por ello, la aplicación de la gestión de almacenes perfecciona la eficiencia en 29.11%. encontrándose el valor calculado para  $p= 0,000 < 0.05$ , por lo que se deduce que, se rechaza para nuestro caso la hipótesis nula y aceptara la hipótesis de nuestra investigación, concluyéndose que la gestión de nuestro proyecto de almacenes mejorar la eficiencia en nuestra empresa Lumen S.A.C.
- La variación de las medidas de la eficiencia de la empresa Lumen Ingeniería S.A.C., fueron de 0,6773 a 0,9143 y la eficiencia mejoró al poner en practica gestión de almacenes, y la mejora fue de 34.99%. y un  $p= 0,000 < 0.05$ , por lo tanto, r5echazaamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis de nuestra investigación y esto muestra esa mejora, en la empresa Lumen Ingeniería S.A.C.

Paredes y Vargas (2017), "Propuesta de Mejora del Proceso de Almacenamiento y Distribución de Producto Terminado en una Empresa Cementera del Sur del País", (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica San Pablo Arequipa-Perú, La presente investigación tiene por objetivo:

Propuesta para optimizar el proceso operativo de almacenamiento y distribución del almacén de productos terminado en "La Empresa". Para ello se realizó un diagnóstico con la finalidad de observar la eliminación de peligro,

aplicando control (puntos críticos) de almacenamiento y también distribución; determinación tiempos y volúmenes adecuados en área de despacho; disminución de los riesgos ocupacionales y ambientales; análisis de costo/beneficio para la optimización del almacenamiento y la distribución.

Conclusiones:

- A fin de conocer la situación actual de una empresa cementera del sur del país, se realizó un análisis para identificar los puntos críticos del proceso de almacenamiento y distribución de producto terminado; encontrando como tal, falta de capacitación y entrenamiento en el personal en un 65%, tiempos de despacho mayor a 4 horas en más del 40% de despachos, insatisfacción de clientes en un 60%, Layout inexistente, falta de señalización y ausencia de procedimientos.
- El tiempo en la atención se dio en menos de 2 horas para el 80% de todos los despachos, hubo un aumento en la expedición de un 45% en el tramo almacén hasta el cual genero ahorro de cada mes.
- La salud, riesgos e impactos en la salud de empleados, ocupacionales y ambientales respectivamente fueron reconocidos, por ejemplo, colisiones de unidades, caída de cemento, arrollamientos, etc. Los alcances en cuanto al mejoramiento, unidades equipadas revisadas y homologadas 95%, por accidentes internos aseguramientos de transportistas 100%, carga segura por los procedimientos dados 100%.
- Actualmente la empresa gasta en promedio mensualmente alrededor de S/, 100 000.00 por concepto de estibaje. La propuesta de mejora requiere de una inversión de S/. 27 388.00, recuperando dicha inversión al quinto mes de ejecutada. Por último, se demuestra la viabilidad económica de la propuesta al obtener un VAN positivo de S/. 64,425.56 y una TIR de 26%, mayor al costo de oportunidad del mercado. Palabras Clave: almacenamiento, proceso, distribución, producto terminado, logística, ingeniería industrial, propuesta.

Montenegro y Camacho (2017), Mejora de la Gestión de Abastecimiento de la Tienda Mayorista Proveedores de Abarrotes Santa Ana S.R.L. en la Ciudad de Chiclayo. (Tesis de Licenciatura), Universidad de Lima.

El objetivo de la presente investigación es “mejorar el abastecimiento de proveedores de abarrotes santa Ana S.R.L.” (PROASA) con la finalidad que la organización rentablemente deba aumentar para esto deberá de aplicarse las técnicas que utiliza la ingeniería, identificación de indicadores relevantes y por supuesto diagnóstico de los procesos en cuanto al abastecimiento; esta queda ubicada en la ciudad de Chiclayo, la cual se dedica a la venta al por mayor de productos de consumo masivo.

#### Conclusiones:

Después de haber analizado los principales indicadores de la empresa, se determinó que se tenía una oportunidad de mejora en reducir principalmente el costo de oportunidad por ventas perdidas; además, se podía optimizar el gasto por transporte desde el almacén auxiliar que la empresa, ya posee debido a la falta de espacio en su almacén principal y el gasto por daños, preservación y prescripción de artículos.

Lo que posibilita a la organización empresarial comercial o industrial obtener S/. 312,288 al año. En tal sentido sugirieron las alternativas adecuadas para la resolución de las debilidades primordiales y priorizadas como el mejoramiento del reparto de los artículos demandados que se dan de un almacén a otro, elevar las compras en mayor cantidad o proporción, ampliación de determinados artículos, llevar a cabo un registro del plazo o prescripción de los artículos o productos, inspección controlada del uso o manejo de artículos o productos, programa de higiene a nivel de los almacenes, proyecto para las peticiones de demanda, cambio o reingeniería en cuanto al reparto o entrega de los artículos demandados de un almacén a otro.

Según el computo ejecutado, se decide en cuanto a las resoluciones de las alternativas habría que desembolsar una cantidad de S/. 151,140 y que el retorno de la inversión se daría según lo proyectado en 0.76 años, luego de haber hecho la puesta en marcha, y como resultado de ello, actualización del valor neto ascendería a S/. 297,170 después de tres años.

Cueva y Medina (2018), “Diseño de un Sistema de Gestión de Almacén e Inventario para reducir los costos operativos en el Área de Almacén de la Empresa

Cca-Perú Sac Cajamarca 2018.” (Tesis de Licenciatura), Universidad Privada del Norte.

Objetivo:

Mejoramiento del modo del funcionamiento de la gestión o dirección de almacenes de la empresa CCA-PERÚ SAC, que ejecuta prestación de mantenimiento de servicios genéricos. Se examinó datos que se obtuvo de áreas u orígenes diversos de la propia organización con la única finalidad de proponer el mejoramiento. Para gestionar los inventarios, las definiciones usadas tienen una ligazón con la técnica de la catalogación ABC, dando conocimiento a la organización que el 20% de su mercadería está concentrando el 80% del valor de sus existencias. Si llevamos a cabo una prospectiva de la demanda es admisible alcanzar el mejoramiento en lo referente a los recursos humanos y materiales.

Conclusiones:

En cuanto al almacenaje, al aplicar una mejor forma de reparto de la forma de una U, y el planteamiento de obtención de estanterías totalmente diferentes, vale decir (especial) para este tipo de almacenaje. La eficiencia y la rapidez fueron posible fue debido al tipo de ordenamiento. Para finalizar se estudió analíticamente como marcha el progreso tanto en lo económico como financiero, incluyendo los costos que influían para la puesta en marcha de todas las alternativas estudiadas y finalmente, se realizó el análisis de la evaluación económica financiera, la cual consideró los costos en los cuales se incurriría para la implementación de todas las mejoras planteadas que deberían de producir mayores rentabilidad, en función de los indicadores por su puesto financieros con el considerado valor actual neto (VAN) y la tasa de retorno (TIR). Palabras Claves: Gestión, demanda, propuesta de mejora, indicadores.

Mendoza (2015). Realizó la tesis titulada: “Optimización de la organización y funcionamiento de los almacenes de la administración nacional de electricidad (ANDE). San Lorenz, Paraguay. (Tesis de Maestría), Universidad Nacional de Asunción, Paraguay”.

Objetivo:

Utilizar el método analítico con la finalidad diagnosticar la sustantiva organización referente a almacenaje u almacenes haciendo empleo de las tecnologías propias de los avances tecnológicos y también el método deductivo con ello se demostró la obligación de la actualización de la organización. aplicando la bibliografía documental con una investigación exploratoria, también se realizó entrevistas a los funcionarios operativos con cargos gerenciales, ex jefes y clientes internos de los almacenes de la ANDE donde se empleó un estudio semiestructurado con el objeto de obtener investigación de la problemática en la operatividad de los almacenes además fueron realizadas observaciones visuales que contribuyeron a describir detalladamente la situación actual de los almacenes, concluyendo en la implementación de la aplicación de los TIC en la gestión de los almacenes mejorando la eficiencia en la obtención de información precisa en tiempo real.

#### Conclusiones:

La contribución de esta tesis al trabajo de investigación que se está desarrollando radica en el empleo de los TIC que nos permite procesar, administrar y compartir información mediante diversos soportes tecnológicos con ello haciendo uso de algún software la información de los almacenes es compartida en un mismo momento a tiempo real y preciso.

Martínez (2015), Propuestas de Mejoras al Sistema de Gestión de Almacén de Materias Primas (Caso: Empresa Manufacturas de Papel MANPA S.A.C.A, División Conversión Bolsas y Sacos)". (Tesis de Maestría), Universidad de Carabobo, Venezuela. El presente Trabajo de Investigación, llevado a cabo en la empresa de Manufacturas de Papel MANPA (S.A.C.A). Tuvo como objetivo general:

Mejorar el sistema de gestión de almacén de materias primas. Este tuvo que ver con las sugerencias, y se inicia con la descripción de la situación actual, seguidamente se analiza la situación actual y posteriormente se diseñó la propuesta de mejoras y por consiguiente el análisis de la factibilidad de dichas propuestas.

Para llevar a cabo el objetivo general, la investigación se dividió en tres fases. En la primera fase se indagó sobre la causa raíz del problema. La segunda

fase se basó en el análisis de la situación actual, mediante la aplicación de la clasificación A, B, C y herramientas logísticas.

Por último, se diseñó las propuestas de mejoras, que permitirá reducir los tiempos de despachos a las líneas de producción, por el correcto almacenaje de los productos. Se contará con la habilitación completa del sistema de información para la ubicación del material en los racks, lo que permitirá un mejor desempeño en el almacenamiento y despacho, además de ayudar al personal de control de inventario a realizar sus actividades de manera rápida y precisa. También se puede mencionar que con la nueva ubicación propuesta de los materiales se aumentará el porcentaje de utilización del almacén a 95% de su capacidad. Los ahorros de la propuesta se estiman en bolívares 390.000 al mes. Palabras Clave: Organización, Almacenaje, Clasificación, Gestión.

Conclusiones:

- Reconocimiento de mezclas de materiales que aumentan el tiempo de despacho sin ubicación fija.
- Mejoras de la gestión de almacén: ordenamiento por afinidad (clasificación en familias), ubicación de los de uso frecuentes cercanos a la puerta de entrada (aprovecho de espacio, menor tiempo en la salida).
- Oportunidades: distribución de productos o materiales en función a su flujo, rutina en función a pedido, un nuevo campo en el sistema de información llamado ubicación, para mejor control, carteles con información precisa de ubicación de materiales, uso de nueva nomenclatura en el sistema de automatización BPCS, logro de más espacio de almacén ganando de 60% a 95%.

Donoso (2015), "Modelo de Distribución Comercial: Una Mirada a la Logística del Retail en los Supermercados" (Tesis de Licenciatura), Universidad Andrés Bello, Concepción – Chile.

Objetivo:

Elaboración un planteamiento para la mejora de la distribución de las diferentes áreas de la organización para una buena vinculación de los procesos.

Conclusiones:

En la presente investigación se logró identificar las actividades y actores de la operación de un CD por medio de la utilización de herramientas de ingeniería, no fue algo fácil, implicó analizar retrospectivamente muchas teorías que fueron asimiladas y aplicadas en las aulas de clase.

El modelo Ishikawa, consiguió demostrar e identificar las causas y efectos del análisis realizado, reflejó los entes que generaban los cuellos de botella dentro del sistema (proceso, personal, materiales y logística), en los cuales, al realizar las intervenciones pertinentes, permitió desarrollar el modelo presentado, donde potenciamos el factor logístico.

Los indicadores de desempeño, por otro lado, nos permitieron definir controladores en actividades que descubrimos como claves dentro de nuestro análisis y que estaban provocando lentitud en el correcto flujo de la información y productos hacia el cliente y los demás actores, ejercicio que ayudo a que se beneficiaran directamente con este esquema (proveedor, logística y empresa). El aumento aplicado a los controladores de un 2% espera a dejar marcado el sentido de notoriedad y sobriedad sobre el medidor, ya que en la realidad este semáforo va a ser modificado de acuerdo a las exigencias preestablecidas por la administración de cada entidad comercial.

La aplicación del balance Scorecard (Cuadro de mando integral), nos ayudó a enganchar piezas normalmente descoordinadas para adecuar el comportamiento de las personas a la estrategia presentada por el modelo.

Al analizar los resultados obtenidos para la visualización de falencias y posibles soluciones mediante los modelos de estudios descritos. Se han encontrado medidas a los problemas, soluciones que matemáticamente como modelo suelen ser de carácter doctrinal, ya que en la vida diaria dependen de la exigencia interna de cada usuario.

Al establecer el Sistema de valor que permita la descripción de las actividades que generan una ventaja al cliente final como lo mencionamos anteriormente, nos enfocamos a potenciar habilidades de control logístico, aportando con ello a mejorar los tiempos de entrega y el feedback de información entre actores del modelo.



En resumen, el lograr con este modelo definir una propuesta de valor de Centro de Distribución basados en el análisis realizado, nos ha dejado muchas experiencias positivas y enriquecedoras que demuestran la aplicabilidad de los modelos descritos y su optimización en los medios implementados.

David (2015), "Planificación e Implementación de un modelo logístico para optimizar la distribución de Productos publicitarios en la Empresa Letreros Universales S.A."

(Tesis de Licenciatura), Universidad Politécnica Salesiana, Sede Guayaquil, Ecuador. La presente investigación aborda la problemática de los modelos logísticos para mejorar la satisfacción de los clientes, por ello se planteó como, objetivo general:

Planificar e implementar un modelo logístico para optimizar la distribución de productos publicitarios en la Empresa Letreros Universales S.A., para el efecto se llevó a cabo una investigación descriptiva, deductiva, cuantitativa, empleando las técnicas de la encuesta, entrevista y del instrumento del cuestionario a una muestra de 45 clientes y de 10 trabajadores, cuyos resultados evidenciaron la falta de un modelo logístico, por ello no se planifican los procesos de compras, recepción y almacenamiento que se realizan de manera aislada, con posterioridad del pedido del cliente, a lo que se debe añadir que tampoco se han evaluado las rutas ni los costos del transporte en la distribución de productos publicitarios al domicilio de los clientes, siendo el atraso que manifiesta el comprador hasta de cinco días, generando inclusive que sus clientes puedan perder contratos de trabajo si no tienen a tiempo los artículos que le suministra Letreros Universales S.A.

Conclusiones:

El movimiento de las existencias en el proceso productivo produce un efecto negativo, cuando no se realiza la planificación en cuanto a la adquisición de las materias primas y/o rutas por donde se transporta los mismos.

Por este motivo se plantea un modelo administrativo, que se basa en la aplicación de los métodos del punto de repedido, lote económico del pedido, modelo de transporte y red PERT para mejorar la productividad, alcanzando la inversión en esta alternativa, 46,81% de TIR, \$32,389 de VAN recuperación del

capital a invertir en 2 años y 3 meses y coeficiente beneficio/costo de 2,02 que evidenciaron la factibilidad de la propuesta.

No existe planificación adecuada en el proceso de ingreso, recepción y acopio y materiales.

Existencia de tiempos largos para entrega a los clientes de productos publicitarios, que como consecuencia genera riesgo con los contratos de los mismos, de aquí la propuesta de un modelo matemático conocido como punto de repedido (inventarios: máximos y mínimos, lote económico de pedido) y uso del solver para el caso de transporte, en la parte administrativa como parte de la estrategia logística. Lograr la optimización en la distribución en un 75%.

Oseguera (2017), "Rediseño de la Función de Almacenaje en la Empresa de Confección y Comercialización Kananhit S.A. de C.V." (Tesis de Maestría), Instituto Politécnico Nacional, Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales Y Administrativas Sección de Estudios de Posgrado e Investigación, México. Esta tesis tiene como objetivo:

El rediseño logístico para el mejoramiento productivo en el área del almacén de una empresa de confección para tener un mejor nivel de servicio.

El contenido de este trabajo describe cómo se implementaron las mejoras en los diferentes procesos del almacén. Este trabajo se realizó en la empresa Kananhit S.A. de C.V. la cual se dedica al diseño, producción y comercialización de prendas de vestido para dama, la cual está ubicada en la Delegación Iztacalco, Ciudad de México.

Conclusiones:

La estrategia basada en las literaturas filosóficas de la gestión de almacenes permitió identificar las actividades a realizar y la forma en que se deben efectuar, para determinar las necesidades y mejoras que se implementaron.

En el departamento del almacén fue donde se hizo la mayor parte de este estudio. Donde se determinaron los factores que estaban causando retrasos en el flujo del material dentro de esta área, así como la integración funcional entre el área de almacenaje, empaque y distribución.

La aplicación de esta metodología resolvió las necesidades definidas a partir de un análisis y estructuración de datos, que permitieron el rediseño de la distribución de zonas, estrategias de almacenamiento y procesos de flujo de materiales a nivel operacional. Teniendo un mejor control y desarrollo en el almacén de estudio.

Nos expresa que, en el mejoramiento de los sistemas de almacén para optimizarlos, vale decir maximizar su utilidad y minimizar sus costos de la gestión logística debe existir una buena gestión de almacenes donde, debe existir un lugar adecuado para los productos, de la misma forma una buena política que tiene que ver con ellos a decir de inventario y este debe de depender exclusivamente una información que se deba procesar en el tiempo más corto posible, teniendo en cuenta los precios, disponibilidad de todos los productos , tiempos de traslado entre otros, para así poder, controlar exhaustivamente todos los productos o artículos en el inventario, complementado a esto se debe prever los desplazamientos de los productos defectuosos o por robo llevando un registro para la localización en forma rápida y precisa. (Távora, 2014)

Para para una buena gestión de almacenes en una empresa logística recoge la siguiente definición del almacenaje como la reunión de varias actividades que nos sirven para realizar la asegurar y conservar óptimamente los productos o artículos desde que son producidas hasta que deben de llegar a los clientes como productos terminados.

## **2.2. Bases teóricas de las variables**

### **2.2.1. Variable 1: Gestión de almacenes**

#### **2.2.1.1. Definición de gestión de almacenes**

Los departamentos o áreas y funciones están siempre relacionados o estrechamente vinculados con procesos, dado que al tener una claridad de estos las organizaciones van a tener una imagen de cómo están funcionando en realidad, por ello la gestión de almacenes se debe considerar como un proceso en donde se recepcionaran los artículos o productos, para un correcto almacenamiento y luego su distribución respectiva.

Para lean Manufacturing, 2018 “Se trata de la gestión material de la producción almacenada: stocks de materiales y stocks de productos terminados. Para gestionar correctamente un almacén debemos tener en cuenta la ubicación de los materiales y productos dentro de nuestro almacén, los flujos de materiales y los métodos para el movimiento de productos”.

Esto nos indica la importancia vital que tiene la gestión de los almacenes, debido a que cuenta con mayor producción de materiales o productos terminados se encuentre en los almacenes se considerara una improductividad de lo invertido.

Para considerar las características y clasificación de los almacenes hemos creído conveniente mencionar la de lean Manufacturing y con la que a continuación explicaremos.

### ***2.2.1.2. Características a tener en cuenta en los almacenes***

Tres son las grandes características que se utilizan en la actualidad y estas quedan conceptualizadas de la siguiente manera:

#### ***2.2.1.2.1. Dimensionamiento***

Se debe considerar las dimensiones dependiendo del flujo y reflujo del de las tareas dentro del trabajo, a fin de optimizar los tiempos distribución. Así si los almacenes son pequeños estos entorpecerían los trabajos en tiempo, por lo que se recomienda el traslado a instalaciones que reúnan estos requisitos por otro lado si tienen demasiada amplitud, se debe de considerar dentro de ella un espacio adecuado que traería como resultado minimizar los tiempos almacenamiento y distribución.

#### ***2.2.1.2.2. Ubicación***

Para una buena ubicación de los almacenes se tiene que considerarse el ingreso o acceso de los productos que deben estar acordes con sus dimensiones, así como también los transportes, los almacenes deben estar cercanos con los usuarios, debe de existir un buen acceso y considerar en ello los costos que nos producen entre ellos la mano de obra.

#### *2.2.1.2.3. Zonificación*

Considerando a los procesos como factor fundamental en toda organización y que estos se realizan dentro de las áreas y funciones y que los almacenes tienen actividades o etapas dentro de sus procesos, entonces; el almacén se debe de distribuir o delimitar en zonas en función a sus procesos y en cada zona debe de incluirse Zona de recepción, de almacenamiento, preparación de pedidos, despacho y otras de acuerdo a la organización.

#### **2.2.1.3. Clasificación de los almacenes**

Dentro de la clasificación de los almacenes, se pueden se pueden considera muchas, sin embargo, se consideran éstas de acuerdo a su gestión, así como también diseño.

##### *2.2.1.3.1. Convencional*

Es un sistema utilizado por muchos años y que consiste en que los productos sean empaquetados sobre diferentes tipos de papeles, con lo cual estos se podrían colocar en estantes sin mucha dificultad, para que luego, se puedan transportan reduciendo las dificultades del mismo.

##### *2.2.1.3.2. Compacto*

Un sistema de almacenamiento para el cual llamaremos compacto está considerado como que los productos o artículos deben de colocarse de una manera que sea homogénea.

##### *2.2.1.3.3. Dinámico*

En el almacenamiento dinámico se usan estantes al cual llamaremos dinámicos porque están contruidos con pequeñas pendientes, de tal manera, que los productos que se encuentran empaquetados puedan deslizarse y así extraerse.

Para su uso en el almacén tradicional, el pasillo de carga debe elevarse unos grados más que la que tiene en la parte anterior o la opuesta para esto, se debe de usar rodillos para que los paquetes de un lado al otro lado de los estantes.

Hay un sistema que consta de un solo pasillo y este es usado para la carga (subir) y también para la descarga (bajar) y este con la ayuda de la paleta va retirando o deslizando los paquetes más hacia dentro para que así, se pueda realizar el retiro de los paquetes que se encuentran cercanos o en los primeros lugares, este sistema se conoce con el nombre de sistema push back.

Si se considera la alimentación a través de los lugares que se conocen como lo puntos picking unidos con los dos sistemas mencionados anteriormente, los cuales son dinámicos, este sistema se conoce con el nombre de sistema combinado.

Basándose en la teoría administrativa, nos indica que, el entendimiento de la gestión de almacenes nos conlleva a revisar a Chiavenato que alude en la teoría general de la administración manifestando que al estudiar la administración en las organizaciones, su acción reciproca de interacción debe considerarse en las variables como “tarea, estructura, personas, tecnología, ambiente y competitividad” los cuales son las partes esenciales de la administración en las empresas y en las organizaciones, esta interacción es compleja pero se da en forma sistémica. Los cambios o alteraciones se dan al variar un componente. (Carhuancho, 2018).

Los sistemas de gestión de almacenes, llamados también Warehouse Management System (WMS), permiten gestionar los recursos de un almacén de manera eficiente. La descripción de las principales funcionalidades de este sistema puede ser estudiada a través del ciclo de almacenamiento. (Carreño, 2016).

El almacén es el edificio o parte del edificio destinado a guardar las mercancías, es decir las instalaciones que la empresa destina al almacenamiento de sus existencias o stocks. (Veritas, 2016).

El almacenamiento es la actividad de depósito que permite mantener cercanos los productos, componentes y materias primas de los mercados y de los centros de producción y transformación, para poder así garantizar su normal funcionamiento. (Veritas, 2016).

Lobato y Villagra (2010) Nos definen el almacén como un ambiente y que este sirve para almacenar, en el lugar correspondiente y considerando reglas y

pautas de rentabilidad, y su objetivo es la venta o agregación al proceso de la producción. Así mismo nos menciona:

Características del almacén. El diseño del almacén debe estar en función a la rentabilidad. Su lugar de recepción final de los artículos debe ser económico, en cuanto.

Sin importar su nombre o función, las operaciones de un almacén tienen una serie de actividades en común; recepción, pre empaque, acomodo, almacenamiento, preparación de pedidos, empaque y/o marcado de precios (opcional), clasificación y/o recolección, embalaje y despacho. (Edward, 2007).

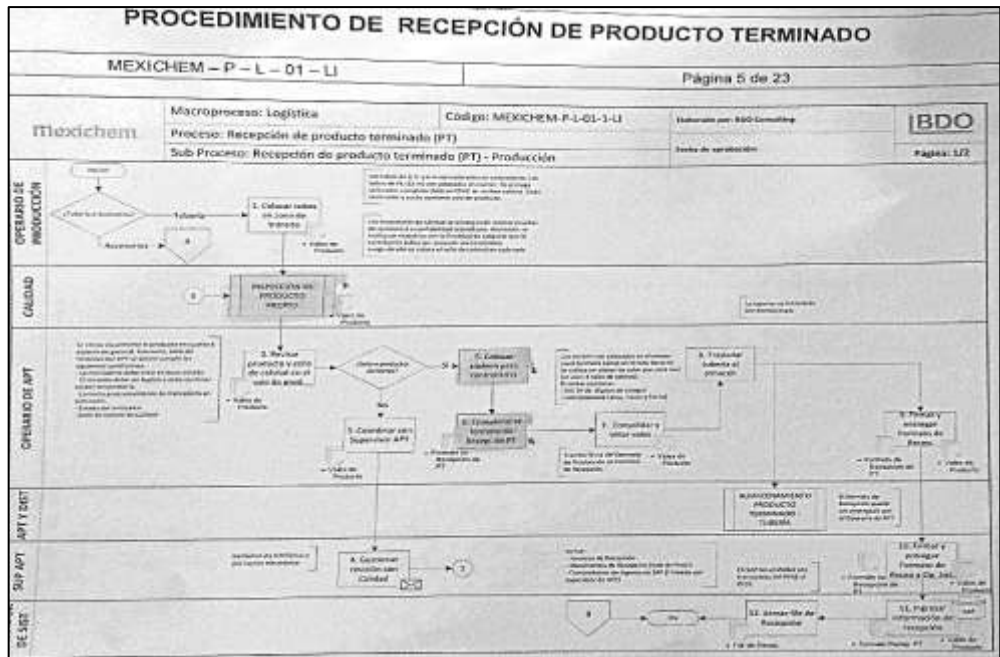
#### ***2.2.1.4. Dimensiones de la variable gestión de almacenes.***

##### *2.2.1.4.1. Dimensión 1: La recepción*

Es la baja de materiales de las unidades de transporte y que son colocadas en el área donde se reciben a través de los canales y finaliza cuando los productos o las mercancías son colocados en la zona de almacenamiento (Carreño, 2017).

La utilización de los códigos de barra agiliza la recepción de las mercancías como también se puede identificar en forma exacta lo que se recibe.

Una de las políticas de la empresa Pavco wavin (Ex Mexichem) es recibir los productos terminados provenientes del área de producción (Extrusión e Inyección) que contenga el vale de producto con sello de calidad. Por ningún motivo, el almacén, áreas de productos terminados recibirá lotes que no contengan el sello de calidad mencionado.



**Figura 1.** Procedimiento de recepción de Producto Terminado

2.2.1.4.2. Dimensión 2. Almacén

Función de la logística que permite mantener cercanos los productos a los distintos mercados, al tiempo que puede ajustar la producción a los niveles de la demanda y facilita el servicio al cliente. (Iglesias, 2012).

**El almacenaje o almacenamiento** es la acción por el cual los productos o las mercancías se colocan dentro de la zona del almacén que se destina a depósito y conservación, en cuanto a la **distribución** de las mercancías y organización se encuentra en función de la forma como se colocan y como se usa el espacio disponible (Escudero, 2018).

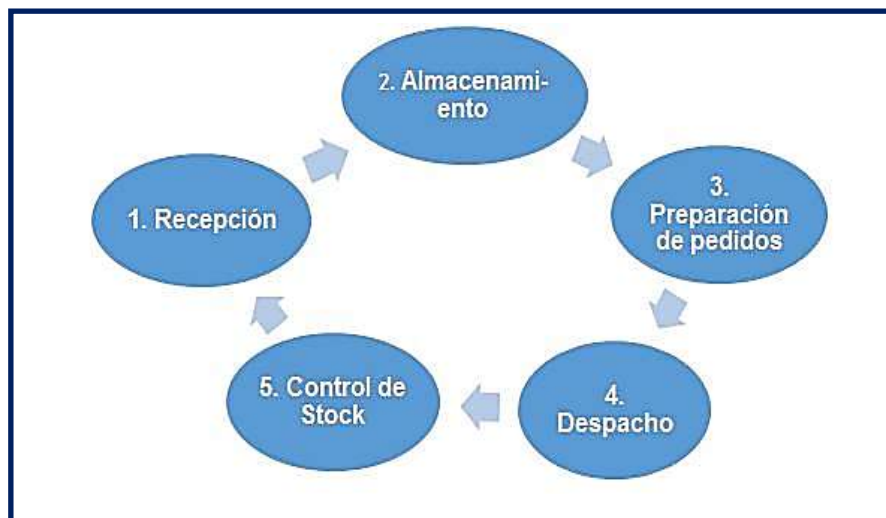
Existen métodos de **almacenaje** de acuerdo a la colocación o distribución de las mercancías Almacenaje ordenado, almacenaje desordenado o caótico, almacenaje en bloque y almacenaje a granel (Escudero, 2018).

El primero es el que se atribuye un lugar a cada producto con un solo tipo de mercancía, esto facilita la manipulación, el control y el recuento del stock. El segundo las mercancías ingresan al almacén, según el orden de llegada en los lugares existentes o también llamados huecos, al no tener lugares específicos éste se puede llenar al máximo, por lo que se requiere entonces dimensiones adecuadas



en el almacén; en el tercero las mercancías según el orden de llegada se van colocando una a continuación de otra, en forma de pila no se deja espacios que sean intermedios, lo que permite el 100% de uso del almacén, entonces el almacén se puede llenar al máximo se forma varios bloques de acuerdo al tipo, de productos: en el cuarto almacenaje a granel es su utilización para mercancías o productos que no están organizados sean en unidades de carga, sean bultos, o cajas, estas mercancías se almacena en el centro del almacén o como montones pegadas a la pared,

En la empresa Pavco wavin se utilizan algunos tipos de almacenaje como son el almacenaje ordenado y a granel que responden a las expectativas para su distribución de los diferentes tipos de productos.



**Figura 2.** Ciclo de almacenamiento  
Fuente: Cadena de suministro y logística

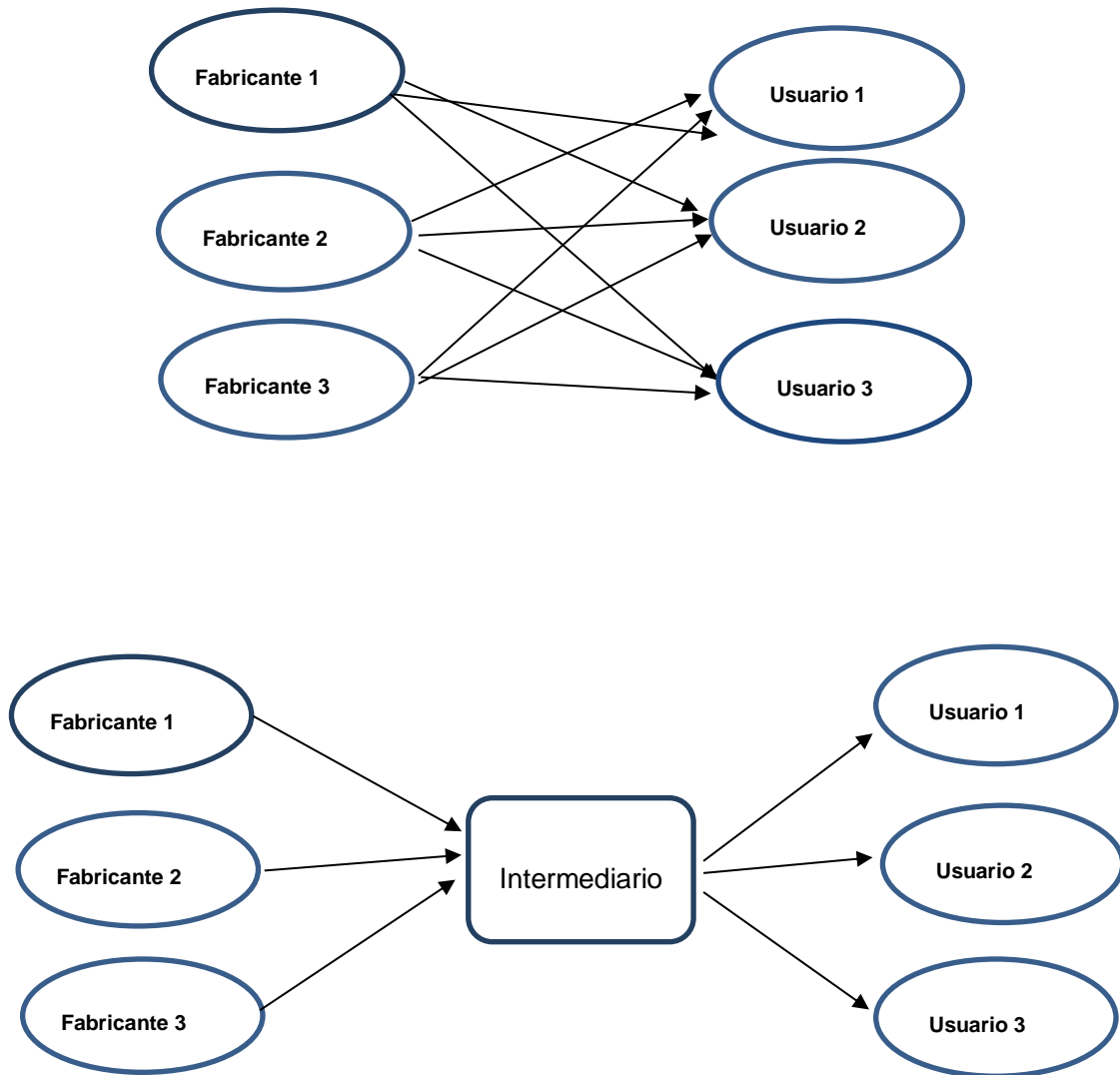
#### 2.2.1.4.3. Dimensión 3. Distribución

Es lo relacionado con la circulación de los tipos de productos terminados al final del proceso productivo hasta llegar al usuario final quien lo adquiere para el consumo, abarca también lo que se denomina flujo inverso de los productos desde los clientes hasta llegar a los productores (Carreño, 2017).

Los canales de distribución están conformados por organizaciones empresariales cuyo propósito es hacer llegar sus productos o servicios desde el

lugar de fabricación hasta los lugares donde se encuentran los consumidores. Entre los lugares de producción y los consumidores pueden existir intermediarios estos elevan los costos para el consumidor final.

Existen dos tipos de canales según su distribución los de relación directa entre productores y consumidores y los de relación indirecta donde se incluye a los intermediarios.



**Figura 4.** *Relación indirecta Usando Intermediarios*  
Fuente: Cadena de suministro y logística (Adolfo Carreño Solís)

En Pavco Wavin (Ex Mexichem), los canales de distribución, tienen una relación indirecta toda vez que existen los distribuidores que no pertenecen a la empresa y se encargan de hacer llegar los productos a los consumidores finales.

### **2.2.1.5. Indicadores de la variable gestión de almacenes.**

#### **A) Espacio.**

Siendo el almacén un área de la organización para la protección, custodia, admisión o ingreso y control de los productos, el espacio viene a estar dado por las condiciones que satisfagan en el proceso estas diferentes funciones, por lo tanto, un lugar físico de forma organizada y proyectada, para el proceso logístico.

#### **B) Manejo de materiales.**

También conocida como movimiento de materiales es la conexión o interrelación que incluye procedimientos, montajes y todo el aprovisionamiento y abastecimiento, que nos sirve para transportar y almacenar en el cumplimiento de los objetivos propios de la organización. (Kulwiec, 1985, p. 4).

#### **C) Inspección y documentación.**

Dentro de la inspección los responsables de estas actividades deberán de validar dichos documentos, por lo que estos documentitos deben de tener un tipo, título y la descripción respectiva, que se puede realizar también electrónicamente. Su propósito es realizar un examen previamente planificado y de forma sistemática, esto nos dará una clara visión actual a fin de adoptar las medidas necesarias que tiene que ver con personas, también con los bienes almacenados y por su puesto con el entorno o medio ambiente.

#### **D) Productos.**

Está dado por alguna cosa el cual esta se ha sido producida de una de las dos formas natural o también artificial, esto luego de haber realizado en diferentes etapas o actividades, por su puesto como consecuencia de un esfuerzo o de una operación determinada.

#### **E) Artículos**

Conocido también como mercancía, podremos decir que por ser de procedencia muy variada, entonces esto hace que no podamos encontrar un almacén con los diferentes tipos y variedades de artículos, sin embargo, podemos

hacer una clasificación de los artículos considerando algunos criterios que podamos elegir como a continuación detallamos:

- Considerando es aspecto físico: sólidos, líquidos y gaseosos.
- Según sus propiedades inherentes: duraderos y perecederos.
- Según la unidad de medida: Longitud, peso, capacidad y superficie.
- Según la rotación de salida: De alta rotación, media rotación y baja rotación.

Los artículos pueden ser codificados formado por varios dígitos, por familia, sub familia, articulo y dígito de control.

#### **F) Medio**

Los medios en la distribución son distintos, los que se usan en el almacenamiento con la finalidad de dar protección y a nivel del transporte como de manipulación de los mismos tales como papel manilo, papel fuerte, cartón ondulado, bolsa de polietileno, malla de polietileno, manta de burbujas, caja reticulada de madera, caja reticulada de poliuretano, cilindro de cartón. Por ello, el traslado dentro del almacén debe impedir que este se deforme y como consecuencia eleve los costos.

#### **G) Documento**

Dentro de los procesos de almacenamiento se han de utilizar aquellos que sirven para los pedidos que sirven para solicitar los diferentes tipos de productos y los que se utilizan para la entrada al almacén estos documentos van a garantizar el ingreso propiamente dicho de los productos, los cuales deben estar bien estructurados y que garanticen la conformidad de los mismos.

El documento llamado requisición de materiales es él que se tiene que hacer por el usuario o comprador con la finalidad de dar la certificación de los artículos que se recibieron llamados pedidos o las órdenes que se hace al comprarla como un comprobante de compra y venta o llamado a factura.

Por otro lado, el documento orden de compra que nos sirve la verificar la realización de la operación, sirve para solicitar las necesidades de la organización como materiales.

## **I) Revisión.**

Consiste en un análisis de forma detallado y cuidadoso de los productos que ingresan y salen del almacén, con la finalidad de hacer posibles modificaciones necesarias de acuerdo con las especificaciones y protocolos de la organización.

## **J) Cotejo**

Están considerados como importantes enunciados en forma específica que pueden ser acciones, procesos, tareas etc. En el cual se registran las características importantes de los productos y este sirve para evaluarlos, pueden ser lista para controla, comprobación, verificación, confrontación, corroboración, etc. "Check list" o "Checking list"

### **2.2.2. Variable 2: Ventas**

#### **2.2.2.1. Definición de ventas.**

Según los diferentes autores definen las ventas de manera siguiente: El proceso personal o impersonal de ayudar y/o persuadir a un cliente potencial para que compre un artículo o un servicio o para que actúe favorablemente sobre una idea que tiene importancia comercial sobre el vendedor". Este concepto tiene una estrecha relación con la administración ya que implica la unión de varias personas y procesos para un fin común, a este se conoce como la venta. (Marjorie, 2018). El Diccionario de la Real Academia Española (RAE), define a la venta como "la acción y efecto de vender. Cantidad de cosas que se venden. Contrato en virtud del cual se transfiere a dominio ajeno una cosa propia por el precio pactado" (Sitio web de la RAE: URL del sitio = <http://www.rae.es/>. Sección: Diccionario de la Lengua Española). (Thompson, 2016).

La American Marketing Association, define la venta como "el proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador)" (Del sitio web de la American Marketing Association: [arketingPower.com](http://www.marketingpower.com/), sección Dictionary of Marketing Terms, URL del sitio: <http://www.marketingpower.com/>). (Thompson, 2016).

El Diccionario de Marketing de Cultural S.A., define a la venta como "un contrato en el que el vendedor se obliga a transmitir una cosa o un derecho al comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero". También, incluye en su definición, que "la venta puede considerarse como un proceso personal o impersonal mediante el cual, el vendedor pretende influir en el comprador" (Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., p. 340). (Thompson, 2016).

Allan L. Reid, autor del libro "Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones", afirma que la venta promueve un intercambio de productos y servicios (Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones, de Allan L. Reid, Editorial Diana, p. 54.).

Laura Fischer y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", consideran que la venta es una función que forma parte del proceso sistemático de la mercadotecnia y la definen como "toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio". Ambos autores señalan, además, que es "en este punto (la venta), donde se hace efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores (investigación de mercado, decisiones sobre el producto y decisiones de precio)" (Mercadotecnia, Tercera Edición, de Laura Fischer y Jorge Espejo, Mc Graw Hill, p. 26 y 27). (Thompson, 2016).

Es innumerable las personas y organizaciones que en la actualidad se dedican a la labor del comercio, y esto involucra por un lado los procesos de ventas y por otro la gestión de ventas ambos traen como consecuencia el éxito comercial individual y de las organizaciones empresariales. (Sergio Román, Inés Kuster-Madrid: Paraninfo, 2014)

Las ventas no es más que la orientación administrativa que sostiene que los consumidores no comprarán el volumen suficiente de productos de la empresa, a no ser que ésta emprenda un gran esfuerzo de promoción y ventas.

La venta tiene que ver con los consumidores en cuanto se refiere al volumen que se adquirirá, dado que los consumidores en la práctica no adquieren la totalidad salvo que exista una gran promoción y propaganda del producto.

Como toda organización debe de contar con funciones y a las ves estas deben tener una comunicación fluida, entenderemos a la organización como la

sumatoria de las funciones y las comunicaciones. Por otro lado, los grupos o equipos de personas que están afectados por una disposición de actividades es la que forma la estructura de las ventas y cuyo recorrido sirve para optimizar los objetivos que se han predefinido. Pozuelo, 2013.

La promoción de ventas como un conjunto de herramientas que nos servirán para atraer a los consumidores para ello se utilizan los llamados incentivos y esto dará lugar al incremento de las ventas (Kotler, Armstrong 2012).

García, Luis (2009) Considera un punto de vista muy importante, al manifestar que algunas organizaciones empresariales en vez de mirar las ventas con una mirada larga, proyectista estas las miran con una corta, por lo que concluye que las ventas no es un simple trabajo por el contrario se debe considerarla como una profesión.

Fischer, Espejo (2007) “Toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio”. Los autores además ellos nos manifiestan también que “en este punto (la venta), donde se hace efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores (investigación de mercado, decisiones sobre el producto y decisiones de precio”.

Romero (2006) nos da una definición de las ventas como “La cesión de una mercancía mediante un precio convenido”. La venta puede ser de tres tipos al contado, a crédito y a plazos, de esta forma:

- **Al contado:** al momento de adquirir el producto está también se paga.
- **A crédito:** luego de haber adquirido el producto este se paga con posterioridad.
- **A plazos:** Cuando el pago se hace en varias partes diario, semanal, quincenal, mensual, en otras palabras, se realiza una división del tiempo para hacer el pago en partes.

Podemos resumir valiéndonos de lo anterior que “venta” es la transacción de productos o servicios, que puede ser un proceso presencial o no virtual, donde el que realiza la venta genera la necesidad hacia el que realiza la venta.

### **2.2.2.2. Clasificación de las ventas.**

Las ventas las podemos clasificar siguiendo la estructura mencionada por (S. Miquel et. al. 1996 en su libro Marketing de servicio), en de la siguiente manera:

**Venta personal:** donde se requiere la presencia tanto del vendedor como la del comprador esta puede ser al interior o al exterior de la empresa.

**Venta personal dentro de la organización:** Estas pueden darse venta al mostrador, en autoservicios, ferias y en la propia empresa.

**Venta personal fuera de la organización:** Estas pueden ser industriales y a tiendas, a prescriptores, venta domiciliaria. Ventas multinivel como la piramidal. Venta a distancia como la directa, telefónica, por tv., venta electrónica y venta entre ordenadores.

### **2.2.2.3. Características de las ventas**

Dentro de la historia haciendo una mirada retrospectiva en lo que se refiere a las ventas podemos señalar:

- **En la prehistoria** el ser humano no tenía conocimiento de arte y técnica de la producción, en esta etapa se observa cría de animales, cacería para subsistir.
- **El trueque o permuta** intercambio primitivo se daba en grupos sociales como en forma privada. Su dificultad era encontrar personas que quieran adquirir lo que uno le ofrecía y de otra parte encontrar un producto de su interés en cuanto a la cantidad y la forma para poder hacer el trueque.
- **En la edad media** el señor feudal al ser dueño de todas las tierras los productos no se vendían se daban a los vasallos a cambio de protección militar.
- **La revolución industrial** durante el siglo XVII por la invención de la máquina de vapor la economía sufrió una expansión. La venta era solo de comerciantes y productores.
- **La era de las ventas** Siglo XX dos grandes guerras mundiales hacen caer las empresas productoras baja nivel de consumo. Países europeos



destruidos no habría quien comprase productos, EE.UU. tenía capacidad enorme para producir, con esto necesitaban vender. Es en esta época que nace el oficio de las ventas, los empresarios promueven productos y los agentes de ventas deben vender a como dé lugar. Práctica de ventas a presión. Al saturarse los productos alternativos, nace la competencia, nace el fenómeno japonés productos a bajo costo.

- **La era de la mercadotecnia**, antes de esto la demanda superaba a los ofertante, se da un cambio radical ahora se solicita calidad y precio, nace la mercadotecnia, la investigación de mercados, esto daba lugar a que los vendedores sepan preferencia y gusto de los clientes o llamados consumidores.
- **La era de la información** los clientes usuarios tiene acceso a cantidad de información, usuarios educados no se dejan manipular, no requieren entrevista, no visitan establecimientos es más virtual. Entonces: **¿Cómo debería ser un vendedor?**

Las características sobre las ventas las haremos en función a la organización (**Scribd Características de ventas por Janeth Velásquez**) y entre ellas menciona las siguientes como a continuación pasamos a explicarlas:

#### *2.2.2.3.1. Ventas como arte.*

El arte está en que el vendedor debe de, en primer lugar, saber escuchar al cliente con la finalidad de tener el conocimiento de lo que él desea y de lo que necesita, esto trae como consecuencia la aplicación propia de las destrezas del vendedor. Las ventas deben de entenderse como el corazón de toda organización comercial. Las ventas como arte también es persuadir que se aplica con algunas técnicas constituidas por las herramientas y también los instrumentos que se aplicaran en el momento de las ventas. De lo que se trata, es de conocer el comportamiento del consumidor para ello se necesita de la psicología, sociología y algo muy importantes la experiencia de vendedores con la aplicación del neuro marketing y el método de AIDDA (Atención, Interés, demostración, Deseo y Acción) Wheeler, Ddale que se sigue utilizando hasta la fecha. Para luego, el vendedor

conseguir el interés del consumidor y así darle el conocimiento de su producto para llegar a la acción que se convierte en el cierre<sup>3</sup> de la venta.

#### *2.2.2.3.2. Ventas satisfaciendo necesidades*

Característica muy importante de las ventas, se trata de localizar puntos estratégicos de ventas (análisis y necesidades de los usuarios), conocer los puntos de vistas de los usuarios (interés, las necesidades y los deseos), esto nos lleva a conservar a los clientes y por lo demás el usuario deba tener confianza y fidelidad hacia la empresa. Entonces la filosofía sería “Yo gano-Tú ganas”.

#### **2.2.2.4. Dimensiones de la variable ventas.**

##### *2.2.2.4.1. Dimensión 1. Fuerza de ventas*

**Antecedentes:** Empresa con trayectoria más de 20 años, encargada producción y comercialización de todo tipo de tuberías de plástico (PVC y Polietileno).

Su servicio tiene una orientación con eficacia, en la satisfacción y el servicio a sus clientes con responsabilidad y asumiendo calidad en el servicio.

Su fuerza de trabajo, es la que garantiza el consumo de sus productos que están garantizados por las normas de calidad y con el impulso del servicio y la distribución de sus productos, tiene una larga experiencia y confianza de sus proveedores con la finalidad dar la satisfacción necesaria del consumo de sus productos también de la cantidad o el volumen que le requieren.

**Misión:** Transformar químicos en productos, servicios y soluciones innovadoras para los diversos sectores industriales, a través de nuestra excelencia operativa y enfoque en las necesidades del mercado, con el compromiso de generar valor continuo para nuestros clientes colaboradores, socios, accionistas y con, unidad, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la gente.

**Visión:** Ser respetada y admirada mundialmente como una compañía química líder enfocada en generar resultados, contribuir al progreso y mejorar la vida de las personas.

## **Valores:**

- **Liderazgo:** Buscamos continuamente impulsar la innovación en nuestros productos, procesos y soluciones así con o la generación de un impacto positivo en el mercado y la industria
- **Responsabilidad:** Actuamos de manera responsable y equitativa en la comunidad donde participamos. Contribuimos de la mejor manera posible con la perseverancia del medio ambiente a través de acciones sustentables.
- **El compromiso:** Creemos en la dedicación, el enfoque hacia metas comunes y el trabajo en equipo para superar que las expectativas de nuestros clientes y cumplir los compromisos ofreciendo a los socios, colaboradores y comunidades de las que formamos parte y en donde operamos.

**Orientando a resultados:** Cerremos en eficiencia y excelencia operacional y financiera; en ofrecer resultados positivos con un crecimiento sostenido y productos que marcan la diferencia.

**Seguridad:** La salud y seguridad de nuestra gente son nuestras prioridades.

**Integridad:** Estamos comprometidos hacer un actor ético, honesto y confiable, que actúa de manera Apropia y respetuosa con sus colaboradores.

**Fuerza de ventas:** Fuerza de Ventas, se refiere a todo el personal fuera o externo de la organización empresarial o propia a esta organización, su actividad es la comercialización de sus productos o servicios, sin dejar de lado otras personas o colaboradores que participan en el desarrollo de las ventas y en sentido amplio son componentes de esta fuerza. (Loja, 2013)

La fuerza de ventas de esta empresa esta segmentada insertándose en el mercado actual externo a la organización empresarial y tiene las siguientes formas:

**Al mayoreo:** Se da servicio a las distribuidoras y organizaciones de tipo Retail que tiene un volumen de compras en promedio de 1700 TN mensuales de productos.

Se atienden también tiendas con cadenas de tiendas que tienen en promedio en promedio hasta 10 sucursales cuya superficie comercial se encuentra entre los 250 metros cuadrados.

**Ventas al Detalle:** Existen dos tipos de ventas al detalle:

- 1) En enzunchado donde los productos se protegen con cintas metálicas.
- 2) En Stretch film donde los productos se protegen con plástico que se menciona.

**Operación:** La operación en el área de ventas se realiza mediante las siguientes actividades generales: Se levantan los pedidos ya sea telefónicamente o correo electrónico, dependiendo del segmento de la fuerza de ventas.

Se elaboran las órdenes de venta a través de facturación y pasa al supervisor a fin de que se entregue al personal técnico de almacén.

Antes del horario de salida, se comienza la operación de registrar todas las operaciones de ventas y gastos realizados, de cada uno de los segmentos de la fuerza de ventas.

Se generan reportes de las ventas del día y gastos de operación y reporte de devoluciones.

Una vez obtenidos los reportes anteriores, se verifica la correcta captura de datos y se entrega al área de cobranzas, quien deriva al área de logística para su estadística mensual.

Posteriormente, estos reportes se archivan históricamente y se utilizan para consultas a través del tiempo.

#### *2.2.2.4.2 Dimensiones 2. Riesgo*

Según el diccionario de la Lengua Española, del ant. Riesco “risco”, por el peligro que suponen. Contingencia o proximidad de un daño.

Cada una de las contingencias que pueden ser objeto de un contrato de seguro. También nos menciona que el riesgo operativo, es pues el riesgo que de una u otra forma sufren las empresas por errar o equivocarse y que procede de su propio funcionamiento.

Visto de una manera o enfoque tradicional, típico o habitual en todas las organizaciones empresariales, los riesgos han sido resueltos o atacados, como táctica, maniobra o estrategias de reacción y con soluciones para el momento ósea

en forma puntual; sin embargo, podemos observar que a través de la experiencia tanto los elementos como los factores de los riesgos en toda la organización siempre son los mismos (Cáceres, Lizarzaburu, 2016).

La información pues de los procesos en todas las organizaciones debe de ser y siempre será lo más importantes, debido a que con ella podemos tener claro los datos a procesar, en ese sentido debemos asegurar la protección de los procesos o funciones organizacionales, para que existe seguridad de toda la información y se logre prolongación en todos los procesos esto nos permitirá comparar o constatar los riesgos en las actividades.

Los riesgos están ligados a juicios concepciones como los eventos de riesgos, así como las amenazas y más aún la incertidumbre y se manifiesta en todas las actividades que se encuentran en una empresa u organización empresarial (Cáceres, Lizarzaburu, 2016).

Se debe comprometer las jerarquías tanto las de los niveles operativos como los que se refieren a la alta dirección, ellos en conjunto identificaran en forma puntual dos aspectos fundamentales como son las debilidades (vulnerabilidades) y los desafíos (amenazas) que se puedan presentar y estar expuestas las políticas y sobre todo los procesos que se dan en los servicios y también los sistemas de los lugares y zonas de ventas de la organización empresarial (Tabón, Zárate 2015).

Las situaciones de riesgo tienen que ver por un lado con todas las operaciones y actividades que se realizan en las áreas que componen la estructura de las organizaciones empresariales y por otro lado, el compromiso de los niveles jerárquicos para asegurar y proteger la información actualizada para el logro de los procesos identificando las debilidades y las amenazas con la finalidad de mitigar los eventos e incertidumbres prospectivos en las ventas.

#### *2.2.2.4.3. Dimensión 3. Comunicación*

El Diccionario de la Lengua Española nos refiere sobre la comunicación lo siguiente: Del lat. *Communicatio*, -ónix. Indica también que es una acción y efecto de comunicar o comunicarse. Y por otro lado viene a ser un trato, correspondencia entre dos o más personas.

La comunicación es parte fundamental en el proceso de la toma de decisiones, en este contexto, podemos observar la comunicación interpersonal (comunicación oral) entre vendedor y comprador, en donde se da información luego se persuade, existe un desarrollo de actitudes con respecto a la imagen y representativa de la organización, con la finalidad de dar un buen servicio, captar y transmitir los cambios que se dan exclusivamente en el mercado.

Este tiene ciertas características como son las ventajas y los inconvenientes o desventajas, para el primero existe flexibilidad, comunicación directa aquí se aclaran dudas, etc., sin embargo, para el segundo el alcance es limitado, los costos son elevados y debe darse como parte fundamental capacitación la formación entre otros, esto en referencia al caso de las ventas.

En la era de la información, destacamos la tecnología digital, en donde los consumidores pueden hacer uso de las tecnologías con la finalidad de verificar las marcas de los productos; en Francia por ejemplo existe un aplicativo móvil llamado YUCA, con esto se puede acceder al escaneo de código de barras (cosméticos) además el 36% de los consumidores manifiestan que las redes sociales dan facilidad para instruirnos de las marcas de los productos (Ruth, 2019).

Para una buena comunicación se propone un análisis de la información que se debe de dar en siete etapas, estas usando el principio de Pareto y el formato propuesto por el Ing. Ignacio Vizcaíno Tapia y estas comprenden: Recopilación de la información en el área de ventas, Clasificación de la información (por producto, por tipo de producto, por proveedor, por fuerza de ventas, por segmento y grupo de fuerza de ventas) después de esta parte se desarrolla un análisis mensual de información por participación de ventas y utilidades generadas (Salazar, 2008).

Por lo tanto, podemos afirmar que la información previa, así como el entendimiento del producto son fundamentales para que exista eficacia en las ventas.

### **2.2.2.5. Indicadores de la variable ventas**

#### **A) Efectividad**

Entendemos la efectividad como el logro o cumplimiento de las metas previamente planificadas para dar cumplimiento a la gestión de los almacenes satisfaciendo los requerimientos del área de las ventas oportuna en el tiempo dado, dando la seguridad para dar un servicio al cliente o usuario y así lograr la productividad requerida por las organizaciones empresariales. Por tanto, viene a ser la capacidad de lograr o conseguir resultados y tiene una relación directa con la eficacia y eficiencia. Esto nos conlleva a decir que un almacén es efectivo en la medida que logre sus resultados en forma eficaz y eficiente.

#### **B) Eficiencia**

Es el logro de objetivos que se realiza en el proceso minimizando los costos y recursos disponibles en las actividades y las acciones propias de las organizaciones. Por tanto, la eficiencia de un almacén se vincula en la utilización de los medios que dispone de una manera racional con la finalidad de lograr un ordenamiento adecuado satisfaciendo los pedidos del área de ventas para cumplir con los pedidos de los clientes en tiempo oportuno y con productos de calidad, optimizando así la distribución de los pedidos.

#### **C) Servicio al cliente**

También conocido como atención al cliente, está dado por la variedad de métodos que emplean las organizaciones con la finalidad de contactarse con los clientes, esto por supuesto nos garantiza que los productos lleguen hacia los usuarios. Por tanto, el servicio al cliente frente a los almacenes viene a ser los métodos que usa el responsable del mismo utilizando también, sus habilidades con la finalidad de que los pedidos del área de ventas a través de la gestión de almacenes y el marketing respectivo puedan garantizar que el bien o el servicio llegue a hacia los consumidores.

#### **D) Seguridad**

Tanto en la empresa como en la industria son de gran importancia, está siempre busca en cuanto todo tipo de riesgo minimizarlos hasta llegar a cero

accidentes por supuesto de operaciones y son los recursos humanos lo prioritario considerando su integridad y vida en relación a las demás acciones y/o actividades empresariales. Por tanto, es importante la inversión tanto en la parte financiera de la seguridad como en la parte de la salud.

#### **E) Confianza.**

El riesgo sabemos que se puede disminuir o gestionar, sin embargo este no se puede eliminar y se considera como una de las prioridades empresariales, paralelo a esto la confianza de las organizaciones es de suma importancia por cuanto deba realizar o tener esa capacidad de una gestión que logre disminuir los riesgos, muchas organizaciones no asumen este rol vital por la desconfianza de sus capacidades en entender y hacer una evaluación de los riesgos con la finalidad de dar respuesta a esta acciones bajan el nivel de confianza. Por tanto, la confianza de las organizaciones la podemos entender como un pilar fundamental para afrontar grandes escenarios con referencia a la gestión de los almacenes.

#### **F) Información previa**

La información es un conocimiento previo este proporciona significado y además un sentido de las cosas. Por tanto, la información en la gestión de almacenes está dado por el conjunto de datos organizadamente y también estos están procesados, constituyendo mensajes de las acciones a realizar para generar el conocimiento en función a las demandas de los productos requerido por el área de ventas.

#### **G) Entendimiento del producto**

Está dado por el conocimiento del producto, los atributos, las características, los beneficios, lo que los usuarios o clientes hagan con él. En ese sentido el entendimiento del producto para la gestión de almacenes tiene que ver con la variedad de artículos que se encuentra en el almacén y de la forma de cómo pueden estos satisfacer las necesidades de los usuarios, como también el margen de diferencia que existe con la competencia a fin de se tenga en forma clara lo que los clientes puedan hacer con él y el área de ventas logre los propósitos de los pedidos.



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

**Activos intangibles:** Son los activos de una organización empresarial que no existen físicamente, sin embargo, estos generan valor y son parte contable; ejemplo: la marca de una empresa, que emite confiabilidad y reconocimiento que genera valor en los mercados determinando.

**Almacén:** Lugar que está destinado al abastecimiento, acopio, reserva y resguardo de productos terminados y semi terminados para su distribución a al área de las ventas.

**Capital humano:** Son los recursos humanos que con sus capacidades incrementan la productividad y la producción en las ventas.

**Capacitación:** Proceso de actividades que conllevan a la formación e identificación de las funciones inherentes al cargo en los trabajadores impartiendo los conocimientos y las técnicas para generar habilidades en los trabajadores y empleados.

**Ciclo de Almacenamiento:** Son las etapas, fases o periodos de almacenamiento de los productos terminados o semi terminados tales como Recepción, almacenaje, preparación, despacho y control de stock.

**Codificar:** Es el proceso de convertir la información en códigos fácilmente entendibles para una mejor distribución de los productos en un determinado almacén.

**Competencias:** Se considera así a las habilidades, destrezas, actitudes, valores y el conocimiento para poder afrontar las situaciones laborales en una organización.

**Distribución:** Método por el cual llegan los productos del almacén al área de ventas de acuerdo a los pedidos de esta, utilizando estrategias y las habilidades de los responsables del almacenaje.

**Desempeño laboral:** Forma en que los trabajadores o empleados de las organizaciones empresariales trabajan en forma eficiente y eficaz para alcanzar los objetivos y las metas organizacionales.

**Diagnostico DAFO:** Es una estrategia, para que la empresa, pueda minimizar los riesgos en el futuro, mediano y largo plazo. (DAFO: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades)

**Eficiencia:** Logro de objetivos minimizando el uso de los recursos en el proceso de producción de los productos.

**Eficacia:** Logro de las metas propuesta sin considerar los recursos utilizados para dicho propósito

**Efectividad:** Viene a ser el conocimiento de las necesidades de los usuarios en cuanto al bien o servicio en el entorno de las organizaciones utilizando variables exógenas a fin de satisfacer las necesidades en forma óptima.

**Fuerza de Ventas:** Comercialización de productos o servicios conjuntamente con los colaboradores del desarrollo de las ventas.

**Gestión:** Es una palabra cuyo origen viene del latín “gestio – onis”. Que significa acción y el efecto de gestionar. La gestión es la administración complementado con el liderazgo entre personas, grupos organizados y equipos para lograr productividad en los procesos y las actividades.

**Inventario:** Es la relación ordenada de todos los productos terminados y semi terminados que se encuentran en el almacén que tienen sus características pertinentes.

**Logística:** Son las actividades u operaciones que se deben realizar con la finalidad que los productos logren su destino, este es el cliente.

**Mejor alternativa:** Es la elección considerando el costo de oportunidad entre varias alternativas.

**Modelos de inventarios:** Métodos que sirven para la agrupación de los productos o artículos en un almacén con su respectivo valor en unidades monetarias, a fin de buscar la mejor alternativa sobre los costos.

**Nivel de inventario:** No solamente es el stock, sino más aun la cantidad óptima de los productos en el almacén con la finalidad de evitar el exceso de productos, también evitar perder las ventas.

**Optimización:** Maximizar las utilidades o producción como también minimizar los costos.

**Organización:** Toda institución u empresas con fines o sin fines de lucro.

**Organización empresarial:** Organización con fines de lucro.

**Organismos no gubernamentales (ONG):** Organización sin fines de lucro.

**Operación logística:** Acciones o actividades para implementar funciones para un buen flujo de materiales e información.

**Proceso:** Conjunto de actividades u operaciones a que se someten los productos o artículos del almacén para su mejor distribución.

**Prototipos:** Es el primer diseño que sirve como modelo en una organización sea en alguna área específica y puede aplicarse o mejorarse en otras organizaciones.

**Productividad:** Capacidad de producción por unidad de trabajo. Es una relación entre la actividad y los medios necesarios para este, nos sirve como un buen indicador de la eficiencia al relacionar la cantidad de recursos empleados y la cantidad producida.

**Revolución industrial:** Proceso donde se dan transformaciones, a nivel de las tecnologías, que se utilizan en la producción en serie.

**Recursos humanos:** Es el conjunto de los colaboradores, empleados, trabajadores, que laboran en una empresa, un área o un almacén.

**Trabajador operativo:** Parte de los trabajadores de las organizaciones empresariales que emplean esfuerzo físico.

**Monitorizar los procesos:** Es el que requiere supervisiones de gerencia y retroalimentación de los empleados y clientes, para obtener información fin de mejorar la gestión y la productividad.

### **III. MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. Hipótesis de la investigación**

##### **3.1.1. Hipótesis general**

**HG** Existe una relación entre la gestión de almacenes y la venta de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin. –El Agustino, 2019

##### **3.1.2. Hipótesis específica**

**HE 1** Existe relación significativa de la recepción con las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin El Agustino, 2019

**HE 2** Existe relación significativa del almacenamiento y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin El Agustino, 2019.

**HE 3** Existe relación significativa de la distribución y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin El Agustino, 2019.

#### **3.2. Variable de estudio**

##### **3.2.1. Definición conceptual**

###### **3.2.1.1. Variable 1. Gestión de almacenes**

El lograr que exista correspondencia equitativa entre la entrada y salida de los materiales, para evitar altos con poca rotación en los almacenes todo ello en base a la política de la empresa y del capital económico que dispone (Gómez, 2013).

El proceso de recepción, almacenar y dar movimiento en el lugar fijo denominado almacén, donde se distribuyen, despachan o consumen productos como materia prima, insumos, productos terminados y/o semi terminados dentro de los procesos logísticos que nos sirven para dar tratamiento a la información generada se llama gestión de almacén (Bureau, 2016).

Al conjunto de actividades que sirven para guardar, conservar artículos o productos en buenas condiciones (óptimas) desde su producción hasta la llegada al cliente o el usuario para su utilización se llama almacenamiento”. (Mora, 2010)

Esto nos muestra el cómo salvaguardar los productos desde que llegan al almacén hasta que son distribuidos al usuario de acuerdo a sus pedidos o ventas.

Almacenes lugares que sirven para estoquear o guardar todos los tipos de productos, con una cierta forma, procedimiento o política que tiene que ver con los inventarios, los tiempos de distribución el stock de materiales, los precios y la protección de los productos por daños o robo con la finalidad de tener información pertinente y oportuna de las mismas. (Reyes, 2009).

### **3.2.2. Definición operacional**

#### **3.2.2.1. Variable 1. Gestión de almacenes**

La variable N° 1 gestión de almacenes está integrada por las tres dimensiones recepción, almacenamiento, distribución y la dimensión n° 1 recepción está integrado por las siguientes tres indicadores espacio, manejo de materiales, inspección y documentación y la dimensión n° 2 almacenamiento está integrado por las siguientes tres indicadores productos, espacio, articulo y la dimensión N° 3 está integrado por las siguientes cuatro indicadores medio, revisión, documento y cotejo; se aplicó para las tres dimensiones 20 preguntas de respuestas cerradas cuyas alternativas se presentan en escala de Likert. Estas respuestas obtenidas de las encuestas hechas a los trabajadores seleccionados se agrupo en base de datos del paquete SPSS 26 en tres cortes, cuyo valor es como sigue bajo, medio, alta, para la variable gestión de almacenes y sus dimensiones.

#### **3.2.2.2. Variable 2. Ventas**

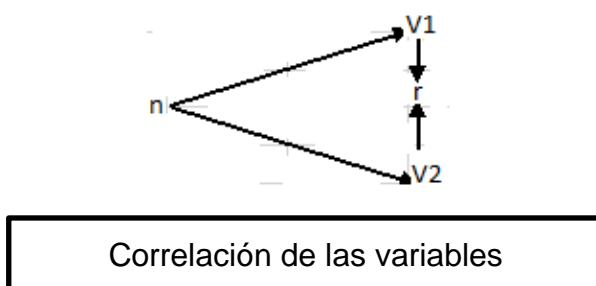
La variable 2 ventas está integrada por las tres dimensiones fuerza de ventas, riesgo y conocimiento; y la dimensión 1 fuerza de ventas está integrado por las siguientes tres indicadores efectividad, eficiencia, servicio al cliente y la dimensión 2 riesgo está integrado por las siguientes tres indicadores; margen de ventas, stock de ventas, ventas por promociones; la dimensión 3 conocimiento está conformado por dos indicadores información previa, entendimiento del producto; se aplicó para las dos dimensiones 20 preguntas de respuestas cerradas cuyas alternativas se presentan en escala de Likert. Estas respuestas obtenidas de las encuestas hechas a las personas seleccionadas se agrupo en tres cortes en base de datos del paquete SPSS 26, cuyo valor es como sigue bajo, medio, alto, para la variable ventas y sus dimensiones.

### 3.3. Tipo y nivel de investigación

Expost facto. La investigación que se ha empleado es relacional, por tener dos variables es bivariada, y de tipo no experimental o Expost facto., no se manipulan las variables en forma deliberada, si no lo que se hace es observar las variables tal como se da en el contexto, para analizarlos. En conclusión, el tipo de investigación es aplicada y el nivel de investigación es correlacional.

### 3.4. Diseño de la investigación

Por el origen es comunitario o ecológico, dado que pertenece al ámbito de las ciencias sociales. Es transversal dado que la relación que existe entre las dos variables se da en un determinado periodo de tiempo.



n: Muestra a investigar

V1: variable asociada: Gestión de almacenes.

V2: Variable supervisora: ventas.

r: coeficiente de correlación.

### 3.5. Población y muestra de estudio

#### 3.5.1. Población

La población en estudio es de un total de N: Población, P = 352 trabajadores entre personal directivo, administrativos y personal de taller.

#### 3.5.2. Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, tenemos que considerar algunas características operacionales como son:

N= Población

n= muestra

e= margen de error

- 1) La población N con distribución normal, dado que  $N > 74$
- 2) Un nivel de confiabilidad de n será de 95%
- 3)  $e = 5\%$
- 4) El porcentaje de toda la población con un mayor conocimiento de la gestión de almacenes y las ventas de la empresa  $p = 70\%$
- 5) El porcentaje de toda la población con un menor conocimiento de la gestión de almacenes y las ventas de la empresa  $q = 30\%$
- 6) El valor que se está considerando estandarizado y cuya relatividad sobre el nivel de confianza es de: 95 %; luego  $Z = 1.9$
- 7) N es finita, con  $N = 352$

Se utilizará la fórmula de Arkin y Colton para el cálculo de la muestra.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Remplazando los datos tenemos:  $n = 62$

**Tabla 1.**  
*Cálculo del Muestreo entre las dos Variables*

		POBLACION	PORCENTAJE	MUESTRA
ALMACEN	Operario	37	60	30
	Supervisor	6	8	5
	Facturacion	6	8	5
VENTAS	Vendedor	19	25	15
	Tecnico	4	5	3
	Jefe	5	6	4
<b>Totales</b>		77	100	62

N =	77
z =	1.96
e =	0.05
P =	0.7
q =	0.3

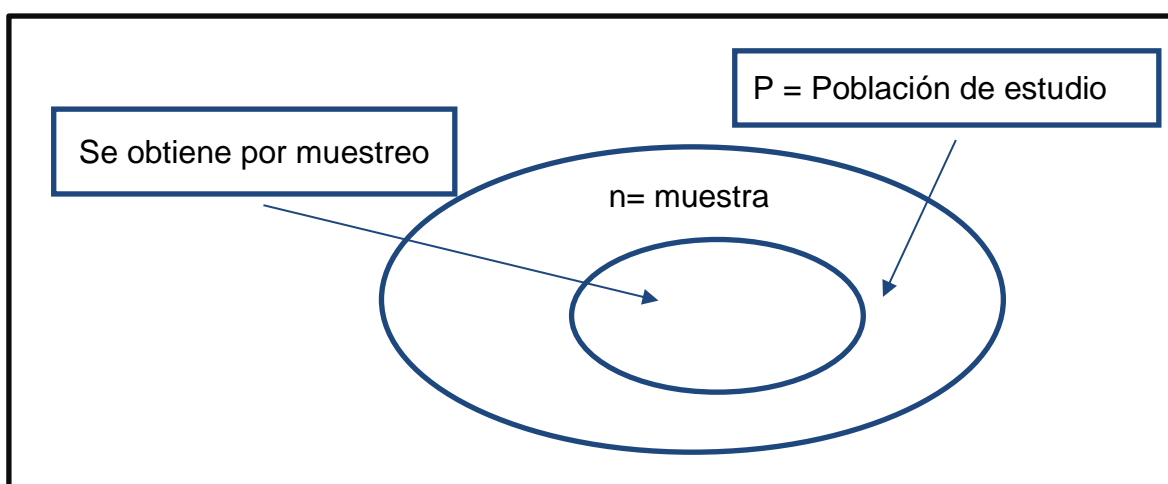
n =	62.118672	n =	<b>62</b>
	0.996736		

Aplicaremos Rho-Spearman dado que nuestro estudio es relaciona, con lo cual mediremos el grado de relación entre las dos variables.

### 3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

#### 3.6.1. Técnica de recolección de datos

Según Ñaupas, Novoa y Villagómez (2014) la muestra lo considera como parte de la población y que se extrae o selecciona por diferentes tipos de métodos, esta debe ser representativa de la población, lo que quiere decir es que debe de tener las características de la población.



**Figura 5.** Población o Universo (P) y muestra (n)

En esta investigación emplearemos las siguientes técnicas de recolección:

- Observación no participante: conocida como la observación activa, donde se observará una lista de cotejo del grupo.
- Entrevista a expertos: es la conversación directa con una guía de entrevista a expertos del tema en investigación para conocer los diferentes puntos de vistas de los investigadores sociales.

#### 3.6.2. Instrumento de recolección de datos

En la presente investigación se utilizará una cedula del cuestionario, que se usa con mayor frecuencia en la recolección de los datos para llevar a cabo el procesamiento de la investigación.



**Tabla 2.***Confiabilidad de la precisión de muestreo del instrumento del Alpha de Cronbach de Gestión de Almacenes*

Estadísticas de fiabilidad

	Alfa de Cronbach	N de elementos		
	,860	20		

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Item 1	76,21	98,955	,246	,860
Item 2	75,90	91,958	,661	,848
Item 3	76,31	100,609	,085	,863
Item 4	76,21	98,660	,241	,860
Item 5	76,90	105,990	-,352	,874
Item 6	76,85	108,356	-,563	,878
Item 7	76,23	97,784	,266	,860
Item 8	75,85	91,602	,660	,848
Item 9	76,45	94,088	,433	,855
Item 10	76,60	92,212	,446	,854
Item 11	76,52	92,746	,467	,853
Item 12	75,82	91,624	,476	,853
Item 13	76,53	91,237	,530	,851
Item 14	76,73	86,727	,620	,846
Item 15	76,16	80,170	,786	,836
Item 16	75,92	87,190	,584	,848
Item 17	75,89	88,790	,592	,848
Item 18	76,10	81,630	,792	,836
Item 19	76,18	81,689	,787	,837
Item 20	76,16	88,695	,466	,854

**Tabla 3.**  
*Confiabilidad de la precisión de muestreo del instrumento del Alpha de Cronbach de Ventas.*

Estadísticas de fiabilidad				
Alfa de Cronbach	N de elementos			
,889	20			

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Item 21	70,16	174,400	,162	,893
Item 22	70,00	162,459	,586	,881
Item 23	70,82	165,361	,495	,884
Item 24	70,31	167,200	,507	,884
Item 25	70,31	167,134	,454	,885
Item 26	70,27	166,924	,456	,885
Item 27	69,68	158,878	,618	,880
Item 28	70,19	171,372	,305	,889
Item 29	70,23	169,588	,462	,885
Item 30	70,42	176,379	,147	,892
Item 31	70,03	174,720	,198	,891
Item 32	70,85	163,110	,677	,880
Item 33	69,82	155,099	,661	,878
Item 34	70,31	158,019	,564	,882
Item 35	69,97	149,376	,774	,873
Item 36	69,71	156,242	,645	,879
Item 37	70,05	154,211	,658	,878
Item 38	69,90	167,040	,393	,887
Item 39	70,37	164,106	,535	,883
Item 40	69,84	157,023	,624	,880

### 3.7. Métodos de análisis de datos.

Consiste en como el investigador somete los datos de acuerdo a ciertas operaciones que nos van a llevar al logro de los objetivos determinados, estas operaciones no se definen con anticipación de una forma rígida, dado que al momento de la recolección de los datos puede existir ciertos inconvenientes y también dificultades, sin embargo es necesario una previa planificación de las dos

técnicas de recolección de datos, tanto la cualitativa y cuantitativa se utilizó, ésta última dado que nuestros son numéricos.

### **3.8. Aspectos éticos**

Se dará cumplimiento a la ética profesional, la moral del individuo, todo esto estará enmarcado dentro del lineamiento del código de ética donde deben darse los principios fundamentales que tiene que ver con la objetividad un principio fundamental, el principio de la competencia que tiene que ver con la veracidad de los hechos y la integridad, el cual debe de ser íntegro a cabalidad.

## IV. RESULTADOS

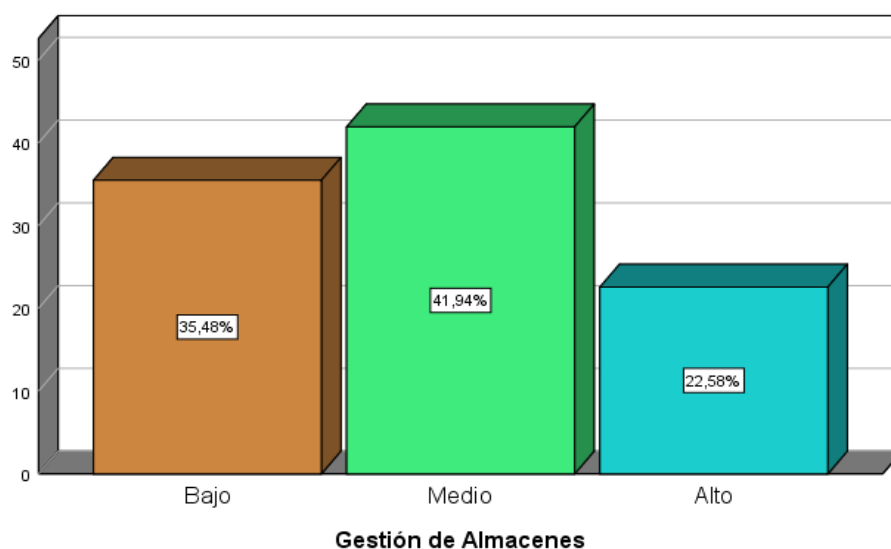
### 4.1. Descripción de resultados.

#### 4.1.1. Resultados descriptivos de la variable gestión de venta y de las dimensiones.

**Tabla 4.**

*Frecuencia estadística de la variable gestión de almacenes de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino.*

Gestión de Almacenes					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	22	35,5	35,5	35,5
	Medio	26	41,9	41,9	77,4
	Alto	14	22,6	22,6	100,0
	Total	62	100,0	100,0	



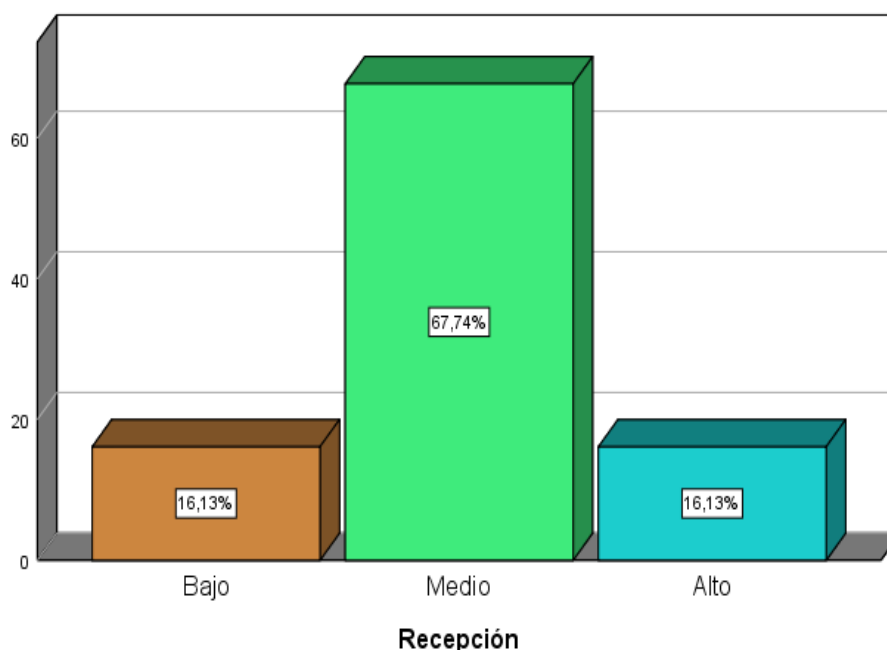
**Gráfica 1.** Gestión de almacenes de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin distrito el Agustino.

Según la tabla 3 y figura 1, se evidencia que el 41.94% de los trabajadores encuestados, de la empresa de almacenes de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin de Distrito el Agustino consideran como Medio la gestión de almacenes, el 35.48% precisaron como bajo y el 22.58% consideran como alto en gestión de almacenes.

**Tabla 5.**

*Frecuencia estadística de la dimensión de recepción de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin distrito el Agustino.*

		<b>Recepción</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	10	16,1	16,1	16,1
	Medio	42	67,7	67,7	83,9
	Alto	10	16,1	16,1	100,0
	Total	62	100,0	100,0	



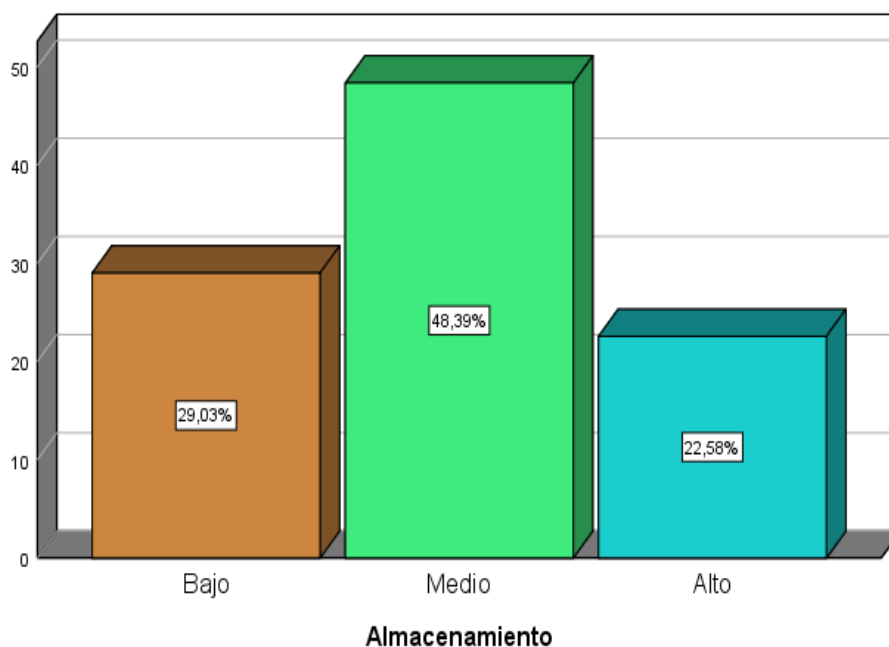
**Gráfica 2.** Recepción de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino.

Según la tabla 4 y figura 2, se evidencia que el 67.74% de los trabajadores encuestados, de la empresa de almacenes de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino consideran como Medio en la recepción, el 16.13% precisaron como bajo y el 16.13% consideran como alto la recepción.

**Tabla 6.**

*Frecuencia estadística de la dimensión almacenamiento de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino.*

<b>Almacenamiento</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	18	29,0	29,0	29,0
	Medio	30	48,4	48,4	77,4
	Alto	14	22,6	22,6	100,0
	Total	62	100,0	100,0	



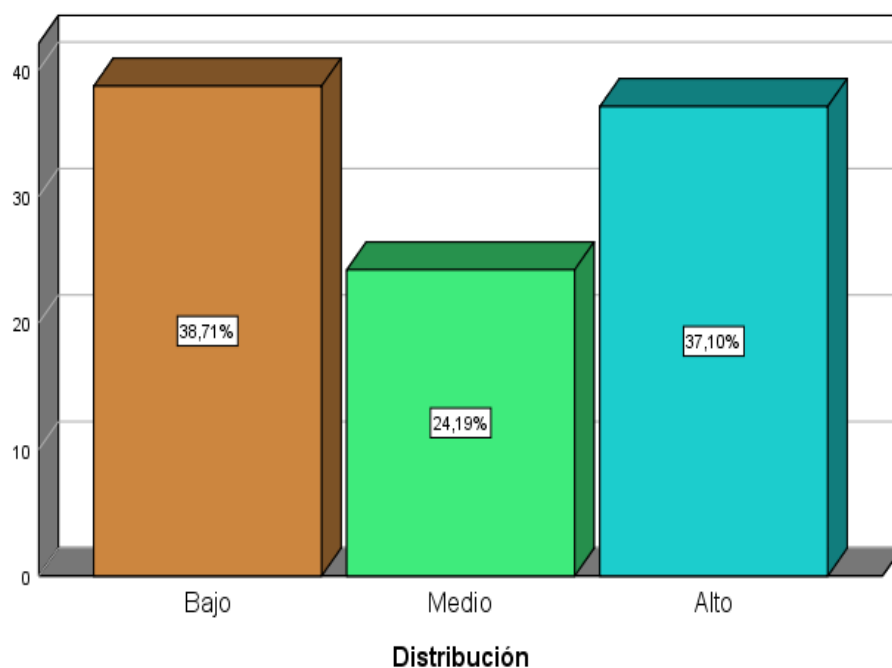
**Gráfica 3.** Almacenamiento de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino.

Según la tabla 5 y figura 3, se evidencia que el 48.39% de los trabajadores encuestados, de la empresa de almacenes de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito del Agustino consideran como Medio en almacenamiento, el 29.03% precisaron como bajo y el 22.58% consideran como alto en almacenamiento.

**Tabla 7.**

*Frecuencia estadística de la dimensión distribución de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino.*

<b>Distribución</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	24	38,7	38,7	38,7
	Medio	15	24,2	24,2	62,9
	Alto	23	37,1	37,1	100,0
	Total	62	100,0	100,0	



**Gráfica 4.** Distribución de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito del Agustino.

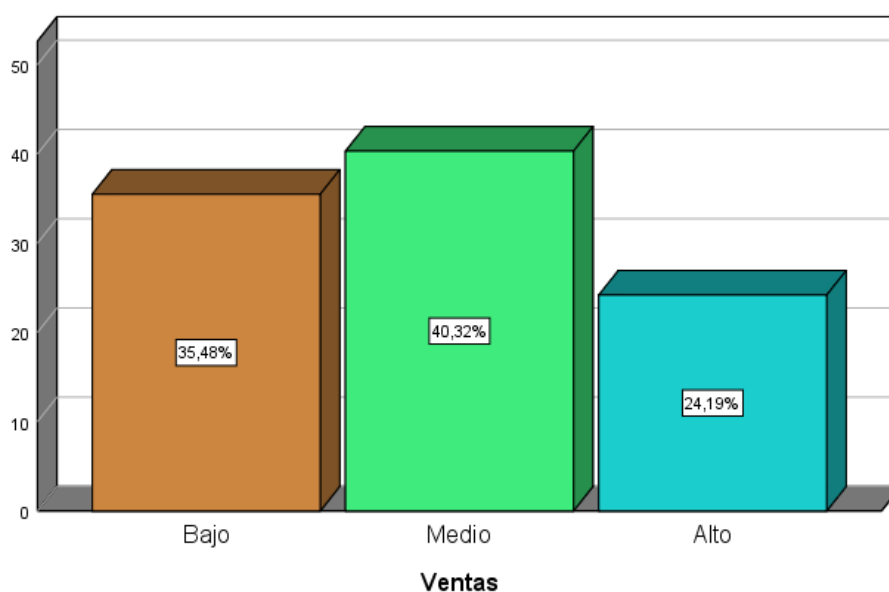
Según la tabla 6 y figura 4, se evidencia que el 38.71% de los trabajadores encuestados, de la empresa de almacenes de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino consideran como bajo la distribución, el 37.10% precisaron como alto y el 24.19% consideran como medio la distribución.

#### 4.1.2. Resultados descriptivos de la variable ventas y de las dimensiones.

**Tabla 8.**

*Frecuencia estadística de la variable ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino*

Ventas					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	22	35,5	35,5	35,5
	Medio	25	40,3	40,3	75,8
	Alto	15	24,2	24,2	100,0
	Total	62	100,0	100,0	



**Gráfica 5.** Ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito del Agustino.

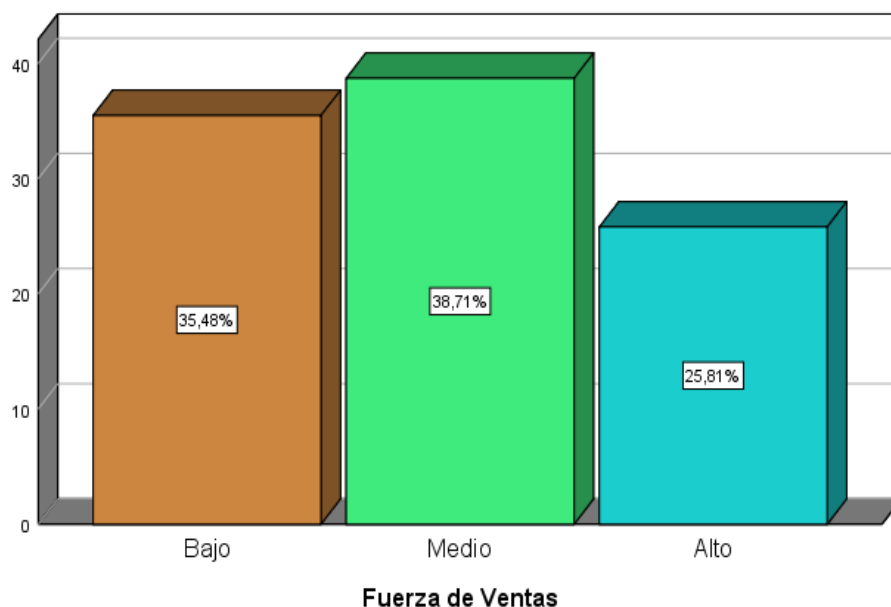
Según la tabla 7 y figura 5, se evidencia que el 40.32% de los trabajadores encuestados, de la empresa de almacenes de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino consideran como Medio las ventas, el 35.48% precisaron como bajo y el 24.19% consideran como alto las ventas.



**Tabla 9.**

*Frecuencia estadística de la dimensión fuerza de ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino*

		<b>Fuerza de Ventas</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	22	35,5	35,5	35,5
	Medio	24	38,7	38,7	74,2
	Alto	16	25,8	25,8	100,0
	Total	62	100,0	100,0	



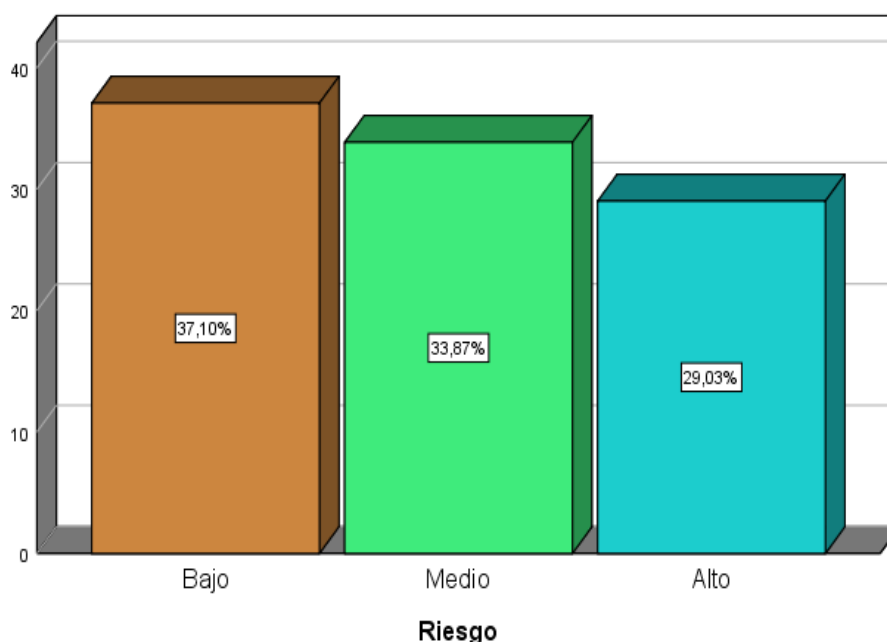
**Gráfica 6.** Fuerza de ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino.

Según la tabla 8, y figura 6, se evidencia que el 38.71% de los trabajadores encuestados, de la empresa de almacenes de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito del Agustino consideran como Medio la fuerza de ventas, el 35.48% precisaron como bajo y el 25.81% consideran como alto la fuerza de ventas.

**Tabla 10.**

*Frecuencia estadística de la dimensión riesgo de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino.*

		<b>Riesgo</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	23	37,1	37,1	37,1
	Medio	21	33,9	33,9	71,0
	Alto	18	29,0	29,0	100,0
	Total	62	100,0	100,0	



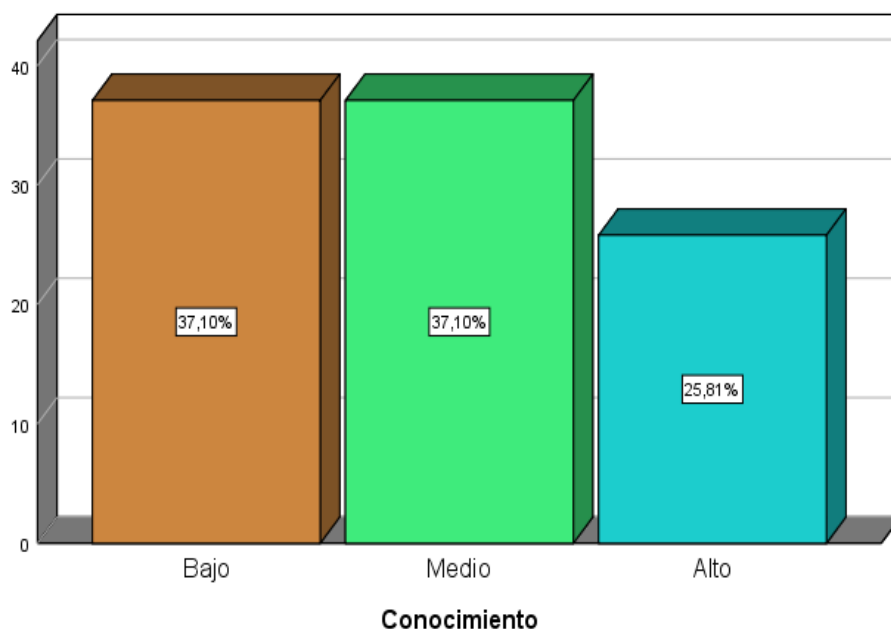
**Gráfica 7.** Riesgo de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito del Agustino.

Según la tabla 9, y figura 7, se evidencia que el 37.10% de los trabajadores encuestados, de la empresa de almacenes de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino consideran como bajo el riesgo, el 33.8 7% precisaron como medio y el 29.03% consideran como alto las ventas.

**Tabla 11.**

*Frecuencia estadística de la dimensión de conocimiento de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino.*

		<b>Conocimiento</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	23	37,1	37,1	37,1
	Medio	23	37,1	37,1	74,2
	Alto	16	25,8	25,8	100,0
	Total	62	100,0	100,0	



**Gráfica 8.** Conocimiento de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito del Agustino.

Según la tabla 10, y figura 8, se evidencia que el 37.10% de los trabajadores encuestados, de la empresa de almacenes de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino consideran como bajo el conocimiento, el 37.10% precisaron como medio y el 25.81% consideran como alto en conocimiento.

## 4.2. Prueba de normalidad

Se utilizó dos pruebas de normalidad:

La prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov ( $n > 62$ ) para demostrar si el muestreo tiene una distribución normal y asimismo determinar el tipo de proceso estadístico a utilizar.

Y la prueba de normalidad de Shapiro Wilk ( $n > 62$ ) para demostrar si el muestreo tiene una distribución normal y asimismo determinar el tipo de proceso estadístico a utilizar.

A partir de los datos de inferencia de las evidencias demostradas mediante las estimaciones de los parámetros de precisión con los estadísticos Kolmogorov Smirnov y Shapiro Wilk, el primero es potente cuando el muestreo  $n > 50$  y el segundo es más potente con las muestras de 20 a  $n < 50$  por lo tanto, ambos estadísticos no paramétricos nos dan como resultado las evidencias de que los hipótesis general y específicos de estatus que se rechazan.

### **Tabla 12.**

Prueba de normalidad de la variable y dimensiones para determinar el uso del procedo estadístico.

<b>Pruebas de normalidad</b>							
		Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de Almacenes		,325	62	,000	,747	62	,000
Recepción Almacenamiento		,238	62	,000	,848	62	,000
Distribución Ventas		,257	62	,000	,806	62	,000
Fuerza de Ventas		,275	62	,000	,764	62	,000
Riesgo Conocimiento		,330	62	,000	,750	62	,000
		,216	62	,000	,864	62	,000
		,241	62	,000	,814	62	,000
		,278	62	,000	,766	62	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Se determinó mediante la prueba de normalidad que las variables y las dimensiones de estudio no cumplen una distribución normal, es decir, que ambas variables son no paramétricas, concluyendo que el proceso de inferencia de prueba de hipótesis se realizó mediante el estadístico Pearson.

### 4.3. Contrastación de las hipótesis según la correlación de Rho de Spearman.

#### 4.3.1. Hipótesis general.

a) Prueba de hipótesis general.

Hi. Existe una relación directa entre la gestión de almacenes y la venta de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino

Ho. No Existe una relación directa entre la gestión de almacenes y la venta de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino

b) Nivel de decisión.

Sig. > 0.05; Significancia negativa (Hipótesis nula)

Sig. < 0.05; Significancia positiva (Hipótesis nula)

c) Estadístico.

Proceso no paramétrico (Rho de Spearman)

d) Cálculos.

#### Tabla 13.

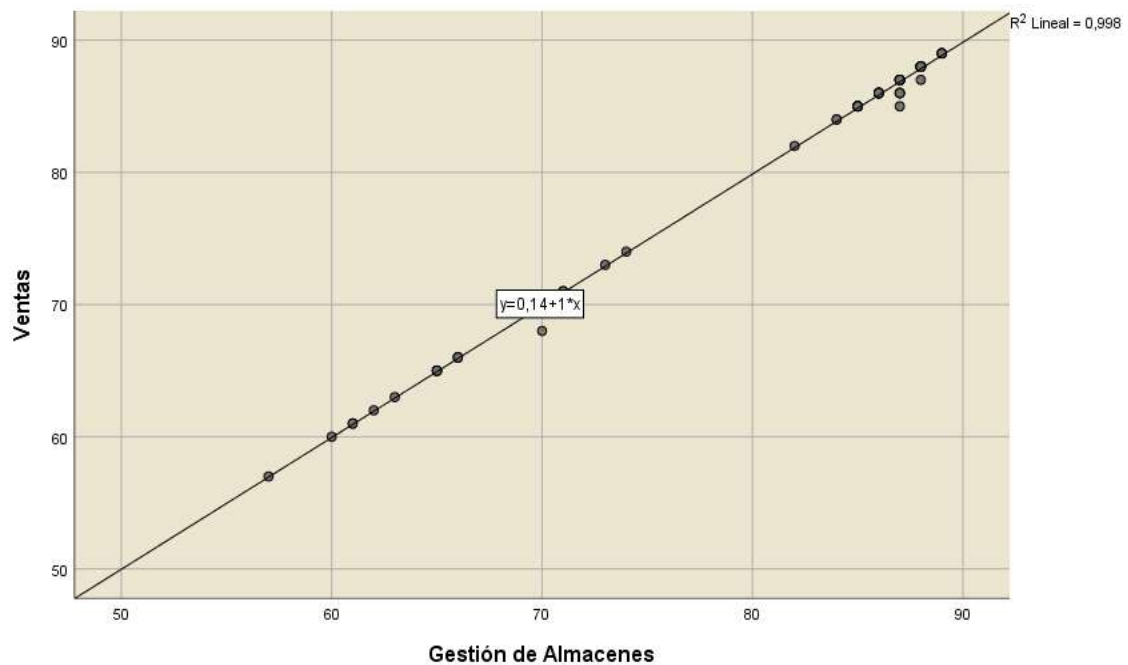
*Correlación de Rho de Spearman entre la gestión de almacenes y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino.*

Correlaciones			
		Gestión de Almacenes	Ventas
Rho Spearman	de Gestión de Almacenes	1,000	,985**
	de Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.	,000
	N	62	62
	Ventas	,985**	1,000
	de Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,000	.
	N	62	62

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

#### Interpretación

Se determinó estadísticamente una relación de  $Rho = 0,985$ , correlación positiva alta y una significancia de  $p \text{ valor} = 0,000 < 0.05$ , se rechazó la  $H_0$ , concluyendo que ambas variables de estudio están correlacionadas de manera significativa, determinando que existe una relación entre la gestión de almacenes y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito del Agustino.



**Figura 6.** Gráfico de regresión simple de la tendencia de correlación entre las variables de estudio de acuerdo a su comportamiento

#### 4.3.2. Hipótesis específica.

a) Hipótesis específico 1.

Hi. Existe una relación directa entre la recepción y la fuerza de ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino

Ho. No Existe una relación directa entre la recepción y fuerza de ventas la venta de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino

b) Nivel de decisión.

Sig. > 0.05; Significancia negativa (Hipótesis nula)

Sig. < 0.05; Significancia positiva (Hipótesis nula)

c) Estadístico.

Proceso no paramétrico (Rho de Spearman)

d) Cálculos.

**Tabla 14.**

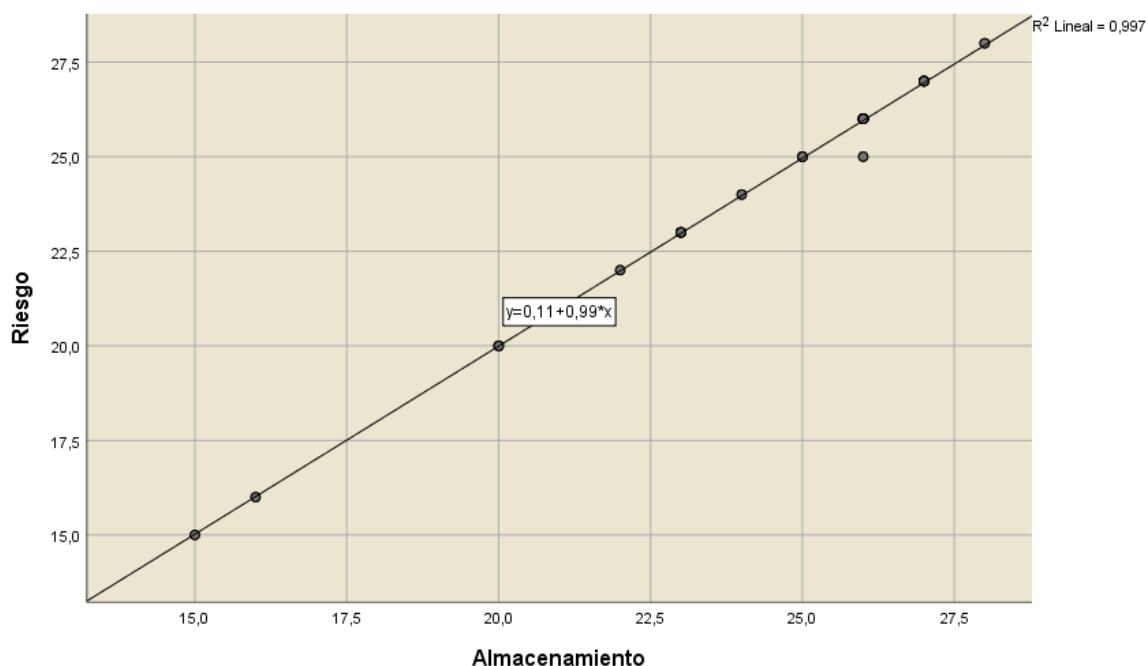
*Correlación de Rho de Spearman entre la gestión de recepción y la fuerza de ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino.*

<b>Correlaciones</b>				
			Recepción	Fuerza de Ventas
Rho de Recepción Spearman	Coefficiente de correlación		1,000	,991**
	Sig. (bilateral)		.	,000
	N		62	62
Fuerza de Ventas	Coefficiente de correlación		,991**	1,000
	Sig. (bilateral)		,000	.
	N		62	62

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

### Interpretación

Se determinó las evidencias estadísticamente una relación de  $Rho = 0,991$ , correlación positiva alta y una significancia de  $p \text{ valor} = 0,000 < 0,05$ , se rechazó la  $H_0$ , concluyendo que ambas dimensiones de estudio están correlacionadas de manera significativa, determinando que existe una relación entre la recepción y la fuerza de ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito del Agustino.



**Figura 7.** Gráfico de regresión simple de la tendencia de correlación entre las variables de estudio de acuerdo a su comportamiento.

- a) Hipótesis específico 2.
- Hi. Existe una relación directa entre almacenamiento y el riesgo de ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino
- Ho. No Existe una relación directa entre almacenamiento y el riesgo de ventas la venta de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino
- b) Nivel de decisión.
- Sig. > 0.05; Significancia negativa (Hipótesis nula)
- Sig. < 0.05; Significancia positiva (Hipótesis nula)
- c) Estadístico.
- Proceso no paramétrico (Rho de Spearman)
- d) Cálculos.

**Tabla 15.**

*Correlación de Rho de Spearman entre almacenamiento y el riesgo de ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito del Agustino.*

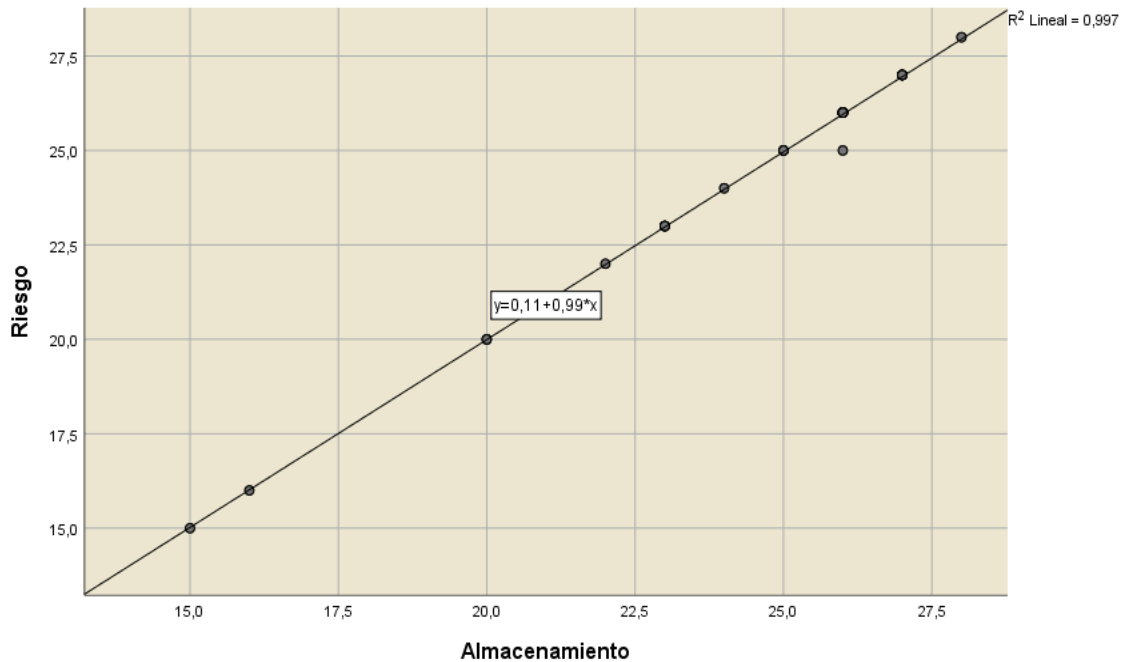
<b>Correlaciones</b>				
			Almacenamiento	Riesgo
Rho Spearman	de Almacenamiento	Coeficiente de correlación	1,000	,990**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	62	62
	Riesgo	Coeficiente de correlación	,990**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	62	62

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

### Interpretación

Se determinó las evidencias estadísticamente una relación de  $Rho = 0,990$ , correlación positiva alta y una significancia de  $p \text{ valor} = 0,000 < 0.05$ , se rechazó la  $H_0$ , concluyendo que ambas dimensiones de estudio están correlacionadas de manera significativa, determinando que existe una relación entre almacenamiento y riesgo de ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito del Agustino.





**Figura 8.** Gráfico de regresión simple de la tendencia de correlación entre las variables de estudio de acuerdo a su comportamiento.

a) Hipótesis específico 3.

Hi. Existe una relación directa entre la distribución y el conocimiento de ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino

Ho. No Existe una relación directa entre la distribución y el conocimiento de ventas la venta de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino

e) Nivel de decisión.

Sig. > 0.05; Significancia negativa (Hipótesis nula)

Sig. < 0.05; Significancia positiva (Hipótesis nula)

f) Estadístico.

Proceso no paramétrico (Rho de Spearman)

g) Cálculos.

**Tabla 16.**

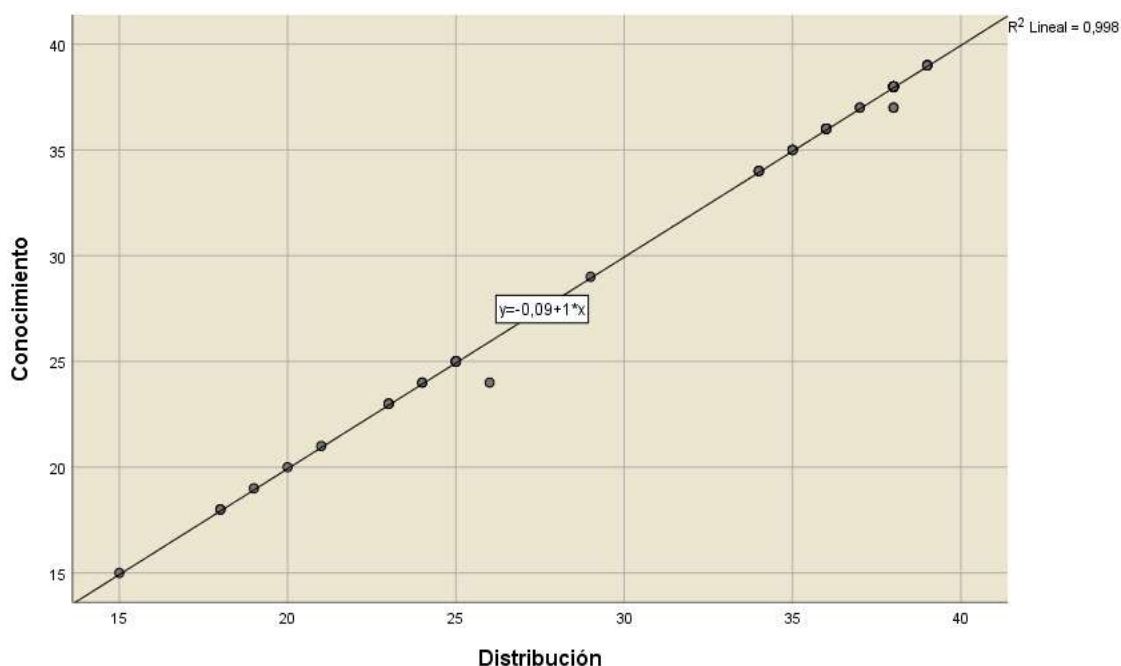
*Correlación de Rho de Spearman entre la distribución y el conocimiento de ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito el Agustino.*

<b>Correlaciones</b>				
			Distribución	Conocimiento
Rho de Spearman	Distribución	Coefficiente de correlación	1,000	,991**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	62	62
	Conocimiento	Coefficiente de correlación	,991**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	62	62

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

### Interpretación

Se determinó las evidencias estadísticamente una relación de  $Rho = 0,991$ , correlación positiva alta y una significancia de  $p$  valor =  $0,000 < 0,05$ , se rechazó la  $H_0$ , concluyendo que ambas dimensiones de estudio están correlacionadas de manera significativa, determinando que existe una relación entre la distribución y el conocimiento de ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito del Agustino.



**Figura 9.** Gráfico de regresión simple de la tendencia de correlación entre las variables de estudio de acuerdo a su comportamiento.

## **V. DISCUSIÓN**

### **5.1. En relación al análisis descriptivo**

Las tablas y figuras del 1 al 11, nos permite analizar los resultados de manera que se puede concluir que las variables de estudio, Gestión de almacenes y Ventas tienen una alta correlación positiva, de igual manera la percepción de los encuestados también la variable gestión de almacenes como ventas han mejorado y tienen una categorización de buena o regular, las variables por separado tienen un buen desempeño por la opinión de los trabajadores.

### **5.2. En relación a la prueba de hipótesis**

El análisis de los resultados nos permite concluir que Existe una relación directa entre la gestión de almacenes y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco Wavin, El Agustino -2019 Los resultados obtenidos tanto para el p valor, todos son  $< 0.05$ , y el coeficiente de correlación de resulta que existe una relación directa (  $r: ,876$ ) El análisis de los resultados nos permite concluir que Existe una relación directa y significativa de la recepción con la venta de tuberías y accesorios entre la gestión de las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco Wavin, El Agustino –Lima 2019

El análisis de los resultados p valor 0.000 y el coeficiente de Rho de Spearman nos permite concluir que Existe una relación directa y significativa del almacenamiento con las ventas de tuberías y accesorios entre la gestión de almacenes y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco Wavin, El Agustino - Lima 2019

El análisis de los resultados nos permite concluir que Existe una relación directa y significativa de la distribución con las ventas de tuberías y accesorios entre la gestión de almacenes y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco Wavin, El Agustino – Lima 2019

### **5.3. En relación a los antecedentes**

En el estudio de Francisco Marcelo (2015), titulado “Análisis y Propuestas de Mejora de Sistema de Gestión de Almacenes de un Operador Logístico”, Se propone un trabajo de investigación que se enfoca en desarrollar un sistema de gestión de almacenes para las empresas de retail, que incluye el almacenaje de mercadería y la correcta distribución de ésta a los diversos puntos que son requeridos por sus clientes. En el estudio se determinó finalmente, el sistema de gestión de almacén propuesto permite la fácil coordinación de información y distribución dentro del almacén que supera las expectativas del mercado local en un Operador Logístico generando un impacto positivo en la viabilidad económica tal como: VAN \$ 315,528.06 y TIR 97%, adicionalmente se logró desarrollar actividades logísticas de la empresa como: disminución de mermas en un 27%, los traslados de productos en un 43%. Asimismo, tiene como ventajas: validar información de proveedores, disminuir niveles de inventario, agilizar rotación artículos, plantear rutas óptimas de distribución, coordinar efectivamente los recursos, espacios, personal, entre otros. El resultado del presente estudio es similar y guarda relación y corroboran lo que se formula en los objetivos y conclusiones.

Por otro lado, Alvarado, José (2017), “Gestión de Almacenes para mejorar la Productividad en la Empresa Lumen Ingeniería S.A.C., Los Olivos, 2017”. (Tesis de Licenciatura) Universidad Cesar Vallejo. La tesis tiene 2 áreas de conocimiento para dar solución a los problemas de la empresa.

Esta tesis tiene dos objetivos específicos: primero, determinar cómo la gestión de almacenes mejora la eficiencia en la empresa Lumen Ingeniería S.A.C.; como segundo objetivo específico determinar cómo la gestión de almacenes mejora la eficacia en la empresa Lumen Ingeniería S.A.C. La aplicación de la presente, usaremos un horizonte de muestra de 30 días en datos observados. Luego, se realiza un estudio de caso, que involucra el análisis y diagnóstico de la gestión actual, así como proponer mejorar la productividad que permita disminuir la recepción y almacenamiento de cada producto en el almacén. Palabras clave: Gestión de almacenes, Recepción, Almacenamiento, Productividad, Eficiencia y Eficacia.

Los resultados revelan que actualmente, las empresas industriales se enfrentan al reto de buscar nuevas técnicas organizativas y de producción que les permita competir con el mercado global, la gestión de almacenes recubre una gran envergadura en las empresas que quieren mantenerse a la vanguardia, ya que el interés es minimizar los niveles de inventario y movimientos del almacén. Los resultados confirman que ambos estudios tienen resultados que guardan relación.

## VI. CONCLUSIONES

De acuerdo a los análisis de los resultados obtenidos en el estudio se logra concluir:

- Primera: El análisis de los resultados nos permite concluir que Existe una relación directa entre la gestión de almacenes y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco Wavin, El Agustino – Lima 2019
- Segunda: El análisis de los resultados nos permite concluir que Existe una relación directa y significativa de la recepción con la venta de tuberías y accesorios entre la gestión de almacenes y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco Wavin, El Agustino – Lima 2019
- Tercera: El análisis de los resultados nos permite concluir que Existe una relación directa y significativa del almacenamiento con las ventas de tuberías y accesorios entre la gestión de almacenes y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco Wavin, El Agustino- Lima 2019
- Cuarta: El análisis de los resultados nos permite concluir que Existe una relación directa y significativa de la distribución con las ventas de tuberías y accesorios entre la gestión de almacenes y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco Wavin, El Agustino – Lima 2019

## VII. RECOMENDACIONES

El resultado de análisis de los resultados y las conclusiones del estudio nos permite proponer las siguientes recomendaciones

- Primero: Proponemos mejorar la buena Gestión de Almacenes dentro de la en la empresa Pavco Wavin El Agustino- Lima 2019 para que el 100% de los trabajadores estén de acuerdo con dicha gestión y den mejores resultados, trabajen en armonía y se puede mejorar los ingresos de las ventas.
- Segundo: Recomendamos mejorar la recepción de los clientes tener un mayor volumen de ventas de accesorios, empresa Pavco Wavin Agustino-Lima 2019 para poder tener un mayor volumen de ventas para las empresas.
- Tercero: Planteamos mejorar el sistema de almacenamiento, monitorear el control de faltantes y sobrantes de la empresa Pavco Wavin Agustino-Lima 2019 para poder tener un mayor volumen de ventas para las empresas, para poder saber cuánto y cuando comprar, y lograr satisfacer la demanda de la empresa y poder controlar los vencimientos de los productos que se comercializan
- Cuarto: Sugerimos mejorar la distribución, e intensificar las capacitaciones a los trabajadores empresa Pavco Wavin Agustino-Lima 2019 para poder captar ideas de mejora en el área de atención al cliente a partir de la vivencia diaria de los colaboradores y así mejorar la gestión de almacenes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Balbuena H. (2017). *Análisis de la Gestión de Almacenes en la Farmacia América S.R.L. UNAP.* (Tesis) Iquitos- Perú
- Callupe A. (2017). *Gestión de Almacenes para mejorar la Productividad en la Empresa Lumen Ingeniería S.A.C., Los Olivos, 2017.* (Tesis de Licenciatura) Universidad Cesar Vallejo
- Cajo E., Delmy L. (2018). *Influencia de la Gestión Administrativa en el Desempeño Laboral de los Trabajadores del Ministerio de Agricultura y Riego, Lima, 2018.* (Tesis de Licenciatura) Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima.
- Capcha B., Junior J. y Palacios E., Alejandro R. ((2014-2015). *Desempeño Laboral y el Nivel de Ventas en la Empresa "H Motors" Huánuco Periodo 2014 – 2015.* (Tesis de Licenciatura) Universidad Nacional "Hermilio Valdizán" Huánuco, Perú 2017.
- Cardone, G (2018). *Vendes o vendes.* (ed. 1). Editorial: de bolsillo
- Colmont V. Landaburu T. Bernardo E. (2014). *Plan estratégico de marketing para el mejoramiento de las ventas de la empresa Mizpan S.A. distribuidora de tableros de madera para la construcción y acabados en la ciudad de Guayaquil.* (Tesis de Licenciatura para optar el título profesional de ingeniería comercial con mención en marketing y comercio exterior), Universidad Politécnica Salesiana Ciudad: Guayaquil – Ecuador.
- Cornejo Catacora, León Mamani, (2017) *Propuesta de Mejora para la Optimización del Desempeño del Almacén Central de Franco Supermercados.* Universidad Católica San Pablo. Arequipa-Perú
- Choquehuanca Hanco, (2016 – 2017). *Gestión de Almacenes en una empresa logística.* Lima – Universidad Cesar Vallejos-Escuela de Posgrado.
- Cueva Cueva, Alex Roberto, Medina Julcamoro, Karina (2018). *Diseño de un Sistema de Gestión de Almacén e Inventario para reducir los costos operativos en el Área de Almacén de la Empresa Cca-Perú Sac Cajamarca 2018.* (Tesis de Licenciatura), Universidad Privada del Norte.
- Daniel Fernando Paredes Fernández, Rommel Alexsi Vargas Llerena (2017), *Propuesta de Mejora del Proceso de Almacenamiento y Distribución de Producto Terminado en una Empresa Cementera del Sur del País.* (Tesis de



Licenciatura). Universidad Católica San Pablo Arequipa-Perú

David Molina, Jorge (2015). *Planificación e Implementación de un modelo logístico para optimizar la distribución de Productos publicitarios en la Empresa Letreros Universales S.A.* (Tesis de Licenciatura), Universidad Politécnica Salesiana, Sede Guayaquil, Ecuador.

Donoso Henríquez, Claudio Gonzalo (2015). *Modelo de Distribución Comercial: Una Mirada a la Logística del Retail en los Supermercados.* (Tesis de Licenciatura), Universidad Andrés Bello, Concepción – Chile.

De Almeida Reátegui, Pulido Huertas y Necochea Palomino, (2017). *Propuesta de Modelo de Negocio Basado en la Venta de Muebles Plegables, Practimueble.* Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima-Perú.

García Bobadilla, Luis M<sup>a</sup> (2009). *Ventas.* Editorial ESIC, 3ra Edición.

Hernández S., Hernández C., & Baptista. (2006). *Metodología de la investigación.* México DF: McGraw-Hill Interamericana.

Idalberto, ch (2017). *Administración de recurso humanos.* (10° Ed). Editorial: McGraw-Hill Interamericana de España S.L.

Hernández J. (2014). *Propuesta de Estrategias como Instrumento para el Incremento de Ventas en una Empresa de Servicios Tecnológicos.* (Tesis de Maestro en Administración) Instituto Politécnico Nacional Sección de Estudios de Posgrado E Investigación México, D.F. Año 2014.

Lorena F. (2014). *Análisis y Propuestas de Mejora de Sistema de Gestión de Almacenes de un Operador Logístico.* Pontifica Universidad católica del Perú-Escuela de Posgrado. Lima-Perú.

Martínez D. (2015). *Propuestas de Mejoras al Sistema de Gestión de Almacén de Materias Primas (Caso: Empresa Manufacturas de Papel MANPA S.A.C.A, División Conversión Bolsas y Sacos).* (Tesis de Maestría), Universidad de Carabobo, Venezuela.

Mendoza, W. (2014). *Optimización de la organización y funcionamiento de los almacenes de la administración nacional de electricidad (ANDE).* San Lorenz, Paraguay. (Tesis de Maestría), Universidad Nacional de Asunción, Paraguay.

- Montenegro C. y Camacho H. (2017). *Mejora de la Gestión de Abastecimiento de la Tienda Mayorista Proveedores de Abarrotes Santa Ana S.R.L. en la Ciudad de Chiclayo* (Tesis de Licenciatura), Universidad de Lima.
- Montoya R., Váscones L. y Vásquez V., (2019). *Propuesta de Modelo de Negocio Venta de Ropa Interior para caballeros*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima-Perú.
- Núñez M., Jabino de los Á. y Carrasco P., (2015). *Plan de Gestión Estratégica en Ventas para los Directores y Consultores de Yambul en el Sur de la Ciudad de Guayaquil*. (Tesis de Licenciatura)
- Oseguera H., (2017). *Rediseño de la Función de Almacenaje en la Empresa de Confección y Comercialización Kananhit S.A. de C.V.* (Tesis de Maestría), Instituto Politécnico Nacional, Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales Y Administrativas Sección de Estudios de Posgrado e Investigación, México
- Palacios H., Lizeth M., Aquino G. (2016). *Gestión de la Fuerza de Ventas y Rendimiento de los Comisionistas de Karoca Eirl, Huaraz, 2015*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Nacional "Santiago Antúnez de Mayolo", Huaraz-Perú 2016.
- Pallares U., Vásquez N. ((2016). *Incidencia de la Capacitación en Marketing de Atracción en las Ventas, de La Empresa Dimovil E.I.R.L del Distrito de Callería-Ucayali, 2016*. (Tesis de Licenciatura en Administración de Negocios) Pucallpa – Perú 2017.
- Pozuelo de A. (2013). *Dirección de ventas: organización del departamento de ventas y gestión de vendedores". Manuel Artal. Castells-12ª ed. Rev. y act. (Tesis) Madrid-ESIC.*
- Ramos T., (2018). *Gestión del talento humano y desempeño laboral en la Pastelería Miraflores S.A.C.* (Tesis de Maestría en Administración de Negocios) Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú.
- Sergio R., (2014). *Gestión de la venta comercial y de equipos comerciales*, Madrid - Paraninfo.
- Stephen P. Robbins. (2014). *Administración*. (Edición 12). Editorial: SBS
- Távora I. (2014). *Mejora del sistema de Almacén para Optimizar la Gestión Logística de la Empresa Comercial Piura*. (Tesis) Universidad Nacional de Piura-Perú.

- Terán M. (2015). *Mediante su investigación denominada Dashboard de Ventas y Módulo de Reporteo Web para la Empresa Pinto S.A ubicada en la Ciudad de Quito*, (Tesis de Licenciatura), de la Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ecuador.
- Vásconez E. (2014). *Análisis del Proceso de Ventas y su Incidencia en la Rentabilidad de la Empresa Infoquality S.A. en la Ciudad Quito, Año 2014*, (Tesis de Master en Administración de Negocios), Quito, Agosto 2015. Universidad Politécnica Salesiana Ciudad: Guayaquil–Ecuador.
- Aliaga, L., Montenegro, E. Y., Palomino, J. y Servat V. (2017). *Proyecto de un Modelo de negocio Basado en reducir el Tiempo de Venta de un Inmueble, Utilizando la Técnica Staging para Causar Impacto Visual*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima –Perú.

## **ANEXOS**

## Anexo 1: Matriz de Consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVOS GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE E INDICADORES		
¿De qué manera se relaciona la gestión de almacenes y la venta de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin <b>Distrito</b> del Agustino, 2019?	Determinar cómo se relaciona la gestión de almacenes y la venta de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin <b>Distrito</b> del Agustino, 2019.	Existe una relación directa entre la gestión de almacenes y la venta de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin Distrito del Agustino, 2019.	VARIABLE 1: <b>Gestion de haloacenes.</b>		
			DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS
			Recepción	-Espacio. -Manejo de Materiales. -Inspección y documentación.	1-2 3-4 5-6
			Almacenamiento	Productos Espacio Artículos	7-8 9-10 11-12
<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECIFICAS</b>	Distribución	Medio Documento revisión Cotejo	13-14 15-16 17-18 19-20
¿De qué manera se relaciona la recepción con las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin <b>Distrito</b> del Agustino, 2019?	Asociar la recepción con las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin <b>Distrito</b> del Agustino, 2019.	Existe relación directa y significativa de la recepción con las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin <b>Distrito</b> del Agustino, 2019.	Variable 2: <b>Ventas</b>		
¿De qué manera se relaciona el almacenamiento y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin <b>Distrito</b> del Agustino, 2019?	Establecer la relación del almacenamiento y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin <b>Distrito</b> del Agustino, 2019.	Existe relación directa y significativa del almacenamiento y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin <b>Distrito</b> del Agustino, 2019.	Fuerza de ventas	Efectividad Eficiencia Servicio al cliente	1-2 3-4 5-6
¿De qué manera se relaciona la distribución y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco wavin EL Agustino- Lima 2019?	Analizar la relaciona de la distribución y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco Wavin -El Agustino- Lima 2019.	Existe relación directa y significativa de la distribución y las ventas de tuberías y accesorios en la empresa Pavco Wavin - El Agustino- Lima 2019.	Riesgo	Seguridad. confianza	7-8-9-10-11 12-13-14
			Conocimiento	-información previa. - Entendimiento del producto.	15-16-17 18-19-20

## Anexo 2: Definición Operacional de las Variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Gestión de almacenes	Recepción	Espacio	1-2
		Manejo de materiales	3-4
		Inspección y documentación	5-6
	Almacenamiento	Productos	7-8
		Espacio	9-10
		Artículos	11-12
	Distribución	Medio	13-14
		Documento	15-16
		Revisión	17-18
		Cotejo	19-20
Ventas	Fuerza de ventas	Efectividad	1-2
		Eficiencia	3-4
		Servicio al cliente	5-6
	Riesgo	Seguridad	7-8-9-10-11
		Confianza	12-13-14
	Conocimiento	Información previa	15-16-17
		Entendimiento del producto	18-19-20

### Anexo 3: Instrumentos

#### Cuestionario a los operarios (Despachadores, almaceneros y montacargas) Gestión de almacenes y ventas en la empresa PAVCO WAVIN

INSTRUCCIONES: Estimados, el presente cuestionario, tiene el propósito de recopilar la información sobre la gestión de almacén de la empresa PAVCO WAVIN; mucho te agradeceremos diligenciarla, marcando con un aspa (X) la opción que selecciones.

La información tiene el carácter de anónimo, por lo que pedimos sinceridad en la respuesta.

I. DATOS GENERALES: Por favor marque con una (X) su respuesta.

Sexo:	Masculino ( )	Femenino ( )	
Edad:	20 a 34 ( )	35 a 49 ( )	50 a más ( )
Nivel de estudios:	Secundaria completa ( )	Titulado ( )	Magister ( )
Condición laboral:	Contratado ( )	Nombrado ( )	
Tiempo de servicios (años):	1 - 10 ( )	11 - 20 ( )	21 a más ( )
Cargo que desempeña:	Vendedor y servicio al cliente ( )	Técnico ( )	Jefe y gerentes ( )

Considere los siguientes valores a la hora de marcar:

NUNCA: 1	CASI NUNCA : 2	A VECES: 3	CASI SIEMPRE: 4	SIEMPRE: 5
----------	----------------	------------	-----------------	------------

VARIABLE 1					
GESTIÓN DE ALMACENES					
1. Recepción					
	NUNCA	CASI NUNCA	A VECE S	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1. ¿El espacio de maniobra de los productos en la recepción es adecuado?				4	
2. ¿El espacio para manipular los productos en el almacén es adecuado?					5
3. ¿Los medios para manejar los productos son adecuados?				4	
4. ¿Los medios para el manejo de los materiales son adecuados?				4	
5. ¿Existe rapidez en la inspección de los productos del almacén?			3		
6. ¿Existe rapidez con el manejo de la documentación de entrada?			3		
2. Almacenamiento					
7. ¿Existe eficiente colocación de almacenamiento de los productos?				4	
8. ¿Existe una buena distribución de almacenamiento de los productos?					5

9. ¿El espacio que se dispone para el almacenamiento es adecuado?				4	
10. ¿En forma adecuada se almacenan los productos en el almacén?				4	
11. ¿El almacén cuenta con condiciones básicas para el almacenamiento de los artículos?				4	
12. ¿El espacio es suficiente para el almacenamiento de los artículos?					5
<b>3. Distribución</b>					
13. ¿Los productos en el almacén se trasladan con los medios adecuados?				4	
14. ¿Existen medios adecuados para el traslado de los productos en el almacén?				4	
15. ¿Los productos del almacén son entregados con documentos de salida?					5
16. ¿El control de los productos en la salida es adecuado?					5
17. ¿La calidad del producto es revisada para su salida?					5
18. ¿La cantidad de los productos es revisada para su salida?					5
19. ¿Se hace el cotejo de los productos con los documentos de salida?					5
20. ¿Existe control para la salida de los productos?					5

**Eso es todo, muchísima gracia.**



**Cuestionario a los supervisores (Supervisores y jefes)  
Gestión de almacenes y ventas en la empresa PAVCO WAVIN**

INSTRUCCIONES: Estimados, el presente cuestionario, tiene el propósito de recopilar la información sobre la gestión de almacén de la empresa PAVCO WAVIN; mucho te agradeceremos diligenciarla, marcando con un aspa (X) la opción que selecciones.

La información tiene el carácter de anónimo, por lo que pedimos sinceridad en la respuesta.

I. DATOS GENERALES: Por favor marque con una (X) su respuesta.

Sexo:	Masculino ( )	Femenino ( )	
Edad:	20 a 34 ( )	35 a 49 ( )	50 a más ( )
Nivel de estudios:	Secundaria completa ( )	Titulado ( )	Magister ( )
Condición laboral:	Contratado ( )	Nombrado ( )	
Tiempo de servicios (años):	1 - 10 ( )	11 - 20 ( )	21 a más ( )
Cargo que desempeña:	Vendedor y servicio al cliente ( )	Técnico ( )	Jefe y gerentes ( )

**Considere los siguientes valores a la hora de marcar:**

<b>NUNCA: 1</b>	<b>CASI NUNCA : 2</b>	<b>A VECES: 3</b>	<b>CASI SIEMPRE: 4</b>	<b>SIEMPRE: 5</b>
-----------------	-----------------------	-------------------	------------------------	-------------------

<b>VARIABLE 1</b>					
<b>GESTIÓN DE ALMACENES</b>					
<b>1. Recepción</b>					
	<b>NUNCA</b>	<b>CASI NUNCA</b>	<b>A VECE S</b>	<b>CASI SIEMPRE</b>	<b>SIEMPRE</b>
1. ¿El espacio de maniobra de los productos en la recepción es adecuado?				4	
2. ¿El espacio para manipular los productos en el almacén es adecuado?					5
3. ¿Los medios para manejar los productos son adecuados?				4	
4. ¿Los medios para el manejo de los materiales son adecuados?				4	
5. ¿Existe rapidez en la inspección de los productos del almacén?			3		
6. ¿Existe rapidez con el manejo de la documentación de entrada?			3		
<b>2. Almacenamiento</b>					
7. ¿Existe eficiente colocación de almacenamiento de los productos?				4	
8. ¿Existe una buena distribución de almacenamiento de los productos?					5
9. ¿El espacio que se dispone para el almacenamiento es adecuado?				4	
10. ¿En forma adecuada se almacenan los productos en el almacén?				4	

11. ¿El almacén cuenta con condiciones básicas para el almacenamiento de los artículos?				4	
12. ¿El espacio es suficiente para el almacenamiento de los artículos?					5
<b>3. Distribución</b>					
13. ¿Los productos en el almacén se trasladan con los medios adecuados?				4	
14. ¿Existen medios adecuados para el traslado de los productos en el almacén?				4	
15. ¿Los productos del almacén son entregados con documentos de salida?					5
16. ¿El control de los productos en la salida es adecuado?					5
17. ¿La calidad del producto es revisada para su salida?					5
18. ¿La cantidad de los productos es revisada para su salida?					5
19. ¿Se hace el cotejo de los productos con los documentos de salida?					5
20. ¿Existe control para la salida de los productos?					5

**Eso es todo, muchísima gracia.**

**Cuestionario a los de facturación**  
**Gestión de almacenes y ventas en la empresa PAVCO WAVIN**

INSTRUCCIONES: Estimados, el presente cuestionario, tiene el propósito de recopilar la información sobre la gestión de almacén de la empresa PAVCO WAVIN; mucho te agradeceremos diligenciarla, marcando con un aspa (X) la opción que selecciones.

La información tiene el carácter de anónimo, por lo que pedimos sinceridad en la respuesta.

I. DATOS GENERALES: Por favor marque con una (X) su respuesta.

Sexo:	Masculino ( )	Femenino ( )	
Edad:	20 a 34 ( )	35 a 49 ( )	50 a más ( )
Nivel de estudios:	Secundaria completa ( )	Titulado ( )	Magister ( )
Condición laboral:	Contratado ( )	Nombrado ( )	
Tiempo de servicios (años):	1 - 10 ( )	11 - 20 ( )	21 a más ( )
Cargo que desempeña:	Vendedor y servicio al cliente ( )	Técnico ( )	Jefe y gerentes ( )

**Considere los siguientes valores a la hora de marcar:**

<b>NUNCA: 1</b>	<b>CASI NUNCA : 2</b>	<b>A VECES: 3</b>	<b>CASI SIEMPRE: 4</b>	<b>SIEMPRE: 5</b>
-----------------	-----------------------	-------------------	------------------------	-------------------

<b>VARIABLE 1</b>					
<b>GESTIÓN DE ALMACENES</b>					
<b>1. Recepción</b>					
	NUNCA	CASI NUNCA	A VECE S	CASI SIEMPRE	SIEMPR E
1. ¿El espacio de maniobra de los productos en la recepción es adecuado?				4	
2. ¿El espacio para manipular los productos en el almacén es adecuado?					5
3. ¿Los medios para manejar los productos son adecuados?				4	
4. ¿Los medios para el manejo de los materiales son adecuados?				4	
5. ¿Existe rapidez en la inspección de los productos del almacén?			3		
6. ¿Existe rapidez con el manejo de la documentación de entrada?			3		
<b>2. Almacenamiento</b>					
7. ¿Existe eficiente colocación de almacenamiento de los productos?				4	
8. ¿Existe una buena distribución de almacenamiento de los productos?					5
9. ¿El espacio que se dispone para el almacenamiento es adecuado?				4	
10. ¿En forma adecuada se almacenan los productos en el almacén?				4	

11. ¿El almacén cuenta con condiciones básicas para el almacenamiento de los artículos?				4	
12. ¿El espacio es suficiente para el almacenamiento de los artículos?					5
<b>3. Distribución</b>					
13. ¿Los productos en el almacén se trasladan con los medios adecuados?				4	
14. ¿Existen medios adecuados para el traslado de los productos en el almacén?				4	
15. ¿Los productos del almacén son entregados con documentos de salida?					5
16. ¿El control de los productos en la salida es adecuado?					5
17. ¿La calidad del producto es revisada para su salida?					5
18. ¿La cantidad de los productos es revisada para su salida?					5
19. ¿Se hace el cotejo de los productos con los documentos de salida?					5
20. ¿Existe control para la salida de los productos?					5

**Eso es todo, muchísima gracia.**

**Cuestionario para vendedores y servicio al cliente**  
**Gestión de almacenes y ventas en la empresa PAVCO WAVIN**

INSTRUCCIONES: Estimados, el presente cuestionario, tiene el propósito de recopilar de la información sobre las ventas de la empresa PAVCO WAVIN; mucho te agradeceremos diligenciarla, marcando con un aspa (X) la opción que selecciones.

La información tiene el carácter de anónimo, por lo que pedimos sinceridad en la respuesta.

I. DATOS GENERALES: Por favor marque con una (X) su respuesta.

Sexo:	Masculino ( )	Femenino ( )	
Edad:	20 a 34 ( )	35 a 49 ( )	50 a más ( )
Nivel de estudios:	Secundaria completa ( )	Titulado ( )	Magister ( )
Condición laboral:	Contratado ( )	Nombrado ( )	
Tiempo de servicios (años):	1 - 10 ( )	11 - 20 ( )	21 a más ( )
Cargo que desempeña:	Vendedor y servicio al cliente ( )	Técnico ( )	Jefe y gerentes ( )

**Considere los siguientes valores a la hora de marcar:**

<b>NUNCA: 1</b>	<b>CASI NUNCA : 2</b>	<b>A VECES: 3</b>	<b>CASI SIEMPRE: 4</b>	<b>SIEMPRE: 5</b>
-----------------	-----------------------	-------------------	------------------------	-------------------

VARIABLE					
	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
<b>VENTAS</b>					
<b>1. Fuerza de ventas</b>					
1. ¿La distribución de los productos se realiza en forma efectiva?				4	
2. ¿Los productos se entregan en forma completa y sin reclamos?				4	
3. ¿Los productos del almacén se distribuyen con eficiencia?			4		
4. ¿La entrega de productos al área de almacén se realiza sin retrasos?				4	
5. ¿La entrega de productos a los clientes se realiza sin retrasos y sin reclamos?				4	
6. ¿Los productos se entregan sin deterioro y no existe devolución por parte de los clientes?				4	
<b>2. RIESGO</b>					
7. ¿Existe seguridad de los productos en el almacén?					5
8. ¿Existe seguridad del traslado de los productos del almacén al área de ventas?				4	

9. ¿Existe seguridad de los productos entregados del área de ventas a los clientes?				4	
10. ¿Los productos no corren riesgo de traslado por los clientes?			3		
11. ¿El área de ventas tiene confianza en la seguridad de los productos?				4	
12. ¿Existe confianza de los clientes en cuanto a la protección de los riesgos?			3		
13. ¿Existe un plan de riesgo de productos para dar confianza en la empresa?					5
14. ¿Se cumple el plan de riesgo en la empresa?				4	
<b>3. Conocimiento</b>					
15. ¿Los trabajadores del almacén cuentan con un manual de información sobre los productos?					5
16. ¿Los trabajadores del área de ventas cuentan con un manual de información de los productos?					5
17. ¿Los clientes cuentan con un manual de información de los productos?					5
18. ¿Los trabajadores del área de ventas tienen entendimiento de los productos?					5
19. ¿Los trabajadores de la empresa tienen conocimiento de los productos y características?				4	
20. ¿Las características de los productos son conocidas por el área de ventas?					5

**Eso es todo, muchísima gracia.**

**Cuestionario para técnico**  
**Gestión de almacenes y ventas en la empresa PAVCO WAVIN**

INSTRUCCIONES: Estimados, el presente cuestionario, tiene el propósito de recopilar de la información sobre las ventas de la empresa PAVCO WAVIN; mucho te agradeceremos diligenciarla, marcando con un aspa (X) la opción que selecciones.

La información tiene el carácter de anónimo, por lo que pedimos sinceridad en la respuesta.

I. DATOS GENERALES: Por favor marque con una (X) su respuesta.

Sexo:	Masculino ( )	Femenino ( )	
Edad:	20 a 34 ( )	35 a 49 ( )	50 a más ( )
Nivel de estudios:	Secundaria completa ( )	Titulado ( )	Magister ( )
Condición laboral:	Contratado ( )	Nombrado ( )	
Tiempo de servicios (años):	1 - 10 ( )	11 - 20 ( )	21 a más ( )
Cargo que desempeña:	Vendedor y servicio al cliente ( )	Técnico ( )	Jefe y gerentes ( )

**Considere los siguientes valores a la hora de marcar:**

<b>NUNCA: 1</b>	<b>CASI NUNCA : 2</b>	<b>A VECES: 3</b>	<b>CASI SIEMPRE: 4</b>	<b>SIEMPRE: 5</b>
-----------------	-----------------------	-------------------	------------------------	-------------------

VARIABLE					
	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
<b>VENTAS</b>					
<b>1. Fuerza de ventas</b>					
1. ¿La distribución de los productos se realiza en forma efectiva?					5
2. ¿Los productos se entregan en forma completa y sin reclamos?					5
3. ¿Los productos del almacén se distribuyen con eficiencia?			4		
4. ¿La entrega de productos al área de almacén se realiza sin retrasos?				4	
5. ¿La entrega de productos a los clientes se realiza sin retrasos y sin reclamos?					5
6. ¿Los productos se entregan sin deterioro y no existe devolución por parte de los clientes?				4	
<b>7. RIESGO</b>					
8. ¿Existe seguridad de los productos en el almacén?					5
9. ¿Existe seguridad del traslado de los productos del almacén al área de ventas?					5

10. ¿Existe seguridad de los productos entregados del área de ventas a los clientes?					5
11. ¿Los productos no corren riesgo de traslado por los clientes?				4	
12. ¿El área de ventas tiene confianza en la seguridad de los productos?					5
13. ¿Existe confianza de los clientes en cuanto a la protección de los riesgos?			3		
14. ¿Existe un plan de riesgo de productos para dar confianza en la empresa?					5
15. ¿Se cumple el plan de riesgo en la empresa?				4	
<b>16. Conocimiento</b>					
17. ¿Los trabajadores del almacén cuentan con un manual de información sobre los productos?					5
18. ¿Los trabajadores del área de ventas cuentan con un manual de información de los productos?					5
19. ¿Los clientes cuentan con un manual de información de los productos?					5
20. ¿Los trabajadores del área de ventas tienen entendimiento de los productos?					5
21. ¿Los trabajadores de la empresa tienen conocimiento de los productos y características?					5
22. ¿Las características de los productos son conocidas por el área de ventas?					5

**Eso es todo, muchísima gracia.**



## Cuestionario para jefes y gerentes

### Gestión de almacenes y ventas en la empresa PAVCO WAVIN

INSTRUCCIONES: Estimados, el presente cuestionario, tiene el propósito de recopilar de la información sobre las ventas de la empresa PAVCO WAVIN; mucho te agradeceremos diligenciarla, marcando con un aspa (X) la opción que selecciones.

La información tiene el carácter de anónimo, por lo que pedimos sinceridad en la respuesta.

I. DATOS GENERALES: Por favor marque con una (X) su respuesta.

Sexo:	Masculino ( )	Femenino ( )	
Edad:	20 a 34 ( )	35 a 49 ( )	50 a más ( )
Nivel de estudios:	Secundaria completa ( )	Titulado ( )	Magister ( )
Condición laboral:	Contratado ( )	Nombrado ( )	
Tiempo de servicios (años):	1 - 10 ( )	11 - 20 ( )	21 a más ( )
Cargo que desempeña:	Vendedor y servicio al cliente ( )	Técnico ( )	Jefe y gerentes ( )

Considere los siguientes valores a la hora de marcar:

<b>NUNCA: 1</b>	<b>CASI NUNCA : 2</b>	<b>A VECES: 3</b>	<b>CASI SIEMPRE: 4</b>	<b>SIEMPRE: 5</b>
-----------------	-----------------------	-------------------	------------------------	-------------------

VARIABLE					
VENTAS	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1. Fuerza de ventas					
1. ¿La distribución de los productos se realiza en forma efectiva?				4	
2. ¿Los productos se entregan en forma completa y sin reclamos?					5
3. ¿Los productos del almacén se distribuyen con eficiencia?				4	
4. ¿La entrega de productos al área de almacén se realiza sin retrasos?				4	
5. ¿La entrega de productos a los clientes se realiza sin retrasos y sin reclamos?				4	
6. ¿Los productos se entregan sin deterioro y no existe devolución por parte de los clientes?				4	
2. RIESGO					
7. ¿Existe seguridad de los productos en el almacén?					5
8. ¿Existe seguridad del traslado de los productos del almacén al área de ventas?				4	

9. ¿Existe seguridad de los productos entregados del área de ventas a los clientes?				4	
10. ¿Los productos no corren riesgo de traslado por los clientes?				4	
11. ¿El área de ventas tiene confianza en la seguridad de los productos?				4	
12. ¿Existe confianza de los clientes en cuanto a la protección de los riesgos?				4	
13. ¿Existe un plan de riesgo de productos para dar confianza en la empresa?					5
14. ¿Se cumple el plan de riesgo en la empresa?				4	
<b>15. Conocimiento</b>					
16. ¿Los trabajadores del almacén cuentan con un manual de información sobre los productos?					5
17. ¿Los trabajadores del área de ventas cuentan con un manual de información de los productos?					5
18. ¿Los clientes cuentan con un manual de información de los productos?					5
19. ¿Los trabajadores del área de ventas tienen entendimiento de los productos?					5
20. ¿Los trabajadores de la empresa tienen conocimiento de los productos y características?				4	
21. ¿Las características de los productos son conocidas por el área de ventas?					5

**Eso es todo, muchísima gracia.**

## **Anexo 4: Validación de Instrumentos**



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE "VARIABLE 1: GESTION DE ALMACENES"**

N°	DIMENSIONES / items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: RECEPCION</b>								
1	¿El espacio de maniobra de los productos en la recepción es adecuado?	✓		✓		✓		
2	¿El espacio para manipular los productos en el almacén es adecuado?	✓		✓		✓		
3	¿Los medios para manejar los productos son adecuados?	✓		✓		✓		
4	¿Los medios para el manejo de los materiales son adecuados?	✓		✓		✓		
5	¿Existe rapidez en la inspección de los productos del almacén?	✓		✓		✓		
6	¿Existe rapidez con el manejo de la documentación de entrada?	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 2: ALMACENAMIENTO</b>								
7	¿Existe eficiente colocación de almacenamiento de los productos?	✓		✓		✓		
8	¿Existe una buena distribución de almacenamiento de los productos?	✓		✓		✓		
9	¿El espacio que se dispone para el almacenamiento es adecuado?	✓		✓		✓		
10	¿En forma adecuada se almacenan los productos en el almacén?	✓		✓		✓		
11	¿El almacén cuenta con condiciones básicas para el almacenamiento de los artículos?	✓		✓		✓		
12	¿El espacio es suficiente para el almacenamiento de los artículos?	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 3: DISTRIBUCION</b>								
13	¿Los productos en el almacén se trasladan con los medios adecuados?	✓		✓		✓		
14	¿Existen medios adecuados para el traslado de los productos en el almacén?	✓		✓		✓		
15	¿Los productos del almacén son entregados con documentos de salida?	✓		✓		✓		
16	¿El control de los productos en la salida es adecuado?	✓		✓		✓		
17	¿La calidad del producto es revisada para su salida?	✓		✓		✓		
18	¿La cantidad de los productos es revisada para su salida?	✓		✓		✓		
19	¿Se hace el cotejo de los productos con los documentos de salida?	✓		✓		✓		
20	¿Existe control para la salida de los productos?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:  Aplicable  Aplicable después de corregir  No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: Chianlor, Gastely, Teresa Gisela

Especialidad del validador: Marketing

DNI: 07971242

...2.3...de...1.1...del 20.19.

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

  
Firma del Experto Informante



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE "VARIABLE 2: VENTAS"**

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: FUERZA DE VENTAS</b>								
1	¿La distribución de los productos se realiza en forma efectiva?	✓		✓		✓		
2	¿Los productos se entregan en forma completa y sin reclamos?	✓		✓		✓		
3	¿Los productos del almacén se distribuyen con eficiencia?	✓		✓		✓		
4	¿La entrega de productos al área de almacén se realiza sin retrasos?	✓		✓		✓		
5	¿La entrega de productos a los clientes se realiza sin retrasos y sin reclamos?	✓		✓		✓		
6	¿Los productos se entregan sin deterioro y no existe devolución por parte de los clientes?	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 2: RIESGO</b>								
7	¿Existe seguridad de los productos en el almacén?	✓		✓		✓		
8	¿Existe seguridad del traslado de los productos del almacén al área de ventas?	✓		✓		✓		
9	¿Existe seguridad de los productos entregados del área de ventas a los clientes?	✓		✓		✓		
10	¿Los productos no corren riesgo de traslado por los clientes?	✓		✓		✓		
11	¿El área de ventas tiene confianza en la seguridad de los productos?	✓		✓		✓		
12	¿Existe confianza de los clientes en cuanto a la protección de los riesgos?	✓		✓		✓		
13	¿Existe un plan de riesgo de productos para dar confianza en la empresa?	✓		✓		✓		
14	¿Se cumple el plan de riesgo en la empresa?	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 3: CONOCIMIENTO</b>								
15	¿Los trabajadores del almacén cuentan con un manual de información sobre los productos?	✓		✓		✓		
16	¿Los trabajadores del área de ventas cuentan con un manual de información de los productos?	✓		✓		✓		
17	¿Los clientes cuentan con un manual de información de los productos?	✓		✓		✓		
18	¿Los trabajadores del área de ventas tienen entendimiento de los productos?	✓		✓		✓		
19	¿Los trabajadores de la empresa tienen conocimiento de los productos y características?	✓		✓		✓		
20	¿Las características de los productos son conocidas por el área de ventas?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): si hay suficiencia  
 Opinión de aplicabilidad: Aplicable  | Aplicable después de corregir  | No aplicable   
 Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: C. HIRSHIA S. GASTELUM, TATIANA GARCIA DNI: 07971242  
 Especialidad del validador: MARKETING  
 ..... de ..... de 2019

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

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

  
 .....  
**Firma del experto validador**



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE "VARIABLE 1: GESTION DE ALMACENES"**

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: RECEPCION</b>								
1	¿El espacio de maniobra de los productos en la recepción es adecuado?	✓		✓		✓		
2	¿El espacio para manipular los productos en el almacén es adecuado?	✓		✓		✓		
3	¿Los medios para manejar los productos son adecuados?	✓		✓		✓		
4	¿Los medios para el manejo de los materiales son adecuados?	✓		✓		✓		
5	¿Existe rapidez en la inspección de los productos del almacén?	✓		✓		✓		
6	¿Existe rapidez con el manejo de la documentación de entrada?	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 2: ALMACENAMIENTO</b>								
7	¿Existe eficiente colocación de almacenamiento de los productos?	✓		✓		✓		
8	¿Existe una buena distribución de almacenamiento de los productos?	✓		✓		✓		
9	¿El espacio que se dispone para el almacenamiento es adecuado?	✓		✓		✓		
10	¿En forma adecuada se almacenan los productos en el almacén?	✓		✓		✓		
11	¿El almacén cuenta con condiciones básicas para el almacenamiento de los artículos?	✓		✓		✓		
12	¿El espacio es suficiente para el almacenamiento de los artículos?	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 3: DISTRIBUCION</b>								
13	¿Los productos en el almacén se trasladan con los medios adecuados?	✓		✓		✓		
14	¿Existen medios adecuados para el traslado de los productos en el almacén?	✓		✓		✓		
15	¿Los productos del almacén son entregados con documentos de salida?	✓		✓		✓		
16	¿El control de los productos en la salida es adecuado?	✓		✓		✓		
17	¿La calidad del producto es revisada para su salida?	✓		✓		✓		
18	¿La cantidad de los productos es revisada para su salida?	✓		✓		✓		
19	¿Se hace el cotejo de los productos con los documentos de salida?	✓		✓		✓		
20	¿Existe control para la salida de los productos?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Mg. AYBAR HUAMANI JUSTILIANO DNI: 06822479

Especialidad del validador: METEOROLOGO y TEMATICO

23 de 11 del 2019

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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



Caratula Dr. Justiano AYBAR HUAMANI  
METEOROLOGO y TEMATICO DE TESIS

Firma del Experto Informante



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE "VARIABLE 2: VENTAS"**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: FUERZA DE VENTAS</b>								
1	¿La distribución de los productos se realiza en forma efectiva?	✓		✓		✓		
2	¿Los productos se entregan en forma completa y sin reclamos?	✓		✓		✓		
3	¿Los productos del almacén se distribuyen con eficiencia?	✓		✓		✓		
4	¿La entrega de productos al área de almacén se realiza sin retrasos?	✓		✓		✓		
5	¿La entrega de productos a los clientes se realiza sin retrasos y sin reclamos?	✓		✓		✓		
6	¿Los productos se entregan sin deterioro y no existe devolución por parte de los clientes?	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 2: RIESGO</b>								
7	¿Existe seguridad de los productos en el almacén?	✓		✓		✓		
8	¿Existe seguridad del traslado de los productos del almacén al área de ventas?	✓		✓		✓		
9	¿Existe seguridad de los productos entregados del área de ventas a los clientes?	✓		✓		✓		
10	¿Los productos no corren riesgo de traslado por los clientes?	✓		✓		✓		
11	¿El área de ventas tiene confianza en la seguridad de los productos?	✓		✓		✓		
12	¿Existe confianza de los clientes en cuanto a la protección de los riesgos?	✓		✓		✓		
13	¿Existe un plan de riesgo de productos para dar confianza en la empresa?	✓		✓		✓		
14	¿Se cumple el plan de riesgo en la empresa?	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 3: CONOCIMIENTO</b>								
15	¿Los trabajadores del almacén cuentan con un manual de información sobre los productos?	✓		✓		✓		
16	¿Los trabajadores del área de ventas cuentan con un manual de información de los productos?	✓		✓		✓		
17	¿Los clientes cuentan con un manual de información de los productos?	✓		✓		✓		
18	¿Los trabajadores del área de ventas tienen entendimiento de los productos?	✓		✓		✓		
19	¿Los trabajadores de la empresa tienen conocimiento de los productos y características?	✓		✓		✓		
20	¿Las características de los productos son conocidas por el área de ventas?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. AYBAR HUAMANALI JUSTINIANO DNI: 08822474

Especialidad del validador: METODOLÓGICO y TEMÁTICO

...23 de ...11... del 2019

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

  
 .....  
 Catedrático Dr. Justino AYBAR HUAMANALI  
 METODOLÓGICO Y TEMÁTICO DE TESIS  
**Firma del experto validador**

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE "VARIABLE 1: GESTION DE ALMACENES"



Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: RECEPCION</b>								
1	¿El tiempo de la recepción de los productos al almacén genera cuello de botellas?	✓		✓		✓		
2	¿La recepción de los productos se da en su oportunidad?	✓		✓		✓		
3	¿El tonelaje de los productos genera mucho tiempo en la recepción?	✓		✓		✓		
4	¿El tonelaje de los productos interfiere las actividades de otras áreas?	✓		✓		✓		
5	¿Existe conformidad en la recepción de los productos?	✓		✓		✓		
6	¿Observa disconformidad cuando el almacén recibe los productos?							
<b>DIMENSIÓN 2: ALMACENAMIENTO</b>								
7	¿Se reciben productos deteriorados para su almacenamiento?	✓		✓		✓		
8	¿Es grande la cantidad de productos deteriorados en el almacén?	✓		✓		✓		
9	¿Existe entre los trabajadores comentarios sobre productos deteriorados en el almacén?	✓		✓		✓		
10	¿Las unidades de productos almacenados generan muchos costos?	✓		✓		✓		
11	¿Las unidades de productos almacenados no generan demasiados costos?	✓		✓		✓		
12	¿Se observa en los almacenes los mismos productos demasiado tiempo?	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 3: DISTRIBUCION</b>								
13	¿Los productos del almacén son entregados a tiempo a las otras áreas?	✓		✓		✓		
14	¿Los productos del almacén demoran en ser entregados a otras áreas?	✓		✓		✓		
15	¿Los productos del almacén son entregados en cantidades completas?	✓		✓		✓		
16	¿Los productos se entregan con faltantes al área de ventas?	✓		✓		✓		
17	¿Los costos por transporte son excesivos para la entrega de productos?	✓		✓		✓		
18	¿Existen muchos comentarios por excesivos costos de transportes?	✓		✓		✓		
19	¿Existen devoluciones en la distribución de productos?	✓		✓		✓		
20	¿El porcentaje de devoluciones es permanente?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay Suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: NARAZA GONZALES SILVIA ANGELICA ..... DNI: 07498765 .....

Especialidad del validador: ..... 27 de Nov del 2019 .....

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Firma del Experto Informante  
 Mg. SILVIA A. NARAZA GONZALES





CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE "VARIABLE 2: VENTAS"

Nº	DIMENSIONES / items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: FUERZA DE VENTAS</b>								
1	¿La distribución de los productos se realiza en forma efectiva?	/		/		/		
2	¿Existen reclamos por entrega de productos incompletos?	/		/		/		
3	¿Los productos del almacén se distribuyen con eficiencia?	/		/		/		
4	¿Existe retraso en la entrega de productos al área de ventas?	/		/		/		
5	¿Existe reclamo de los clientes por el retraso en la entrega de productos?	/		/		/		
6	¿Existe devolución de productos por deterioro de parte de clientes?	/		/		/		
<b>DIMENSIÓN 2: RIESGO</b>								
7	¿Existe seguridad de los productos en el almacén?	/		/		/		
8	¿Existe seguridad del traslado de los productos del almacén al área de ventas?	/		/		/		
9	¿Existe seguridad de los productos entregados del área de ventas a los clientes?	/		/		/		
10	¿Los productos no corren riesgo de traslado por los clientes?	/		/		/		
11	¿El área de ventas tiene confianza en la seguridad de los productos?	/		/		/		
12	¿Existe confianza de los clientes en cuanto a la protección de los riesgos?	/		/		/		
13	¿Existe un plan de riesgo en la empresa?	/		/		/		
14	¿Se cumple el plan de riesgo en la empresa?	/		/		/		
<b>DIMENSIÓN 3: CONOCIMIENTO</b>								
15	¿Los trabajadores del almacén cuentan con un manual de información sobre los productos?	/		/		/		
16	¿Los trabajadores del área de ventas cuentan con un manual de información de los productos?	/		/		/		
17	¿Los clientes cuentan con un manual de información de los productos?	/		/		/		
18	¿Los trabajadores del área de ventas tienen entendimiento de los productos?	/		/		/		
19	¿Los trabajadores de la empresa tienen conocimiento de los productos y características?	/		/		/		
20	¿Las características de los productos son conocidas por el área de ventas?	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia.

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: NARAZA GONZALES SILVIA ANGELICA      DNI: 07498765

Especialidad del validador: .....  
27 de Nov del 2019

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

Firma del Experto Informante  
 MG. SILVIA A. NARAZA GONZALES

### Anexo 5: Matriz de datos

ID	Sex	Edad	Educacion	CondLab	Tserv	Cargo	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38	P39	P40	VI	VD		
1	1	1	2	1	3	1	4	4	4	3	3	3	4	5	4	2	3	5	1	4	4	2	4	5	2	5	2	4	2	1	2	5	5	4	2	5	4	5	5	3	5	3	1	5	2	4	69	69	
2	1	3	3	2	1	1	4	5	3	4	3	3	4	5	4	3	1	4	5	5	4	5	3	3	2	4	4	2	2	3	2	4	4	5	1	4	1	2	1	2	3	4	1	2	5	3	66	55	
3	1	2	2	1	2	3	3	5	4	4	3	3	3	4	4	4	5	2	2	3	4	3	4	1	1	1	4	4	4	2	5	3	2	2	3	1	3	4	1	4	5	1	1	1	5	64	59		
4	1	1	3	1	3	2	3	3	3	4	3	2	4	5	4	1	3	4	3	1	3	2	3	4	5	5	5	1	1	3	4	1	5	3	1	3	1	5	5	1	5	5	5	3	2	61	64		
5	1	1	2	2	1	3	4	5	3	4	3	3	4	4	4	1	3	4	1	1	3	5	3	5	4	5	1	3	5	4	4	1	5	4	4	5	4	2	4	3	1	2	3	1	2	1	65	59	
6	1	1	1	2	2	1	4	5	4	4	2	3	4	5	4	1	3	3	5	3	5	1	2	5	5	4	3	1	2	5	1	4	2	1	3	1	5	5	2	3	3	1	2	1	3	3	63	51	
7	1	3	1	1	1	2	4	4	4	3	3	2	4	5	3	1	4	3	4	1	1	5	3	3	5	5	5	1	4	4	3	1	5	3	5	3	1	1	5	2	3	3	2	4	4	1	62	60	
8	1	3	1	2	2	3	4	5	4	3	2	3	4	5	4	5	5	2	1	5	1	1	1	3	5	4	5	3	4	5	2	2	1	5	3	1	4	2	1	3	4	5	3	4	3	4	67	64	
9	1	1	3	1	1	3	3	5	4	4	3	3	4	5	4	1	5	4	2	1	3	2	1	4	1	1	5	1	3	4	2	3	2	4	4	4	4	4	5	1	3	4	2	1	5	3	52	64	
10	1	3	1	2	3	1	4	4	4	4	3	3	4	5	3	4	3	1	2	4	4	1	2	2	1	2	4	1	4	4	1	1	1	2	3	5	4	3	1	1	3	4	3	3	1	2	50	51	
11	1	1	4	1	1	2	4	5	3	4	3	3	3	4	4	3	4	2	3	1	5	4	2	5	4	5	1	1	1	3	4	2	5	2	1	4	5	2	3	5	1	3	3	3	1	4	71	54	
12	1	3	2	2	2	1	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	5	1	5	2	2	5	4	3	3	2	2	2	5	5	3	2	2	5	5	1	2	4	1	5	2	1	3	5	3	2	58	60	
13	1	1	1	1	3	2	4	5	4	4	3	3	4	5	4	3	1	5	2	4	2	1	5	4	1	5	5	5	4	1	3	1	2	5	5	5	1	4	2	1	2	5	4	4	2	5	65	66	
14	1	3	1	2	2	1	4	5	4	4	3	3	3	3	5	4	1	1	2	1	3	3	2	1	3	5	2	2	2	2	1	5	4	4	5	1	4	1	4	1	2	3	2	5	4	2	1	46	58
15	1	3	3	1	1	3	3	5	4	4	3	3	3	3	5	3	2	5	4	3	5	2	4	3	2	1	1	2	1	4	1	4	2	5	1	4	4	4	2	2	1	3	4	5	4	4	5	72	62
16	1	2	4	2	1	3	4	5	4	4	2	3	4	5	4	3	4	4	3	3	1	1	4	2	4	4	4	1	1	2	5	2	4	5	5	2	3	1	4	2	2	4	1	5	1	1	73	55	
17	1	1	3	2	2	3	4	5	4	4	3	3	4	5	5	3	3	3	4	5	3	2	2	5	4	1	5	2	2	5	5	5	2	4	2	3	3	3	3	4	2	4	2	1	3	5	63	65	
18	1	3	2	1	3	1	4	5	4	4	2	2	3	5	5	2	4	5	1	1	5	1	5	2	1	1	5	2	1	2	3	5	4	1	3	3	5	3	2	5	1	4	1	5	3	3	65	61	
19	1	1	3	2	1	2	4	4	4	4	3	3	4	5	4	1	2	2	3	5	5	5	3	3	3	1	4	4	3	5	3	2	3	4	2	2	4	2	5	1	3	5	1	2	3	4	61	62	
20	1	3	1	2	2	3	4	5	4	4	3	3	4	5	4	1	2	2	2	5	4	4	2	2	3	1	5	4	1	3	2	5	1	1	4	2	5	2	2	1	2	5	5	2	5	4	60	61	
21	1	3	1	2	2	3	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	2	1	1	5	5	4	1	2	1	4	2	4	3	3	4	1	3	3	2	1	1	2	3	3	1	4	4	1	1	59	50	
22	1	1	2	2	3	2	3	4	4	4	3	3	4	5	4	4	1	5	2	4	5	5	5	1	2	3	5	4	5	4	1	2	3	5	3	4	3	3	2	1	1	4	2	1	4	1	65	58	
23	1	2	2	1	1	3	4	4	4	4	3	2	4	5	4	5	5	3	4	3	1	1	2	4	2	1	2	2	4	3	5	1	5	3	3	5	5	4	5	1	5	2	1	2	4	3	58	65	
24	1	1	3	2	3	2	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	5	1	1	2	4	4	1	1	4	5	1	4	1	2	5	3	4	3	4	3	5	1	4	2	3	5	3	3	4	5	59	65	
25	1	3	1	1	2	2	4	5	4	4	3	3	4	5	4	1	2	4	1	2	5	5	1	3	3	5	1	4	3	3	5	4	1	3	3	4	5	3	4	1	2	5	3	3	3	2	60	62	
26	1	3	1	1	2	1	4	5	3	4	3	3	4	5	4	2	3	3	4	3	5	2	3	4	1	1	4	2	1	1	4	1	5	1	2	3	1	3	3	1	3	3	4	3	3	3	59	51	
27	1	2	1	2	3	1	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	1	1	4	4	2	2	1	2	1	4	5	5	3	4	5	5	1	3	5	4	2	4	4	4	1	2	2	4	2	3	62	68	
28	1	2	2	1	2	1	4	4	4	4	4	3	4	5	4	1	5	5	3	3	3	5	3	1	1	4	4	3	3	2	3	5	3	4	2	2	3	3	2	4	1	5	4	4	1	3	60	61	
29	1	1	4	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	5	4	2	5	1	1	1	5	1	5	1	4	2	5	3	2	1	3	2	3	4	5	2	3	3	3	1	4	5	1	5	4	1	56	60	
30	1	3	3	1	3	1	3	4	4	3	3	3	3	5	4	2	5	1	2	4	2	2	3	5	4	4	1	4	1	2	3	4	2	5	2	5	4	2	5	4	3	4	1	1	2	5	58	60	
31	1	3	2	2	2	2	3	4	3	4	3	3	4	5	4	5	4	1	1	3	5	4	3	5	4	2	4	4	2	4	4	2	5	1	4	1	1	5	1	1	4	3	5	5	1	65	61		
32	1	3	2	1	1	2	4	4	4	4	3	3	3	5	4	1	5	5	2	4	3	2	5	3	1	4	4	4	3	1	3	3	3	1	3	5	2	1	3	1	4	1	5	4	1	3	66	55	
33	1	2	2	2	3	1	4	5	4	4	4	3	4	5	3	4	5	3	2	4	5	2	5	4	5	2	2	3	1	2	2	4	5	4	5	1	4	2	2	5	3	1	4	3	5	3	74	61	

34	1	3	3	2	2	3	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	5	4	4	1	2	3	1	3	5	3	4	2	1	3	1	1	2	5	3	3	5	1	5	3	2	1	3	3	2	5	69	55
35	1	1	2	2	1	2	3	4	4	4	3	3	4	5	4	3	2	2	3	3	2	5	5	4	2	2	1	1	4	4	2	2	4	5	2	5	3	2	1	5	1	1	2	5	1	5	60	56
36	1	1	1	1	2	1	3	4	4	4	3	2	4	4	3	1	2	2	5	5	3	3	2	3	1	5	2	3	4	4	1	3	5	2	4	3	5	2	1	5	1	2	1	4	1	3	63	56
37	1	3	2	1	3	2	3	4	4	4	3	2	3	4	4	1	3	4	2	5	5	2	1	4	5	2	1	1	3	5	4	4	2	4	3	3	5	2	2	4	2	2	3	2	5	5	61	62
38	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	3	3	3	4	1	3	1	2	2	3	3	2	4	1	5	5	3	4	5	4	2	4	1	4	4	5	2	5	1	64	67
39	1	3	4	2	2	3	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	2	4	1	2	5	4	4	1	4	1	5	5	1	3	2	1	4	3	3	3	2	2	1	2	1	4	2	1	3	2	61	50
40	1	3	2	1	3	1	3	5	4	5	3	3	4	5	4	3	2	3	4	1	3	5	2	5	1	3	5	2	2	4	3	3	3	1	2	5	5	3	1	1	2	2	4	3	1	4	55	56
41	1	2	4	1	2	2	4	5	4	4	3	3	4	5	4	5	5	2	2	5	4	2	3	1	1	5	1	4	1	4	2	2	5	4	3	2	5	4	2	1	4	4	2	5	3	3	64	61
42	1	1	1	2	2	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	3	5	1	5	4	4	4	4	5	5	4	2	3	3	4	1	3	3	5	2	2	5	5	2	1	5	3	1	57	64
43	1	1	2	2	3	2	4	4	5	4	3	3	4	5	4	2	2	3	5	4	3	5	2	5	4	4	1	5	4	2	1	1	3	3	5	4	4	3	3	3	5	1	2	5	2	3	66	60
44	1	3	4	1	3	3	4	4	5	4	3	3	4	5	4	4	2	5	3	1	1	5	2	2	2	4	2	3	4	4	3	5	1	3	4	5	3	5	4	5	4	5	2	5	3	3	60	73
45	1	2	2	1	2	3	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	2	1	3	4	2	1	1	2	3	3	4	1	5	4	1	5	3	2	3	1	1	2	4	5	2	5	4	1	4	5	54	62
46	1	2	2	1	1	1	4	4	4	4	3	3	4	4	4	1	1	3	3	2	1	2	4	2	5	5	3	2	3	4	3	4	2	3	3	5	1	3	5	2	4	5	2	4	1	5	55	64
47	1	3	2	1	1	3	4	5	4	4	4	3	3	5	4	1	4	2	3	1	3	5	1	1	3	2	4	4	3	1	5	4	1	4	1	2	3	2	1	3	4	1	5	3	4	3	54	58
48	1	2	2	2	3	1	4	5	4	3	3	3	4	5	4	1	4	5	1	2	3	5	5	1	3	3	1	4	3	3	1	3	1	3	3	4	1	5	1	4	1	5	4	3	3	1	58	54
49	1	2	2	2	3	1	4	5	4	4	3	3	4	5	4	3	5	3	4	2	1	2	2	1	1	2	3	2	2	3	3	4	2	1	3	2	2	2	4	4	3	2	2	1	5	5	55	55
50	1	3	4	1	1	2	4	4	4	4	2	3	4	5	4	5	2	2	2	2	4	1	4	1	1	3	5	3	5	3	4	5	2	1	2	1	1	3	5	4	5	1	3	1	3	2	59	59
51	1	2	3	1	2	3	3	5	3	3	3	3	4	5	4	5	1	5	4	4	3	2	2	4	4	2	1	4	4	5	5	2	3	5	2	5	2	5	1	4	2	3	1	5	2	3	62	64
52	1	2	1	1	2	2	4	5	4	4	3	3	4	5	5	3	2	3	2	1	3	3	3	3	3	5	1	1	2	4	1	4	5	5	3	3	1	5	4	5	1	5	2	1	1	61	59	
53	1	2	3	2	1	1	4	5	5	4	3	3	4	5	5	4	2	3	4	1	2	5	1	2	4	5	3	2	1	1	5	2	2	3	5	4	2	4	2	4	4	3	3	4	3	1	62	58
54	1	1	2	2	1	3	3	5	4	4	3	3	4	5	5	2	4	3	1	1	1	5	5	2	1	2	4	4	3	2	5	2	5	3	4	4	5	3	2	4	1	3	4	4	2	4	65	68
55	1	3	1	1	3	3	4	5	5	4	3	3	4	5	4	4	3	5	5	2	3	4	3	4	4	4	2	1	5	4	5	2	3	4	2	3	4	2	4	4	2	2	2	4	3	5	65	63
56	1	1	2	1	1	1	4	4	3	4	3	3	4	5	5	1	5	5	4	5	5	1	4	3	2	1	3	3	4	3	5	1	2	2	3	3	2	2	3	3	2	1	5	5	3	2	58	57
57	2	1	1	1	1	1	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	3	5	3	1	3	2	3	2	3	1	4	1	2	1	3	2	1	1	2	3	5	3	1	1	2	5	2	1	5	2	45	47
58	2	1	2	2	2	3	4	5	4	4	3	3	4	5	4	1	1	5	2	3	1	4	5	5	1	4	2	3	3	4	1	4	4	2	4	1	4	2	4	5	5	1	3	3	2	4	53	61
59	2	2	4	1	3	1	4	4	3	4	3	3	4	5	4	5	5	4	1	1	5	5	4	4	3	2	4	4	4	2	4	2	1	4	5	2	1	3	2	1	1	1	3	3	1	5	66	53
60	2	2	3	2	2	2	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4	3	3	4	4	2	3	3	2	5	5	4	1	3	3	5	2	3	4	1	3	3	4	3	4	1	2	4	3	2	69	60
61	2	2	4	2	1	3	3	5	4	4	3	3	4	5	4	2	4	5	1	5	2	5	2	3	2	5	4	4	5	1	2	3	2	3	4	4	1	4	3	2	2	3	4	2	2	1	58	56
62	2	3	4	2	3	3	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	3	5	5	1	1	2	3	4	1	3	4	4	3	3	4	3	5	4	3	2	4	2	2	4	5	5	5	5	2	4	55	73

## **Anexo 6: Propuesta de valor**

Antecedentes de la empresa PAVCO WAVIN, la debilidad más pronunciada que se tiene son los reclamos de clientes y dentro de los motivos más fuertes tenemos:

Las facturas emitidos y no despachados probablemente sea el 50% de los casos y esto se debe a error en los despachos por falta de control.

Solución implementar un control óptimo de los despachos y con la aplicando de la tecnología, por ahora PAVCO WAVIN está proyectando a la realización e implementación de un sistema para poder mejorar la productividad y el inventario ahora empezando a usar PDT (terminal de Datos Portátil) o terminales de radiofrecuencia para los picking a diferentes despachos (retail, despachos en clientes finales), conjuntamente este proyecto ayuda y facilita al control de ventas e inventarios y stock de los productos en almacén.