FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS

MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TESIS

INFLUENCIA DE LA ROTACIÓN DE MERCADERÍA EN LAS VENTAS DE LA EMPRESA SOCOPUR S.A.C., PERIODO 2014 - 2018

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

PRESENTADO POR: CARMEN LUCY MONTES VÁSQUEZ

ASESOR: ECON. FREDDY MARTÍN PINEDO MANZUR, DR.

IQUITOS, PERÚ

2021

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS

MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TESIS

INFLUENCIA DE LA ROTACIÓN DE MERCADERÍA EN LAS VENTAS DE LA EMPRESA SOCOPUR S.A.C., PERIODO 2014 - 2018

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

PRESENTADO POR: CARMEN LUCY MONTES VÁSQUEZ

ASESOR: ECON. FREDDY MARTÍN PINEDO MANZUR, DR.

IQUITOS, PERÚ

2021

UNAP *Escuela de Postgrado "JOSÉ TORRES VÁSQUEZ"*
Oficina de Asuntos Académicos

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
007-2021-OAA-EPG-UNAP

Con **Resolución Directoral N° 0056-2020-EPG-UNAP**, se autoriza la sustentación de la tesis: "INFLUENCIA DE LA ROTACIÓN DE MERCADERÍA EN LAS VENTAS DE LA EMPRESA SOCOPUR S.A.C., PERIODO 2014-2018", teniendo como jurados a los siguientes profesionales:

CPC. Jesús Hermes Ramírez Enrique, Mgr.	Presidente
Econ. Pedro Lito Rivera Cardozo, Mgr.	Miembro
Econ. Andrea Angulo Vela, Mgr.	Miembro
Econ. Freddy Martín Pinedo Manzur, Dr.	Asesor

A los veintisiete días del mes de enero del 2021, a las 16:00 horas, en la modalidad virtual zoom institucional de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, se constituyó el Jurado Evaluador y dictaminador, para escuchar y evaluar la sustentación de la tesis: "INFLUENCIA DE LA ROTACIÓN DE MERCADERÍA EN LAS VENTAS DE LA EMPRESA SOCOPUR S.A.C., PERIODO 2014-2018" presentado por la señora CARMEN LUCY MONTES VÁSQUEZ, como requisito para obtener el **Grado Académico de Maestra en Gestión Empresarial,** que otorga la UNAP de acuerdo a la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.

Después de haber escuchado la sustentación y luego de formuladas las preguntas, éstas fueron:
Respondidas satisfactoriamente

El Jurado, después de la deliberación correspondiente en privado, llegó a las siguientes conclusiones, la sustentación es:

1. Aprobado como: a) Excelente ( ) b) Muy bueno ( ) c) Bueno (X)
2. Desaprobado: ( )

Observaciones : ninguna

A Continuación, el Presidente del Jurado, da por concluida la sustentación, siendo las 5.30 del veintisiete de enero del 2021; con lo cual, se le declara a la sustentante APTA para recibir el **Grado Académico de Maestra en Gestión Empresarial**.

CPC. Jesús Hermes Ramírez Enrique, Mgr.
Presidente

Econ. Pedro Lito Rivera Cardozo, Mgr.
Miembro

Econ. Andrea Angulo Vela, Mgr.
Miembro

Econ. Freddy Martín Pinedo Manzur, Dr
Asesor

TESIS APROBADA EN SUSTENTACIÓN PÚBLICA EL DÍA MIERCOLES 27 DEL MES DE ENERO DEL 2021 EN LA MODALIDAD VIRTUAL ZOOM DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONÍA PERUANA, EN LA CIUDAD DE IQUITOS – PERÚ.

……

CPC. JESUS HERMES RAMIREZ ENRIQUE, MGR.
PRESIDENTE

……

ECON. PEDRO LITO RIVERA CARDOZO, MGR.
MIEMBRO

……

ECON. ANDREA ANGULO VELA, MGR.
MIEMBRO

……

ECON. FREDDY MARTÍN PINEDO MANZUR, DR.
ASESOR

Dedico esta tesis a Dios, por darme la fuerza para continuar en este proceso y así obtener este anhelo deseado.

A mis padres y hermanos, quienes me dieron el apoyo todo el tiempo.

AGRADECIMIENTO

Este trabajo de tesis ha sido una gran bendición en todo sentido y lo agradezco Padre Celestial y no cesan mis ganas de decir que es gracias a ti que esta meta está cumplida.

Gracias por estar presente no solo en esta etapa tan importante de mi vida, sino en todo momento ofreciéndome lo mejor y buscando lo mejor para mi persona.

También agradezco en estas líneas la ayuda que algunos amigos y colegas me han prestado durante el proceso de estudio de este trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Páginas
Carátula	i
Contracarátula	ii
Acta de sustentación	iii
Jurado	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenido	vii
Índice de tablas	ix
Índice de gráficos	x
Resumen	xi
Abstract	xii
INTRODUCCIÓN	01
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	03
1.1 Antecedentes	03
1.2 Bases teóricas	05
1.3 Definición de términos básicos	07
CAPÍTULO II: VARIABLES E HIPÓTESIS	10
2.1 Variables y su operacionalización	10
2.2 Formulación de la hipótesis	11
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	12
3.1 Tipo y diseño de la investigación	12
3.2 Población y muestra	12
3.3 Técnicas e instrumentos	13
3.4 Procedimientos de recolección de datos	14
3.5 Técnicas de procesamiento y análisis de los datos	14
3.6 Aspectos éticos	15

CAPÍTULO IV: RESULTADOS 16
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS 37
CAPÍTULO VI: PROPUESTA 40
CAPÌTULO VII: CONCLUSIONES 42
CAPÍTULO VIII: RECOMENDACIONES 44
CAPÍTULO IX: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 46

ANEXOS

N° 01: Estadística complementaria.

N° 02: Instrumento de recolección de datos.

ÍNDICE DE TABLAS

		Páginas
Tabla N° 01:	Stock de mercadería de la empresa SOCOPUR SAC. al 31-12-14	16
Tabla N° 02:	Stock de mercadería de la empresa SOCOPUR SAC. al 31-12-15	17
Tabla N° 03:	Stock de mercadería de la empresa SOCOPUR SAC. al 31-12-16	18
Tabla N° 04:	Stock de mercadería de la empresa SOCOPUR SAC. al 31-12-17	19
Tabla N° 05:	Stock de mercadería de la empresa SOCOPUR SAC. al 31-12-18	20
Tabla N° 06:	Ventas de la empresa SOCOPUR SAC., año 2014	21
Tabla N° 07:	Ventas de la empresa SOCOPUR SAC., año 2015	22
Tabla N° 08:	Ventas de la empresa SOCOPUR SAC., año 2016	23
Tabla N° 09:	Ventas de la empresa SOCOPUR SAC., año 2017	24
Tabla N° 10:	Ventas de la empresa SOCOPUR SAC., año 2018	25
Tabla N° 11:	Condición de pago de los clientes de SOCOPUR SAC, año 2014	26
Tabla N° 12:	Condición de pago de los clientes de SOCOPUR SAC, año 2015	27
Tabla N° 13:	Condición de pago de los clientes de SOCOPUR SAC, año 2016	28
Tabla N° 14:	Condición de pago de los clientes de SOCOPUR SAC, año 2017	29
Tabla N° 15:	Condición de pago de los clientes de SOCOPUR SAC, año 2018	30
Tabla N° 16:	Relación entre el stock de mercadería y las ventas de la empresa SOCOPUR SAC	31
Tabla N° 17:	Variación del stock de mercadería de SOCOPUR SAC, periodo 2014 - 2018	33
Tabla N° 18:	Ventas de la empresa SOCOPUR SAC., periodo 2014-2018	34
Tabla N° 19:	Variación del stock de mercadería y variación de las ventas de SOCOPUR SAC. periodo 2014 – 2018	36

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Páginas

Gráfico N° 01: Stock de mercadería de la empresa SOCOPUR SAC. al 31-12-14 16
Gráfico N° 02: Stock de mercadería de la empresa SOCOPUR SAC. al 31-12-15 17
Gráfico N° 03: Stock de mercadería de la empresa SOCOPUR SAC. al 31-12-16 18
Gráfico N° 04: Stock de mercadería de la empresa SOCOPUR SAC. al 31-12-17 19
Gráfico N° 05: Stock de mercadería de la empresa SOCOPUR SAC. al 31-12-18 20
Gráfico N° 06: Ventas de la empresa SOCOPUR SAC., año 2014 21
Gráfico N° 07: Ventas de la empresa SOCOPUR SAC., año 2015 22
Gráfico N° 08: Ventas de la empresa SOCOPUR SAC., año 2016 23
Gráfico N° 09: Ventas de la empresa SOCOPUR SAC., año 2017 24
Gráfico N° 10: Ventas de la empresa SOCOPUR SAC., año 2018 25
Gráfico N° 11: Condición de pago de los clientes de SOCOPUR SAC, año 2014 26
Gráfico N° 12: Condición de pago de los clientes de SOCOPUR SAC, año 2015 27
Gráfico N° 13: Condición de pago de los clientes de SOCOPUR SAC, año 2016 28
Gráfico N° 14: Condición de pago de los clientes de SOCOPUR SAC, año 2017 29
Gráfico N° 15: Condición de pago de los clientes de SOCOPUR SAC, año 2018 30
Gráfico N° 16: Relación entre el stock de mercadería y las ventas de la empresa SOCOPUR SAC 31
Gráfico N° 17: Variación del stock de mercadería de SOCOPUR SAC, periodo 2014 - 2018 33
Gráfico N° 18: Ventas de la empresa SOCOPUR SAC., periodo 2014-2018 35
Gráfico N° 19: Variación del stock de mercadería y variación de las ventas de SOCOPUR SAC. periodo 2014 – 2018 36

RESUMEN

La gestión de inventarios es vital en cualquier empresa moderna, ya que busca optimizar el nivel de mercadería, tratando no tener demasiado que signifique dinero inmovilizado, ni tan poco que no alcance para atender los requerimientos. El objetivo de la investigación fue determinar la influencia de la rotación de mercadería en las ventas de la empresa SOCOPUR S.A.C., en el periodo 2014 - 2018; ejecutándose en ese sentido esta investigación de tipo Cuantitativa, nivel Correlacional y de diseño No Experimental. La investigación concluye que no existe relación alguna entre el stock de mercadería y las ventas de la empresa, contrastado mediante el test estadístico que utilizó el Coeficiente de Correlación (r) que fue de r = -0.621684272; muy alejado de +1 y -1 demostrando que no existe asociación entre variables; y el Coeficiente de Correlación (R^2) que resultó R^2 = 0.386491335; lejos de 1; mostrando que la variación del stock de mercadería no determina las ventas. El stock de mercadería mantuvo una tendencia creciente durante toda la serie en estudio, iniciando el año 2014 con un valor de S/. 6,107,607.60 y finalizó el 2018 con S/. 7,832,182.62. Las ventas presentaron similar tendencia siendo de S/. 8,521,821.43 el año 2014, y terminando el año 2018 con S/. 31,767,268.90. Por otro lado, el análisis de las ventas a través de la condición de pago, demuestra que el 60% fueron “Al Crédito” mientras que el 40% fue “Al Contado”, restándole liquidez.

Palabras Clave: Stock de Mercadería, Ventas, Inventario, Liquidez.

ABSTRACT

Inventory management is vital in any modern company, since it seeks to optimize the level of merchandise, trying not to have too much that means immobilized money, nor so little that it is not enough to meet the requirements. The objective of the investigation was to determine the influence of the turnover of merchandise on the sales of the company SOCOPUR S.A.C., in the period 2014 - 2018; In this sense, this research of the Quantitative type, Correlational level and Non-Experimental design is executed. The investigation concludes that there is no relationship between the merchandise stock and the sales of the company, contrasted by the statistical test that used the Correlation Coefficient (r), which was r = -0.621684272; very far from +1 and -1 demonstrating that there is no association between variables; and the Correlation Coefficient (R2) that resulted in R2 = 0.386491335; away from 1; showing that the variation in merchandise stock does not determine sales. The merchandise stock maintained a growing trend throughout the series under study, starting 2014 with a value of S /. 6,107,607.60 and ended 2018 with S /. 7,832,182.62. Sales showed a similar trend, being S /. 8,521,821.43 in 2014, and ending 2018 with S /. 31,767,268.90. On the other hand, the analysis of sales through the payment condition shows that 60% were “Credit” while 40% were “Cash”, subtracting liquidity.

Key Words: Merchandise Stock, Sales, Inventory, Liquidity.

INTRODUCCIÓN

El stock de inventario va a depender del tipo de empresa que lo posee, pudiendo ser una productiva, comercial o de servicios, tal como lo demuestra Andrea (2003). Así, por ejemplo, una empresa productiva manejará inventario de materia prima, insumos y productos terminados; cada uno de ellos con un determinado valor. Sin embargo, una empresa comercial casi siempre mantiene en stock productos terminados. En el caso de la empresa SOCOPUR SAC., el inventario está conformado por productos terminados (motocicletas, motores, etc.), repuestos, aceite de uso industrial, entre otros. Mantener un stock elevado afecta negativamente a las ventas y resta liquidez a la organización, manteniendo dinero inmovilizado en el almacén, por lo que es necesario analizar la gestión de existencias como parte de la gestión general.

Es por ello que se desarrolló la presente investigación considerando como interrogante general ¿cuál es la influencia de la rotación de mercadería en las ventas de la empresa SOCOPUR S.A.C., en el periodo 2014 - 2018? Interrogante general que es estudiada a través de las siguientes interrogantes específicas: ¿cuál es el nivel de rotación de mercadería en la empresa SOCOPUR S.A.C., en el periodo 2014 - 2018?; ¿cuál es el nivel de ventas de la empresa SOCOPUR S.A.C. en el periodo 2014 - 2018?; y ¿cuál es la integración de los procesos de rotación de mercadería en las ventas de la empresa SOCOPUR S.A.C., en el periodo 2014 - 2018? Con este propósito la investigación hizo uso del test estadístico habiendo utilizado para ello el Coeficiente de Correlación (r) y el Coeficiente de Determinación (R^2).

Esta investigación es de tipo cuantitativa por su naturaleza, de nivel correlacional y de diseño no experimental. El objetivo general fue determinar la influencia de la rotación de mercadería en las ventas de la empresa SOCOPUR S.A.C., en el periodo 2014 – 2018; y los objetivos específicos: identificar el nivel de rotación de mercadería de la empresa SOCOPUR S.A.C., en el periodo 2014 – 2018; determinar el nivel de las ventas de la

empresa SOCOPUR S.A.C., en el periodo 2014 – 2018; y, evaluar la integración de los productos de rotación de mercadería y ventas de la empresa SOCOPUR S.A.C., en el periodo 2014 – 2018. La hipótesis general que se sometió a contrastación fue que la rotación de mercadería influye de forma directa en las ventas de la empresa SOCOPUR S.A.C., en el periodo 2014 - 2018; la que fue complementada mediante las siguientes hipótesis específicas: el nivel de rotación de mercadería en la empresa SOCOPUR S.A.C. durante el periodo 2014 – 2018, fue alto; el nivel de ventas de la empresa SOCOPUR S.A.C. en el periodo 2014 – 2018, fue alto; y, el proceso de integración se vio afectado negativamente en la rotación de mercadería y ventas de los productos de la empresa SOCOPUR S.A.C. en el periodo 2014 – 2018.

Esta investigación se justifica por la inexistencia estudios anteriores llevados a cabo teniendo como objeto de estudio a la empresa. Los tratamientos teóricos sobre gestión de inventarios señalan que el stock de mercadería se relaciona inversamente con las ventas. Es decir, cuando el stock crece, las ventas disminuyen; y cuando el stock decrece, las ventas aumentan generando mayores ingresos.

La prueba de las hipótesis a través del test estadístico da como resultado que el stock de mercadería no guarda relación con las ventas de la empresa SOCOPUR SAC., en el periodo 2014 - 2018. En base a estos resultados, se confeccionaron las propuestas que, de hecho, constituyen herramientas válidas para superar el problema descrito en la identificación de la situación problemática. Luego, se presentan las conclusiones, las que son enunciadas como contestación a los objetivos e hipótesis de la investigación. Finalmente, se dan a conocer las recomendaciones que llevan a resolver el problema de investigación y la bibliografía revisada.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes

En el año 2018, se desarrolló una investigación de tipo cuantitativa, el nivel de la investigación es descriptivo y de diseño no experimental, que incluyó como población de estudio a 129 empresas. La investigación determinó que el manejo y control efectivo de los inventarios merece la atención de la alta dirección de una empresa a fin de proporcionar un servicio de calidad a los clientes. El trabajo concluyó que no existe un método ideal para controlar los inventarios en las empresas, una combinación de las existencias a las particularidades de la organización permitirá una adecuada administración de los recursos. La investigación tiene estrecha relación con los conceptos del presente trabajo, toda vez que estudia los inventarios, en aras de mantener una administración y un buen control de las existencias, acorde a las necesidades de cada organización. (Velásquez, 2018).

En el año 2017, se llevó a cabo una investigación de tipo cuantitativa, de nivel descriptivo documental, con un diseño de investigación no experimental, que incluyó como población de estudio a los registros contables, costos, NIIF, NIC. Determinó que entre más alta sea la rotación significa que las mercancías permanecen menos tiempo en el almacén, lo que es consecuencia de una buena administración y gestión de los inventarios. Entre menor sea el tiempo de estancia de las mercancías en bodega, menor será el capital de trabajo invertido en los inventarios. El trabajo concluyó que una empresa que venda sus inventarios en un mes, requerirá más recursos que una empresa que venda sus inventarios en una semana. La investigación se relaciona con el presente trabajo, en el sentido que se busca determinar el número de veces que el inventario rota y evitar su almacenamiento prolongado, a efectos de evitar la pérdida de su valor comercial. (Cárdenas, 2017).

En el año 2017, se ejecutó una investigación de tipo aplicada, nivel de investigación explicativo y de diseño no experimental, incluyó como población de estudio a 6,000 bodegas de Lima Metropolitana, con una muestra de 41 de ellas. La investigación determinó que un porcentaje significativo de 68% de las bodegas no conocen el manejo de rotación de inventarios y no conoce de técnica de ventas. El trabajo concluyó que la evaluación de técnicas de venta y manejo de rotación de inventarios y su influencia en las ventas en las bodegas de Lima está directamente relacionada y su ausencia o poca utilización influyen negativa y significativamente en éstas. La tesis en mención, se relaciona con el trabajo de investigación, en el sentido que uno de los argumentos de estudio son las técnicas de ventas y éstas deben ser efectivas para conseguir mayor rotación de los inventarios. (Haddad y Chasquero, 2017).

En el año 2016, se ejecutó una investigación de tipo descriptiva, nivel de investigación explicativo y diseño de investigación no experimental, que incluyó como población de estudio las coberturas plásticas, llamadas también planchas. La investigación determinó que la empresa debe buscar las vías necesarias para la distribución, con productos y servicios de muy buena calidad que esté supere las expectativas y las necesidades de los clientes. El trabajo concluyó que los productos que tienen mayor aceptación en el mercado son los opacos y como segundo los traslucidos, que se debe determinar una política de inventario que sea la más adecuada y que esta permita de manera óptima los inventarios y garantice la disponibilidad de stock. La tesis en mención se relaciona con el trabajo de investigación, en el sentido que estudia el proceso logístico, que debiera ser fluida para disminuir los costos de gestión de inventarios, en la que se pone énfasis para la consecución real de los objetivos de la tesis. (León y Torres, 2016).

1.2 Bases teóricas

Una de las teorías de mayor importancia en el manejo de inventarios fue enunciada por Ohno (1972), quien planteó el modelo teórico de manejo de inventarios denominado “Just in Time". Este es un sistema de organización de la producción para las fábricas que permite incrementar la productividad, reducir el costo de la gestión y por pérdidas en almacenes debido a acciones innecesarias, permitiendo producir bajo ninguna suposición, por el contrario, sobre pedidos reales. Su filosofía es producir los elementos que se necesitan, en las cantidades que se necesitan, en el momento en que se necesitan En la década de los 80, en occidente empezaron a escuchar sobre las buenas prácticas que se implementaban en las empresas japonesas, sobre todo se hablaba de su excelente calidad, alta productividad, y métodos de fabricación, analizaron los puntos clave orientado al respeto de las personas, aspectos técnicos y eliminación de desperdicio, hasta ese entonces era conocido como el método japonés. Los objetivos del “Just in time” es reducir los niveles de stock, produciendo la cantidad necesaria que nos indica la operación inmediatamente posterior, disminución de inventarios de productos intermedios al mínimo; así se detectarían cuellos de botella y permitirían su mejora. El modelo teórico se relaciona con el presente trabajo, en el sentido que pone en relieve las cantidades necesarias que se debe producir en el caso de fábricas o mantener en stock en el caso de empresas de comercialización, teniendo en cuenta el material y la cantidad que se solicita de manera continua al almacén y la relación con los proveedores y clientes, puntos importantes que se analizan en la empresa SOCOPUR S.A.C.

En ese mismo sentido, Ishikawa (1950) desarrolló la “Metodología Kaizen” poniendo en marcha los primeros esfuerzos para promover la calidad total. Fue la figura más importante en Japón en lo que respecta al control de la calidad, utilizó el concepto de control de la calidad total y desarrolló “las siete herramientas” que consideró que cualquier trabajador podría utilizar, Sin embargo, él pensaba que la

calidad comienza y finaliza con educación. Un primer paso hacia la calidad es conocer los requisitos del consumidor. Por otro lado, el control de la calidad es responsabilidad de todos los trabajadores y de todas las divisiones. El objetivo Kaizen es encontrar la perfección en la mejora continua de procesos. La metodología kaizen trabaja para que tu negocio sea mejor que ayer, esto se debe a que los continuos cambios tanto en tecnología como en los hábitos de los consumidores obligan a las empresas a adaptarse. Pero a una velocidad mayor de lo normal. Este método se relaciona con el presente trabajo, toda vez que las variables rotación de inventarios y las ventas, como sinónimo de rentabilidad, se analizan exhaustivamente en el método y se analiza dentro de la empresa SOCOPUR S.A.C.

Por su parte, Porter (1979) planteó la teoría “Las Cinco Fuerzas de Porter”, que es un modelo de gestión empresarial que analiza un sector empresarial utilizando las cinco fuerzas a través del análisis y la investigación, considerado como gran concepto de los negocios que permite maximizar recursos y superar a la competencia. El modelo de las Cinco Fuerzas de Porter propone un modelo de reflexión estratégica sistemática para determinar la rentabilidad de un sector, normalmente con el fin de evaluar el valor y la proyección futura de empresas o unidades de negocio que operan en dicho sector. Dentro de las 5 fuerzas se consideran los siguientes: Poder de negociación de los proveedores, amenaza de los nuevos competidores entrantes, amenaza de productos sustitutos, rivalidad de empresas, poder de negociación de los clientes. Analizando La realidad del mercado y la factibilidad de contar con buenas estrategias se convierte entonces en una difícil tarea de toma de decisiones entre tantas alternativas presentes en el ambiente. Esta teoría se relaciona con el presente trabajo en el sentido que se realiza un diagnóstico de estas cinco fuerzas que interactúan en SOCOPUR S.A.C. derivando ello en aprovechar al máximo para la toma de decisiones respecto de los productos sustitutos y productos complementarios que puedan actuar en detrimento de la rotación de inventarios y las ventas en el periodo.

Asimismo, Andrea (2003) señala en la “Teoría de Administración de Inventarios”, que los inventarios más comunes son los de: materias primas, productos en proceso y productos terminados. La administración de los inventarios depende del tipo o naturaleza de la empresa, ya que existen diferencias entre una empresa de servicios y una empresa manufacturera. Sin embargo, la administración del inventario en general, se centra en 4 aspectos básicos: 1) cuántas unidades deberían ordenarse (o producirse) en un momento dado, 2) en qué momento deberla ordenarse (o producirse) el inventario, 3) qué artículos del inventario merecen una atención especial, 4) puede uno protegerse contra los cambios en los costos de los artículos del inventario. Para tener una respuesta a esto puntos se tiene que calcular los costos de inventario que es integrado por costos de mantenimiento, costos de ordenamiento, costos totales del inventario. Habla también de un modelo de la cantidad económica de la orden se basa que la cantidad de inventario debe ser optima o de costo cero, debe haber un punto de reorden, mercaderías en tránsito productos que se pide que aún no llegan al almacén. La administración de inventario consiste en mantener disponibles estos bienes al momento de requerir su uso o venta, basados en políticas que permitan decidir cuándo y en cuánto reabastecer el inventario. El trabajo de investigación se relaciona con esta teoría toda vez que se necesita ordenar las cantidades necesarias, en el momento oportuno, teniendo en cuenta las prioridades para aquellos productos que se consideren de mayor rotación y evitar sobre stocks de productos que generen gastos de almacenamiento.

1.3 Definición de términos básicos

Almacén: el almacén es el espacio físico utilizado para almacenar los bienes de la cadena de suministro, comprende equipos de almacenaje, manipulación, recursos humanos y de gestión, para regular diferencias de las entradas y salidas de mercadería. (López y Tamayo, 2012).

Costos de inventario: se conoce como costo de inventario a aquellos que se encuentran relacionados con el almacenamiento, aprovisionamiento y mantenimiento del inventario en un determinado periodo y se clasifica en: costo de almacenamiento, costos de pedido y costo de rotura de stock. (Vermorel, 2013).

Costo por obsolescencia: siempre existe un riesgo que los materiales que almacenan se vuelven obsoletos, quizás debido a factores tal como: la moda, los avances tecnológicos, la antigüedad, o pérdida de las especificaciones de calidad de los materiales; por ello, debe de contemplarse un porcentaje del costo de mantenimiento de los inventarios. (Vermorel, 2013).

Existencias: las existencias son activos que posee la empresa y que forman parte del proceso de transformación, incorporación, producción o venta, Se agrupa dentro del activo circulante y se renuevan constantemente, se adquieren, transforman y venden con regularidad. (Vermorel, 2013).

Gestión de inventarios: se entiende por gestión de inventarios, el organizar, planificar y controlar el conjunto de stocks que pertenecen a una empresa, es la que regula el flujo entre las entradas y salidas de existencias. (Vermorel, 2013).

Inventario: Es el conjunto de artículos o mercaderías que se acumulan en el almacén y los que posteriormente serán utilizados en el proceso productivo o comercialización. (Andrea, 2007).
Inventario de productos terminados: artículos que se encuentran disponibles para la entrega al cliente, es decir aquellos aptos para la venta, mantener un stock adecuado de este tipo de productos permite afrontar demandas futuras. (Andrea, 2007).

Just in time: también conocido como el Método Toyota, permite reducir costos, de materia prima, partes para ensamblaje y de los productos

finales. La esencia de este método es que los suministros llegan a la fábrica, o los productos al cliente “Justo a Tiempo”. (Ohno, 1972).

Las cinco fuerzas de Porter: concepto de los negocios por medio del cual se puede maximizar recursos y superar a la competencia, se tiene en cuenta el liderazgo de costos, la diferenciación, y el enfoque del negocio. (Porter, 1979).

CAPÍTULO II: VARIABLES E HIPÓTESIS

2.1 Variables y su operacionalización

- Variables
  a) Rotación de mercadería.
  b) Ventas.

- Definiciones conceptuales
  a) Rotación de mercadería: número de veces que la empresa ha vendido y reemplazado su inventario de productos durante un periodo determinado.
  b) Ventas: magnitud contable que agrega todos los ingresos que una empresa o unidad contable ha tenido, con motivo de su actividad ordinaria, en un periodo de tiempo determinado.

- Definiciones operacionales
  a) Variable Independiente (X): Rotación de mercadería.
  b) Variable Dependiente (Y): Ventas.

- Indicadores
  a) De la rotación de mercadería:
     - Nivel de rotación de mercadería.
  b) De las ventas:
     - Monto de ventas realizadas.
     - Valor de facturación.
     - Condición de pago.

- Índices
  a) Del nivel de rotación de mercadería:
     - Alto.
     - Medio.
     - Bajo.
  b) Del monto de ventas realizadas:

- Entre S/. 0 – 1 millón.
- Entre S/. 1.1 – 5 millones
- Más de S/. 5.1 millones.

c) Del valor de facturación:
- Entre S/. 0 – 1 millón.
- Entre S/. 1.1 – 5 millones
- Más de S/. 5.1 millones.

d) De la condición de pago:
- Al contado.
- Al crédito.

➢ Instrumentos.

El instrumento utilizado en la presente investigación fue la Ficha de Registro de Datos, en la que se volcaron los datos estadísticos correspondientes a la rotación de mercaderías de la empresa, al valor de las ventas realizadas, al valor de la facturación, etc.

2.2 Formulación de la hipótesis

Hipótesis principal:

La rotación de mercadería influye de forma directa en las ventas de la empresa SOCOPUR S.A.C., en el periodo 2014 - 2018.

Hipótesis derivadas:

1. El nivel de rotación de mercadería en la empresa SOCOPUR S.A.C. durante el periodo 2014 – 2018, fue alto.
2. El nivel de ventas de la empresa SOCOPUR S.A.C. en el periodo 2014 – 2018, fue alto.
3. El proceso de integración se vio afectado negativamente en la rotación de la mercadería y ventas de los productos de la empresa SOCOPUR S.A.C. en el periodo 2014 – 2018.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

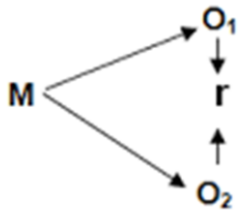
3.1 Tipo y diseño de la investigación

Tipo de investigación

De acuerdo con el alcance de la investigación, el estudio realizado fue de tipo cuantitativo y de nivel correlacional, puesto que se analizó la relación entre la rotación de mercadería y las ventas de la empresa SOCOPUR S.A.C., durante el periodo 2014 – 2018.

Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es no experimental de tipo correlacional y responde al siguiente esquema:



Dónde:

M = Muestra de la investigación (en este caso es igual a la Población).

O_1 = Observación de la variable 1.

O_2 = Observación de la variable 2.

r = Correlación entre variables.

3.2 Población y muestra

Población de estudio

La población de estudio está integrada por los 6,000 ítems que conforman el inventario de la empresa SOCOPUR S.A.C., y que obran en los registros y controles del área respectiva.

Tamaño de la muestra de estudio

La muestra es igual a la Población; la que está compuesta por los 6,000 ítems del inventario de la empresa SOCOPUR S.A.C.

Tipo de muestreo y procedimiento de selección de la muestra

Al ser la muestra igual a la población, entonces se trata de un censo, con la intervención de todos los sujetos de estudio, por lo que no aplica el tipo de muestreo.

Criterios de selección

- Criterios de inclusión: todos los ítems que conforman el inventario de la empresa SOCOPUR S.A.C., así como las ventas efectuadas por la empresa en el periodo 2014 – 2018.
- Criterios de exclusión: fueron excluidos los ítems del inventario que fueron dados de baja por inamovilidad o castigo por obsolescencia, que correspondan al periodo 2014 -2018. También fueron excluidas las ventas incobrables y que deben ser castigadas en el balance, afectando a los resultados.

3.3 Técnica e instrumentos

Técnica

En esta tesis se utilizó la técnica de revisión documental o revisión de datos secundarios, también conocida como revisión de datos de segunda mano, con el objetivo de recolectar la información relacionada a la rotación de mercadería y las ventas de la empresa SOCOPUR S.A.C., llevadas a cabo en el periodo 2014 – 2018, y que figuran en los registros y libros contables de la empresa.

Instrumento

El instrumento que se usó es la ficha de registro de datos, a través de la cual se captó toda la información necesaria para el estudio. La información estuvo referida a la rotación de mercadería y a las ventas de la empresa SOCOPUR S.A.C.

3.4 Procedimientos de recolección de datos

El procedimiento de recolección de datos se hizo de acuerdo a la siguiente secuencia:

- Se solicitó autorización a la Gerencia Regional de la empresa SOCOPUR S.A.C.
- Se seleccionaron los datos y se clasificaron mes por mes y año por año, de acuerdo a la ficha de registro.
- Se procedió a clasificarlos de acuerdo a los objetivos e indicadores.
- La ficha de registro de datos contempló las variables que fueron analizadas de forma independiente.
- Se seleccionaron y analizaron los libros contables.
- Se obtuvieron los datos relacionados con el movimiento de la mercadería, según estructura de la ficha de registro de datos.
- Al término de la recolección de datos, se procedió a elaborar la base de datos para analizarlos estadísticamente.

3.5 Técnicas de procesamiento y análisis de los datos

- Una vez recolectados los datos se procedió a armar una base de datos que sirvió de insumo para la investigación.
- La información recolectada fue procesada con la hoja de cálculo Excel para Windows.
- Se elaboraron tablas y gráficos que muestren el movimiento de mercadería y las ventas de la empresa, durante el periodo 2014 - 2018. Para ello se utilizaron estadígrafos descriptivos, como son: frecuencia simple, frecuencia acumulada, porcentajes de participación, promedios, entre otros.
- Como se trató de una investigación de tipo correlacional, se utilizó el coeficiente de correlación (r) para demostrar si existe o no asociación entre las variables de estudio.
- De manera complementaria, se calculó el coeficiente de determinación (R^2) para evidenciar si la variable independiente determina el comportamiento de la variable dependiente.

- Todos los resultados obtenidos fueron discutidos con el propósito de validar las hipótesis planteadas, caso contrario, fueron rechazadas.

3.6 Aspectos éticos.

En relación con los aspectos de naturaleza ética, la investigación contribuye decididamente a salvaguardar la confidencialidad de los documentos, por otro lado, prevale el consentimiento informado de parte de la Gerencia Regional de la empresa. El desarrollo de procesamiento de datos no fue manipulado de forma intencional por parte del equipo investigador, se respetó la exactitud de los resultados. Además de ello, existió un compromiso personal, ético y moral, por parte de la investigadora para asegurar la validez de la información y cumplir con el respeto de los derechos de autor. También, se respetó la normativa de la Escuela de Post Grado en todos sus extremos.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

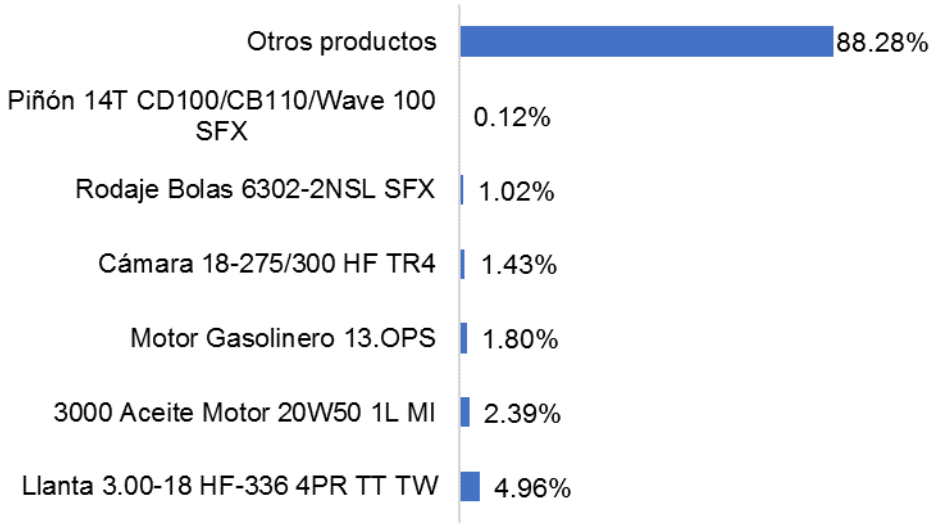
4.1 Stock de mercadería de la empresa SOCOPUR S.A.C.

Tabla N° 01
Stock de Mercadería de la Empresa SOCOPUR SAC. al 31-12-14

N°	Producto	Monto (S/.)	Porcentaje (%)
1	Llanta 3.00-18 HF-336 4PR TT TW	303,045.45	4.96%
2	3000 Aceite Motor 20W50 1L MI	145,871.75	2.39%
3	Motor Gasolinero 13.OPS	109,712.71	1.80%
4	Cámara 18-275/300 HF TR4	87,596.33	1.43%
5	Rodaje Bolas 6302-2NSL SFX	62,111.88	1.02%
6	Piñón 14T CD100/CB110/Wave 100 SFX	7,341.42	0.12%
7	Otros productos	5,391,928.06	88.28%
	Total	**6,107,607.60**	**100.00%**

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 01
Stock de Mercadería de la Empresa SOCOPUR SAC. al 31-12-14



Fuente: SOCOPUR SAC.

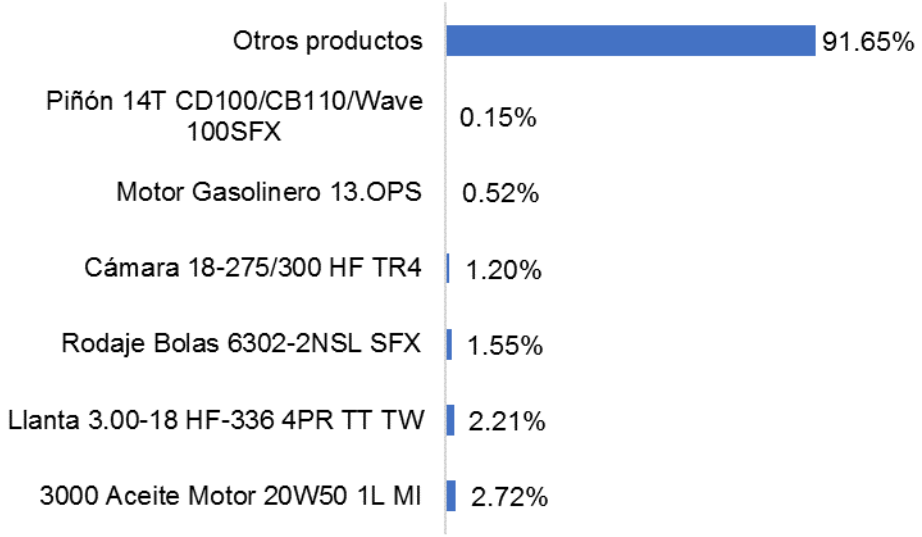
Al 31 de diciembre del 2014, el mayor stock se concentró en "Llanta 3.00-18 HF-336 4PR TT TW" por un valor de S/. 303,045.45 que equivale al 4.96% del stock total, producto que tiene gran rotación.

Tabla N° 02
Stock de Mercadería de la Empresa SOCOPUR SAC. al 31-12-15

N°	Producto	Monto (S/.)	Porcentaje (%)
1	3000 Aceite Motor 20W50 1L MI	171,775.99	2.72%
2	Llanta 3.00-18 HF-336 4PR TT TW	139,628.99	2.21%
3	Rodaje Bolas 6302-2NSL SFX	97,994.64	1.55%
4	Cámara 18-275/300 HF TR4	75,928.37	1.20%
5	Motor Gasolinero 13.OPS	32,922.09	0.52%
6	Piñón 14T CD100/CB110/Wave 100SFX	9,192.06	0.15%
7	Otros productos	5,792,136.28	91.65%
	Total	**6,319,578.42**	**100.00%**

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 02
Stock de Mercadería de la Empresa SOCOPUR SAC. al 31-12-15



Fuente: SOCOPUR SAC.

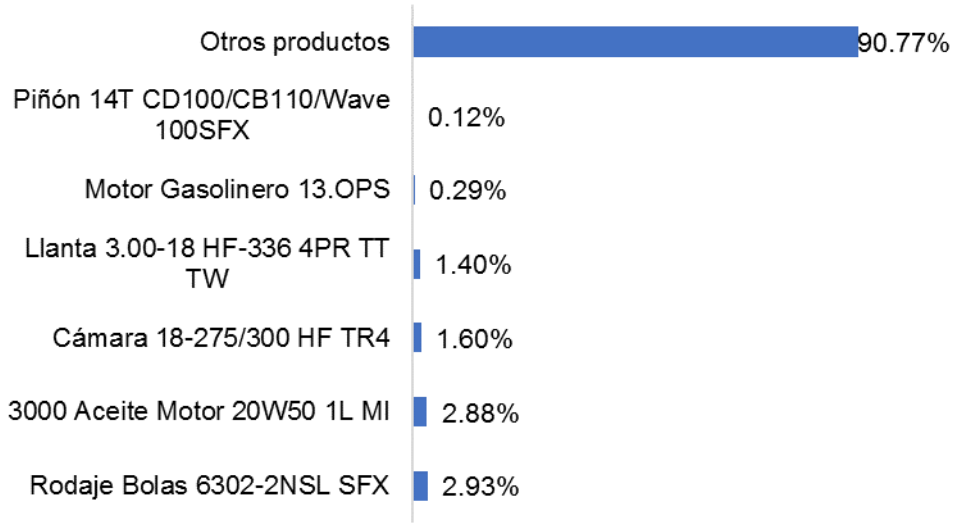
De acuerdo con la Tabla N° 02, el stock de mercadería al 31 de diciembre del 2015 ascendió S/. 6,319,578.42; teniendo en primer orden a “3000 Aceite Motor 20W50 1L MI” valorizado en S/. 171,775.99 que representa el 2.72% del valor total. El segundo ítem con mayor valor es “Llanta 3.00-18 HF-336 4PR TT TW” que alcanza la suma de S/. 139,628.99 equivalente al 2.21% del total. Luego, está “Rodaje Bolas 6302-2NSL SFX” por el valor de S/. 97,994.64 (1.55% del total).

Tabla N° 03
Stock de Mercadería de la Empresa SOCOPUR SAC. al 31-12-16

N°	Producto	Monto (S/.)	Porcentaje (%)
1	Rodaje Bolas 6302-2NSL SFX	185,739.62	2.93%
2	3000 Aceite Motor 20W50 1L MI	182,243.95	2.88%
3	Cámara 18-275/300 HF TR4	101,535.95	1.60%
4	Llanta 3.00-18 HF-336 4PR TT TW	88,952.28	1.40%
5	Motor Gasolinero 13.OPS	18,287.18	0.29%
6	Piñón 14T CD100/CB110/Wave 100SFX	7,727.55	0.12%
7	Otros productos	5,748,612.29	90.77%
	Total	**6,333,098.82**	**100.00%**

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 03
Stock de Mercadería de la Empresa SOCOPUR SAC. al 31-12-16



Fuente: SOCOPUR SAC.

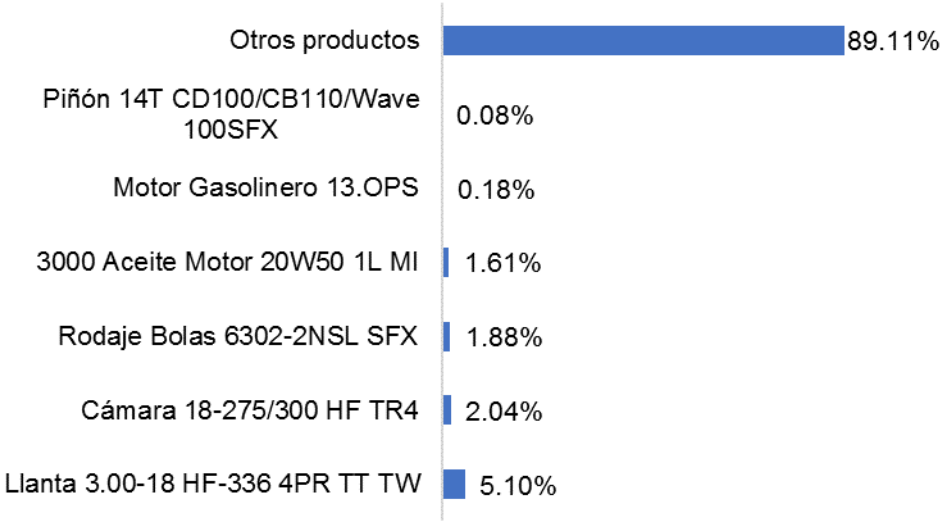
El stock de mercadería de la empresa SOCOPUR SAC. al 31 de diciembre del 2016 fue de S/. 6,333,098.82; teniendo a “Rodaje Bolas 6302-2NSL SFX” como el principal producto del inventario por un monto de S/. 185,739.62 que significa el 2.39% del valor total. El segundo mayor stock se concentra en “3000 Aceite Motor 20W50 1L MI” con valor de S/. 182,243.95 que representa el 2.88% de total, y el ítem “Cámara 18-275/300 HF TR4” con S/. 101,535.95 (1.6% del total).

Tabla N° 04
Stock de Mercadería de la Empresa SOCOPUR SAC. al 31-12-17

N°	Producto	Monto (S/.)	Porcentaje (%)
1	Llanta 3.00-18 HF-336 4PR TT TW	326,273.82	5.10%
2	Cámara 18-275/300 HF TR4	130,553.27	2.04%
3	Rodaje Bolas 6302-2NSL SFX	120,158.09	1.88%
4	3000 Aceite Motor 20W50 1L MI	103,282.12	1.61%
5	Motor Gasolinero 13.OPS	11,754.06	0.18%
6	Piñón 14T CD100/CB110/Wave 100SFX	5,208.32	0.08%
7	Otros productos	5,702,810.84	89.11%
	Total	**6,400,040.52**	**100.00%**

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 04
Stock de Mercadería de la Empresa SOCOPUR SAC. al 31-12-17



Fuente: SOCOPUR SAC.

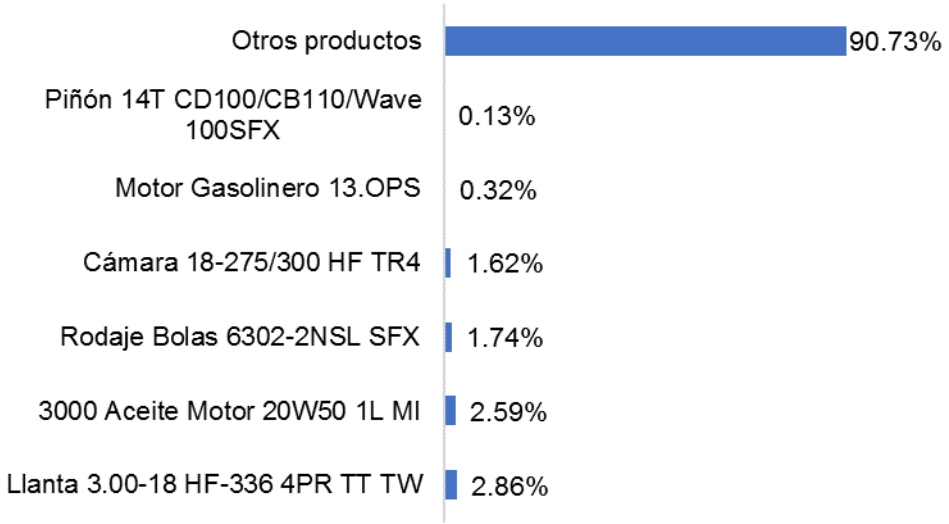
El 2017, la empresa SOCOPUR SAC. cerró el inventario con un stock valorizado en S/. 6,400,040.52. La mercadería con mayor valor fue “Llanta 3.00-18 HF-336 4PR TT TW” por S/. 326,273.82 que equivale al 5.10% del total. El segundo producto fue “Cámara 18-275/300 HF TR4” con un monto de S/. 130,553.27 que representa el 2.04% del stock total. En tercera ubicación se halla el ítem “Rodaje Bolas 6302-2NSL SFX2, valorizado en S/. 120,158.09 (1.88% del total).

Tabla N° 05
Stock de Mercadería de la Empresa SOCOPUR SAC. al 31-12-18

N°	Producto	Monto (S/.)	Porcentaje (%)
1	Llanta 3.00-18 HF-336 4PR TT TW	224,148.39	2.86%
2	3000 Aceite Motor 20W50 1L MI	203,236.89	2.59%
3	Rodaje Bolas 6302-2NSL SFX	136,531.97	1.74%
4	Cámara 18-275/300 HF TR4	126,890.78	1.62%
5	Motor Gasolinero 13.OPS	24,876.22	0.32%
6	Piñón 14T CD100/CB110/Wave 100SFX	10,184.76	0.13%
7	Otros productos	7,106,313.61	90.73%
	Total	**7,832,182.62**	**100.00%**

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 05
Stock de Mercadería de la Empresa SOCOPUR SAC. al 31-12-18



Fuente: SOCOPUR SAC.

El año 2018, el inventario de la empresa SOCOPUR SAC. cerró con un valor de S/. 7,832,182.62; explicado principalmente por el rubro “Llanta 3.00-18 HF-336 4PR TT TW” que mantuvo un stock ascendente a la suma de S/. 224,148.39 significando el 2.86% del total. El segundo mayor stock corresponde a “3000 Aceite Motor 20W50 1L MI” por un monto de S/. 203,236.89 equivalente al 2.59% del total. En tercer puesto está “Rodaje Bolas 6302-2NSL SFX” con S/. 136,531.97.

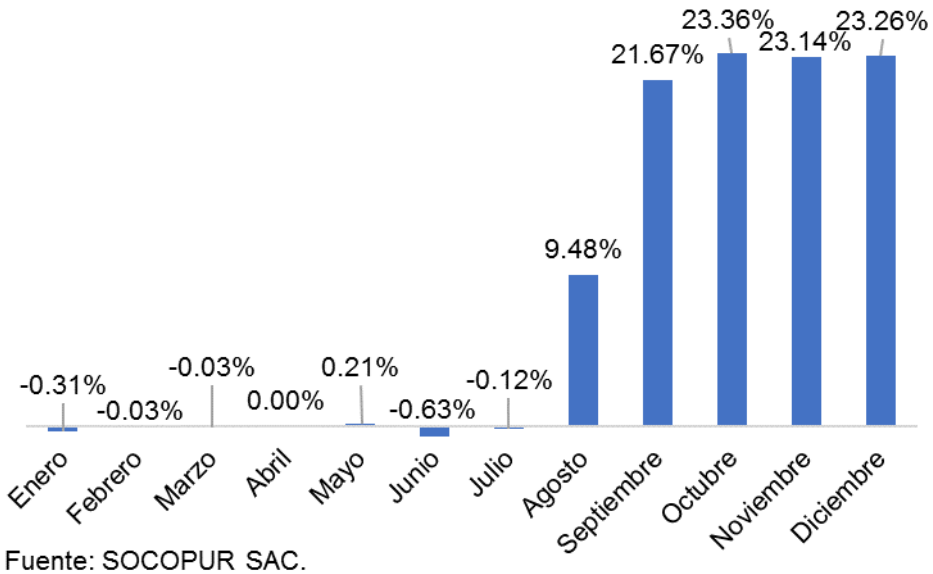
4.2 Ventas de la empresa SOCOPUR S.A.C.

Tabla N° 06
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC., Año 2014

Meses	Monto (En S/.)	Porcentaje (%)
Enero	-26,346.11	-0.31%
Febrero	-2,297.36	-0.03%
Marzo	-2,963.84	-0.03%
Abril	0.00	0.00%
Mayo	18,280.25	0.21%
Junio	-53,992.61	-0.63%
Julio	-10,040.75	-0.12%
Agosto	808,075.73	9.48%
Septiembre	1,846,791.49	21.67%
Octubre	1,990,492.37	23.36%
Noviembre	1,971,888.98	23.14%
Diciembre	1,981,933.28	23.26%
Total	**8,521,821.43**	**100.00%**

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 06
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC., Año 2014



Fuente: SOCOPUR SAC.

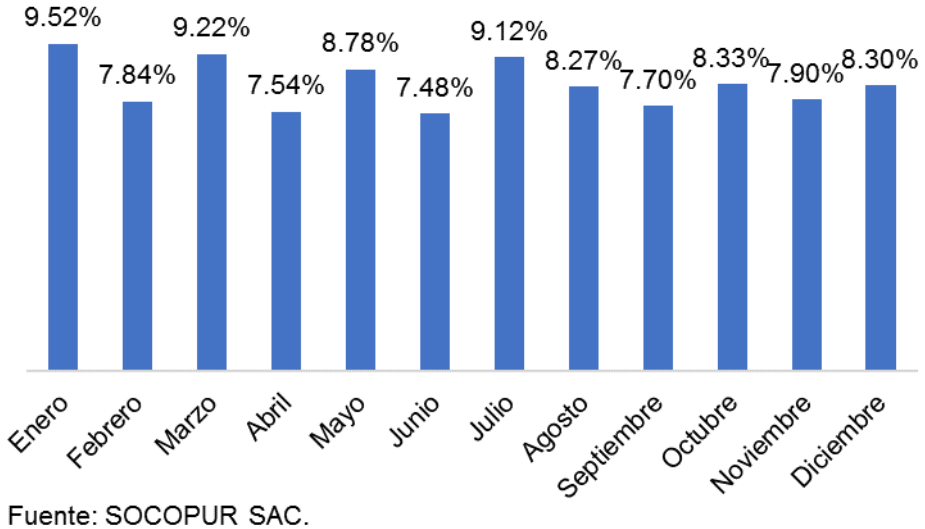
Las ventas de la empresa SOCOPUR SAC. en el año 2014 fue de S/. 8,521,821.43; habiéndose reportado octubre como el mes con mayor venta ascendiendo a S/. 1,990,492.37 (23.36% del total).

Tabla N° 07
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC., Año 2015

Meses	Monto (En S/.)	Porcentaje (%)
Enero	2,363,081.47	9.52%
Febrero	1,945,191.38	7.84%
Marzo	2,286,747.59	9.22%
Abril	1,870,515.69	7.54%
Mayo	2,177,578.52	8.78%
Junio	1,855,363.67	7.48%
Julio	2,263,815.79	9.12%
Agosto	2,051,675.35	8.27%
Septiembre	1,910,266.71	7.70%
Octubre	2,067,351.49	8.33%
Noviembre	1,960,919.20	7.90%
Diciembre	2,058,442.93	8.30%
Total	**24,810,949.79**	**100.00%**

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 07
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC., Año 2015



Fuente: SOCOPUR SAC.

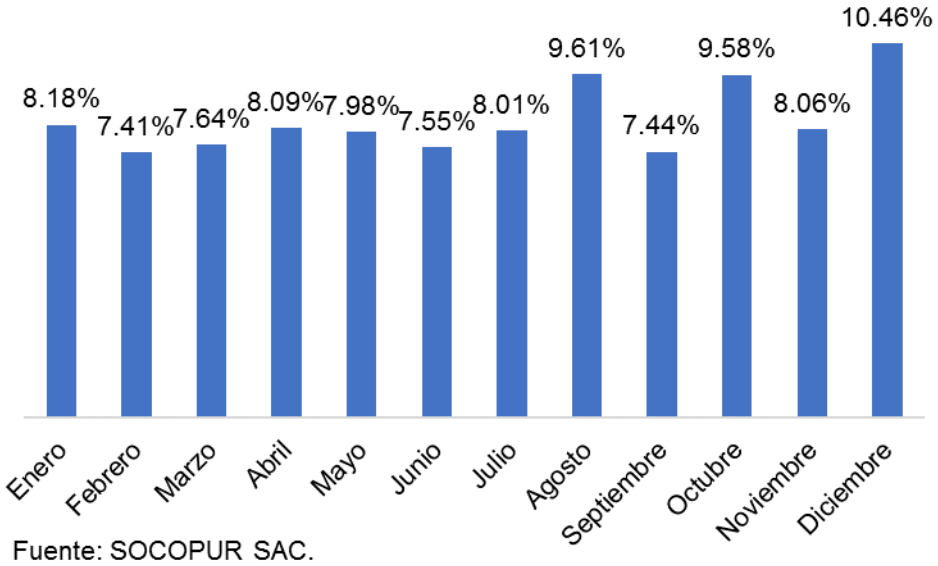
El año 2015, se registraron ventas por S/. 24,810,949.79 habiendo sido enero el mes en que se generó más ingresos, llegando a S/. 2,363,081.47 que representa al 9.52% del total.

Tabla N° 08
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC., Año 2016

Meses	Monto (En S/.)	Porcentaje (%)
Enero	2,058,110.70	8.18%
Febrero	1,862,514.62	7.41%
Marzo	1,920,962.78	7.64%
Abril	2,035,531.44	8.09%
Mayo	2,007,604.70	7.98%
Junio	1,898,853.49	7.55%
Julio	2,015,159.45	8.01%
Agosto	2,416,603.41	9.61%
Septiembre	1,870,243.73	7.44%
Octubre	2,408,861.84	9.58%
Noviembre	2,026,421.98	8.06%
Diciembre	2,629,794.71	10.46%
Total	**25,150,662.85**	**100.00%**

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 08
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC., Año 2016



Fuente: SOCOPUR SAC.

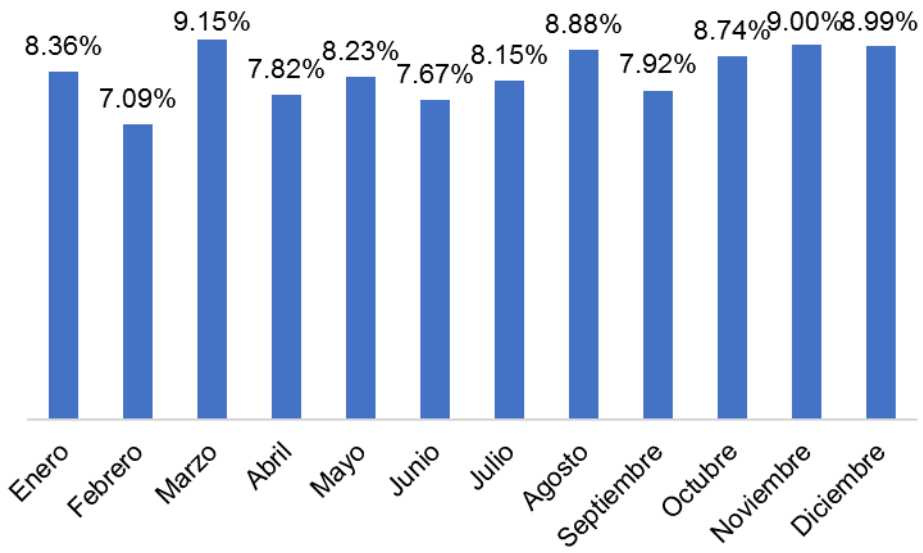
Concordante con la Tabla N° 08, las ventas de SOCOPUR SAC. al 31 de diciembre del 2016 ascendió a S/. 25,150,662.85; y se tuvo al mes de diciembre como el mes que generó mayores ingresos del periodo con la suma de S/. 2,629,794.71; cifra que equivale al 10.46%.

Tabla N° 09
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC., Año 2017

Meses	Monto (En S/.)	Porcentaje (%)
Enero	2,417,941.79	8.36%
Febrero	2,050,121.91	7.09%
Marzo	2,644,357.32	9.15%
Abril	2,259,556.08	7.82%
Mayo	2,378,678.22	8.23%
Junio	2,219,000.70	7.67%
Julio	2,357,658.41	8.15%
Agosto	2,567,257.39	8.88%
Septiembre	2,288,953.96	7.92%
Octubre	2,525,578.96	8.74%
Noviembre	2,603,131.00	9.00%
Diciembre	2,600,264.49	8.99%
Total	**28,912,500.23**	**100.00%**

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 09
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC., Año 2017



Fuente: SOCOPUR SAC.

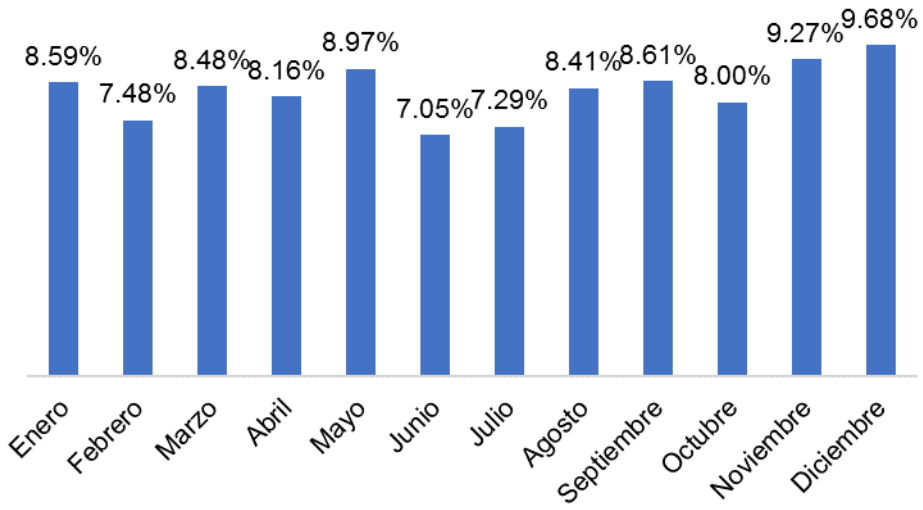
El año 2017, las ventas de SOCOPUR SAC. alcanzaron el monto de S/. 28,912,500.23 con un incremento significativo en relación al año pasado. El mes que se vendió más fue marzo con el monto S/. 2,644,357.32 que representa el 9.15% de las ventas totales.

Tabla N° 10
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC., Año 2018

Meses	Monto (En S/.)	Porcentaje (%)
Enero	2,729,481.06	8.59%
Febrero	2,376,203.57	7.48%
Marzo	2,694,934.73	8.48%
Abril	2,591,594.91	8.16%
Mayo	2,850,644.27	8.97%
Junio	2,238,593.21	7.05%
Julio	2,315,049.99	7.29%
Agosto	2,672,147.48	8.41%
Septiembre	2,736,557.72	8.61%
Octubre	2,542,387.61	8.00%
Noviembre	2,945,130.37	9.27%
Diciembre	3,074,543.98	9.68%
Total	**31,767,268.90**	**100.00%**

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 10
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC., Año 2018



Fuente: SOCOPUR SAC.

Las ventas de SOCOPUR SAC. ascendieron a S/. 31,767,268.90 durante el año 2018, y en el mes de diciembre se registró la mayor venta alcanzando la suma de S/. 3,074,543.98 equivalente al 9.68% del total. En noviembre se vendió S/. 2,945,130.37 (9.27% del total).

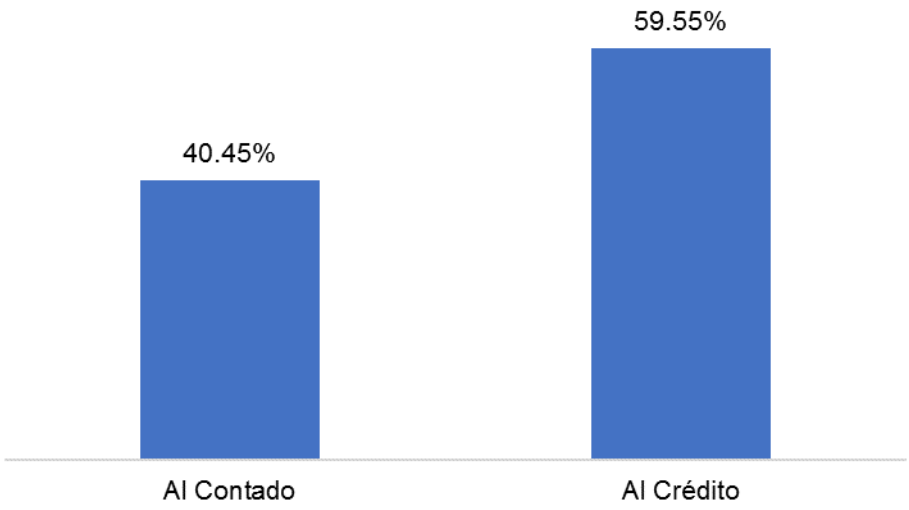
4.3 Condición de pago de los clientes de la empresa SOCOPUR SAC.

Tabla N° 11
Condición de Pago de los Clientes de SOCOPUR SAC., Año 2014

Meses	Al Contado (En S/.)	Al Crédito (En S/.)	Total (En S/.)
Enero	0.00	-26,346.11	-26,346.11
Febrero	0.00	-2,297.36	-2,297.36
Marzo	0.00	-2,963.84	-2,963.84
Abril	0.00	0.00	0.00
Mayo	7,312.10	10,968.15	18,280.25
Junio	0.00	-53,992.61	-53,992.61
Julio	0.00	-10,040.75	-10,040.75
Agosto	323,230.29	484,845.44	808,075.73
Septiembre	738,716.60	1,108,074.89	1,846,791.49
Octubre	796,196.95	1,194,295.42	1,990,492.37
Noviembre	788,755.59	1,183,133.39	1,971,888.98
Diciembre	792,773.31	1,189,159.97	1,981,933.28
Total	**3,446,984.84**	**5,074,836.59**	**8,521,821.43**

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 11
Condición de Pago de los Clientes de SOCOPUR SAC., Año 2014



Fuente: SOCOPUR SAC.

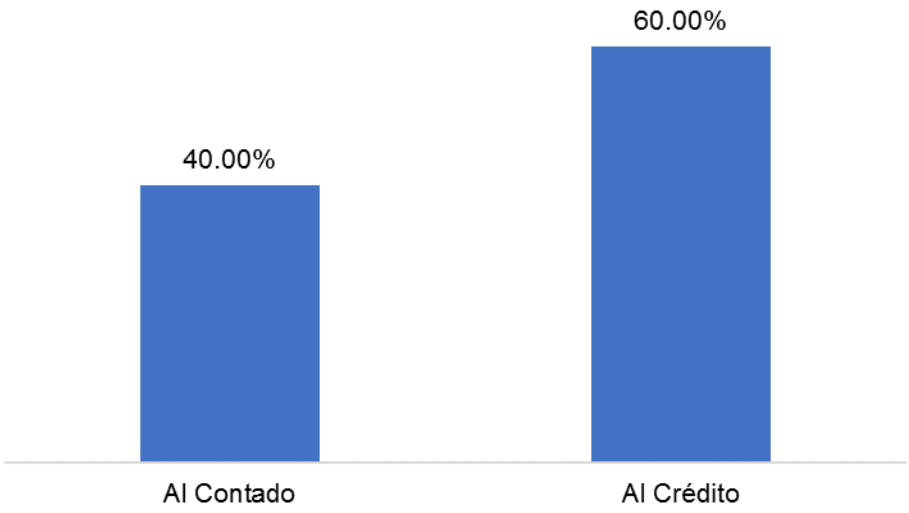
Según la Tabla N° 11, las ventas de SOCOPUR SAC. el año 2014 fue S/. 8,521,821.43; correspondiendo S/. 3,446,984.84 de ventas "Al Contado" (40.45%) y S/. 5,074,836.59 "Al Crédito" (59.55%).

Tabla N° 12
Condición de Pago de los Clientes de SOCOPUR SAC., Año 2015

Meses	Al Contado (En S/.)	Al Crédito (En S/.)	Total (En S/.)
Enero	945,232.59	1,417,848.88	2,363,081.47
Febrero	778,076.55	1,167,114.83	1,945,191.38
Marzo	914,699.04	1,372,048.55	2,286,747.59
Abril	748,206.28	1,122,309.41	1,870,515.69
Mayo	871,031.41	1,306,547.11	2,177,578.52
Junio	742,145.47	1,113,218.20	1,855,363.67
Julio	905,526.32	1,358,289.47	2,263,815.79
Agosto	820,670.14	1,231,005.21	2,051,675.35
Septiembre	764,106.68	1,146,160.03	1,910,266.71
Octubre	826,940.60	1,240,410.89	2,067,351.49
Noviembre	784,367.68	1,176,551.52	1,960,919.20
Diciembre	823,377.17	1,235,065.76	2,058,442.93
Total	**9,924,379.91**	**14,886,569.86**	**24,810,949.77**

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 12
Condición de Pago de los Clientes de SOCOPUR SAC., Año 2015



Fuente: SOCOPUR SAC.

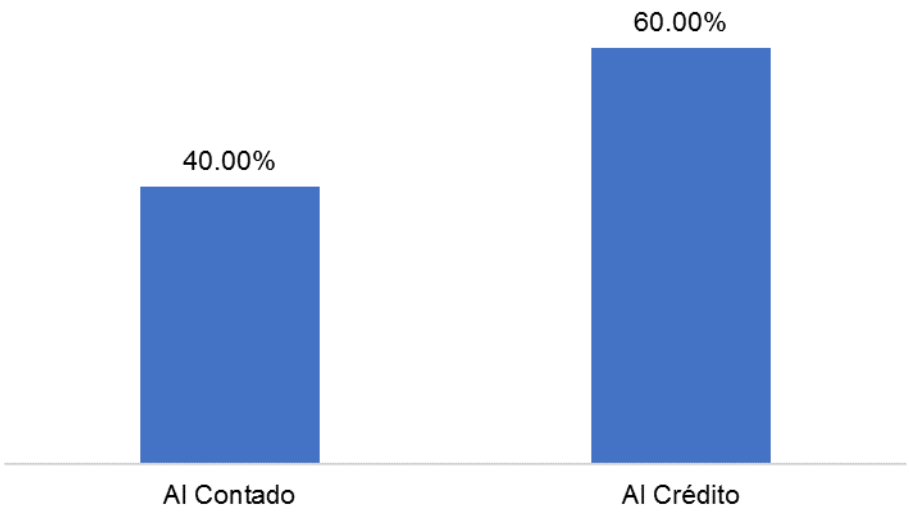
El año 2015, las ventas “Al Crédito” de la empresa SOCOPUR SAC. ascendió a S/. 14,886,569.86 equivalente al 60% del total; sin embargo, las ventas “Al Contado” llegaron a S/. 9,924,379.91 y representa el 40%. Las ventas totales fueron S/. 24,810,949.77.

Tabla N° 13
Condición de Pago de los Clientes de SOCOPUR SAC., Año 2016

Meses	Al Contado (En S/.)	Al Crédito (En S/.)	Total (En S/.)
Enero	823,244.28	1,234,866.42	2,058,110.70
Febrero	745,005.85	1,117,508.77	1,862,514.62
Marzo	768,385.11	1,152,577.67	1,920,962.78
Abril	814,212.58	1,221,318.86	2,035,531.44
Mayo	803,041.88	1,204,562.82	2,007,604.70
Junio	759,541.40	1,139,312.09	1,898,853.49
Julio	806,063.78	1,209,095.67	2,015,159.45
Agosto	966,641.36	1,449,962.05	2,416,603.41
Septiembre	748,097.49	1,122,146.24	1,870,243.73
Octubre	963,544.74	1,445,317.10	2,408,861.84
Noviembre	810,568.79	1,215,853.19	2,026,421.98
Diciembre	1,051,917.88	1,577,876.83	2,629,794.71
Total	**10,060,265.14**	**15,090,397.71**	**25,150,662.85**

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 13
Condición de Pago de los Clientes de SOCOPUR SAC., Año 2016



Fuente: SOCOPUR SAC.

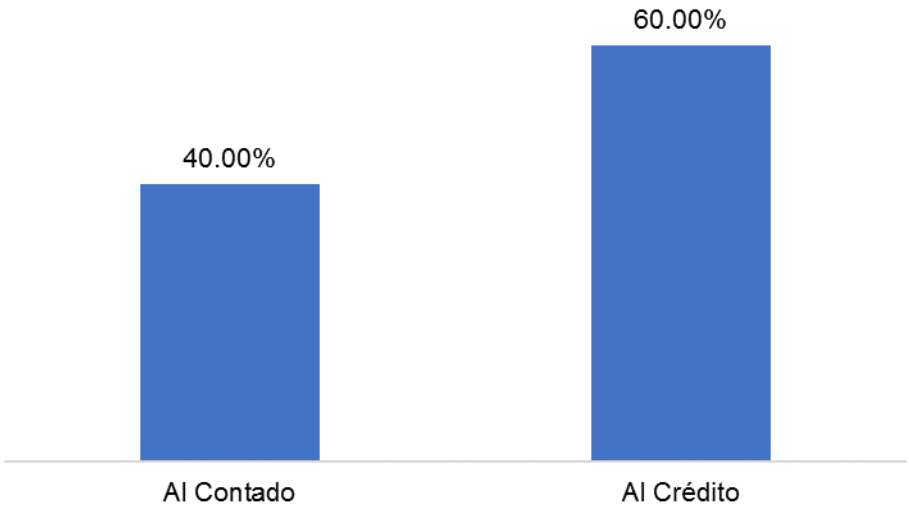
En el año 2016, las ventas “Al Crédito” generaron ingresos por S/. 15,090,397.71 que equivalen al 60% de las ventas totales, mientras que las ventas “Al Contado” sumaron S/. 10,060,265.14 representando al 40% del total.

Tabla N° 14
Condición de Pago de los Clientes de SOCOPUR SAC., Año 2017

Meses	Al Contado (En S/.)	Al Crédito (En S/.)	Total (En S/.)
Enero	967,176.72	1,450,765.07	2,417,941.79
Febrero	820,048.76	1,230,073.15	2,050,121.91
Marzo	1,057,742.93	1,586,614.39	2,644,357.32
Abril	903,822.43	1,355,733.65	2,259,556.08
Mayo	951,471.29	1,427,206.93	2,378,678.22
Junio	887,600.28	1,331,400.42	2,219,000.70
Julio	943,063.36	1,414,595.05	2,357,658.41
Agosto	1,026,902.96	1,540,354.43	2,567,257.39
Septiembre	915,581.58	1,373,372.38	2,288,953.96
Octubre	1,010,231.58	1,515,347.38	2,525,578.96
Noviembre	1,041,252.40	1,561,878.60	2,603,131.00
Diciembre	1,040,105.80	1,560,158.69	2,600,264.49
Total	**11,565,000.09**	**17,347,500.13**	**28,912,500.22**

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 14
Condición de Pago de los Clientes de SOCOPUR SAC., Año 2017



Fuente: SOCOPUR SAC.

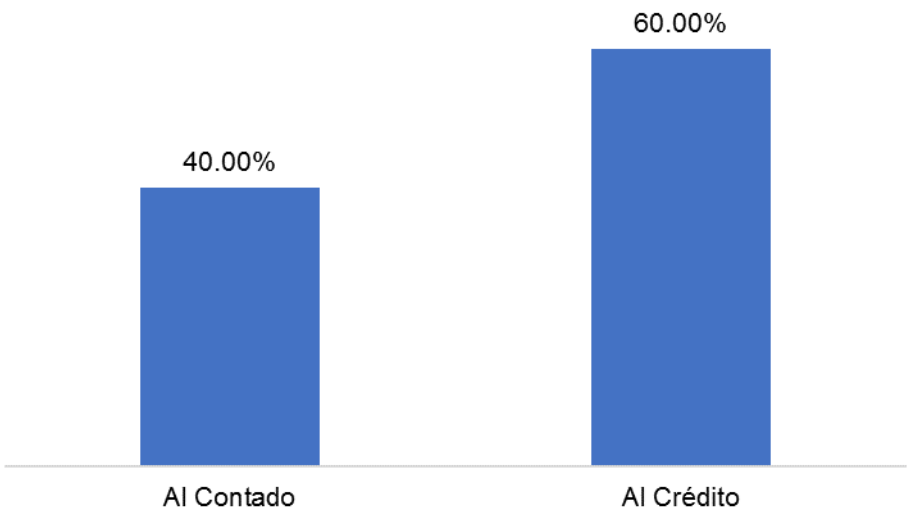
El año 2017, las ventas de la empresa SOCOPUR SAC. ascendieron a S/. 28,912,500.22; conformado en un 60% por ventas “Al Crédito” mientras que el 40% corresponde a las ventas “Al Contado”. Las ventas “Al Crédito” quitan liquidez a la empresa sobre todo si éstas superan las ventas “Al Contado”.

Tabla N° 15
Condición de Pago de los Clientes de SOCOPUR SAC., Año 2018

Meses	Al Contado (En S/.)	Al Crédito (En S/.)	Total (En S/.)
Enero	1,091,792.42	1,637,688.64	2,729,481.06
Febrero	950,481.43	1,425,722.14	2,376,203.57
Marzo	1,077,973.89	1,616,960.84	2,694,934.73
Abril	1,036,637.96	1,554,956.95	2,591,594.91
Mayo	1,140,257.71	1,710,386.56	2,850,644.27
Junio	895,437.28	1,343,155.93	2,238,593.21
Julio	926,020.00	1,389,029.99	2,315,049.99
Agosto	1,068,858.99	1,603,288.49	2,672,147.48
Septiembre	1,094,623.09	1,641,934.63	2,736,557.72
Octubre	1,016,955.04	1,525,432.57	2,542,387.61
Noviembre	1,178,052.15	1,767,078.22	2,945,130.37
Diciembre	1,229,817.59	1,844,726.39	3,074,543.98
Total	**12,706,907.56**	**19,060,361.34**	**31,767,268.90**

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 15
Condición de Pago de los Clientes de SOCOPUR SAC., Año 2018



Fuente: SOCOPUR SAC.

Las ventas del año 2018 ascendieron a S/. 31,767,268.90 compuesto mayoritariamente por ventas “Al Crédito” en un 60% que equivale a la suma de S/. 19,060,361.34; mientras que las ventas “Al Contado” fueron de S/. 12,706,907.56 (40% del total).

4.4. Análisis de las variables relevantes

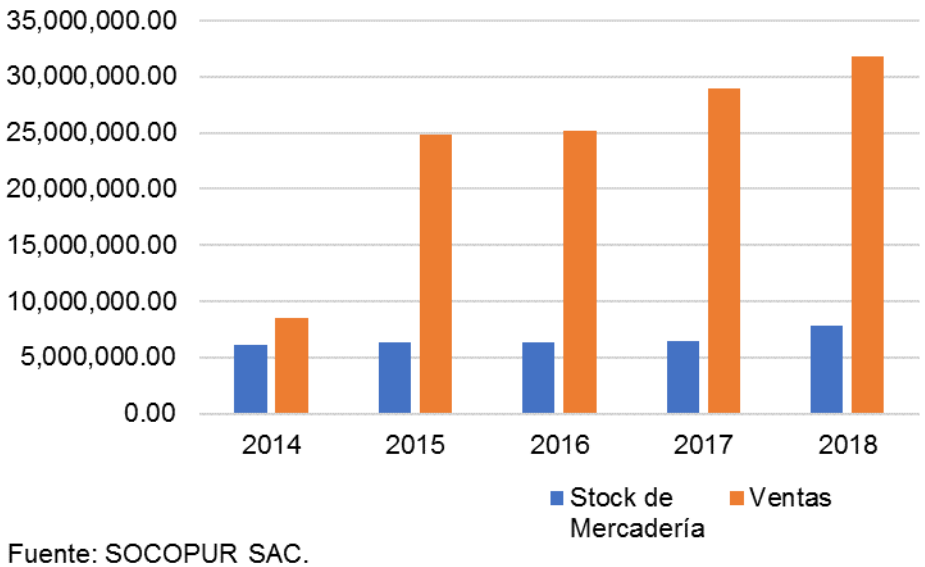
En la Tabla N° 16 se da a conocer la relación entre el stock de mercadería y las ventas de la empresa SOCOPUR SAC., durante el periodo 2014 – 2018; destacando que el inventario se ha ido incrementando año a año, iniciando el 2014 con S/. 6,107,607.60 para cerrar la serie el año 2018 con S/. 7,832,182.62. Las ventas también se incrementaron de S/. 8,521,821.43 en año 2014 hasta cerrar el 2018 con S/. 31,767,268.90.

Tabla N° 16
Relación Entre el Stock de Mercadería y las Ventas de SOCOPUR SAC., Periodo 2014 - 2018
(En S/.)

Años	Stock de Mercadería	Ventas
2014	6,107,607.60	8,521,821.43
2015	6,319,578.42	24,810,949.79
2016	6,333,098.82	25,150,662.85
2017	6,400,040.52	28,912,500.23
2018	7,832,182.62	31,767,268.90

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 16
Relación Entre el Stock de Mercadería y las Ventas de SOCOPUR SAC., Periodo 2014 - 2018
(En S/.)



Fuente: SOCOPUR SAC.

El stock creciente de mercadería año a año es contraproducente con el incremento de las ventas, ya que lo lógico es que un aumento de las ventas necesariamente implica una reducción de los inventarios, salvo que se siga comprando más mercadería, pero no se esta vendiendo a la misma velocidad, lo que implica un incremento de las existencias, pero al mismo tiempo, significa dinero paralizado para la empresa. De acuerdo a la teoría de inventarios, el punto óptimo de un stock de inventario es aquel que asegure abastecimiento por tres o cuatro meses, dependiendo del producto; es decir, debe ser de tal magnitud que no falte cuando se requiera pero que tampoco esté tanto tiempo en el almacén sin rotación, ya que eso perjudica la liquidez.

Para comprobar de qué manera se relaciona el stock de mercadería con las ventas de la empresa SOCOPUR SAC., se aplicó el test estadístico consistente en el cálculo del Coeficiente de Correlación (r), que mide el grado de asociación entre variables; y el Coeficiente de Determinación (R^2), que explica si la variable independiente (stock de mercadería) determina el comportamiento de la variable dependiente (ventas). Los resultados obtenidos fueron los siguientes: el Coeficiente de Correlación fue r = 0.621684272; valor muy alejado de +1 por lo que queda demostrado que no existe asociación entre las variables de estudio; del mismo modo, el Coeficiente de Determinación fue R^2 = 0.386491335; resultado que se ubica lejos de 1; por lo que se evidencia que la variable independiente no determina el comportamiento de la variable dependiente.

TEST ESTADÍSTICO	VALOR
Coeficiente de Correlación (r)	0.621684272
Coeficiente de Determinación (R^2)	0.386491335

De acuerdo con los resultados y el análisis anterior, se concluye que no existe asociación ni determinación entre las variables de estudio, afirmando que el comportamiento del stock de mercadería no guarda relación alguna con el comportamiento de las ventas.

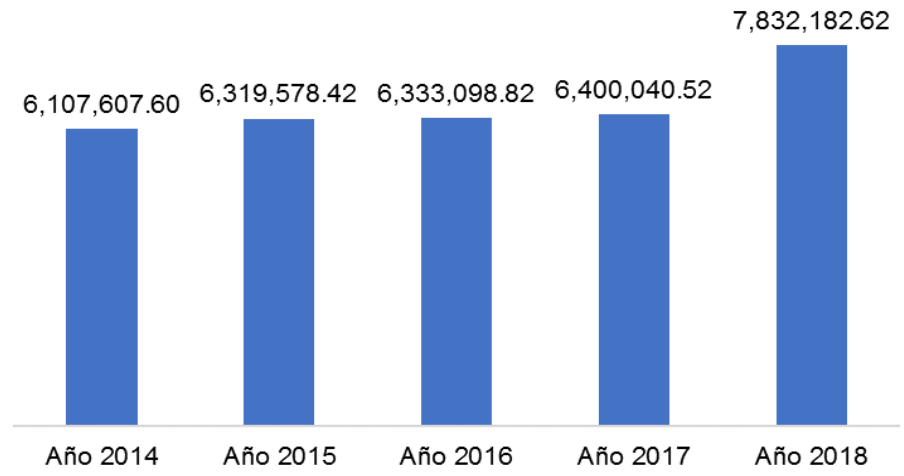
En la Tabla N° 17 se puede observar la variación del stock de mercadería de la empresa SOCOPUR SAC. en el periodo 2014 – 2018, partiendo el año 2014 con un stock valorizado en S/. 6,107,607.60. El año 2015, se dio un incremento de 3.47% respecto al año anterior registrándose el monto de S/. 6,319,578.42. El año siguiente, el crecimiento fue moderado al haberse incrementado en 0.21% en relación al periodo pasado, sumando un stock por el valor de S/. 6,333,098.82. El año 2016 creció en 1.06% pero el 2018 aumentó significativamente en 22.38% llegando a S/. 7,832,182.62.

Tabla N° 17
Variación Del Stock de Mercadería de SOCOPUR SAC.,
Periodo 2014 – 2018

Años	Stock de Mercadería	Variación (%)
2014	6,107,607.60	-
2015	6,319,578.42	3.47%
2016	6,333,098.82	0.21%
2017	6,400,040.52	1.06%
2018	7,832,182.62	22.38%

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 17
Variación Del Stock de Mercadería de SOCOPUR SAC.,
Periodo 2014 – 2018
(En S/.)



Fuente: SOCOPUR SAC.

En conclusión, se puede afirmar que el stock de mercadería de la empresa SOCOPUR SAC. Tuvo un comportamiento creciente año a año, durante la serie en investigación que fue 2014 - 2018.

La Tabla N° 18 muestra la variación de las ventas de la empresa SOCOPUR SAC. en el periodo 2014 – 2018, notándose que el año 2014, primer año de la serie, fue de S/. 8,521,821.43. Posteriormente, el año 2015, las ventas se incrementaron notablemente en 191.14% alcanzando la cifra de S/. 24,810,949.79; habiendo triplicado el monto en relación al año pasado. Luego, el año 2016 se registró un aumento moderado de 1.37% respecto al año anterior, ascendiendo a la suma de S/. 25,150,662.85. En el año 2017, las ventas sí que se incrementaron sustancialmente en 14.96% comparativamente con las del año 2016 y fue de S/. 28,912,500.23; para cerrar el año 2018 con un aumento de 9.87% y fue de S/. 31,767,268.90.

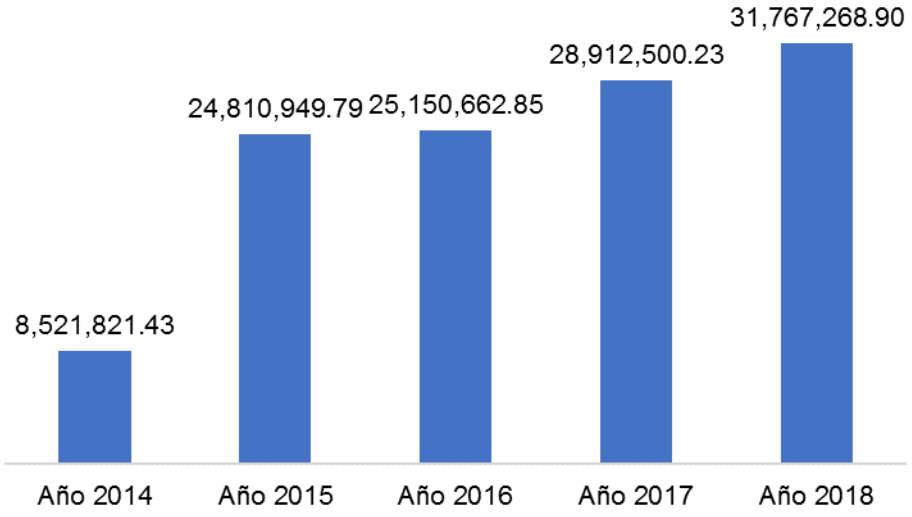
Por lo tanto, se llega a la conclusión que las ventas de la empresa SOCOPUR SAC. Tuvieron un comportamiento creciente año a año, lo que representa un hecho positivo pues se genera mayores ingresos y, en tal sentido, se supone que se deben incrementar los beneficios al final de cada periodo. Para ello, los gastos tienen que ser controlados adecuadamente, así como el stock de inventarios, ya que mantener altos valores de inventario significa tener recursos económicos inmovilizados y quitándole liquidez, así como restándole margen de operación a la gerencia.

Tabla N° 18
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC.,
Periodo 2014 – 2018

Años	Monto (En S/.)	Variación (%)
2014	8,521,821.43	-
2015	24,810,949.79	191.14%
2016	25,150,662.85	1.37%
2017	28,912,500.23	14.96%
2018	31,767,268.90	9.87%

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 18
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC.,
Periodo 2014 – 2018



Fuente: SOCOPUR SAC.

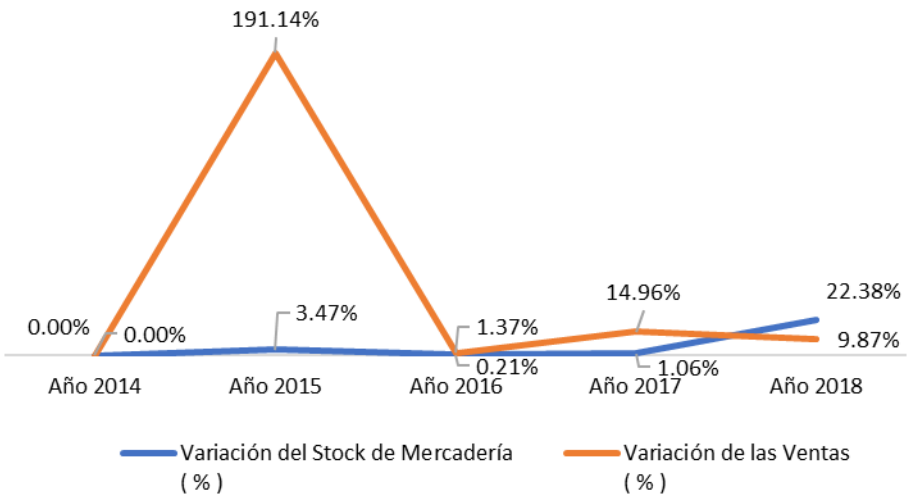
En la Tabla N° 19 se da a conocer la variación del stock de mercadería y la variación de las ventas de la empresa SOCOPUR SAC., en el periodo 2014 – 2018, notándose que el stock de inventarios tuvo un comportamiento creciente a lo largo de todo el periodo, al igual que las ventas, que también aumentaron año a año, lo que resulta contradictorio, ya que cuando las ventas se incrementan el stock de mercadería debe reducirse, salvo que se siga comprando más mercadería y que no se esté dando la rotación esperada, como aparentemente viene pasando ya que le resta dinero en efectivo a la organización, porque es dinero inmovilizado. El nivel de stock debe ser de tal volumen que asegure el abastecimiento por un mínimo de tres a cuatro meses; es decir, no debe ser tan pequeño que cuando se necesite no se tenga en almacén, ni tan grande que afecte la liquidez de la organización. Se tiene que buscar puntos óptimos y equidistantes de los extremos opuestos, lo que asegurará el uso adecuado de la liquidez, obteniéndose los máximos réditos posibles, situación que se debe ver reflejada en los estados financieros de la institución al final de cada periodo.

Tabla N° 19
Variación del Stock de Mercadería y Variación de las Ventas de SOCOPUR SAC., Periodo 2014 – 2018

Años	Stock de Mercadería	Variación (%)	Monto (En S/.)	Variación (%)
Año 2014	6,107,607.60	-	8,521,821.43	-
Año 2015	6,319,578.42	3.47%	24,810,949.79	191.14%
Año 2016	6,333,098.82	0.21%	25,150,662.85	1.37%
Año 2017	6,400,040.52	1.06%	28,912,500.23	14.96%
Año 2018	7,832,182.62	22.38%	31,767,268.90	9.87%

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 19
Variación del Stock de Mercadería y Variación de las Ventas de SOCOPUR SAC., Periodo 2014 – 2018



Fuente: SOCOPUR SAC.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

De acuerdo con el postulado de Andrea (2003) planteado en la "Teoría de Administración de Inventarios", toda organización moderna tiene que hacer un uso eficiente de la gestión de inventarios. En este sentido, el stock que debe mantener una empresa depende de la identificación oportuna de cuatro aspectos básicos: el primero, es saber qué cantidad de producto comprar para reponer stock y dedicar a la producción; el segundo, es determinar en qué momento efectuar el pedido; el tercero, es haber identificado previamente qué productos son indispensables en la producción para pedir nuevamente; y, cuarto, realizar pedidos como previsión al incremento de precios futuros que podrían afectar los costos de producción. Una evaluación exhaustiva de estos cuatro aspectos determinará la reposición de stocks. Otras condicionantes de los pedidos son los tipos de productos a producir, el tipo de empresa, entre otros. En el caso de una empresa comercial, como es SOCOPUR SAC., la reposición de stocks deberá llevarse a cabo teniendo en cuenta la rotación de inventarios; es decir, se efectuarán pedidos de aquella mercadería que se vende con mayor frecuencia, o sea la que rota mayormente. El nivel de stock óptimo es aquel que asegura la atención de los clientes en el momento que lo solicitan, pero que al mismo tiempo éste no debe permanecer mucho tiempo en el almacén sin venderse, porque resta liquidez a la empresa al tener dinero inmovilizado y que, en algunos extremos puede afectar negativamente los resultados de operación. Normalmente, un incremento en las ventas hará que se reduzca el stock, salvo el caso en que éste haya estado en el punto óptimo, entonces ahí se incrementará de manera proporcional a las ventas. Los resultados obtenidos en la presente investigación demuestran que el stock de mercadería se ha incrementado año a año al igual que las ventas. Se realizó el test estadístico utilizando el Coeficiente de Correlación (r) para ver la asociación entre variables (stock de mercadería y ventas), y el Coeficiente de Determinación (R^2) para saber si la variable independiente (stock de mercadería) determina el comportamiento de la variable dependiente (ventas). El cálculo del Coeficiente de Correlación dio como

resultado r = 0.621684272; valor que está muy lejano a +1, demostrando que no existe asociación entre las variables. El Coeficiente de Determinación fue de R^2 = 0.386491335; resultado muy lejano de 1 lo que muestra que la variable independiente no determina el comportamiento de la variable dependiente. Por lo tanto, se concluye que no existe asociación ni determinación entre el stock de mercadería y las ventas de la empresa SOCOPUR SAC., en el periodo 2014 – 2018.

Por otro lado, Ohno (1972) hizo púbico el modelo de gestión de inventario denominado "Justo a Tiempo", a través del cual plantea una reducción de stock al mínimo necesario bajando considerablemente el costo de mantenimiento e incrementando la productividad. Postula que se debe tener en stock la cantidad que se necesita en el momento que se requiere. En el caso del stock de mercadería de la empresa SOCOPUR SAC., se cerró el inventario el 31 de diciembre 2014 con un valor de S/. 6,107,607.60 para luego incrementarse en 3.47% el año siguiente hasta llegar a S/. 6,319,578.42. De la misma forma, el año 2016 tuvo un ligero aumento de 0.21% alcanzando el monto de S/. 6,333,098.82. El año 2017 continuó con la tendencia creciente aumentando en 1.06% registrándose la cifra de S/. 6,400,040.52; y finalmente, el año 2018 ascendió S/. 7,832,182.62 lo que representó un incremento significativo de 22.38% en relación al año anterior. En conclusión, el stock de mercadería se ha incrementado en todo el periodo, sufriendo un aumento del 28% aproximadamente entre el segundo y quinto año. Pero, cuando se entrevistó a los funcionarios sobre esta situación, dijeron que el stock se ha incrementado por la adquisición de mercadería novedosa que la fuerza de venta no esta promocionando adecuadamente, por lo tanto, no tiene rotación. Los vendedores se limitan a ofrecer y vender aquellos productos considerados como elementales y de alta rotación, dejando de lado la mercadería nueva; y tampoco promocionan ni dan a conocer las bondades de ellas, es así que los clientes no compran; pero, no compran por que no quieren, sino por que desconocen la existencia y utilidad. Ello hace que el stock de mercadería permanezca alto restando liquidez a la organización, y manteniendo productos que en poco tiempo caerán en la obsolescencia, haciendo ineficiente la gestión de inventarios.

Por su parte, Porter (1979), en la propuesta denominada “Las Cinco Fuerzas de Porter” sostiene que el modelo de gestión de inventario debe combinar adecuadamente el poder de negociación de los proveedores, la amenaza de los nuevos competidores entrantes, la amenaza de productos sustitutos, la rivalidad de empresas, y el poder de negociación de los clientes. Todo ello debe traducirse en productividad y competitividad de la empresa, siendo uno de los factores el incremento de las ventas y, por consiguiente, el aumento de las utilidades. En el presente estudio, se tiene como resultado que las ventas de la empresa SOCOPUR SAC. tuvieron un comportamiento ascendente durante toda la serie en estudio, comenzando el año 2014 con un monto de S/. 8,521,821.43 que posteriormente se incrementó el año 2015 en 191.14% hasta llegar a S/. 24,810,949.79. El año 2016 las ventas llegaron a S/. 25,150,662.85 lo que implicó un aumento de 1.37% respecto al año pasado. El año 2017 siguió la tendencia creciente de las ventas registrándose la suma de S/. 28,912,500.23 debido al aumento significativo de 14.96%. Finalmente, el año 2018 las ventas fueron de S/. 31,767,268.90 con un crecimiento de 9.87% en relación al año 2017. Por lo tanto, se concluye que las ventas mantuvieron un aumento sostenido durante toda la serie de años estudiados.

En ese mismo sentido, Cárdenas (2017) llevó a cabo una investigación en la resalta que, entre otras cosas, el tamaño del inventario va a depender del periodo de venta, con la salvedad que las ventas pueden ser al contado y al crédito. Si las ventas son al crédito, afecta de la misma forma al stock que si esta fuera al contado, ya que la entrega es inmediata pero el pago no, por lo que la empresa deberá tener una buena espalda financiera para no atravesar un periodo de iliquidez. En ese aspecto, de acuerdo con los resultados de la investigación, el 60% de las ventas de la empresa SOCOPUR SAC. se llevaron a cabo “Al Crédito” y el 40% restante “Al Contado”. Esta situación viene a agravar la gestión empresarial, ya que por un lado es stock es alto y las ventas al crédito.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

1. Se propone mejorar la gestión de inventarios capacitando y exigiendo a la fuerza de ventas que dé a conocer a los clientes los nuevos productos adquiridos, ya que está demostrado que no lo vienen haciendo, pues tan solo vienen ofreciendo los productos ya conocidos y que tienen una gran rotación; es decir, no existe mayor esfuerzo por colocar los productos nuevos. En este sentido, la gerencia deberá asignar una meta o cuota de venta de los productos nuevos de forma mensual a cada uno de los vendedores, debiendo ser cumplidos por ellos. Caso contrario, seguirá creciendo el valor del inventario conformado en gran parte por productos con escasa rotación, perjudicando considerablemente la gestión económica y financiera de la empresa al tener dinero inmovilizado en los referidos productos, restándole liquidez a la organización, debiendo en muchos casos, recurrir a los intermediarios financieros para obtener recursos y cumplir a tiempo con las obligaciones contraídas, sobre todo con los proveedores, para asegurar el abastecimiento respectivo.

2. Se propone llevar adelante una campaña de promoción consistente en poner a la venta los productos con baja rotación, bajando los precios a un nivel tal que permita recuperar los costos. El objetivo de esta promoción es deshacerse de aquellos productos que no tienen rotación y no volverlos a pedir, salvo en cantidades muy pequeñas para no dejar de atender a los clientes que vienen en busca de ellos. Además, con esta acción también se pretende dotar de dinero líquido a la organización para dotar de mayor margen de maniobra en la gestión, y pueda ejecutar sin problemas los planes previstos. De no hacer lo sugerido, se tendrá que castigar el costo del inventario sin movimiento y mandar a pérdida en el balance, afectando seriamente los resultados de operación de la organización. Del mismo modo, el encargado del almacén de emitir alarmas sobre los productos sin movimiento.

3. Se propone implementar un sistema de gestión de inventarios computarizado pero moderno, que informe de manera instantánea y permanente el stock existente, los promedios de venta de cada uno de los ítems por día, semana, mes, etc.; y que, de acuerdo con esto, el mismo sistema sugiera un nuevo pedido. Ello permitirá optimizar la gestión y los recursos. Este pedido de reposición emitido y sugerido por el sistema deberá ser validado por el encargado de almacén o el funcionario designado, quien añadirá su conocimiento de la evolución de la economía local y nacional, estar al tanto de futuros proyectos que harán que demanden más productos a la empresa, etc.; es decir, aspectos cualitativos que, aunados al pedido sugerido por el sistema, determinará el pedido final para reponer inventarios.

4. Se propone cambiar la actual estructura de ventas que actualmente está conformado por ventas al crédito en un 60% y ventas al contado en 40%. Lo óptimo debería ser ventas al contado 60% y ventas al crédito 40% ya que, de esta forma, se contaría con mayor recursos disponibles y mayor margen de maniobra para una buena administración económica y financiera de la empresa. Además, se corre menos riesgo ante una posible depresión que podría afectar a la economía, trayendo consigo la ruptura de la cadena de pagos. En último caso, una relación de 50% de ventas al contado y 50% de ventas al crédito podría ser aceptable.

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES

1. No existe relación alguna entre el stock de mercadería y las ventas de la empresa SOCOPUR SAC., durante el periodo 2014 - 2108. Se llegó a esta conclusión de acuerdo con los resultados obtenidos en el test estadístico, utilizándose para tal fin el Coeficiente de Correlación (r) y del Coeficiente de Determinación (R^2), que arrojaron los siguientes resultados: el Coeficiente de Correlación que fue r = 0.621684272, cifra que se halla muy alejado de +1 y de -1, lo que demuestra que no existe asociación entre el stock de mercadería y las ventas; y el Coeficiente de Determinación fue de R^2 = 0.386491335, valor muy alejado de 1, lo que expresa que el stock de mercadería (variable independiente) no determina el valor de las ventas (variable dependiente). Por lo tanto, queda demostrado que no existe significancia estadística entre las variables estudiadas.

2. El nivel de rotación de la mercadería de la empresa SOCOPUR SAC. durante el periodo 2014 – 2018 no fue alto, lo que ha permitido que se acumule el inventario año a año inmovilizando importantes recursos económicos y financieros, restando capacidad de gestión. Es así que, el año 2014, el valor del stock de inventario fue de S/. 6,107,607.60 para luego incrementarse al año siguiente en 3.47% hasta alcanzar la suma de S/. 6,319,578.42. Posteriormente, el año 2016 el aumento del stock fue de 0.21% llegando a S/. 6,333,098.82 y, el año 2017 ascendió a la suma de S/. 6,400,040.52 creciendo en 1.06%, para culminar el año 2018 con un stock valorizado en S/. 7,832,182.62 mostrando un incremento considerable de 22.38% respecto al año anterior.

3. El nivel de ventas de la empresa SOCOPUR SAC. se ha ido incrementando año a año durante el periodo 2014 - 2018. En ese sentido, el año 2014 las ventas llegaron a S/. 8,521,821.43 para luego tener un crecimiento importante de 191.14% y ubicarse en la suma de S/. 24,810,949.79; asimismo, el año 2016 las ventas fueron de S/.

25,150,662.85 incrementándose en 1.37%. Luego, el año 2017 se obtuvo un valor de venta de S/. 28,912,500.23 aumentando en 14.96% en relación al año pasado. El último año de la serie fue el 2018, periodo en que las ventas fueron S/. 31,767,268.90 con una adición del 9.87% en comparación con el año 2017.

4. El proceso de integración se vio afectado negativamente en la rotación de mercadería más no así en las ventas. Es así que el valor del stock de la mercadería se incrementó durante todo el periodo en estudio debido a la baja rotación, principalmente de aquellos productos que no son conocidos por los clientes debido a la falta de promoción. El stock elevado resta recursos líquidos a la empresa haciendo menos ágil la gestión.

5. Las ventas de la empresa SOCOPUR SAC se efectuaron principalmente “Al Crédito” al haber alcanzado el 60% del total, en cambio las ventas “Al Contado” representaron el 40%. En este sentido, existe un monto importante en cuentas por cobrar restando efectivo y liquidez a la organización.

CAPÍTULO VIII: RECOMENDACIONES

1. Se recomienda disminuir el stock de mercadería ya que esta ha venido creciendo durante todos los años de estudio, almacenando productos con poco movimiento en el stock y lo único que hace es incrementar el valor el valor del inventario, con la consiguiente inmovilización de recursos económicos para la empresa. Gran parte de los productos con poca rotación son productos que los vendedores no están dando a conocer a los clientes, limitándose a vender los todos ya conocen y tienen gran rotación.

2. Se recomienda capacitar a la fuerza de ventas sobre las bondades de los productos con poca rotación que están en el almacén, pues son productos buenos, pero falta promocionarlos para que tengan salida. Después de la capacitación, la gerencia debe poner como meta a los vendedores que una parte de colocación de pedidos del mes tiene que ser de los productos en los que han sido capacitados. De esta forma se les estaría exigiendo dar rotación a la existencia de productos sin movimiento.

3. Se recomienda llevar a cabo una campaña de promoción, con rebaja considerable de precios hasta el nivel de los costos, para vender aquellos productos del inventario que no tienen movimiento desde hace mucho tiempo y que constituye una carga pesada para la organización. Con ello se busca librar de la mercadería sin movimiento y que representa un alto costo para la empresa y, al mismo tiempo, proveer de recursos económicos frescos dotando de un mayor margen de maniobra a la gerencia.

4. Se recomienda implementar un sistema moderno computarizado de gestión de inventarios, o actualizar el existente, con el objetivo de tener los stocks actualizados de manera permanente, con promedio de rotación para cada ítem, y la elaboración de una propuesta de pedido

para reposición de mercadería. Ello tiene que ser complementado con el conocimiento y profesionalismo del ejecutivo encargado del área, que deberá añadir la tendencia del mercado, estar al tanto de proyectos públicos y privados que demanden los productos que vende la empresa, y otros aspectos que añadan valor a la decisión.

5. Se recomienda revertir la actual modalidad de venta, que es de 60% “Al Crédito” y el 40% “Al Contado”, ya que restan disponibilidad de efectivo a la empresa, y ante una eventual recesión podría afectar la cadena de pagos con el consiguiente incremento de las cuentas por cobrar. Esta situación podría sofocar económica y financieramente a la empresa. Una relación de 60% de ventas “Al Contado” y de 40% de ventas “Al Crédito” podría ser adecuada. Inclusive podría llegarse a un 50% para cada modalidad.

CAPÍTULO IX: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andrea, Y. (2003). "Teoría de Administración de Inventarios". (Tesis). Bogotá: Programa de Ingeniería Industrial de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Libre.

Cárdenas, D. (2017). "La Rotación de Inventarios y su Incidencia en el Flujo de Efectivo". (Artículo Científico). Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador.

Haddad, J. y Chasquero, J. (2017). "Evaluación de Técnicas de Ventas y Manejo de Rotación de Inventarios y su influencia en las Ventas de Bodegas en Lima Metropolitana". (Tesis Magistral). Lima: Escuela Internacional de Post Grado.

Ishikawa, K. (1950). "Metodología Científica". (Investigación Científica). Tokio: Área de Investigación de la Corporación Toyota del Japón.

León, E. y Torres, A. 2016). "Análisis, Diagnóstico y Propuesta de Mejora Para la Gestión de Almacenes e Inventarios Para Una Empresa de Coberturas Plásticas". (Tesis). Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

López, R. y Tamayo, E. (2012). "El Proceso Integral de la Actividad Comercial". (Tesis). Lima: Universidad Cesar Vallejo.

Ohno, T. (1972). "Modelo Teórico Just in Time". (Investigación Científica). Tokio: Área de Investigación de la Corporación Toyota del Japón.

Porter, M. (1979). "Teoría de las Cinco Fuerzas". (Investigación Científica). EE. UU.: Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard.

Velásquez, D. (2018). "Métodos de Control de Inventarios". (Investigación Científica). La Habana: Universidad de La Habana, Cuba.

Vermorel, E. (2013). "La Gestión de Almacenes e Inventarios de una Empresa de Coberturas". (Tesis). Lima: Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Católica del Perú.

A N E X O S

Anexo N° 01: Estadística complementaria.

Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC., Diciembre 2018

Producto	Cantidad	Precio Unitario Soles	Costo Unitario Soles	Ventas Soles
03 LLANTAS Y CAMARAS	29,492	23.488	18.42	692,721.54
04 RODAMIENTOS	60,676	2.141	1.94	129,924.18
06 ENGRANAJES Y CADENAS DE TRANSMISION	66,367	7.494	6.30	497,338.86
08 BUJIAS, BATERIAS	26,778	8.331	6.11	223,075.13
09 BICICLETAS	1	845.500	697.00	845.50
11 LINEA DE FUERZA	303	412.347	294.54	124,941.00
12 REPUESTOS PARA LINEA DE FUERZA	55	66.940	47.90	3,681.67
13 LUBRICANTES, GRASAS Y SILICONAS	19,034	17.692	11.27	336,743.26
14 HERRAMIENTAS Y EQUIPOS	52	3.341	19.73	173.71
17 MOTORES	258	829.535	654.10	214,020.00
19 MOTOCICLETAS KTM	2	12,805.359	10,800.58	25,610.72
21 ROPA Y ACCESORIOS	64	23.968	44.08	1,533.95
22 REPUESTOS ORIGINALES KTM	11	118.869	92.82	1,307.56
23 REPUESTOS Y ACCESORIOS AFTERMARKET	15	187.888	138.78	2,818.32
24 MOTOCICLETAS LIFAN	78	4,535.703	3,034.98	353,784.81
26 REPUESTOS PARA MOTOCICLETAS	69,375	6.473	4.49	449,039.97
28 REPUESTOS PARA LINEA FORESTAL Y AGRICOLA	105	7.930	5.81	832.61
29 VEHICULOS POLARIS	1	10,909.091	6,631.12	10,909.09
32 REPUESTOS ORIGINALES POLARIS	-6	-77.127	-36.96	462.76
41 REPUESTOS ORIGINALES PIAGGIO	1	0.000	82.46	0.00
45 REPUESTOS ORIGINALES LIFAN	260	20.918	15.91	5,438.72
80 MP - MATERIAL IMPRESO	1	22.000	18.64	22.00
81 MP - TEXTILES	777	0.000	3.13	0.00
83 MP - CONSUMIBLES	367	0.000	14.90	0.00
84 MP - PLASTICOS Y ACRILICOS	193	0.000	0.58	0.00
99 VENTA DE SERVICIOS	21	-32.447	0.00	-681.38
Total general	2,787,040	11.398	8.48	31,767,268.96

Anexo N° 02: Instrumento de recolección de datos.

Ficha de Registro Nº 01

Matriz de Existencias de la Empresa SOCOPUR SAC., Periodo 2014 - 2018

Ítem	Descripción	Soles	Dólares

Fuente: SOCOPUR SAC.

Ficha de Registro Nº 02

Existencias de Productos Estratégicos de la Empresa SOCOPUR SAC., Periodo 2014 - 2018

Ítem	Descripción	Soles	Dólares

Fuente: SOCOPUR SAC.

Ficha de Registro Nº 03

Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC., Periodo 2014 - 2018

Meses	Soles	Dólares

Fuente: SOCOPUR SAC.

Ficha de Registro Nº 04

Valor de Facturación de la Empresa SOCOPUR SAC., Periodo 2014 - 2018

Meses	Soles	Dólares

Fuente: SOCOPUR SAC.

Ficha de Registro Nº 05

Condición de Pago de la Empresa SOCOPUR SAC.,
Periodo 2014 - 2018. (En Soles).

Meses	Al Contado	Al Crédito

Fuente: SOCOPUR SAC.

Ficha de Registro Nº 06

Condición de Pago de la Empresa SOCOPUR SAC.,
Periodo 2014 - 2018. (En Dólares US$).

Meses	Al Contado	Al Crédito

Fuente: SOCOPUR SAC.