

FACULTAD DE INGENIERÍA

Escuela Académico Profesional de Ingeniería Industrial

Tesis

**Propuesta de mejora en la gestión de
inventarios del almacén para incrementar las
ventas en una perfumería. Arequipa, 2023**

Ashley Nicole Paniura Villa

Para optar el Título Profesional de
Ingeniero Industrial

Arequipa, 2024

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A : Decano de la Facultad de Ingeniería
DE : Julio Cesar Alvarez Barreda
Asesor de trabajo de investigación
ASUNTO : Remito resultado de evaluación de originalidad de trabajo de investigación
FECHA : 10 de Octubre de 2024

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para informar que, en mi condición de asesor del trabajo de investigación:

Título:

Propuesta de mejora en la gestión de inventarios del almacén, para incrementar las ventas en una perfumería. Arequipa 2023

Autores:

1. Ashley Nicole Paniura Villa – EAP. Ingeniería Industrial

Se procedió con la carga del documento a la plataforma "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software dando por resultado 14 % de similitud sin encontrarse hallazgos relacionados a plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- Filtro de exclusión de bibliografía SI NO
- Filtro de exclusión de grupos de palabras menores
Nº de palabras excluidas (PALABRAS): 10 palabras SI NO
- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante SI NO

En consecuencia, se determina que el trabajo de investigación constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad Continental.

Recae toda responsabilidad del contenido del trabajo de investigación sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos conducentes a Grados y Títulos – RENATI y en la normativa de la Universidad Continental.

ASESOR

Mg. Julio César Alvarez Barreda

AGRADECIMIENTOS

“En primer lugar les agradezco a mis padres que siempre me han brindado su apoyo incondicional para poder cumplir todos mis objetivos personales y académicos. Ellos son los que con su cariño me han impulsado siempre a perseguir mis metas y nunca abandonarlas frente a las adversidades. También son los que me han brindado el soporte material y económico para poder concentrarme en los estudios y nunca abandonarlos”.

DEDICATORIA

Dedico mi tesis principalmente a Dios, por darme la fuerza necesaria para culminar esta meta.

A mis padres, por todo su amor y por motivarme a seguir hacia adelante, también a mi compañero de vida que me motivó a persistir.

De igual manera a mis asesores, que no dudaron en apoyarme en todo momento.

Y, finalmente, a los que no creyeron en mí, con su actitud lograron que tomará más impulso.

ÍNDICE

ASESOR.....	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN	xi
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO.....	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Formulación del problema.....	1
1.2.1 Pregunta general.....	1
1.2.2 Preguntas específicas.....	2
1.3 Objetivos	2
1.3.1 Objetivo general	2
1.3.2 Objetivos específicos.....	2
1.4 Justificación	2
1.4.1 Justificación práctica	2
1.4.2 Justificación económica.....	2
1.5 Importancia	3
1.6 Delimitación.....	3
1.6.1 Delimitación temporal	3
1.6.2 Delimitación espacial	4
1.7 Variables	4
1.7.1 Descripción de variables.....	4
CAPÍTULO II.....	5
MARCO TEÓRICO.....	5
2.1 Antecedentes de la investigación.....	5
2.1.1 Antecedentes nacionales.....	5
2.2 Bases teóricas	8
2.2.1 Perfumería	8

2.2.2	2Herramientas para la gestión de almacenes	10
2.2.3	Definición de términos básicos.....	11
CAPÍTULO III.....		12
METODOLOGÍA		12
3.1	Método y alcance de la investigación	12
3.2	Población y muestra	12
3.2.1	Población.....	12
3.2.2	Muestra.....	13
3.3	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	13
3.3.1	Técnicas de recolección de datos.....	13
3.3.2	Instrumentos de recolección de datos	13
3.4	Instrumentos de análisis de datos	13
CAPÍTULO IV		14
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		14
4.1	Breve descripción de la empresa y sus procesos.....	14
4.1.1	Descripción de la empresa	14
4.1.2	Procesos de la empresa.....	16
4.2	Diagnóstico de la situación actual	18
4.2.1	Falta de capacitación	19
4.2.2	Alta de kárdex	19
4.2.3	Rotura de stock (falta de productos).....	20
4.2.4	Sobre abastecimiento.....	20
4.2.5	Variabilidad de precios.....	21
4.2.6	Tasa de pedidos atrasados	21
4.3	Análisis de las causas de los problemas	22
4.4	Propuesta de método para gestión del inventario.....	24
4.4.1	Selección de método adecuado.....	24
4.4.2	Proceso a desarrollar	26
4.4.3	Evaluación esperada de la aplicación del método	33
4.4.4	Programa de capacitación.....	37
CAPÍTULO V.....		40
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		40
5.1	Conclusiones	40
5.2	Recomendaciones.....	40
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		42
ANEXOS		46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Operacionalización de las variables.....	4
Tabla 2.	Tipos de almacén.....	10
Tabla 3.	Comparación entre métodos FIFO, LIFO y FEFO.	25
Tabla 4.	Ventas perdidas por falta de stock.	34
Tabla 5.	Productos solicitados con el número de veces y la marca.....	35
Tabla 6.	Marcas más solicitadas de los productos.	37
Tabla 7.	Encargados de las capacitaciones.	38
Tabla 8.	GANT del programa de capacitación.	39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Diagrama ISHIKAWA de la empresa de estudio.	23
Figura 2.	Señalización en el piso de un pallet.	26
Figura 3.	Señalización a proponer en los anaqueles 1.	27
Figura 4.	Señalización a proponer en los anaqueles 2.	28
Figura 5.	Ejemplo del código a generar con la propuesta.	32
Figura 6.	Ejemplo de la lectura del código QR en la empresa de estudio.	33

RESUMEN

En la presente investigación se abordó la realidad de una empresa distribuidora de productos de belleza (perfumes, lociones, y sus respectivos análogos) de la ciudad de Arequipa en el año 2023. Básicamente, el estudio se enfocó en una propuesta de un correcto manejo y ordenamiento del inventario de sus productos en general.

La empresa presenta, según el diagnóstico elaborado, una deficiente distribución del almacén y falta de planificación y control de sus procesos de ingresos y egreso de los productos.

Se plantearon dos propuestas para mejorar la gestión de inventarios: la primera es la implementación del método FEFO, que contribuye en la selección de la mercadería en el ingreso y la organización en el almacén de acuerdo a la fecha de vencimiento; la segunda es el desarrollo de jornadas de capacitaciones, cuya finalidad es orientar en el manejo y custodia de la mercadería, para lo cual deberá de realizarse una correcta idea del proceso logístico en el almacén.

Palabras claves: inventarios, suministro, almacenamiento.

ABSTRACT

This research addressed the reality of a beauty products distribution company (perfumes, lotions, and their respective analogues) in the city of Arequipa in 2023. Basically, the study focused on a proposal for a correct management and organization of the inventory of its products in general.

According to the diagnosis made, the company presents a poor warehouse distribution and lack of planning and control of its product inflow and outflow processes.

Two proposals were put forward to improve inventory management: the first is the implementation of the FEFO method, which contributes to the selection of merchandise at entry and organization in the warehouse according to the expiration date; the second is the development of training sessions, the purpose of which is to guide in the management and custody of the merchandise, for which a correct idea of the logistics process in the warehouse must be made.

Keywords: inventories, supply, storage.

INTRODUCCIÓN

Actualmente las perfumerías son el rubro estético que más sobresale, no solo a nivel nacional sino internacional, ya que, hoy en día, la mayoría de las personas utilizan productos como perfumes, cremas, etc.

El presente trabajo de investigación tuvo como finalidad aumentar las ventas de la perfumería materia de examinación mediante una propuesta de mejora de la gestión de inventarios en el almacén.

En el capítulo I se realizó la descripción general de la empresa y el planteamiento del problema junto con sus principales objetivos y el enfoque en el diagnóstico de la situación actual de la perfumería a estudiar, en el manejo de la gestión de inventarios del almacén se concluyó que no cumplían con el proceso de ordenamiento logístico y de inventarios.

En el capítulo II se realizó la descripción de las herramientas para la gestión de almacenes junto con breves términos básicos para detectar anomalías en los productos, sobre todo los productos vencidos en el almacén y, por lo tanto, entender por qué no se genera incremento en las ventas en la perfumería.

En el capítulo III se detalla las técnicas e instrumentos a utilizar, y se detalla la población.

En seguida, en el capítulo IV se muestra una descripción de la empresa y sus procesos junto con la comparación de las herramientas para la gestión de almacén y la aplicación del método ISHIKAWA y la descripción del método a implementar para el aumento de ventas.

A partir del análisis realizado, se determinó utilizar métodos de ordenamiento, los cuales tratan de mejorar la situación de la empresa, como es la implementación del método FEFO y un plan de capacitación, el cual sirva como complemento a las estrategias a desarrollar.

En base a los antecedentes obtenidos, esta propuesta busca la mejora de inventarios, de acuerdo a los métodos que se mencionarán lograrían un incremento en las ventas de la perfumería.

Para lograr el incremento de ventas, se tuvo como objetivo principal proponer una mejora en la gestión de inventarios en el almacén de la perfumería de Arequipa, el cual se basó en los siguientes objetivos específicos: diagnosticar el estado de la situación actual de la empresa, seleccionar el método más adecuado para definir los elementos que no originan incremento en las ventas de la perfumería, elaborar la propuesta de mejora en la gestión de inventarios para incrementar las ventas en la perfumería, evaluar el incremento en las ventas con la propuesta

de mejora, así como mantener al personal capacitado para tener un incremento en las ventas de la perfumería.

Es así que se estimó que la propuesta de mejora en la gestión de inventarios de almacén planteada es viable para incrementar las ventas en una perfumería de la ciudad de Arequipa del año 2023 en adelante.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1.1 Planteamiento del problema

Es preciso mencionar las siguientes ideas:

Según Alfonso García Cantú (2008) “el almacén y/o bodega es una unidad de asistencia de estructura orgánica y funcional de una compañía comercial o industrial con objetivos bien definidos de resguardo, resguardo, control y suministro de materiales y productos”. p.207

La gestión de inventarios debe ser el factor más influyente en la empresa porque tramita todos los procesos de la mercadería y lleva un control regulado del almacén para los procesos a desplegar; sin eso sólo habría una desorganización, duplicidad o desabastecimiento de los pedidos y un incorrecto manejo de los procesos.

El problema principal de la empresa de estudio es el almacén, ya que está siendo afectado por la gran cantidad de bienes vencidos y la duplicidad de pedidos de stock, la problemática de la compañía es que está dada por la baja cantidad de ventas debido a un quiebre de stock de varios productos, el cual afecta tanto a los dueños como a los encargados de la tienda, generando un ambiente laboral tenso y de presión entre los trabajadores por vender más.

Uno de los factores más significativos para hacer esta exploración fue que la empresa desarrolle las ventas.

Económicamente, la compañía no acrecienta las ventas debido a que se crea un stock mayor de un solo producto y desabastecimiento de otros, lo que genera que el beneficio se estanque y no tenga giro, además de la falta de culminación de un sistema de gestión de inventarios.

Es por ello, la investigación indaga en la optimización de la gestión de inventarios para así aumentar las ventas en la perfumería.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Pregunta general

¿Una propuesta de mejora en la gestión de inventarios del almacén acrecentará las ventas en una perfumería, Arequipa 2023?

1.2.2 Preguntas específicas

- a) ¿Cuál es el estado situacional de la empresa?
- b) ¿Cuáles son los elementos que no originan incremento en las ventas de la perfumería?
- c) ¿Cuál es la propuesta de mejora en la gestión de inventarios más adecuada para la perfumería?
- d) ¿Con la propuesta de mejora en la gestión de inventarios, en qué medida incrementarán las ventas de la perfumería?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Elaborar una propuesta de mejora en la gestión de inventarios para incrementar las ventas en una perfumería.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Diagnosticar el estado de la situación actual de la empresa.
- b) Seleccionar el método de gestión de inventario más adecuado para definir los elementos que no originan incremento en las ventas de la perfumería.
- c) Elaborar la propuesta de mejora en la gestión de inventarios para incrementar las ventas en la perfumería.
- d) Evaluar el incremento en las ventas con la propuesta de mejora.

1.4 Justificación

1.4.1 Justificación práctica

El alegato para el presente trabajo sería incrementar las ventas teniendo un mejor orden y un correcto acopio de la perfumería a la que vamos a abocarnos en proporción a la exuberancia del stock y, por otro lado, la falta de stock de productos, que a la fecha se han presentado varias falencias y problemas con respecto a un correcto orden.

1.4.2 Justificación económica

Es indispensable la propuesta de mejora en la gestión de inventarios del almacén de la perfumería, para aumentar ventas e ir minimizando factores que generan disminución en las

ventas, como son los productos vencidos, desabastecimiento o sobre stock de algunos productos.

1.5 Importancia

Una mala gestión de inventarios podría afectar gravemente los márgenes de ganancia de una organización, por ende, el acrecentamiento de las ventas. Ante ello, es indispensable que la empresa mantenga la cantidad adecuada de inventarios para satisfacer la demanda y alcanzar sus precedencias competitivas con mayor validez.

La importancia de cumplir este trabajo se basa en la pésima gestión de inventarios de la perfumería, lo que genera que la empresa no pueda aumentar las ganancias en las ventas ya que ha laborado por bastante tiempo de manera casi empírica, por lo que no tienen una manera apropiada de organizar la mercadería, pues solo la van apilando conforme va llegando; en esa línea, utilizando métodos de gestión de inventarios se podrá formular el método más adecuado para así tener un orden correcto de cómo atesorar la mercadería y, por lo tanto, empequeñecer la cantidad de productos vencidos y así se podrá elevar las ventas en la perfumería.

Otro de los factores sería apoyar a la empresa para tener mayor organización en su almacén, lo que ayudará a que la compañía tenga un Kardex exacto de toda la mercadería que cuenta; pues de momento, la empresa manipula un Kardex que no es correcto porque no siempre ingresan productos y, en la mayoría de periodos, obvian sacarlos del Kardex cuando se inventan las ventas. El tener un Kardex exacto servirá para generar pedidos apropiados de la mercadería carente o la que se necesita reestablecer, evitando así la duplicidad de pedidos o la generación excesiva de productos que ya existen en almacén, por lo que se reducirán las pérdidas por productos vencidos (en el almacén pueden estar a la mira varias cajas con productos separados que son los vencidos, los cuales generalmente son de las marcas más costosas, provocando pérdidas mayores), pues se tendrá un stock apropiado de los bienes y con ello se incrementarán las ventas de la perfumería, lo que generaría que haya diversidad de productos para su comercialización.

1.6 Delimitación

1.6.1 Delimitación temporal

Para la actual investigación se realizó la toma de antecedentes en los meses de agosto, setiembre y octubre del año 2023.

1.6.2 Delimitación espacial

La propuesta de mejora en la gestión de inventarios del almacén, para agrandar las ventas se desplegó en una perfumería situada en el departamento de Arequipa, provincia de Arequipa, distrito de Cercado ubicado en el centro de la ciudad.

1.7 Variables

1.7.1 Descripción de variables

Propuesta de progreso en la gestión de inventarios: se describe a la propuesta del método que se ajuste más a la disminución de pérdidas en el almacén.

Pérdidas económicas: se refiere a las pérdidas económicas por carestía o por productos vencidos.

Tabla 1. Operacionalización de las variables.

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Propuesta de mejora en la gestión de inventarios	Método de gestión de almacenes	Tasa de pedidos atrasados (tasa de pedidos atrasados= número total de pedidos atrasados/número total de pedidos) x 100
	Plan de capacitación	Selección del método más adecuado Ejecutado contra lo planificado
Pérdidas económicas	Desabastecimiento	Monto de las pérdidas económicas

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes nacionales

Es imperioso inventar una categorización transparente y notable de los elementos, ya que, si concurren artículos semejantes en peso o en nombre, pueden apalearse diferencias en la exposición o los componentes, y requerirán un código en delimitado para no forjar confusiones o faltas en los métodos. (Mora L., 2015, pg 220)

El problema transcendental de la empresa de estudio es el almacén, pues está coexistiendo afectado por la gran cantidad de productos vencidos y la duplicidad de encargos de stock; asimismo, está siendo integrada por la baja cantidad de ventas debido a un quiebre de stock de varios productos, que afecta tanto a los empresarios como a los encargados de la tienda, forjando un ambiente laboral tenso y de imposición entre el personal por vender más.

Uno de los factores más transcendentales para desarrollar la investigación fue propiciar que la empresa tenga incremento de ventas y uno de los motivos de no obtener eso es debido a las pérdidas superfluas debido a los productos vencidos.

Económicamente la empresa no tiene incremento de ventas debido a que se generan un stock mayor de un solo producto y desabastecimiento de otros, lo que ocasiona que el producto se estanque y no tenga giro, aparte de la falta de ejecución de un sistema de gestión de inventarios. Debido a ello, la presente exploración busca mejorar la gestión de inventarios para así elevar las ventas de la perfumería.

El almacén es una ayuda potencial para incrementar la economía de una empresa y elevar su productividad. Contrario a la falsa idea que el almacén es un gasto. Se debe dar la jerarquía a los procedimientos adecuados y a la repartición de productos en el almacén. (García, A. 1984, pg 18).

Muñoz, K. & Toapanta, F. (2022) en la tesis denominada “Propuesta de mejora en la gestión de inventario en una empresa de consumo intensivo”, tuvo el objetivo de efectuar una oferta para la mejora en gestión de inventario de una empresa de consumo masivo, con un tipo de investigación explicativa, con una técnica de observación, e instrumentos de recolección de indagación la encuesta, el resultado que obtuvieron fundado en una encuesta fue corregir la gestión de inventarios y, para esas privaciones, se realizaron un análisis estratégico

emparejando el principal proceso con ayuda del método FIFO, para luego evaluar y contrastar los resultados. Como conclusiones consiguieron que descenderán las pérdidas al incluir el método FIFO para poder distribuir correctamente la mercadería.

En tanto, Loja, J. (2015), en su investigación denominada “Propuesta de un sistema de gestión de inventarios para la empresa FEMARPE CÍA. LTDA”, tuvo como objetivo implementar una gestión de inventarios para llevar un control de la mercadería y tener más orden en el almacén, el tipo de investigación es investigación interpretativa, con una técnica de recolección de datos e instrumentos de cuestionario y la técnica japonesa de las 5S. Las conclusiones que consiguieron fue que la empresa no controla el inventario o hace investigaciones, y no inspeccionan los productos que entran o salen y el almacén estaba desordenado. Las recomendaciones que proporcionaron fueron efectuar una toma en físico del inventario, llevar un control de los productos con los documentos apropiados, tener un archivo donde se encuentre dicha información y tener un sistema con el que se pueda cumplir las 5s.

Por su parte, Castillo, P. (2019), presentó su tesis titulada “Propuesta de mejora en la gestión de inventarios en una empresa comercializadora mayorista de materiales de construcción para reducir los pedidos no atendidos”, el cual tuvo el objetivo de optimizar la gestión de inventarios de dicha empresa para comprimir los pedidos no atendidos, la investigación fue de tipo exploratoria, una técnica experimental e instrumentos de recolección de datos de tabla de valores, las conclusiones detallan que tienen encomiendas sin atender debido a un quiebre de stock; realizaron cálculos para adquirir la cantidad más próxima para evitar dicho quiebre, las recomendaciones que proponen son implementar un manual de organización de funciones, asimismo proponen obtener un ERP e implementar capacitaciones.

Lara, C. (2020) presentó el trabajo “Mejora del almacén en una empresa comercializadora de equipos industriales: APTEIN S.A.C.”, en donde planteó como objetivo el realizar una optimización del almacén para reducir tiempos de búsqueda, mejorar la distribución y señalización, con un tipo de investigación descriptiva, una técnica de recolección de datos e instrumento de cuestionario; las conclusiones arribadas es que la empresa no tiene una eficiente distribución de la mercadería, por lo que demoran y tardan más al buscar algún producto, asimismo utilizan mal el espacio del almacén, su personal no está vinculado a conciencia con la empresa, las recomendaciones que detallan es mejorar su software, implementar oficina, ampliar el almacén e instruir al personal con las 5S.

Por su parte, Malca, E. (2020), en su trabajo de investigación denominado “Gestión de almacenes para optimizar la eficiencia en la empresa municipal de servicios eléctricos UTCUBAMBA S.A.C.-2018”, tuvo el objetivo de formular un diseño de gestión de almacén,

para mejorar las falencias de la recepción y del almacenamiento, con un tipo de investigación descriptivo, una técnica experimental de recolección de datos e instrumento de cuestionario; en sus conclusiones detalla la falta de maquinaria en la empresa para la descarga y no acatan al cumplimiento de la guías correspondientes, indicando también la ausencia de interés de los colaboradores, las recomendaciones que proponen son la formación y concienciación a los trabajadores, capacitación, señalización y sinceramiento sobre los tiempos de gestación de pedidos

Rafaile, F. (2019) en su trabajo de investigación denominado “Mejora en el control de inventarios en una empresa de tela sintética para optimizar la gestión de compras”, planteó como objetivo mejorar la implementación del control de inventarios para tener un mejor control del ingreso y egreso de la mercadería, a través de una investigación de tipo analítica y emplearon una técnica experimental correlacional. La conclusión precisada es que no tienen un sistema para gestionar las compras de mercadería, ya que las realizan cuando ya hay una rotura de stock; el análisis ABC realizado les ayuda a saber qué mercadería es más importante solicitar o tener existencias extras. Asimismo, recomiendan mejorar la comunicación interna entre todas las áreas y dar a conocer la política de la misma y actualizar el análisis ABC implementado según cada periodo que se necesite.

Paico, S. (2021), en su estudio titulado “Mejora de la gestión de inventarios para minimizar las pérdidas económicas en el almacén de la clínica del pacífico de Chiclayo”, fijó como objetivo el tener un stock preciso para abastecer a los pacientes y generar un sistema de pedidos u órdenes de compra, mediante un tipo de investigación experimental con una técnica correlacional. La conclusión a la que llegó fue que existen deficiencias en el proceso establecido por la clínica, no cumplen con las políticas y no tiene al personal capacitado sobre el manejo de inventario. Finalmente, recomiendan que se necesita mejorar el conocimiento de las políticas a todo el personal, mejorar la gestión de inventarios de cada ítem y revisar a detalle la orden de compra de cada uno para poder abastecer sin que tengan un sobreabastecimiento.

En tanto, Alarcon, L. & Ortega, J. (2022), en su tesis denominada “Gestión de inventario para reducir el nivel de inventario en una distribuidora de productos industriales – Lima”, tuvieron objetivo evaluar el sistema de inventario, sobre todo para poder reducir la lista de proveedores, y minimizar el tiempo; emplearon una investigación de tipo experimental, con una técnica experimental correlacional. La conclusión detallada es que debe mejorar el sistema de gestión de inventarios desde el requerimiento, ya que con el modelo de clasificación ABC se podría reducir tiempo y costos, también deberán mejorar la exactitud de los requerimientos para

reducir costos de mantenimiento. Recomiendan mejorar la comunicación entre los trabajadores para mejorar la planificación de los requerimientos e implementar una gestión de inventarios.

Finalmente, Arellano, K. (2022) en su investigación denominada “Estudio de mejora en la gestión del planeamiento de la demanda y reposición de inventarios en la empresa CENTELSA PERU S.A.C.”, planteó como objetivo mejorar la gestión de demanda de stock, para optimar la solicitud del mismo y evitar sobrecarga o rotura de stock, empleó un tipo de investigación experimental, con una técnica correlacional. La conclusión detallada es que el mayor valor de la empresa es la calidad de los productos, por lo que debería de tener un stock que cubra todas las demandas, pero la deficiencia radica en ese punto ya que no reponen la mercadería según la necesidad de los clientes. Recomiendan implementar el software SAP para poder agilizar todos los procesos con la finalidad de optimizar la reposición de la mercadería, otra de las recomendaciones sería direccionar un presupuesto para las capacitaciones SAP al personal.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Perfumería

El término perfumería corresponde al establecimiento donde se ofrecen productos aromáticos (perfumes) para su venta, ya que ahí pueden encontrarse artículos de acuerdo a su elección, así también se pueden hallar vestuarios, objetos de diversas marcas que expenden también los perfumes, cosméticos, etc. Es preciso recalcar que en las perfumerías se puede hallar diversidad de marcas de perfumes a la elección de la clientela, debido a la gran presencia de la pluralidad de aromas que pueden surtirse en ella, pudiendo encontrarse desde el mayor a menor contenido, el año de producción, el origen de las mismas, entre otros.

En el rubro de la cosmética se registra tasas altas de crecimiento, en el año 2023 incrementando un 9% a pesar de la economía del país, realizando una facturación de 8,800 millones de soles, según el estudio del gremio de cosmética, higiene personal y aseo doméstico (copecoh) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

Por otro lado, otra de las categorías con un incremento del 6% fue el rubro de la perfumería siendo los aromas florales los que más destacan. (Diario Gestión, 2023)

a) Almacén

Construcción o edificación en la que se custodia o vigila productos donde se acomoda o adecua la entidad comercial y el abastecimiento de la misma, en situaciones esporádicas se venden en cantidades masivas, imprescindible en situaciones en las que sea remoto la distancia entre el

centro de fabricación y venta del mismo. (sistema de abastecimiento y gestión de almacenes, 2017)

b) Funciones del almacén

Las principales funciones del almacén, de acuerdo con Escudero (2014), son recibir, almacenar, preservar y enviar la mercadería:

- Recepción de mercadería: consiste en recibir la mercadería solicitada a los proveedores.
- Almacenamiento de la mercadería: consiste en guardar la mercadería en lugares específicos según su uso y necesidad de la misma.
- Preservar la mercadería: consiste en evitar el deterioro de la mercadería mientras está almacenada.
- Envío de mercadería: consiste en dar salida a la mercadería para exhibición o venta.

c) Tipos de almacén

La función de almacenaje se puede realizar en empresas con distintos rubros o con diferentes mercaderías y en entidades con diligencias diversas y se pueden clasificar de la siguiente manera:

Tabla 2. Tipos de almacén.

	Respecto al grado de protección	- Almacén al aire libre - Almacén cubierto
	En función a la mercadería	- Almacén de materia prima - Almacén de productos intermedios - Almacén de productos terminados
Tipos de almacén	Respecto a la función u organización de la empresa	- Almacén de servicio - Almacén de depósito - Almacén logístico - Almacén de distribución
	Según su localización	- Almacén central - Almacén regional

Nota: Adaptado de Almacenamiento de materiales s/f.

2.2.2 Herramientas para la gestión de almacenes

2.2.2.1. FIFO

Terminología inglesa *First in, first out*, consiste en que los productos iniciales almacenados, deben ser los primeros en emerger del almacén, este sistema es adecuado para aquellas mercancías que cuentan con fecha de prescripción. (Torres Rojas, 2015).

PEPS, primera entrada, primera salida, es una terminología en castellano, lo cual hace mención a que los productos más antiguos deben ser los primeros en salir, además que el sistema FIFO es considerado un elemento primordial en los sectores de bienes de consumo, textiles, moda, calzado y tecnología proponiendo un valor existente de los inventarios. (Mauleon Torres, 2014).

2.2.2.2. Método FEFO:

(First Expired, First Out) método de valuación de mercadería del almacén, que indica que los primeros productos en fenecer son los primeros productos en abandonar del almacén, la ventaja de este método es que no accede que la mercadería con fecha corta se permanezca en almacén. (Torres Rojas, 2015)

2.2.3 Definición de términos básicos

Almacenero: almacenero o almacenista es la persona encargada de la gestión de almacén, entre las funciones a realizar son el recepcionar y despachar los elementos que se tienen en el área de almacenamiento (Meana Coalla, 2017).

Almacenaje: es la función encargada de gestionar la ubicación de los productos en el área de almacenamiento, con la finalidad de cumplir con la cadena logística de la organización.

Anaqueles: es una estantería que tiene la función de apoyar los objetos en su superficie, dicho elemento se dispone de forma horizontal, los cuales son construidos con materiales de buena resistencia como el metal, madera y plásticos. (Brenes Muñoz, 2015).

Materia prima o materiales directos: son aquellos elementos que son utilizados e incorporados en la producción de un producto conclusivo; la materia prima debe ser medible para poder identificar el costo de fabricación del producto final. (Sala Parres, 2015).

Producto terminado: un producto consumado está compuesto por una serie de elementos y subproductos, que a través del proceso de transformación despliega la elaboración de un producto final. (Sala Parres, 2015).

Stock o existencias de una ordenación: es el conjunto de materiales o artículos que son acopiados para ser posteriormente vendidos o para ser utilizados en el proceso de fabricación o distribución. (De la Arada Juarez, 2015).

Inventario: el inventario de una organización es aquella que está conformada por las materias primas, productos en proceso, productos terminados y materiales usados en el proceso de manufactura. (Ganivet Sanchez, 2015).

Recepción y despacho: son los procesos que gestionan los controles de entrada y salida en el área almacén, este proceso está conformado por las devoluciones, descarga y envío de mercancías; y supervisión física de los productos a través de los documentos de control. (Escudero Serrano M. J., 2014).

Epp: los equipos de protección personal son todos aquellos elementos, dispositivos, accesorios, vestimentas que utiliza el trabajador con la ocupación de protegerlos contra posibles lesiones dentro del área de trabajo asignado. (Henao Robledo, 2014)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Método y alcance de la investigación

El método del presente trabajo es científico ya que “anteriormente, al proceso cuantitativo se le confrontaba con el método científico. Hoy, tanto el proceso cuantitativo como el cualitativo se realiza estimando formas de hacer ciencia y producir conocimiento”. (Sampieri, 6ta edición, pg. 19).

El alcance de investigación de este trabajo es descriptivo porque “con los estudios descriptivos se busca detallar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”. (Sampieri, 6ta edición, pg. 92).

a) Diseño de la investigación

El diseño de esta investigación es no empírico ya que “en un estudio no experimental no se genera ningún ambiente, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la efectúa. En la investigación no experimental las variables independientes suceden y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos”. (Sampieri, 6ta edición pg. 152).

Se trata de una investigación no experimental transversal, ya que “su propósito es referir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como ‘tomar una fotografía’ de algo que sucede”. (Sampieri, 6ta edición, pg. 154).

Se desarrolla una investigación no experimental transversal descriptiva ya que “son estudios puramente descriptivos y cuando establecen hipótesis, éstas son también descriptivas (de pronóstico de una cifra o valores)”. (Sampieri, 6ta edición, pg. 155).

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población estuvo conformada por el área de almacén de la perfumería; por lo tanto, se tienen 10 trabajadores dentro de la organización en el área de almacén.

3.2.2 Muestra

Estuvo conformado por el área de almacén de la perfumería; en ese sentido, se tomaron 10 trabajadores que son los mismos de la población para la muestra del estudio y la aplicación de la encuesta.

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la presente investigación se utilizó las siguientes técnicas e instrumentos de recolección de datos.

3.3.1 Técnicas de recolección de datos

En la investigación se tomó en cuenta las técnicas de recolección de datos como la observación y la encuesta.

La observación se utilizó para tener un listado de los productos que no posee la perfumería, por el cual no genera ganancias. Esto permitió obtener un base de datos de los productos que se extinguieron o de los que se tiene una rotura de stock.

La encuesta se aplicó directamente a los trabajadores de almacén para verificar ciertos puntos acerca del correcto manejo de la gestión de inventarios.

3.3.2 Instrumentos de recolección de datos

La técnica empleada es la ficha de observación y una lista de preguntas para la averiguación. Se aplicó la encuesta a los trabajadores del área de almacén, se trataron de preguntas básicas para saber si operan correctamente el stock del almacén.

También se contó con una ficha de observación con datos para poseer un listado de la mercadería carente en la tienda.

3.4 Instrumentos de análisis de datos

Para obtener un estudio de datos de los instrumentos se utilizó gráficos.

En el Anexo 01 tenemos las preguntas a desarrollar y en el Anexo 02 tenemos el desarrollo del mismo.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Breve descripción de la empresa y sus procesos

4.1.1 Descripción de la empresa

La empresa de estudio es una perfumería pequeña que expende productos de marcas de catálogo como Avon, Cyzone, Esika, L'bel, Yanbal, Natura, Dupree, Leonisa, Just, Oriflame, Mary Kay, Seytu, Hinode.

La referida tienda expendedora de perfumes también vende productos cosméticos, productos para el cuidado de la piel y para el cuidado personal como cremas faciales, cremas corporales, jabón facial, corporal, sueros, tónicos, shampoo, acondicionador, talcos perfumados, talco de pies, maquillaje, desodorantes y joyería.

Esta perfumería vende los productos que tiene en stock y, si no los tiene, puede cometer pedidos por catálogo previa coordinación con el cliente.

El establecimiento tiene varios productos vencidos en almacén, no tiene un Kardex real de sus productos, ni orden de los mismo en el almacén.

4.1.1.1 La empresa en sus inicios

La empresa, que fue fundada en el año 2000, inició con la implementación de la misma solicitando productos, buscando mercados, posibles clientes y la evaluación de costos de productos.

En la apertura de la empresa empezaron con instancias pequeñas, las cuales no se podían considerar como almacén, porque no sabían la demanda que poseerían; sin embargo, el desarrollo se debió a la localización de la misma, lo que les hizo posible poder captar consumidores y poder solicitar productos que no se habían estimado anteriormente; en la implementación del almacén no consideraron puntos importantes como el espacio, el presupuesto, el abastecimiento de más productos, personal y otros.

El principal problema radica primariamente en no tener un acrecentamiento de ventas debido a una imperfecta gestión de inventarios, lo que es materia de investigación en el presente trabajo.

4.1.1.2 La empresa en la actualidad

La compañía implementó el uso de un Kardex mediante la instalación de software, para tener un mejor control de la mercadería. La implementación tuvo deficiencias, ya que inicialmente ese software solo leía el código de barras más no el código QR, por lo que, al no visualizar la codificación completa, asumió que solo se tomaría una parte del código lo que produjo una duplicidad en la codificación.

EL problema indujo a una mala gestión de la mercadería, porque al sacar los productos con el software, se retiraban otros, lo que provocó que el Kardex tenga información inexacta.

Cabe mencionar que no se realizó un nuevo conteo de la mercadería al insertar un software, sino que importaron los datos que tenían del primer Kardex.

La empresa si bien es seguro, ha adelantado con una óptima implementación de sus costos, productos, etc., pero esto no perfeccionó el almacén, siendo el principal problema que se conserva a pesar del tiempo.

La compañía no tiene un buen manejo del almacén ocasionando pérdidas, debido a, principalmente, el incorrecto manejo del almacén, pese a ello, la empresa continúa en funcionamiento.

Las deficiencias en el almacén se identifican en mayor medida cuando los queridos por la empresa no tienen un correcto orden para su ingreso, ya que llegan inicialmente de manera física a la tienda y no al almacén, y la persona delegada en ese momento de la mercadería debe de inspeccionar que esté completo el stock (ya que la mayoría de las empresas envían la mercadería sin seguir un orden); en caso se encuentre incompleto, corresponderá reportarlo a la propietaria, seguidamente se debe registrar la mercadería al software de facturación y apartar aquellos que se quedarán en la tienda y la que debe de ir al almacén, luego separar la mercadería que se queda en la tienda y consecutivamente llevar la mercadería restante al almacén.

Una vez descargada la mercadería en el almacén, el personal lo único que hace es distribuir los productos en los anaqueles, pero esto no es una figura que siempre se dé, porque no tiene conocimiento del correcto orden de los productos, produciendo que no haya una adecuada distribución de la mercadería en el almacén.

Otro de los aspectos a expresar que es que la perfumería no realiza un Kardex mensual o anual, ya que trabajan bajo el Kardex inicial que se dio al crear la organización, y solo adicionan la mercadería que ingresa a esa base de datos.

Se advierte que la empresa manipula un software de facturación en el que se tiene un pequeño Kardex que importaron del sistema anterior, por lo que sigue siendo un Kardex inexistente, ya que en dicho software de facturación se puede trabajar con unidades faltantes o restantes.

4.1.2 Procesos de la empresa

4.1.2.1 Procedimiento del pedido de un producto que no está en stock

Cuando no se tiene un producto en stock se le da la elección al cliente para que pueda hacer el pedido del catálogo (se revisa que el producto requerido esté en el catálogo expendido, ya que si no se localiza no se puede ejecutar el pedido), luego se procederá a aplicar la deducción respectiva a los productos, según se detalla en la tabla en el anexo 03.

Luego de haber aplicado la deducción al producto se anota en una hoja de pedidos el nombre, número de celular y número del pedido correspondiente; seguidamente se registran los datos del pedido como la marca, la campaña de la revista, el nombre del producto, la página donde se localiza el producto, el número de productos que solicite el cliente, el precio de catálogo y el precio con descuento; posteriormente, se anota la totalidad del pedido, el monto que deja al instante de hacer el pedido que es el 50% de adelanto y el saldo restante, el cual puede cancelar durante la duración que llega su pedido o el mismo día que recoge el producto; finalmente, se procede a entregarle un ticket al cliente en el que aparece el número del pedido, el monto total del pedido, el adelanto que dejaron y el saldo.

Este procedimiento tiene una duración de 7 a 15 días aproximadamente, el tiempo que se dilata depende de la fecha en que se haga el pedido y campaña. Al cliente se le informa el precio que le costaría el producto y se espera la aceptación del mismo (ya que los precios varían según campañas y generalmente los clientes se acostumbran a los precios de tienda, ya que son más económicos confrontados a los de la revista). Se detalla en el Anexo 04

4.1.2.2 Procedimiento de recojo de un producto:

Para recoger un pedido el cliente se dirige a la tienda (o puede ser un familiar del cliente) y muestra el ticket que se le brindó el día que hizo el pedido, con el documento se ubica el producto requerido en el talonario de pedidos, el cual detalla si llegó el producto o si existió como faltante. Si el artículo llegó, entonces se requiere que cancele el saldo restante para poder adjudicar el pedido y se solicita la firma del cliente en el recuadro de pedido entregado. En caso de que el producto esté como carente se propone dos opciones al cliente, la primera es reconocer en el catálogo presente si se encuentra el producto (en ocasiones se consigue cambiar de

catálogo por las fechas de las marcas), si el producto se encuentra en catálogo se vuelve a pedir con el nuevo precio correspondiente; en caso de que el producto no esté en el catálogo existente proceden a hacer el reembolso del adelanto para invalidar dicho pedido. La información se detalla en el Anexo 05.

4.1.2.3 Revisión de la mercadería:

La persona encargada en el día de la recepción de los pedidos es quien revisa la mercadería e ingresa según la cantidad de productos que lleguen. Empieza verificando en el *pick in* si la cantidad de cajas es la correcta, en caso de que no sea así no se recibe la mercadería o se recibe parcialmente con conformidad de la poseedora.

Si la cantidad de cajas concuerda con la cantidad en el *pick in*, entonces se proviene a abrir las cajas para ordenar la mercadería e ir contando la cantidad ya que la mayoría de veces la mercadería llega desconcertada y mal ubicada. Luego se procede a comprobar las cantidades de la mercadería con la que se encuentra en el *pick in*, en caso de no coincidir las cantidades y existan faltantes, se marca la hoja del *pick in*, detallando cuánto exactamente falta para dar aviso a la dueña y que pueda solicitar la reproducción de dicho producto (el aviso tiene que ser en el menor tiempo ya que si hay una numerosa demora en solicitar la reposición, la empresa no la realiza).

En caso de que la mercadería esté completa, se iniciará a separar los pedidos de los clientes para recién poder acomodar de la mercadería restante. Se detalla en el anexo 06.

4.1.2.4 Ingreso y salida de mercadería

Luego de separar los productos de los pedidos que realizan los clientes, se procede a ingresar los productos en la página de facturación, para ello se obtiene el código de cada producto con la pistola que lee tanto código de barras como QR y, finalmente, se deja parte de la mercadería en tienda y lo demás se junta en almacén.

Para la salida de mercadería (venta) se utiliza una página de facturación en la que están grabados los códigos de los productos, ya que se tiene una pistola para leer dichos códigos, al momento de pasar los productos en la página aparecen los códigos con un signo negativo, aduciendo que se está sacando mercadería que no hay en el sistema. Esto solo sirve de referencia ya que no afecta en nada la facturación.

4.2 Diagnóstico de la situación actual

El almacén no cuenta a la fecha con un correcto manejo del orden en lo que se refiera a productos, marcas, accesorios y otros, debido a que no se tiene una correcta estructuración y división de los productos, haciendo más difícil la tarea de la ubicación de la mercancía a vender.

Los anaqueles del almacén no generan un correcto apartamiento de los productos, obstaculizando y dilatando la distribución de la mercadería, conllevando a exteriorizar productos sin que estos lleven algún tipo de fecha de vencimiento, marca correcta, durabilidad y categoría, lo que estaría haciendo que los productos se estén almacenando de forma errónea, generando así un menoscabo a la empresa; en ese sentido, no se estaría llevando un correcto manejo de venta de los productos induciendo aglomeraciones y vencimientos sin un eficiente control.

Se tiene, además, que cada temporada se ofrecen los productos bajo un catálogo de ventas (revistas de marcas diversas) donde se ofertan múltiples productos de temporada, teniendo una durabilidad de 3 meses la fecha de vencimiento como máximo, igual situación ocurre con promociones y stock limitado, productos con durabilidad limitada y ventas de acuerdo a la temporada por estaciones (primavera, verano, otoño, invierno).

Dichos catálogos en el almacén se acumulan al terminar su periodo, por el cual se registra un uso de espacio innecesario en el almacén, pudiéndose remontar su antigüedad de meses o años. Dichos catálogos no pueden ser devueltos, generando que a la empresa le falte de ideas para el manejo del desecho de los mismos, ya que no se pueden deteriorar rápidamente.

El orden del almacén, al no contar con una correcta comercialización, acarrearía una acumulación de desechos en una corta cantidad de tiempo, como es el acaparamiento y se dé un conjunto de polvillo, arenilla y proliferación de polvo.

El punto más perjudicial de la acumulación de los productos, que no cuentan con una debida distribución es la discontinuación de los mismos, ya que estos son vendidos en temporadas y tienden “a pasar de moda”, no generando interés entre el público consumidor; por ejemplo, una crema de manos que se oferta en temporada de verano con aromas frutales no llamaría la curiosidad a los consumidores en otra época, no podría ser vendido en una época de invierno, ya que en esta temporada los consumidores investigan los productos que le ayuden a proteger algún tipo de calidez.

En lo que se refiere a la bisutería, entra a tallar de igual manera la venta de productos en modelos actuales, al no ser vendidos en su época se acumularían generando pérdidas a la empresa, siendo

que estos productos no pueden ser transformados para otra temporada, ante ello solo pueden ser ofertados.

4.2.1 Falta de capacitación

La empresa en investigación cuenta con 10 trabajadores que circulan tanto en el área de ventas como en el almacén. El personal de la empresa demanda mínimamente una capacitación en donde se explique el correcto manejo de los productos, puede ser en colores, marcas, proveedores y otros que deben de estar correctamente separados y/o divididos, de modo que sirva como una ayuda para la búsqueda rápida de los productos, reflejándose no solamente en un corto proceso, sino que se cuente también con un personal que labore a la altura del trabajo requerido.

4.2.2 Alta de kárdex

Los dueños de dicha empresa estuvieron inmersos en capacitaciones para manejar la empresa mas no el almacén, teniendo falencias en el mismo. Los dueños son los únicos que conocen la cantidad de productos que piden bajo discernimiento propio, advirtiéndose que de no encontrarse ellos, no hay quien los sustituya en sus funciones.

Los dueños, ya con los años de experiencia al mando de la compañía, tienen conocimiento de la problemática que podría pasar al presentarse un desabastecimiento y tienen maneras de resolverlo con prontitud; sin embargo, si esta información no es extendida a sus trabajadores, ellos no podrían identificar este tipo de problemas ni resolverlos al no poder contactar a las personas adecuadas para mitigar superar las dificultades.

Los clientes hablan directamente con los dueños para hacer el pedido de un producto; sin embargo, los jefes al garantizar la obtención de este producto en el almacén (aun cuando no se encuentra en concreto) obligan a los dueños de la empresa a conseguir el producto en un tiempo más corto de lo que se pide por desconocimiento, solo con el objetivo de para garantizar la fidelización de los consumidores.

En el caso de los productos para menores de edad, los clientes requieren productos que están de moda o son actuales en el sector juvenil, pudiendo ser algún tipo de dibujo animado que esté impregnado en una colonia, jabón o crema, y ello obliga a los dueños de la empresa a solicitar un stock imprevisto, el mismo que no se encontraba dentro del presupuesto programado, obligando a adquirir artículos que no estaban dentro del stock mensual.

Los dueños manejan un stock de productos, los mismos que fueron solicitados en base a una percepción empírica; no obstante, esta cantidad está siendo requerida y controlada por los mismos propietarios, por lo que ningún otro personal puede saber cuántos productos han ingresado y cuántos han salido del stock.

Bajo esa figura, en innumerables ocasiones ha pasado, que el jefe en una temporada comercial o productiva (Día de la Madre, Día del Padre, Navidad), pide productos específicamente de una cantidad, siendo que él sabe cuántos productos de esa mercadería van a salir, anticipando así la rentabilidad, pero esa información no es compartida al personal que se encuentra a su cargo, pudiendo generar un error de cálculos.

En lo que se refiere a productos textiles, el mismo encargado de la empresa requiere productos por pedido y por temporada; ello no significa que su personal esté capacitado para saber cada cuánto tiempo son pedidos los artículos, advirtiéndose que, de no tomar la debida precaución, ocasionaría inactividad de las prendas y un stock estancado, pasando al almacén sin previa coordinación.

4.2.3 Rotura de stock (falta de productos)

En la perfumería se aprecia que las personas tienden a solicitar algún tipo de producto específico, lo que ocasiona el desabastecimiento de este, básicamente porque es un producto más comercial o porque es uno de los más ofertados o por temporadas.

En este aspecto, el almacén no está capacitado para ese tipo de contingencias; por lo que ocasiona que haya desabastecimiento de varios productos (rotura de stock), provocando en un futuro la pérdida de clientes.

4.2.4 Sobre abastecimiento.

Existen varios aspectos a considerar en este punto; tengamos en cuenta que si bien es cierto algunos productos sobresalen más que otros ya sea por precio, marca, referencias, temporadas, aromas, etc. el pedido de este debe estar sometido a una evaluación ya que un producto puede ser más pedido que otro.

Los productos de cuidado personal para épocas de verano siempre se piden en demasía, debido a su elevada demanda; sin embargo, terminando dicha temporada y al no colmar las expectativas del público proyectado para la venta de dichos productos, provoca a la empresa un sobreabastecimiento de los mismos, generando la ocupación del espacio y pérdidas económicas, ya que los artículos tienen fechas de vencimiento, pueden caducar o sufrir

deterioro. Ejemplo, la empresa pide bloqueadores para temporada de verano, pero empieza a llover lo que ocasionaría el sobreabastecimiento.

4.2.5 Variabilidad de precios

La empresa recibe varios productos con un costo regular; sin embargo, debido a factores que no son de la empresa o de sus proveedores, los precios de los productos se modifican y alteran, el incremento podría perjudicar a la empresa y a sus propios consumidores, quienes se ven asombrados por esta alza, lo que deviene en pérdidas tanto de clientes como de ingresos.

Esta figura, como se dijo, no es responsabilidad directa de la empresa porque en el trayecto de distribución del artículo padece por modificaciones económicas, estos costos pueden ser por el incremento del flete, productos básicos, insumos u otros.

Teniendo en consideración esta variabilidad de los precios sin que la empresa pueda preverlos, la situación puede generar pérdidas grandes debido a que, al no contar con un Kardex con lote actualizado, se combinan diferentes lotes con diferentes precios, presentando un revoltijo de lotes de varios productos en el almacén de la empresa, al no ser controlado se generarían más pérdidas.

4.2.6 Tasa de pedidos atrasados

Referente a la tasa de pedidos atrasados se tomó en cuenta 2 semanas en las que se llegó a recolectar los siguientes datos:

$$\textit{Tasa de pedidos atrasados} = \frac{\textit{número total de pedidos atrasados}}{\textit{número total de pedidos}} \times (1)$$

Donde:

Número total de pedidos atrasados = 11

Número total de pedidos = 32 Entonces:

$$\textit{Tasa de pedidos atrasados} = \frac{11 \times 100}{32} \quad (2)$$

Tasa de pedidos atrasados = 34.375%

Estos datos se recopilaron en 2 semanas.

Por lo tanto, nos damos cuenta que es un porcentaje elevado, debido a que el Kardex no es exacto; debido a ello, al realizar los pedidos no saben con exactitud cuáles son los productos faltantes.

4.3 Análisis de las causas de los problemas

Para poder analizar las causas que generan los principales problemas identificados en la perfumería se va a utilizar un ISHIKAWA. basado en las 6M de donde se seleccionará la causa raíz y se hará la proposición de mejora.

Método ISHIKAWA sobre fallas en la gestión de inventarios

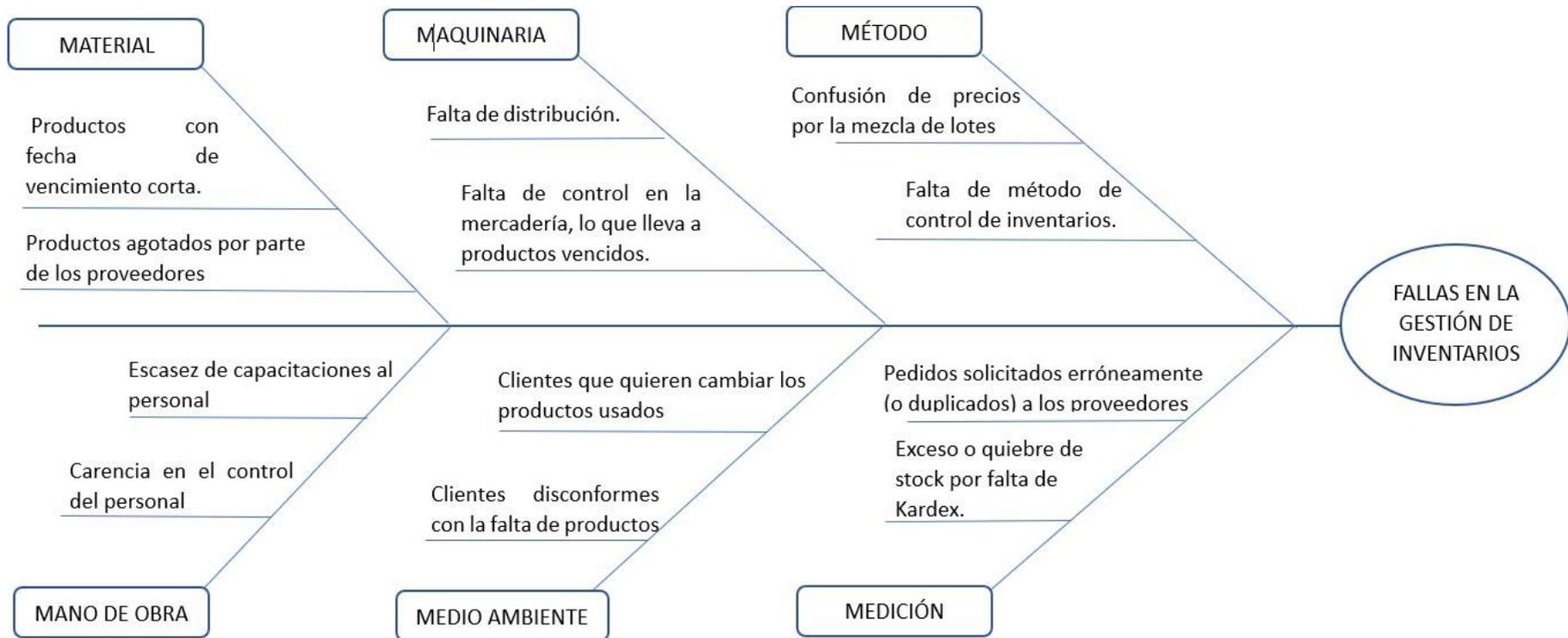


Figura 1. Diagrama ISHIKAWA de la empresa de estudio.

Interpretación:

En el diagrama de Ishikawa se denota que uno de los puntos más sobresalientes en la falla de gestión de inventarios de la perfumería sería la falta de un método de control de inventarios y mala distribución en el almacén, por lo que se buscaría implementar el método FEFO en el ingreso de mercadería, así tener un orden en las fechas de vencimiento y evitar perder mercadería por productos en mal estado.

De este modo la propuesta de implementación del método FEFO sería la más adecuada, pues ayudará a ordenar los lotes de mercadería diferente en base a la fecha de vencimiento y se complementará con el orden de los productos y su distribución dentro de almacén.

También podemos darnos cuenta que otra de las falencias es la falta de capacitaciones, ya que sin ello el personal estaría laborando sin mayor conocimiento de los procedimientos a en el almacén, que incluirían el ingreso y egreso de la mercadería, el orden de la misma y la ubicación de la misma para la expensa de la mercadería, en caso se requiera según la necesidad.

De este modo, la propuesta más eficiente sería para implementar un plan de capacitaciones para el personal, que incluya tanto para los procedimientos de almacén como también para ventas y liderazgo.

4.4 Propuesta de método para gestión del inventario

4.4.1 Selección de método adecuado

4.4.1.1 Método FIFO

Si el método FIFO se implementa ayudaría en el registro del stock de la mercadería, ya que ese sería el primer lote que saldría de almacén, ayudando en la rotación en los productos.

El punto negativo de este método sería que las empresas proveedoras a veces envían productos con fechas próximas a vencer, por lo que este método no sería el adecuado, pues se perdería la mercadería.

4.4.1.2 Método LIFO

Si el método LIFO se implementaría en el siguiente caso, ayudaría con la mercadería que tiene un empaque distintivo por fechas conmemorativas, como lo son el Día de la Madre, el Día del Padre, Navidad, etc., porque apenas llegue el lote sería el primero en salir de almacén.

El punto negativo de este método es que toda la mercadería antigua o con fecha próxima a caducar se quedaría estancada en almacén de modo que este método no ayudaría mucho.

4.4.1.3 Método FEFO

El método FEFO si se implementara en la investigación, ayudaría con los productos de fecha de vencimiento corta, ya que se seleccionarían para que esos sean los primeros en salir de almacén; por lo que no influiría mucho si los proveedores envían productos u ofertas con fechas de expiración próximas, ya que de igual manera se seleccionaría toda la mercadería. Siendo este método el más propicio en el presente caso.

Tabla 3. Comparación entre métodos FIFO, LIFO y FEFO.

	Método FIFO	Método LIFO	Método FEFO	Conclusiones
¿A qué mercadería da prioridad?	La primera mercadería en entrar a almacén.	La última mercadería en ingresa a almacén.	La mercadería que expire más pronto.	Se elegiría el método FEFO ya que ayudará a que la mercadería con fecha corta no se estanque.
¿Ayudaría rotar la mercadería antiguade almacén?	Sí, porque la mercadería que se encuentre en almacén debería salir primero.	No, porque la última mercadería en ingresar a almacén debería de salir primero.	Sí, porque la mercadería antigua tendría que salir primero por la fecha de vencimiento.	Se puede elegir tanto el método FIFO como el método FEFO con la diferencia que el método FEFO sigue sobresaliendo por tener en cuenta las fechas de vencimiento. El método que se seleccionaría sería el de LIFO, ya que es el único método que prioriza los empaques exclusivos de los productos, pero en este caso no es prioridad ya que los clientes saben de los diferentes empaques.
¿Ayudaría a la mercadería con empaques distintivos por fechas especiales?	No, porque en este método no influye el empaque.	Sí, porque en este método importa el empaque del producto para priorizar la venta del mismo.	No, porque no tiene influencia el empaque en este caso.	
¿Ayudaría a diferenciar los lotes de diferentes precios?	No porque en este método la prioridad solo es retirar la primera mercadería entrante.	No porque no es un aspecto importante en este método.	Sí, porque se tendría que hacer una diferencia entre lotes por fechas de vencimiento, y se tendría que diferenciar los precios.	En este punto se elegiría el método FEFO ya que es el único que posee esa característica.
¿Provocarían orden en almacén?	Provocarían orden según la primera mercadería entrante.	Generarían orden según la última mercadería entrante.	Suscitarían un orden según las fechas de vencimiento	Se elegiría el método FEFO ya que es el método que no generarían estancamiento de productos vencidos.
¿Generarían alguna mejora en almacén?	Organizar la mercadería según orden de llegada.	Reducir la cantidad de productos con empaques especiales por fechas importantes.	Reducir los productos vencidos en almacén.	Se elegiría el método FEFO ya que es el método que generarían una mejora más importante en almacén.

Se hizo una comparación entre los métodos FIFO, LIFO y FEFO y se seleccionó el método FEFO como el más adecuado, ya que tiene más puntos a favor, en comparación con los demás para el caso en específico.

El método FEFO sería el más apropiado para este caso, porque la falta de incremento en ventas se origina debido al deficiente manejo del almacén, pues los datos del stock que posee la perfumería son erróneos, genera un mal abastecimiento y también evita incrementar las ventas por productos en mal estado o expirados.

Para la división de productos por el método FEFO se podría trabajar con la implementación del código de barras/QR, que permitiría incluir en un Excel o en un software la fecha de vencimiento y la fecha de ingreso, con la finalidad de tener una mejor distribución de la mercadería e iría de la mano con el proceso de selección; pues se debería de seleccionar la mercadería según su expiración, para que así los trabajadores - al colocar los productos para la exhibición - estén al tanto que cuáles son los artículos que se deben retirar.

4.4.2 Proceso a desarrollar

Para la implementación de un sistema de gestión de inventarios se iniciará con la adecuada señalización de los pallets de entrada y salida de mercadería, luego provendríamos con la categorización del almacén; se reflejará en la señalización de los anaqueles.

La señalización se realizará a 10.08 cm de la pared y la franja será de 5.08 cm de ancho y las franjas serán de color amarillo

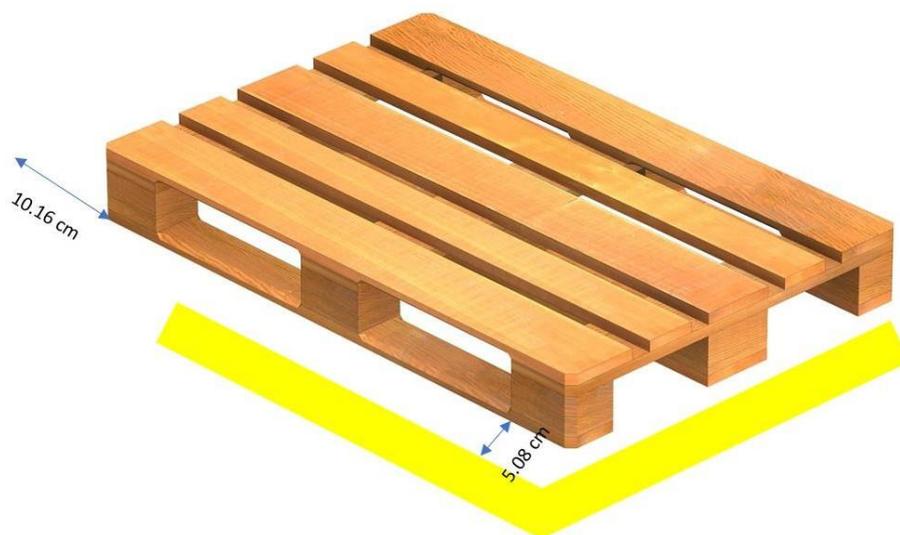


Figura 2. Señalización en el piso de un pallet.

4.4.2.1 Señalización de anaqueles

Se dividirá los anaqueles en secciones enumerando con siglas y números, luego las columnas por letras y las filas por números, todo ello para que los productos tengan un espacio a ocupar una posterior distribución y permitirán una búsqueda más exacta; los datos se registrarán en la hoja de Excel para que resguarde el ingreso y egreso de los mismos.

Anaqueles 01 = An01

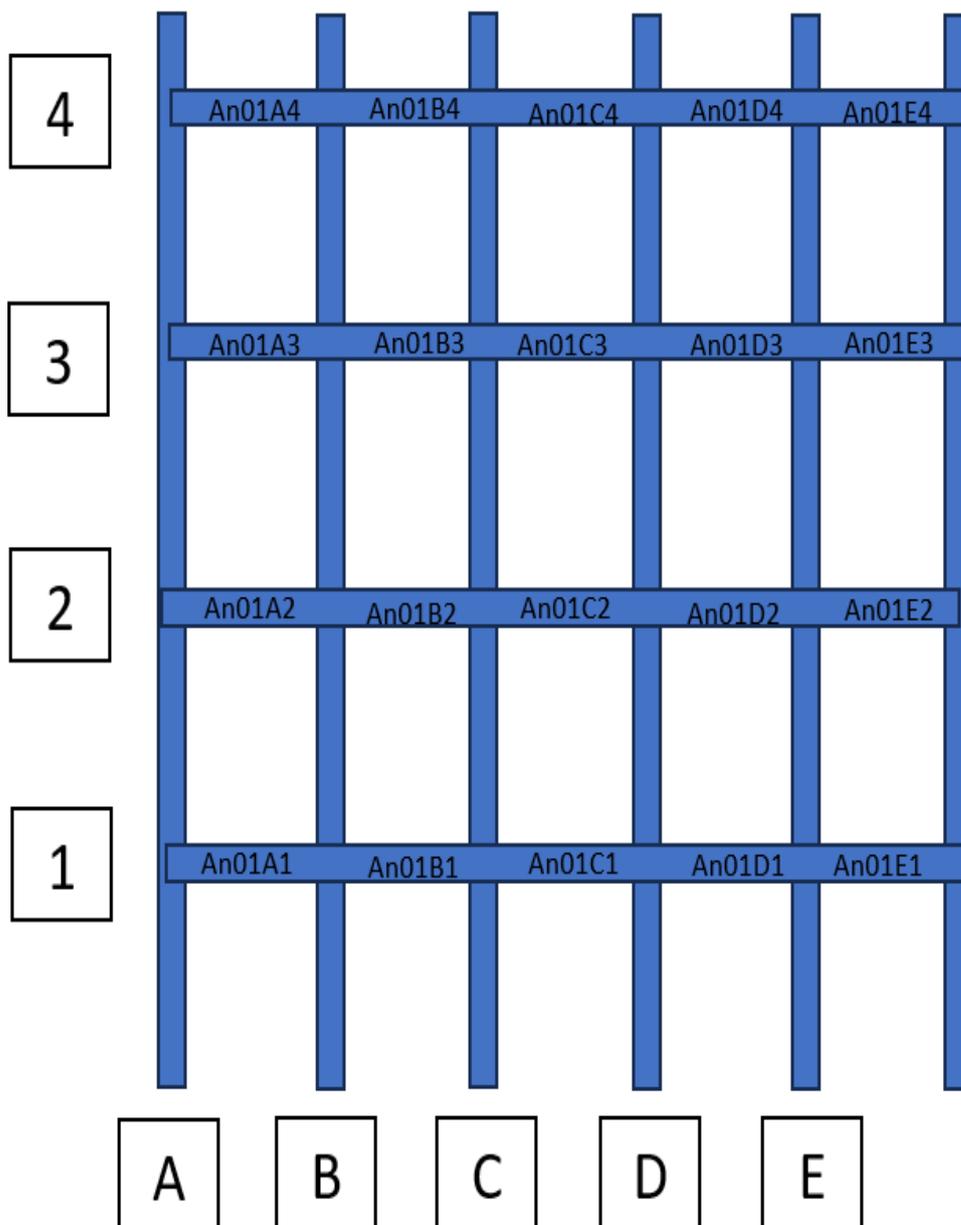


Figura 3. Señalización a proponer en los anaqueles 1.

Anaqueles 02 = An02

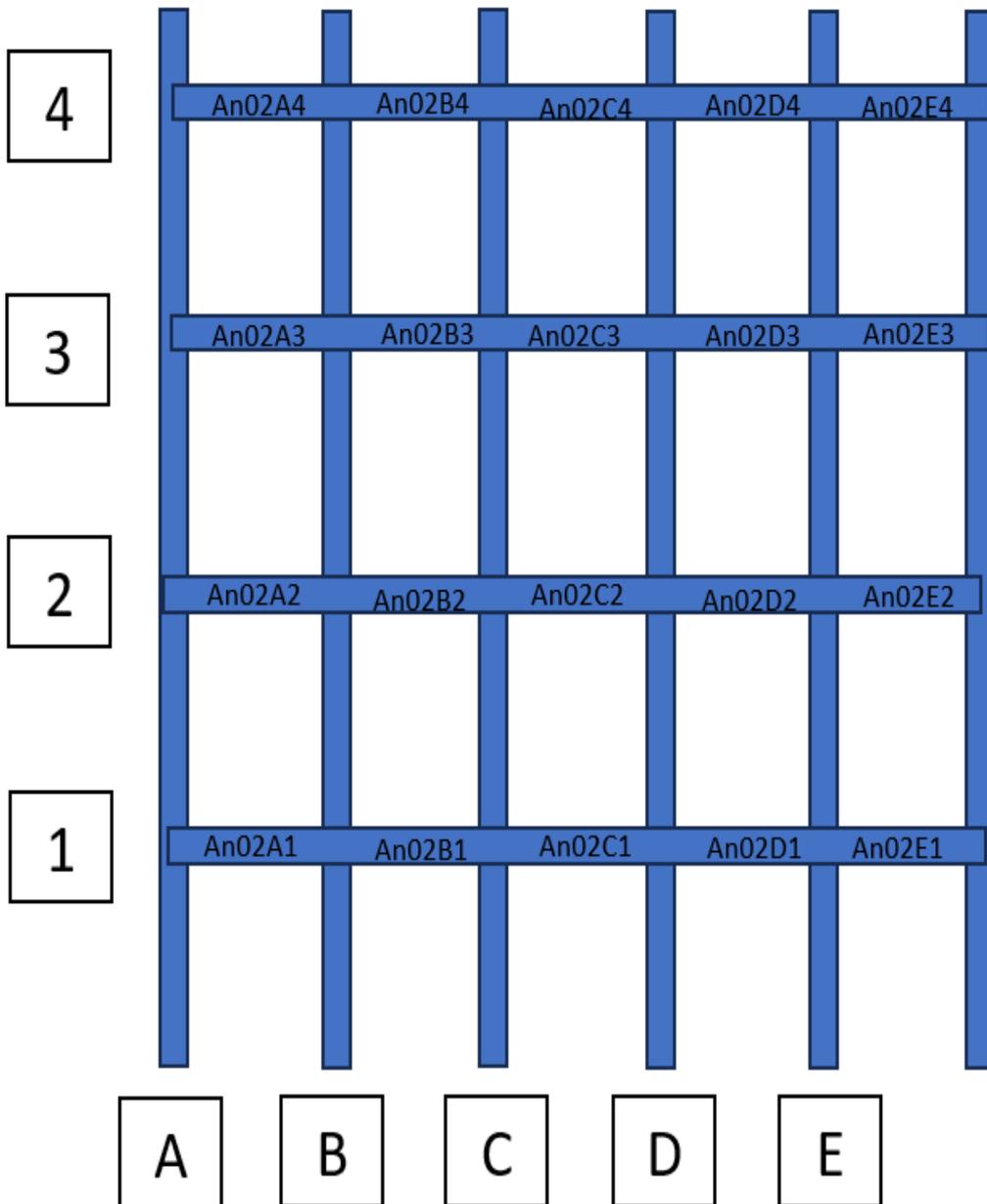


Figura 4. Señalización a proponer en los anaqueles 2.

Con esta separación conseguiremos saber con exactitud dónde se encuentran los productos, pues en la base de datos se archivará con el número de anaquel al que pertenece.

4.4.2.2 División de mercadería

Los trabajadores tendrán en cuenta que el manejo de los productos en el almacén primero debe pasar por un inventario, el cual permitirá la selección y luego serán ingresados en el almacén, consiguiendo fragmentar en las siguientes categorías:

- a) Productos frágiles: se trata de artículos que pueden ser a base de material frágil como vidrios, espejos y otros.
- b) Productos semi resistentes: son aquellos productos que están a base de materiales plásticos o ecológicos pudiendo ser champú, cremas, labiales, colonias y otros, teniendo en cuenta que el envase de dichos productos es a base de plástico.
- c) Productos resistentes: son aquellos productos de resistencia los cuáles consiguen aguantar caídas, golpes fuertes o transportes ya sean terrestres, aéreos o marítimos con mayor resistencia y mayor tiempo de durabilidad, pudiendo ser el caso de jabones, labiales líquidos, prendas, bisutería, accesorios, etc. De esta manera conseguiremos dividir cada tipo de mercadería en cada anaquel para inventar diferencia entre productos frágiles, semi resistentes y resistentes.
- d) División por contenido (estándar): se empezaría a separar los productos por marcas, productos, colores, etc.

En lo que se refiere a categorización, abarca la clasificación de cada uno de los productos de manera detallada, conglomerando la división por cada una de las facultades que tiene el producto de manera general y específica.

La división se hará en base a las categorías de los productos; por ejemplo, los perfumes se los apartará para un público específico (dama o varón), seguidamente se los separará por marcas, luego por nombres.

El almacén debe de estar ambientado para el ingreso de todos los productos que tendrán aceptación, en cuanto al contenido y peso de los productos; es decir, los artículos con mayor peso deben ser ubicados en la parte baja de los anaqueles del almacén, el producto que le sigue en peso debe ser colocado en un nivel mayor a este y así consecuentemente hasta que el producto de menor, sea colocado en la parte superior; con la finalidad de evitar algún tipo de accidente en el trabajo, ya que los estándares de cada trabajo tanto público como privado necesitan la revisión de un ingeniero en seguridad, a fin de evaluar el funcionamiento del trabajo en lo que se refiere a medidas de protección. El correcto orden de los productos en peso y tamaño ayudará al trabajador a una rápida ubicación y evitar posibles accidentes ocasionados por fuerzas que como: temblores, terremotos, entre otros.

Es preciso resaltar que los productos, por seguridad, en ningún momento deben ser colocados en el suelo, ya que siempre debe ser ubicados sobre un pallet o en el anaquel.

En este punto lo que se implementaría sería una división por tipos de mercadería, según la clientela.

e) División por fecha de vencimiento

Luego procederían con la categorización de los productos por fechas de vencimiento, se agruparán las fechas iguales y se acomodarán en base a ello; las fechas de vencimiento más próximas tendrán que estar al inicio para poder utilizarlas primero, en lo que se refiere al vencimiento se utilizará el método FEFO para hacer las separaciones de mercadería, ya que ese es el factor más grande por el que no se puede incrementar las ventas. Para ello, cuando llegue mercadería nueva se la separará por fechas de vencimiento, incluyendo en el stock anterior los productos que tienen fecha de vencimiento igual, y la mercadería que no posea esta característica se ubicará en la parte superior del anaquel. En caso de que el stock entrante no sea de gran volumen se puede hacer subdivisiones dentro de cada espacio en el anaquel.

Haciendo recordar al personal que es sumamente importante que actualicen toda la mercadería que entra y sale de almacén.

f) Generación del código QR

Seguidamente se empezará a generar los códigos QR a cada producto, ello con la finalidad de manejar digitalmente las características exactas de cada producto; por ejemplo, las fechas de ingreso a almacén, fechas de vencimiento, precio de compra, campaña, etc. Otro de los beneficios de implementar un nuevo código QR es que ayudará al reconocimiento de los mismos en caso de que algún cliente quiera hacer un cambio posterior a la compra o algún pago íntegro para adquirir otro de mayor precio. Asimismo, se realizará un conteo de la mercadería para tener un Kardex correcto complementando con una hoja de cálculo de Excel que servirá para importar los datos al sistema de emisión de pago. Cada producto con un código QR nuevo se generará en una página sin costo alguno.

Para ello se considerará el siguiente orden de los enunciados:

- Fecha de emisión del código QR.
- Temporada (campaña) en la que el producto ha sido solicitado.
- Categorías: ya sea perfumería, artículos de cuidado personal, joyería, etc.
- Marca a la que pertenece el producto.
- Nombre del producto.
- Color del producto, olor y género.
- Capacidad del producto.
- Fecha de ingreso al almacén (la fecha de ingreso al almacén puede ser diferente al de la emisión del código QR).

- Fecha de vencimiento del producto.
- Precio de compra.
- Precio de venta.

El registro ayudará a evitar que los productos sean modificados, alterados o falsificados.

Como se verifica en la siguiente imagen, se introduce un código de prueba para generar el código QR que se imprimiría en papel adhesivo para pegar en cada producto.

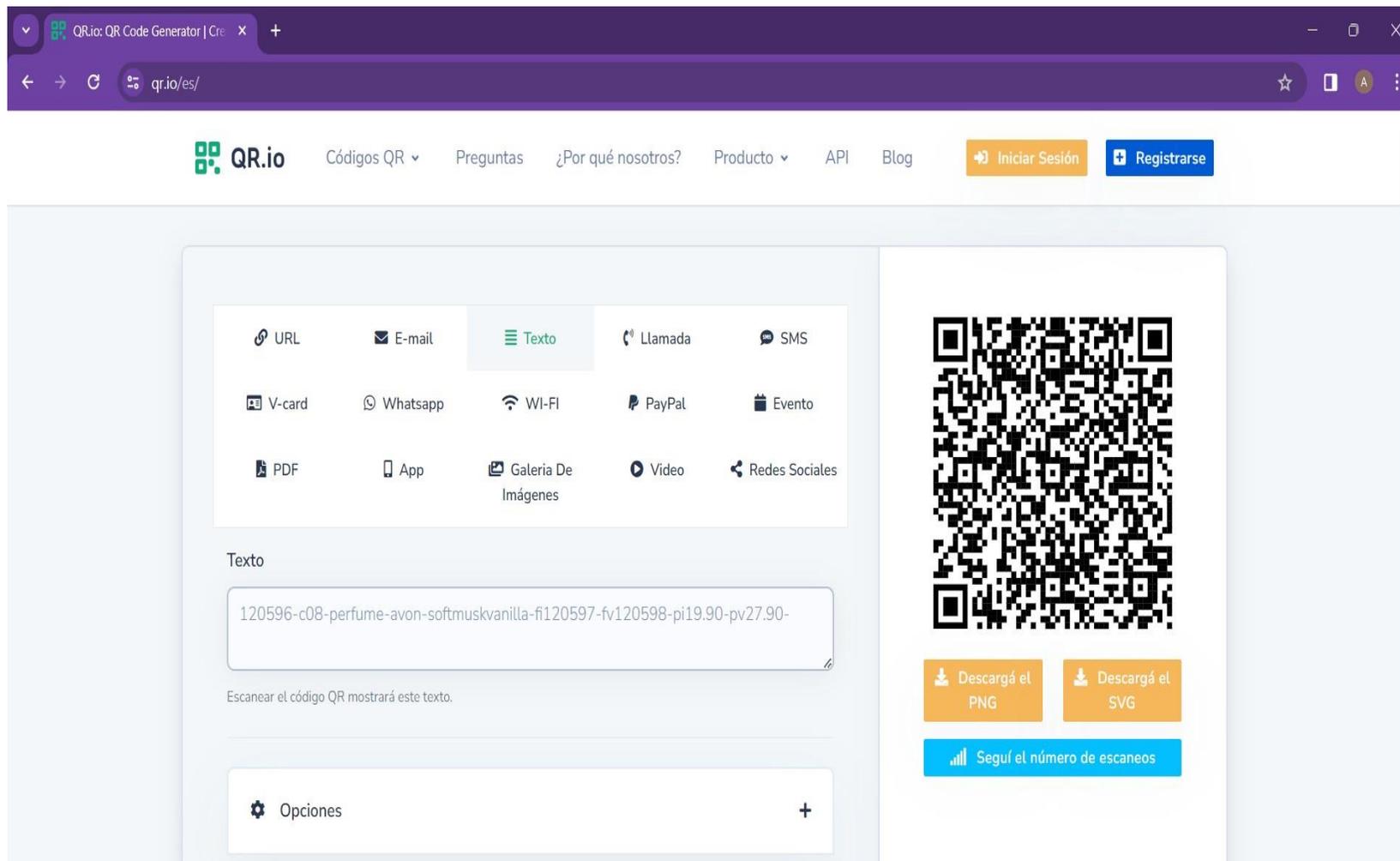


Figura 5. Ejemplo del código a generar con la propuesta.

En esta imagen podemos notar que la pistola y el sistema de facturación leen correctamente el código QR.

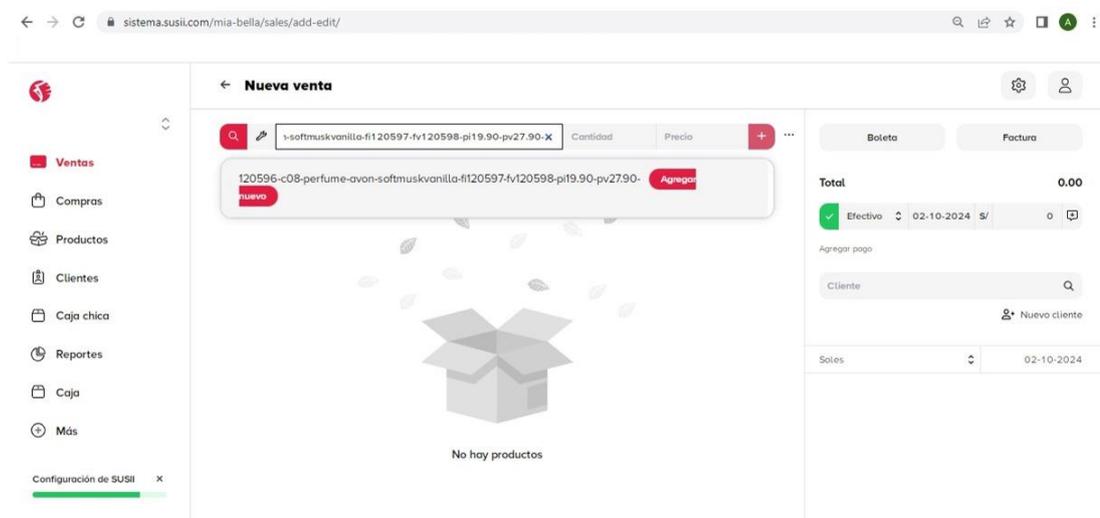


Figura 6. Ejemplo de la lectura del código QR en la empresa de estudio.

Seguidamente se realizará el mismo procedimiento con los productos que se encuentran en la tienda.

El procedimiento generará la existencia de un Kardex, el cual se manejará de manera constante con ayuda del facturador que ayudará a tener datos de las ventas reales, y así conocer cuáles son los productos con mayor demanda.

Los códigos generados se guardarán en la misma hoja de Excel, a fin de tener toda la información de manera agrupada.

4.4.3 Evaluación esperada de la aplicación del método

Para la evaluación económica se utilizó la técnica de la observación, en la que se anotó en una hoja los productos que no estaban disponibles en la tienda al momento que el cliente lo requería, de esa manera se obtuvo un listado con las marcas, los montos y la veces que consultaron por dicho producto. El cuadro detallado se encuentra en el anexo 07.

Tabla 4. Ventas perdidas por falta de stock.

DÍA	TOTAL DE VENTAS PERDIDAS POR FALTA DE STOCK
1	S/ 1,089.80
2	S/ 987.00
3	S/ 1,018.30
4	S/ 1,079.70
5	S/ 1,060.10
6	S/ 846.90
7	S/ 645.80
8	S/ 923.90
9	S/ 1,030.20
10	S/ 820.80
11	S/ 810.90
12	S/ 675.30
	S/ 10,988.70

La tabla indica que si se hubieran tenido los productos disponibles las ventas habrían ascendido a un total de 10,988.70 soles más de lo registrado en el periodo de estudio.

Un aproximado de las ventas realizadas en esas 2 semanas fue de 34,000 soles por lo que haciendo una regla de tres simple se puede saber que los productos no vendidos son un 32.3197%, revelando así que la mala gestión de inventarios afecta directamente al incremento de ventas.

Para una evaluación más detallada sobre los productos más solicitados durante ese periodo de muestra el siguiente cuadro:

Tabla 5. Productos solicitados con el número de veces y la marca

PRODUCTO	CANTIDAD	MARCA
BASE DE MAQUILLAJE SERUM	1	N
BLOQUEADOR FACIAL PIEL MIXTA FOTOEQUILIBRIO	1	N
COLONIA AGÚ LAVANDA	2	E
COLONIA AGÚ MANZANILLA	5	E
CREMA CORPORAL ALMENDRAS	1	A
CREMA CORPORAL COCO	7	A
COLONIA EAU VITALE LAVANDA	2	Y
COLONIA EKOS PITANGA PRETA	2	N
COLONIA H AQUA	1	A
COLONIA MUSK	1	A
COLONIA TODODIA FRAMBUESA Y PIMIENTA ROSA	1	N
COLONIA TODODIA FRUTOS ROJOS DAMA	2	N
CONTORNO DE OJOS CHRONOS	1	N
CREMA DE MANOS UÑA DE GATO	1	Y
CREMA DE PEINAR MURU MURU	1	N
CREMA FACIAL SENTIVA CONTROL BLANC	1	Y
CREMA HIDRATANTE CHRONOS 70+ DÍA	11	N
CREMA MANOS CASTAÑA	8	N
CREMA NUTRITIVA CHRONOS 70+ NOCHE	8	N
CREMA NUTRITIVA EXTRACTO DIVINO	12	Y
CREMA PIES MARACUYA	1	N
DEL CEJAS CASTAÑO NATURAL	1	A
DEL GEL NEGRO MAYBELLINE	1	M
DEL LAB CHOCOLATE	1	Y
DEL LAB TOFFEE IMPERIAL	3	Y
DEL LIQ PINCEL AZUL ESIKA	1	E
DELINEADOR LIQ TATTOO CAFÉ	1	E
DELINEADOR RETRÁCTIL CEJAS SOFT BROWN	5	A
DESMAQUILLANTE GEL SENTIVA	1	Y
DESODORANTE ROLL ON ALGODÓN	2	N
DESODORANTE ROLL ON KAIKAK URBE VARÓN	2	N
DESODORANTE ROLL ON OHM	1	Y
DESODORANTE SPRAY TRAX	7	CY
ESMALTE PIMIENTA CALIENTE	1	E
JABÓN LIQ EXFOLIANTE MARACUYA	1	N
LABIAL AMBRÉ	2	Y
LABIAL COLORFIX PIMIENTA CALIENTE	2	E
LABIAL DE NATURA 4C	1	N
LABIAL INFINI ABSOLUT NUDE ROSE	1	LB
LAB LIQ HIDRA COLOR MATE ROJO CARMIN	1	E

LABIAL LIQUIDO MAYBELLINE 70 AMAZONIAN	1	M
LABIAL LIQ MAYBELLINE 80	1	M
LABIAL ROSA SWEET TATTOO	1	E
LABIAL TENTACIÓN	1	Y
LABIAL WILD CHERRY	9	A
PERFUME BEIJO DE HUMOR DAMA	7	N
PEFUME BEIJO DE HUMOR VARÓN	4	N
PERFUME BIOGRAFIA ASSINATURE DAMA	6	N
PERFUME DANCING	2	CY
PERFUME ESSENCIAL OUD VARON	1	N
PEFUME ESSENCIAL VARON	1	N
PERFUME GAIA	4	Y
PEFUME HOMEN VARON	2	N
PERFUME IMPREDECIBLE DEEP ROSE	1	E
PERFUME IN LOVE	1	CY
PERFUME KROMO BLACK VARON	4	E
PEFUME KROMO FIRE	1	E
PERFUME LIASSON	1	LB
PERFUME LOVE POTION DAMA	1	CY
PERFUME OHM BLACK	1	Y
PERFUME OSADIA	2	Y
PERFUME PALO SANTO VARÓN	1	N
PERFUME SWEET BLACK	2	CY
PERFUME TEMPTATION BLACK VARÓN	2	Y
PERFUME VALENTIA	1	E
POLVO COMPACTO CON ESPEJO CLARO	2	A
POLVO SUELTO TRASLÚCIDO	1	CY
RIMEL SKY HIGH MAYBELLINE	1	M
SERUM ÁCIDO HIALURONICO L'BEL	1	LB
TAJADOR ESIKA	2	E
TALCO PERFUMADO KALOS SPORT VARÓN	2	E
TALCO PIES 500 GR	2	E
TONICO DETOX AVON	1	N
TONICO HIDRATANTE CHRONOS	2	N

Según la tabla se denota que el producto más solicitado fue la “crema nutritiva extracto divino”, por lo que este producto nunca debe de faltan en el stock. En segundo lugar, tenemos a la “crema hidratante chronos 70+ día”, seguida por el labial “wild Cherry”, la “crema manos castaña” y “crema nutritiva chronos 70+ noche”.

Estos 5 productos deben de ser los más importantes en el stock, para evitar una rotura del mismo. Se efectuó una evaluación específica sobre las marcas más solicitadas, por ello se plantea la siguiente tabla:

Tabla 6. Marcas más solicitadas de los productos.

MARCA	INICIAL	CANTIDAD
AVON	A	8
ESIKA	E	15
NATURA	N	24
YANBAL	Y	14
MAYBELL INE	M	4
CYZONE	CY	6
L'BEL	LB	3

Respecto a este cuadro podemos visualizar que las marcas más solicitadas son Natura con 24 productos, Esika con 15 productos y Yanbal con 14 productos.

4.4.4 Programa de capacitación

4.4.4.1 Actividad de la empresa:

La perfumería de estudio es una empresa privada que vende cosméticos y perfumes de marcas de catálogo.

4.4.4.2 Alcance del programa

El alcance del presente programa será para todo el personal de la empresa, ya que los colaboradores que laboran en atención al público, también lo hacen en el almacén; asimismo, se incluirá a los dueños de la empresa de estudio.

4.4.4.3 Responsables del programa

Los responsables serán los encargados de tienda, los dueños y la autora del proyecto de investigación, en calidad de asistente de la gerencia, en la capacitación del método FEFO, excepto para el adiestramiento de salud y seguridad en el trabajo y liderazgo, la cual será asumido por una persona externa.

Tabla 7. Encargados de las capacitaciones.

	Encargados de tienda	Dueños de la empresa	Asistente de los dueños	Persona externa
Conceptos básicos de Almacenamiento		X		
Implementación del método FEFO			X	
Manejo del facturador para ingreso y egreso de mercadería	X			
Ventas		X		
Salud y seguridad en el trabajo				X
Liderazgo				X

4.4.4.4 Programa de capacitación

Las capacitaciones se darán de enero a diciembre del año 2023.

4.4.4.5 Objetivo de las capacitaciones:

Los objetivos son los siguientes:

- Lograr que el personal pueda implemente el método FEFO en el almacén.
- Lograr que el personal conozca los riesgos del almacén.
- Incrementar la eficiencia en el almacén.
- Poder evitar productos vencidos.
- Poder evitar mezclar lotes.
- Lograr incrementar las ventas en la perfumería.

4.4.4.6 Meta de las capacitaciones

La meta de la propuesta de la capacitación es lograr orientar al todo el personal en el área de almacén.

4.4.4.7 Tipos de capacitación:

- Capacitación sobre conceptos básicos de almacenamiento.
- Capacitación acerca de la implementación del método FEFO.
- Capacitación sobre el manejo del facturador para el ingreso y egreso de la mercadería.

- Capacitación para ventas.
- Capacitación de salud y seguridad en el trabajo.
- capacitación externa de liderazgo.

4.4.4.8 GANT del programa de capacitación

Tabla 8. GANT del programa de capacitación.

Capacitaciones 2023	Meses												Evidencia	Objetivos
Capacitación para el personal	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
Implementación del método FEFO	X												Registro de capacitación	Lograr que el personal implemente y conozca el método para lograr menos desabastecimiento y menos pérdida por productos vencidos
Manejo del facturador para ingreso y egreso de mercadería		X											Registro de capacitación	Lograr reducir los errores tanto en el ingreso como en el egreso de mercadería
Ventas					X								Registro de capacitación	Lograr aumentar la cantidad de ventas con la atención del personal
Conceptos básicos de Almacenamiento							X						Registro de capacitación	Educar en el manejo del almacén los conceptos básicos que deben de utilizarse
Salud y seguridad en el trabajo										X			Registro de capacitación	Inculcar conocimientos acerca de los peligros y accidentes que se pueden evitar en el trabajo.
Liderazgo												X	Registro de capacitación	Inculcar a los conocimientos de liderazgo para generar un equipo unido y productivo.

En el anexo 08 se visualiza la plantilla de la asistencia para cada capacitación.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Se hizo el diagnóstico actual de la empresa utilizando el diagrama de Ishikawa, encontrando que la deficiencia más sobresaliente es la falta de control de inventarios y la mala distribución del almacén; asimismo, se advierte la ausencia de capacitaciones a los trabajadores respecto a la venta de productos y sobre los procedimientos en el almacén. Se obtuvo un porcentaje de pérdida de venta de un 32.3197 %.

Se realizó una comparación entre los métodos de gestión de inventarios (FIFO, FEFO y LIFO) para seleccionar el más adecuado, así definir los elementos que dificultan el incremento en las ventas; se determinó al método FEFO como el más oportuno, ya que permite retirar primero del almacén la mercadería con fecha de vencimiento más próxima a expirar, diligencia que es necesaria para este caso, ya que los productos recibidos de la mayoría de los proveedores son inestables respecto al periodo de caducidad.

Para la propuesta de mejora de gestión de inventarios se planteó la aplicación del método FEFO, que aportará en la salida ordenada de mercadería del almacén, evitar los productos vencidos, la acumulación o la pérdida de la misma. El programa de capacitaciones se realizará entre los meses de enero a julio, para orientar a los trabajadores sobre las diligencias en el área de almacén, conceptos básicos de almacenaje y en la implementación del método FEFO.

Se desarrolló un cuadro de valuación para obtener un estimado de las ventas que no se realizaron en un periodo de 2 semanas, obteniendo como resultado el monto de S/.10,988.70, que en comparación con la venta aproximada que tienen en el mismo periodo de tiempo representa el 32.3197 % del total de la venta.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda que la empresa desarrolle un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional para evitar posibles accidentes tanto en el área de ventas como en el área del almacén.

Se propone la implementación de un sistema que maneje el Kardex detalladamente, con la finalidad que el sistema pueda visualizar la mercadería faltante o en exceso, que detalle los productos más vendidos o artículos con sobre stock.

Se recomienda contratar a futuro a una persona encargada específicamente para el área de almacén, quien debe contar con experiencia en el sector.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALARCON, L. & ORTEGA, J. (2022). Gestión de inventario para reducir el nivel de inventario en una distribuidora de productos industriales – Lima. [en línea]. [Tesis de título, Universidad Ricardo Palma]. [fecha de consulta: 18 de enero de 2024]. Repositorio Institucional de la Universidad Ricardo Palma. Disponible en: <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/6410>
- ARELLANO, K. (2022). Estudio de mejora en la gestión del planeamiento de la demanda y reposición de inventarios en la empresa CENTELSA S.A.C. [en línea]. [Tesis de título, Universidad de Lima]. [fecha de consulta: 19 de marzo de 2024]. Repositorio Institucional de la Universidad de Lima. Disponible en : <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/16259>
- BRENES, P. Técnicas de almacén. [en línea]. España: Editorial Editex, 2015. 262pp. [fecha de consulta: 29 de diciembre de 2023]. ISBN: 978-84-9078-512-6. Disponible en: https://books.google.com.pe/books/about/T%C3%A9cnicas_de_almac%C3%A9n_en_2015.html?id=IO7JCQAAQBAJ&redir_esc=y
- CASTILLO, P. (2019). Propuesta de mejora en la gestión de inventarios en una empresa comercializadora mayorista de materiales de construcción para reducir los pedidos no atendidos. [en línea]. [Tesis de título, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. [fecha de consulta: 12 de diciembre de 2023]. Repositorio Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Disponible en: <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/1847>
- DE LA ARADA, M. Optimización de la cadena logística. [en línea]. España: Ediciones Paraninfo, 2015. 204pp. [fecha de consulta: 31 de enero de 2024]. ISBN: 842839752X. Disponible en: https://books.google.com.pe/books/about/Optimizaci%C3%B3n_de_la_cadena_log%C3%ADstica.html?id=bSh4CAAAQBAJ&redir_esc=y
- EKON, E. La importancia de una buena gestión de inventarios en la empresa. Mensaje en un blog. [en línea]. Madrid: enero de 2023. [fecha de consulta: 23 de octubre de 2023]. Disponible en: <https://www.ekon.es/blog/importancia-inventarios-empresa/>
- ESCUADERO, M. Logística de almacenamiento. [en línea]. España: Ediciones paraninfo, 2014. 382pp. [fecha de consulta: 1 de abril del 2024]. ISBN: 8428329656. Disponible en:

https://books.google.com.pe/books/about/Log%C3%ADstica_de_almacenamiento.html?id=AnC6AwAAQBAJ&redir_esc=y

GANIVET, J. Gestión de pedidos y stock. [en línea]. España: Nuevos negocios en la red, 2015. 422pp. [fecha de consulta: 31 de enero de 2024]. ISBN: 8416199302. Disponible en: https://books.google.com.pe/books/about/UF0929_Gesti%C3%B3n_de_pedidos_y_stock.html?id=b39XDwAAQBAJ&redir_esc=y

García, A. Almacenes: planeación, organización y control. 4.º ed. [en línea]. Mexico: Trillas, 2010a. 205 pp. [fecha de consulta: 3 de octubre del 2023]. ISBN: 978-607-17-0583-9. Disponible en: <https://isae.metabiblioteca.org/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=1160>

HENAO, F. Riesgos eléctricos y mecánicos. [en línea]. Bogotá: Ecoe ediciones, 2008. 378pp. [fecha de consulta: 2 de enero de 2024]. ISBN: 978-958-648-524-1. Disponible en: <https://www.ecoediciones.mx/wp-content/uploads/2015/08/Riesgos-electricos-y-mecanicos.pdf>

LARA, C. & LUNG, A. (2020). Trabajo de mejora del almacén en una empresa comercializadora de equipos industriales: APTEIN S.A.C. [en línea]. [Tesis de título, Universidad de Lima]. [fecha de consulta: 6 de enero del 2024]. Repositorio Institucional de la Universidad de la Universidad de Lima. Disponible en: <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/11658>

Loja, J. (2015). Propuesta de un sistema de gestión de inventarios para la empresa FEMARPE CÍA. LTDA. [en línea]. [Tesis de título, Universidad Politécnica Salesiana]. [fecha de consulta: 26 de diciembre de 2023]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. Disponible en: <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/7805>

Malca, E. (2020). Gestión de almacenes para optimizar la eficiencia en la empresa municipal de servicios eléctricos UTCUBAMBA S.A.C.-2018. [en línea]. [Tesis de Título, Universidad Señor de Sipán]. [fecha de consulta: 4 de febrero de 2024]. Repositorio Universidad Señor de Sipán. Disponible en: <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7576>

MAULEÓN, M. Gestión de stock: Excel como herramienta de análisis. [en línea]. España: Ediciones Díaz de Santos, 2008. 348pp. [fecha de consulta: 20 de marzo de 2024].

ISBN: 9788479788728. Disponible en:
<https://editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788479788728.pdf>

MEANA, P. Gestión de inventarios. [en línea]. España: Ediciones paraninfo, 2017. 102pp. [fecha de consulta: 10 de febrero de 2024]. ISBN: 8428339244. Disponible en: <https://books.google.com.pe/books?id=Ml5IDgAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

MORA, L. Gestión logística integral. [en línea]. Bogotá: Ecoe ediciones, 2010. 380pp. [fecha de consulta: 5 de febrero de 2024]. ISBN: 978-958-648-572-2. Disponible en: <https://books.google.es/books?id=jXs5DwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Muñoz, K. & Toapanta, F. (2022). Propuesta de mejora en la gestión de inventario en una empresa de consumo intensivo. [en línea]. [Tesis de título, Universidad Politécnica Salesiana]. [fecha de consulta: 11 de marzo de 2024]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. Disponible en: <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/23938>

PAICO, S. (2021). Mejora de la gestión de inventarios para minimizar las pérdidas económicas en el almacén de la clínica del pacífico de Chiclayo. [en línea]. [Tesis de título, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. [fecha de consulta: 8 de marzo de 2024]. Repositorio Institucional de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Disponible en: <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/3869>

PÉREZ, M. Almacenamiento de materiales. [en línea]. Barcelona: Marge books, 2014. 312pp.[fecha de consulta: 1 de abril de 2024]. ISBN: 978-84-86684-59-4. Disponible en: https://books.google.com.pe/books/about/Almacenamiento_de_materiales.html?id=ZlS9GQAACAAJ&redir_esc=y

RAFAILE, F. (2019). Mejora en el control de inventarios en una empresa de tela sintética para optimizar la gestión de compras. [en línea]. [Tesis de título, Universidad San Ignacio de Loyola]. [fecha de consulta 15 de enero de 2024]. Repositorio Institucional de la Universidad San Ignacio de Loyola. Disponible en: <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/f130a65e-600a-4979-bfed-71ac99e0d352>

SALA, G. Gestión de un pequeño comercio. [en línea]. España: Editorial Editex, 2015. 288pp. [fecha de consulta: 22 de marzo de 2024]. ISBN: 8490785414. Disponible en: https://books.google.com.pe/books/about/Gesti%C3%B3n_de_un_peque%C3%B1o_comercio_2015.html?id=b-7JCQAAQBAJ&redir_esc=y

SAMPIERI, R. Metodología de la investigación [en línea]. España: Editorial McGraw-Hill Interamericana de España S.L., 2014. 600pp. [fecha de consulta: 13 de noviembre de 2023]. ISBN: 978-1-4562-2396-0. Disponible en: https://books.google.com.pe/books/about/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n.html?hl=es&id=oLbjoQEACAAJ&redir_esc=y

TORRES, A. Preparación de pedidos. [en línea]. España: IC editorial, 2013. 192pp. [fecha de consulta: 29 de enero de 2024]. ISBN: 841584865X. Disponible en: https://books.google.com.pe/books/about/Preparaci%C3%B3n_de_pedidos_COML0110.html?id=r00pEAAAQBAJ&redir_esc=y

ANEXOS

Anexo N° 01. Encuesta.

Encuesta a los trabajadores de la perfumería de estudio

|

Marque la alternativa correspondiente según lo indicado

1. ¿Se tiene un stock real de los productos?

Muy en desacuerdo Diferir Neutral

De acuerdo Muy de acuerdo

2. ¿Se ingresa la mercadería al stock del almacén?

Muy en desacuerdo Diferir Neutral

De acuerdo Muy de acuerdo

3. ¿Se saca la mercadería del stock del almacén al vender los productos?

Muy en desacuerdo Diferir Neutral

De acuerdo Muy de acuerdo

4. ¿Los productos que vencen en almacén se retiran del stock?

Muy en desacuerdo Diferir Neutral

De acuerdo Muy de acuerdo

5. ¿Realizan un conteo de mercadería periódico?

Muy en desacuerdo Diferir Neutral

De acuerdo Muy de acuerdo

6. ¿Usted se considera apto para revisar la mercadería del almacén e ingresar y sacar productos?

Muy en desacuerdo Diferir Neutral

De acuerdo Muy de acuerdo

7. ¿Realizaron alguna capacitación sobre el área de almacén?

Muy en desacuerdo Diferir Neutral

De acuerdo Muy de acuerdo

8. ¿Aplica algún procedimiento al momento de apilar la mercadería?

Muy en desacuerdo Diferir Neutral

De acuerdo Muy de acuerdo

9. ¿Apila la mercadería en lugares asignados?

Muy en desacuerdo Diferir Neutral

De acuerdo Muy de acuerdo

10. ¿Reconoce los lugares al momento de buscar mercadería?

Muy en desacuerdo Diferir Neutral

De acuerdo Muy de acuerdo

Anexo N° 02. Desarrollo de las encuestas.

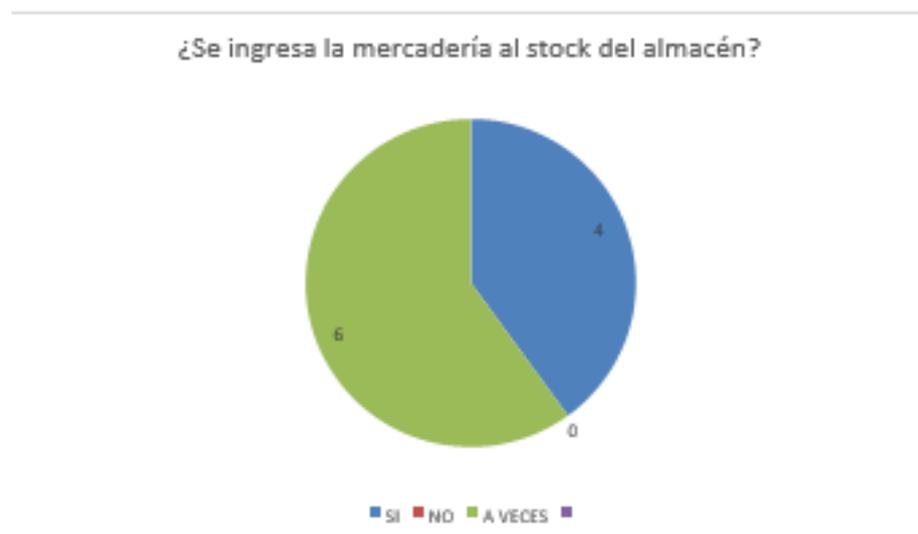
Preguntas:

a.- ¿Se tiene un stock real de los productos?



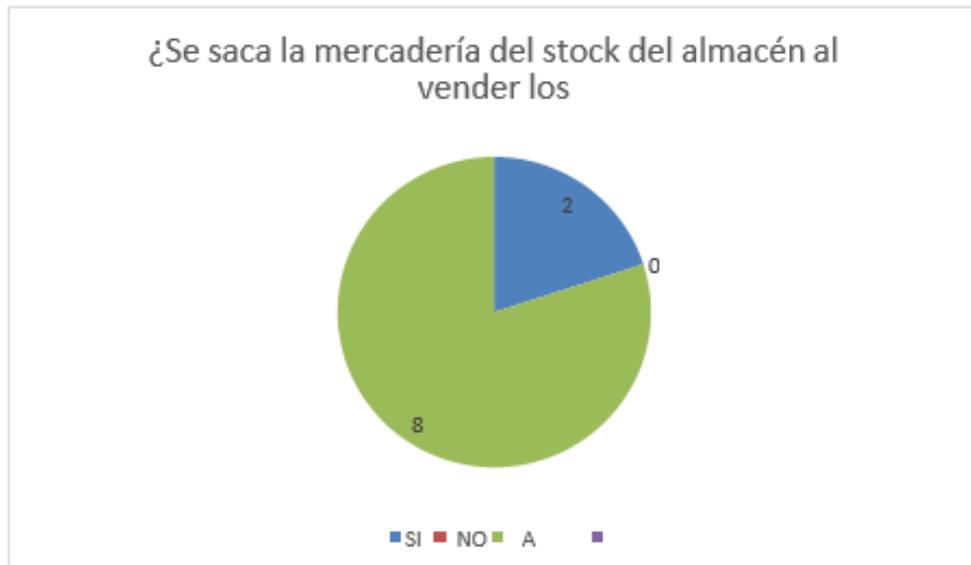
Lo que indica que existen 1 trabajador que piensa que se tiene un stock real de los productos cuando no es así, 7 de ellos indican que existe un stock de productos, pero no con datos reales y 2 indican que no se tiene un stock real de los productos

b. ¿Se ingresa la mercadería al stock del almacén?



Lo que indica que solo 4 trabajadores cumplen con el procedimiento correcto del ingreso de los productos y 6 de ellos no, ya que solo ingresan ocasionalmente la mercadería.

c. ¿Se saca la mercadería del stock del almacén al vender los productos?



Lo que indica que existen 2 trabajadores que siempre retiran la mercadería del stock de almacén, mientras que la mayoría (8) no la retiran como corresponde.

d. ¿Los productos que vencen en almacén se retiran del stock?



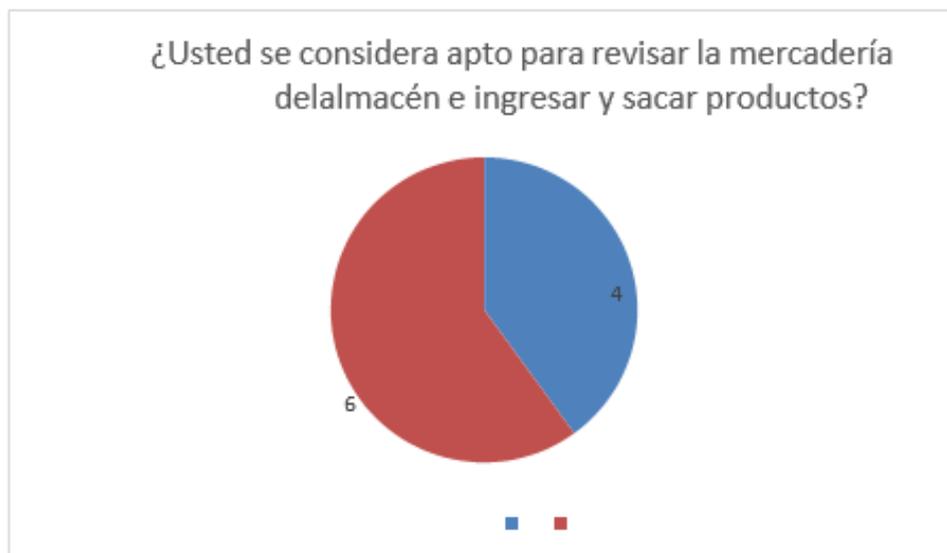
Lo que indica que no retiran del stock los productos vencidos, ocasionando que empeore el Kardex de los productos ya que crea un stock irreal.

e. ¿Realizan un conteo de mercadería periódico?



Lo que indica que sólo existió un Kardex inicial y a pesar de que no es uno real, siguen trabajando en base a ello.

f. ¿Usted se considera apto para revisar la mercadería del almacén e ingresar y sacar productos?



Lo que indica que solo 4 de los trabajadores se consideran aptos para manipular el Kardex de la empresa y 6 de ellos no se consideran aptos.

g. ¿Realizaron alguna capacitación sobre el área de almacén?



Lo que indica que 6 trabajadores no están aptos para laborar en el área de almacén por no haber recibido alguna capacitación.

h. ¿Aplica algún procedimiento al momento de apilar la mercadería?



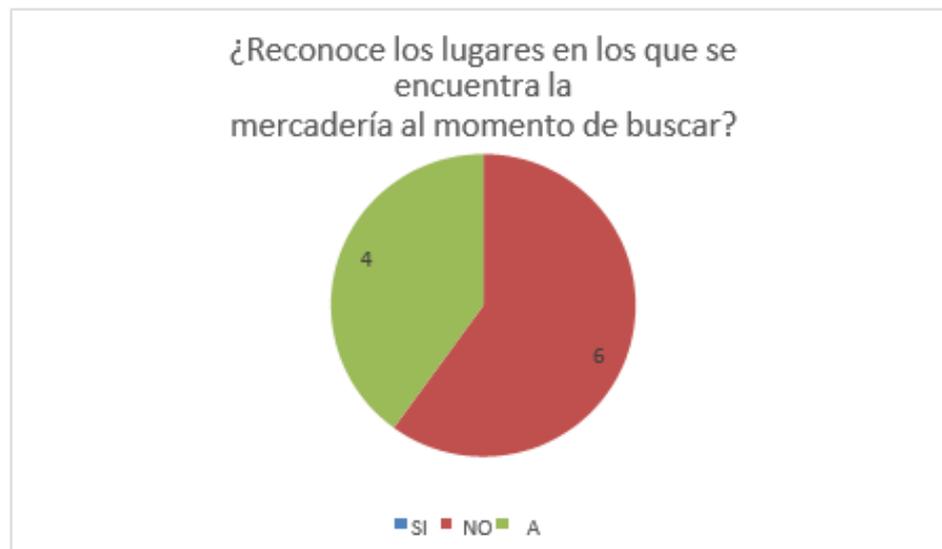
Lo que indica que todos los trabajadores no tienen un procedimiento al momento de apilar la mercadería, la información evidencia que acomodan la mercadería nueva encima de la antigua.

i.- ¿Apila la mercadería en lugares asignados?



Los 10 trabajadores indican que no apilan la mercadería en lugares asignados lo que probablemente significa que acomodan la mercadería en cualquier lugar con un espacio libre.

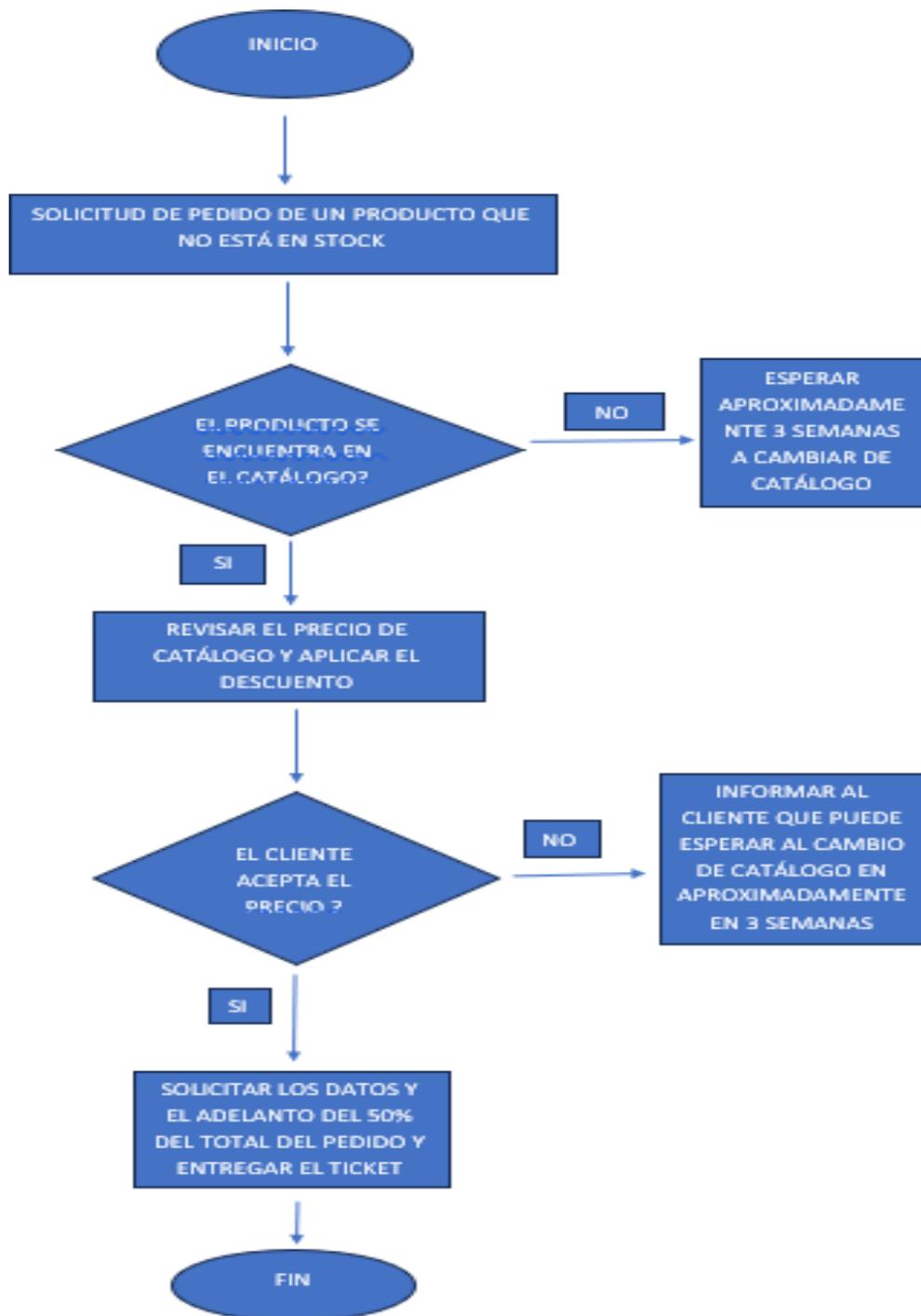
j.- ¿Reconoce los lugares en los que se encuentra la mercadería al momento de buscar?



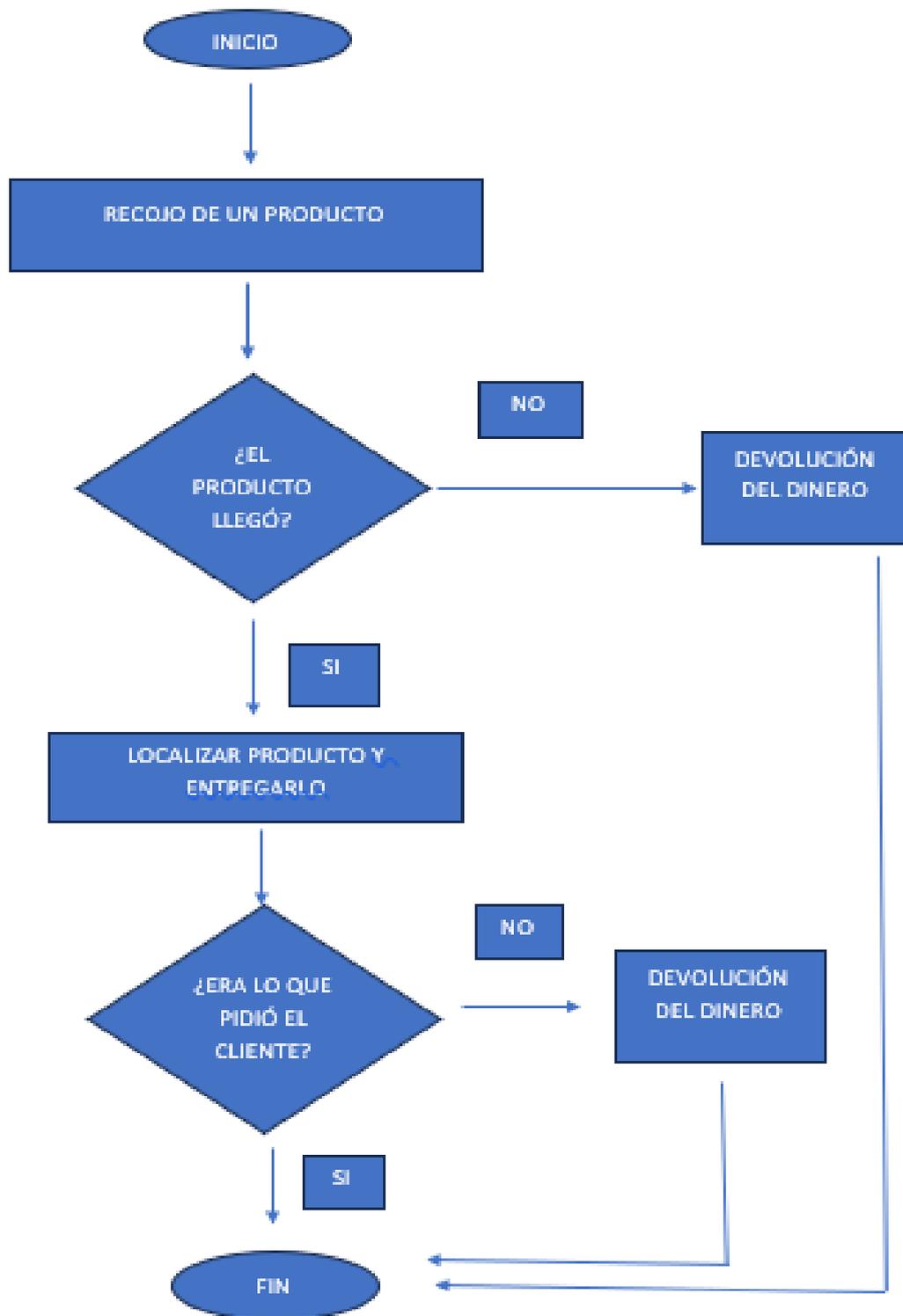
Anexo N° 03. Descuentos realizados en los pedidos según cada marca.

MARCA	DESCUENTO GENERAL	ACCESORIOS
CYZONE	30 %	10 %
ESIKA	30 %	10 %
L'BEL	30 %	10 %
YANBAL	25%	---
NATURA	20 %	---
AVON	20 %	10 %
DUPREE	10 %	10 %
LEONISA	10 %	---
ORIFLAME	10 %	10 %
SEYTU	10 %	---
JUST	10 %	---
HINODE	10 %	---
MARY KAY	10 %	---

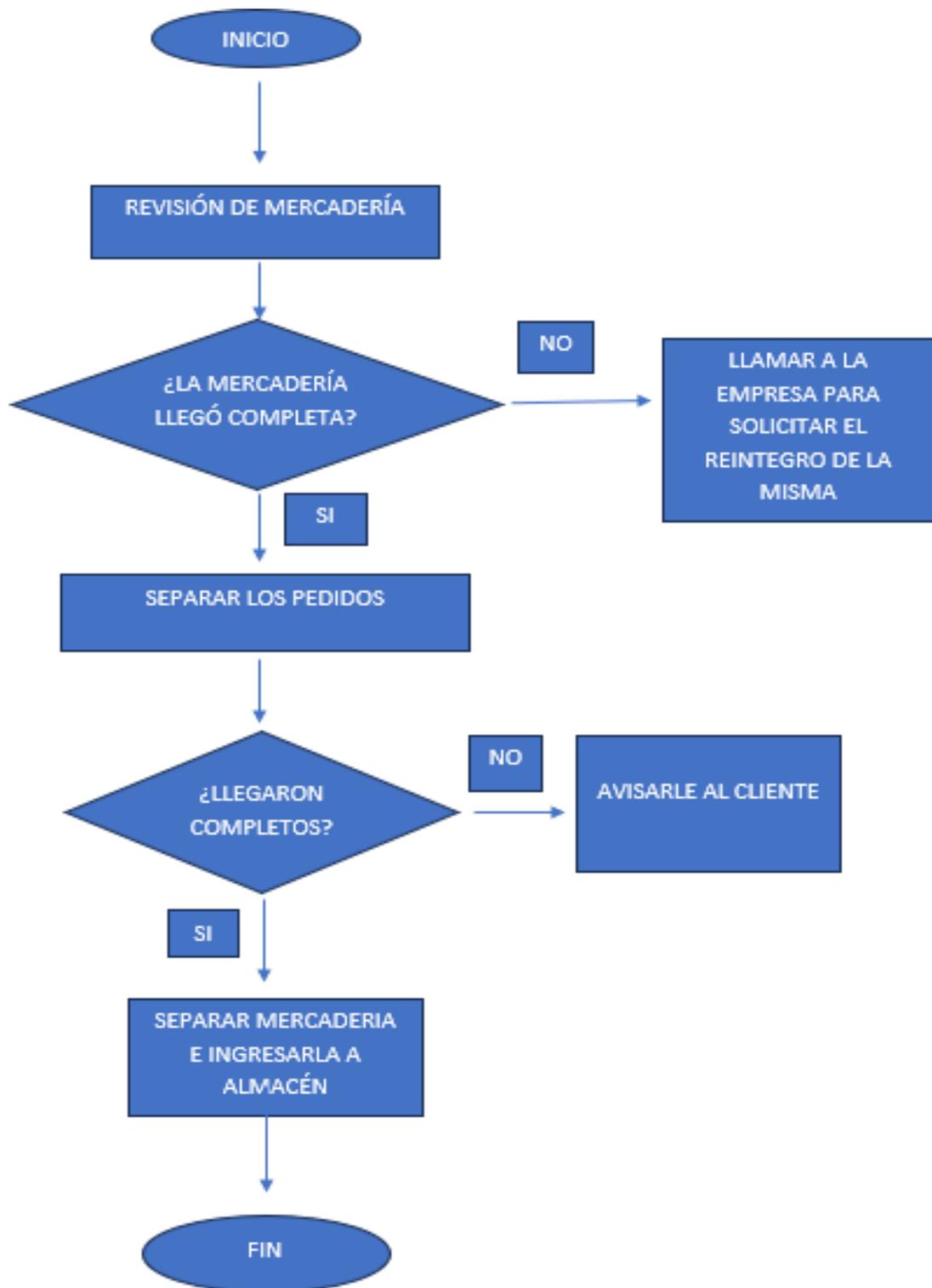
Anexo N° 04. Proceso de la realización de un pedido en la empresa de estudio.



Anexo N° 05. Proceso del recojo de un producto en la empresa de estudio.



Anexo N° 06. Revisión de la mercadería dejada por los proveedores.



Anexo N° 07. Productos no vendidos

Productos no vendidos por falta de stock día 1.

DÍA 1	CANTIDAD DE VECES SOLICITADO	MARCA	MONTO POR UNIDAD		TOTAL
PRODUCTOS SIN STOCK					
COLONIA AGÚ LAVANDA	1	E	S/	42.00	S/ 42.00
COLONIA TODODIA FRUTOS ROJOS DAMA	2	N	S/	30.00	S/ 60.00
CREMA HIDRATANTE CHRONOS 70+ DÍA	1	N	S/	85.00	S/ 85.00
CREMA NUTRITIVA CHRONOS 70+ NOCHE	1	N	S/	79.00	S/ 79.00
CREMA NUTRITIVA EXTRACTO DIVINO	1	Y	S/	99.00	S/ 99.00
LABIAL AMBRÉ	4	Y	S/	22.50	S/ 90.00
LABIAL COLORFIX PIMIENTA CALIENTE	2	E	S/	17.90	S/ 35.80
LABIAL TENTACIÓN	3	Y	S/	22.50	S/ 67.50
PEFUME BEIJO DE HUMOR VARÓN	2	N	S/	69.00	S/ 138.00
PEFUME ESSENCIAL VARON	1	N	S/	125.00	S/ 125.00
PERFUME BIOGRAFIA ASSINATURE DAMA	1	N	S/	79.00	S/ 79.00
PERFUME LOVE	2	O	S/	49.90	S/
POTION DAMA					99.80
TALCO PERFUMADO KALOS SPORT VARÓN	3	E	S/	29.90	S/ 89.70
					S/ 1,089.80

La tabla nos indica que si se hubieran tenido los productos disponibles para vender la ganancia hubiera sido de S/1,089.80.

Productos no vendidos por falta de stock día 2

DÍA 2	CANTIDAD DE VECES SOLICITADO	MARCA	MONTO	TOTAL
PRODUCTOS SIN STOCK				
COLONIA AGÚ MANZANILLA	1	E	S/ 42.00	S/ 42.00
CREMA CORPORAL COCO	5	A	S/ 22.50	S/ 112.50
CREMA HIDRATANTE CHRONOS 70+ DÍA	1	N	S/ 85.00	S/ 85.00
CREMA NUTRITIVA CHRONOS 70+ NOCHE	1	N	S/ 79.00	S/ 79.00
CREMA NUTRITIVA EXTRACTO DIVINO	1	Y	S/ 99.00	S/ 99.00
DELINEADOR RETRÁCTIL CEJAS SOFT BROWN	5	A	S/ 14.90	S/ 74.50
DESODORANTE ROLL ON KAIK URBE VARÓN	2	N	S/ 25.00	S/ 50.00
LABIAL COLORFIX PIMIENTA CALIENTE	1	E	S/ 17.90	S/ 17.90
LABIAL ROSA SWEET TATTOO	1	E	S/ 17.90	S/ 17.90
LABIAL WILD CHERRY	5	A	S/ 13.50	S/ 67.50
PEFUME BEIJO DE HUMOR VARÓN	1	N	S/ 69.00	S/ 69.00
PERFUME BEIJO DE HUMOR DAMA	1	N	S/ 69.00	S/ 69.00
PERFUME BIOGRAFIA ASSINATURE DAMA	1	N	S/ 79.00	S/ 79.00
PERFUME KROMO BLACK VARON	1	E	S/ 80.00	S/ 80.00
TAJADOR ESIKA	3	E	S/ 14.90	S/ 44.70
				S/ 987.00

La tabla indica que si se hubieran tenido los productos disponibles para vender la ganancia hubiera sido de S/987.00.

Productos no vendidos por falta de stock día 3

DÍA 3		CANTIDAD DE VECES	MARCA	MONTO	TOTAL
PRODUCTOS SIN STOCK					
COLONIA	AGÚ	1	E	S/ 42.00	S/ 42.00
MANZANILLA				42.00	
CREMA CORPORAL	COCO	2	A	S/ 22.50	S/ 45.00
CREMA HIDRATANTE	CHRONOS 70+ DÍA	1	N	S/ 85.00	S/ 85.00
CREMA NUTRITIVA	CHRONOS 70+ NOCHE	1	N	S/ 79.00	S/ 79.00
CREMA NUTRITIVA	EXTRACTO DIVINO	1	Y	S/ 99.00	S/ 99.00
LABIAL	WILD CHERRY	5	A	S/ 13.50	S/ 67.50
PEFUME BEIJO DE	HUMOR VARÓN	1	N	S/ 69.00	S/ 69.00
PERFUME BEIJO DE	HUMOR DAMA	1	N	S/ 69.00	S/ 69.00
PERFUME	BIOGRAFIA ASSINATURE DAMA	1	N	S/ 79.00	S/ 79.00
PERFUME GAIA		2	Y	S/ 75.00	S/ 150.00
PERFUME OSADIA		1	Y	S/ 69.00	S/ 69.00
PERFUME SWEET	BLACK	3	CY	S/ 35.00	S/ 105.00
TALCO PIES 500 GR		2	E	S/ 29.90	S/ 59.80
					S/ 1,018.30

La tabla nos indica que si se hubieran tenido los productos disponibles para vender la ganancia hubiera sido de S/1,018.30.

Productos no vendidos por falta de stock día 4

DÍA 4	CANTIDAD DE VECES SOLICITADO	MARCA	MONTO	TOTAL
PRODUCTOS SIN STOCK				
CREMA CORPORAL ALMENDRAS	3	A	S/ 22.50	S/ 67.50
BLOQUEADOR FACIAL PIEL MIXTA FOTOEQUILIBRIO	3	N	S/ 45.00	S/ 135.00
CREMA MANOS CASTAÑA	6	N	S/ 25.00	S/ 150.00
DESODORANTE ROLL ON KAIK URBE VARÓN	1	N	S/ 25.00	S/ 25.00
DESODORANTE ROLL ON OHM	2	Y	S/ 10.50	S/ 21.00
PEFUME HOMEN VARON	1	N	S/ 125.00	S/ 125.00
PEFUME KROMO FIRE	1	E	S/ 80.00	S/ 80.00
PERFUME ESSENCIAL OU	1	N	S/ 125.00	S/ 125.00
DVARON PERFUME OHM BLACK	2	Y	S/ 81.00	S/ 162.00
TAJADOR ESIKA	5	E	S/ 14.90	S/ 74.50
TALCO PEFUMADO KALOS SPORT	1	E	S/ 14.90	S/ 14.90
TONICO DETOX AVON	2	A	S/ 14.90	S/ 29.80
TONICO HIDRATANTE CHRONOS	2	N	S/ 35.00	S/ 70.00
				S/ 1,079.70

La tabla nos indica que si se hubieran tenido los productos disponibles para vender la ganancia hubiera sido de S/1,079.70.

Productos no vendidos por falta de stock día 5

DÍA 5	CANTIDAD DE VECES SOLICITADO	MARCA	MONTO	TOTAL
PRODUCTOS SIN STOCK				
COLONIA EAU VITALE LAVANDA	2	A	S/ 30.00	S/ 60.00
COLONIA EKOS PITANGA PRETA	3	N	S/ 50.00	S/ 150.00
CREMA CORPORAL COCO	6	N	S/ 22.50	S/ 135.00
CREMA DE MANOS EKOS CASTAÑA	3	Y	S/ 25.00	S/ 75.00
CREMA HIDRATANTE CHRONOS 70+ DÍA	1	Y	S/ 85.00	S/ 85.00
CREMA NUTRITIVA EXTRACTO DIVINO	1	CY	S/ 99.00	S/ 99.00
DEL LAB TOFFEE IMPERIAL	6	N	S/ 18.90	S/ 113.40
DESODORANTE SPRAY TRAX	3	N	S/ 16.90	S/ 50.70
PEFUME BEIJO DE HUMOR VARÓN	1	N	S/ 69.00	S/ 69.00
PERFUME BEIJO DE HUMOR DAMA	1	N	S/ 69.00	S/ 69.00
PERFUME GAIA	1	Y	S/ 75.00	S/ 75.00
SERUM ÁCIDO HIALURONICO L'BEL	1	L'B	S/ 79.00	S/ 79.00
				S/ 1,060.10

La tabla nos indica que si se hubieran tenido los productos disponibles para vender la ganancia hubiera sido de S/1,060.10.

Productos no vendidos por falta de stock día 6.

DÍA 6	CANTIDAD DE VECES SOLICITADO	MARCA	MONTO	TOTAL
PRODUCTOS SIN STOCK				
CREMA NUTRITIVA EXTRACTO DIVINO	1	Y	S/ 99.00	S/ 99.00
CREMA CORPORAL COCO	4	A	S/ 22.50	S/ 90.00
CREMA DE MANOS EKOS CASTAÑA	3	N	S/ 25.00	S/ 75.00
CREMA HIDRATANTE CHRONOS 70+ DÍA	1	N	S/ 85.00	S/ 85.00
CREMA NUTRITIVA CHRONOS 70+ NOCHE	1	N	S/ 79.00	S/ 79.00
DEL LAB CHOCOLATE	1	Y	S/ 18.90	S/ 18.50
DEL LAB TOFFEE IMPERIAL	3	Y	S/ 18.90	S/ 56.70
DELINEADOR RETRÁCTIL CEJAS SOFT BROWN	3	A	S/ 14.90	S/ 44.70
DESODORANTE ROLL ON ALGODÓN	2	N	S/ 17.00	S/ 34.00
DESODORANTE SPRAY TRAX	2	CY	S/ 16.90	S/ 33.80
LABIAL WILD CHERRY	3	A	S/ 13.50	S/ 40.50
PERFUME DANCING	1	CY	S/ 28.90	S/ 28.90
PERFUME TEMPTATION BLACK VARÓN	1	Y	S/ 79.00	S/ 79.00
POLVO COMPACTO CON ESPEJO CLARO	2	A	S/ 14.90	S/ 29.80
RIMEL SKY HIGH MAYBELLINE	1	MB	S/ 53.00	S/ 53.00
				S/ 846.90

La tabla nos indica que si se hubieran tenido los productos disponibles para vender la ganancia hubiera sido de S/846.90.

Productos no vendidos por falta de stock día 7.

DÍA 7	CANTIDAD DE VECES SOLICITADO	MARCA	MONTO	TOTAL
PRODUCTOS SIN STOCK				
CREMA NUTRITIVA EXTRACTO DIVINO	1	Y	S/ 99.00	S/ 99.00
CREMA CORPORAL COCO	2	A	S/ 22.50	S/ 45.00
CREMA CORPORAL FRUTOS ROJOS	1	N	S/ 30.00	S/ 30.00
CREMA DE MANOS EKOS CASTAÑA	3	N	S/ 25.00	S/ 75.00
CREMA HIDRATANTE CHRONOS 70+ DÍA	1	N	S/ 85.00	S/ 85.00
CREMA NUTRITIVA CHRONOS 70+ NOCHE	1	N	S/ 79.00	S/ 79.00
DELINEADOR DE LABIOS TOFFEE IMPERIAL	1	Y	S/ 18.90	S/ 18.90
DELINEADOR LIQ TATTOO CAFÉ	2	E	S/ 15.90	S/ 31.80
ESMALTE PIMIENTA CALIENTE	3	E	S/ 11.90	S/ 35.70
LABIAL DE NATURA 4C	1	N	S/ 35.00	S/ 35.00
LABIAL WILD CHERRY	1	A	S/ 13.50	S/ 13.50
PERFUME DANCING	1	CY	S/ 28.90	S/ 28.90
PERFUME OSADIA	1	Y	S/ 69.00	S/ 69.00
				S/ 645.80

La tabla nos indica que si se hubieran tenido los productos disponibles para vender la ganancia hubiera sido de S/645.80.

Productos no vendidos por falta de stock día 8.

DÍA 8	CANTIDAD DE VECES SOLICITADO	MARCA	MONTO	TOTAL
PRODUCTOS SIN STOCK				
COLONIA EAU VITALE TE VERDE	3	Y	S/ 30.00	S/ 90.00
COLONIA TODODIA FRAMBUESA Y PIMIENTA ROSA	2	N	S/ 30.00	S/ 60.00
CREMA DE MANOS EKOS CASTAÑA	3	N	S/ 25.00	S/ 75.00
CREMA DE MANOS UÑA DE GATO	4	Y	S/ 17.90	S/ 71.60
CREMA DE PEINAR MURU MURU	2	N	S/ 32.00	S/ 64.00
CREMA HIDRATANTE CHRONOS 70+ DÍA	1	N	S/ 85.00	S/ 85.00
CREMA NUTRITIVA CHRONOS 70+ NOCHE	1	N	S/ 79.00	S/ 79.00
CREMA NUTRITIVA EXTRACTO DIVINO	1	Y	S/ 99.00	S/ 99.00
DESODORANTE TRAX	1	CY	S/ 16.90	S/ 16.90
LAB LIQ HIDRA COLOR MATE ROJO CARMIN	1	E	S/ 21.00	S/ 21.00
LABIAL AMBRE	1	Y	S/ 22.50	S/ 22.50
LABIAL WILD CHERRY	1	A	S/ 13.50	S/ 13.50
PERFUME BEIJO DE HUMOR DAMA	1	N	S/ 69.00	S/ 69.00
PERFUME	1	N	S/ 79.00	S/ 79.00
BIOGRAFIA ASSINATURE DAMA			79.00	
PERFUME IN LOVE	1	CY	S/ 29.40	S/ 29.40
PERFUME VALENTIA	1	E	S/ 49.00	S/ 49.00
				S/ 923.90

La tabla nos indica que si se hubieran tenido los productos disponibles para vender la ganancia hubiera sido de S/923.90.

Productos no vendidos por falta de stock día 9.

DÍA 9	CANTIDAD DE	MARCA	MONTO	TOTAL
PRODUCTOS SIN STOCK	VECES SOLICITADO			
BASE DE MAQUILLAJE SERUM	1	N	S/ 79.00	S/ 79.00
COLONIA AGÚ MANZANILLA	2	E	S/ 42.00	S/ 84.00
COLONIA EKOS PITANGA PRETA	1	N	S/ 50.00	S/ 50.00
CREMA DE MANOS EKOS CASTAÑA	3	N	S/ 25.00	S/ 75.00
DELINEADOR RETRÁCTIL CEJAS SOFT BROWN	6	A	S/ 14.90	S/ 89.40
DESODORANTE TRAX	3	CY	S/ 16.90	S/ 50.70
JABÓN LIQ EXFOLIANTE MARACUYA	2	N	S/ 28.90	S/ 57.80
LABIAL INFINI ABSOLUT NUDE ROSE	1	L'B	S/ 23.00	S/ 23.00
LABIAL WILD CHERRY	3	A	S/ 13.50	S/ 40.50
PERFUME SWEET BLACK	3	CY	S/ 35.00	S/ 105.00
PERFUME TEMPTATION BLACK	4	Y	S/ 79.00	S/ 316.00
POLVO SUELTO TRASLÚCIDO	2	CY	S/ 29.90	S/ 59.80
				S/ 1,030.20

La tabla nos indica que si se hubieran tenido los productos disponibles para vender la ganancia hubiera sido de S/1,030.20.

Productos no vendidos por falta de stock día 10.

DÍA 10	CANTIDAD DE VECES SOLICITADO	MARCA	MONTO	TOTAL
PRODUCTOS SIN STOCK				
COLONIA AGÚ MANZANILLA	1	E	S/ 42.00	S/ 42.00
CREMA CORPORAL COCO	3	A	S/ 22.50	S/ 67.50
CREMA DE MANOS CASTAÑA	4	N	S/ 25.00	S/ 100.00
DEL CEJAS CASTAÑO NATURAL	3	E	S/ 11.90	S/ 35.70
DEL GEL NEGRO MAYBELLINE	2	MB	S/ 54.90	S/ 109.80
DEL LIQ PINCEL AZUL ESIKA	1	E	S/ 15.90	S/ 15.90
DESODORANTE TRAX	3	CY	S/ 16.90	S/ 50.70
LABIAL LIQ MAYBELLINE 80	1	MB	S/ 48.90	S/ 48.90
LABIAL WILD CHERRY	5	A	S/ 13.50	S/ 67.50
PERFUME IMPREDECIBLE DEEP ROSE	2	E	S/ 49.00	S/ 98.00
PERFUME PALO SANTO VARÓN	1	N	S/ 125.00	S/ 125.00
TALCO PIES 500 GR ESIKA	2	E	S/ 29.90	S/ 59.80
				S/ 820.80

La tabla nos indica que si se hubieran tenido los productos disponibles para vender la ganancia hubiera sido de S/820.80.

Productos no vendidos por falta de stock día 11.

DÍA 11	CANTIDAD DE VECES SOLICITADO	MARCA	MONTO	TOTAL
PRODUCTOS SIN STOCK				
COLONIA AGÚ MANZANILLA	3	E	S/ 42.00	S/ 126.00
COLONIA H AQUA	3	A	S/ 14.90	S/ 44.70
COLONIA MUSK	4	A	S/ 14.90	S/ 59.60
CREMA CORPORAL COCO	6	A	S/ 22.50	S/ 135.00
CREMA PIES MARACUYA	1	N	S/ 35.00	S/ 35.00
DELINEADOR RETRÁCTIL CEJAS SOFT BROWN	3	A	S/ 14.90	S/ 44.70
DESMAQUILLANTE GEL SENTIVA	2	Y	S/ 22.50	S/ 45.00
DESODORANTE TRAX	1	CY	S/ 16.90	S/ 16.90
PERFUME GAIA	1	Y	S/ 75.00	S/ 75.00
PERFUME KROMO BLACK VARON	1	E	S/ 80.00	S/ 80.00
PERFUME LIASSON	1	L'B	S/ 79.00	S/ 79.00
TONICO HIDRATANTE CHRONOS	2	N	S/ 35.00	S/ 70.00
				S/ 810.90

La tabla nos indica que si se hubieran tenido los productos disponibles para vender la ganancia hubiera sido de S/810.90.

Productos no vendidos por falta de stock día 12.

DÍA 12	CANTIDAD DE VECES SOLICITADO	MARCA	MONTO	TOTAL
PRODUCTOS SIN STOCK				
COLONIA AGÚ LAVANDA	1	E	S/ 42.00	S/ 42.00
CONTORNO DE OJOS CHRONOS	1	N	S/ 66.00	S/ 66.00
CREMA DE MANOS CASTAÑA	2	N	S/ 25.00	S/ 50.00
DELINEADOR RETRÁCTIL CEJAS SOFT BROWN	2	A	S/ 14.90	S/ 29.80
DESODORANTE ROLL ON ALGODÓN	1	N	S/ 17.00	S/ 17.00
DESODORANTE SPRAY TRAX	1	CY	S/ 16.90	S/ 16.90
LABIAL LIQUIDO MAYBELLINE 70 AMAZONIAN	1	MB	S/ 48.90	S/ 48.90
PERFUME GAIA	1	Y	S/ 75.00	S/ 75.00
PERFUME HOMEN VARON	1	N	S/ 125.00	S/ 125.00
PERFUME KROMO BLACK VARON	2	E	S/ 80.00	S/ 160.00
POLVO COMPACTO CLARO CON ESPEJO	3	A	S/ 14.90	S/ 44.70
				S/ 675.30

La tabla nos indica que si se hubieran tenido los productos disponibles para vender la ganancia hubiera sido de S/675.30.

Anexo N° 08. Lista de asistencia para las capacitaciones.

LISTA DE ASISTENCIA PARA CAPACITACIONES			DATOS		
DATOS	CAPACITACIÓN:		FECHA:		HORARIO:
	INSTRUCTOR:		DURACIÓN:		
REGISTRO DE ASISTENTES A LA CAPACITACIÓN	N°	NOMBRE COMPLETO:	TURNO:	DNI	FIRMA
	1				
	2				
	3				
	4				
	5				
	6				
	7				
	8				
	9				
10					

Arequipa, 12 de junio de 2024

Señor:
Mag.
Polhett Begazo Velásquez de la Universidad Continental.

Presente. –

Asunto: Validación de instrumento

Estimado experto:

Me es muy grato dirigirme a usted para expresarle mi saludo y así mismo; hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la carrera de ingeniería industrial de esta casa de estudios y siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del instrumento que pretendo utilizar para lograr obtener el grado de Bachiller en Ingeniería Industrial con el siguiente tema de investigación: "PROPUESTA DE MEJORA EN LA GESTIÓN DE INVENTARIOS DEL ALMACÉN, PARA INCREMENTAR LAS VENTAS EN UNA PERFUMERÍA. AREQUIPA 2023".

Adjunto la siguiente documentación que es necesaria para la validación:

1. El instrumento
2. Formato de evaluación de instrumento
3. Formato de validación de juicio de experto.

Sus observaciones y recomendaciones de esta evaluación servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De antemano agradeceré su valiosa cooperación por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,

Ashley Nicole Paniura Villa

DNI 74620772

2. INSTRUMENTO

ENCUESTA

DATOS GENERALES

- Puesto: _____
- Sexo: Femenino Masculino Prefiro no decirlo

INSTRUCCIONES

Lea atentamente cada uno de los enunciados y marque con una (X) la opción con la que se identifique.

1. ¿Se tiene un stock real de los productos?

- Muy en desacuerdo
- Diferir
- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

2. ¿Se ingresa la mercadería al stock del almacén?

- Muy en desacuerdo
- Diferir
- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

3. ¿Se saca la mercadería del stock del almacén al vender los productos?

- Muy en desacuerdo
- Diferir
- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

4. ¿Los productos que vencen en almacén se retiran del stock?

- Muy en desacuerdo
- Diferir
- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

5. ¿Realizan un conteo de mercadería periódico?

- Muy en desacuerdo
- Diferir

- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

6. ¿Usted se considera apto para revisar la mercadería del almacén e ingresar y sacar productos?

- Muy en desacuerdo
- Diferir
- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

7. ¿Realizaron alguna capacitación sobre el área de almacén?

- Muy en desacuerdo
- Diferir
- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

8. ¿Aplica algún procedimiento al momento de apilar la mercadería?

- Muy en desacuerdo
- Diferir
- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

9. ¿Apila la mercadería en lugares asignados?

- Muy en desacuerdo
- Diferir
- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

10. ¿Reconoce los lugares al momento de buscar mercadería?

- Muy en desacuerdo
- Diferir
- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

3. FORMATO DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO. CRITERIOS GENERALES

I. DATOS GENERALES

- 1.- Nombres y Apellidos del Tesista: Bach. Ashley Nicole Paniura Villa
- 2.- Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Encuesta-Cuestionario
- 3.- Nombre y Apellidos del Validador del instrumento: MBA. Ing.Polhett Begazo
- 4.- Cargo e Institución donde labora: Directora EAP Ingeniería Universidad Continental

II. ASPECTOS DE EVALUACIÓN

ITEM	INDICADORES	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENA 41-60%	MUY BUENA 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1	Claridad				x	
2	Objetividad			x		
3	Actualidad				x	
4	Organización			x		
5	Suficiencia				x	
6	Intencionalidad				x	
7	Consistencia				x	
8	Coherencia				x	
9	Metodología			x		

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Aplicar encuesta

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 73%



MBA. Ing. Polhett Begazo Velásquez
FIRMA DEL VALIDADOR DE ENCUESTA

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

I. GENERALIDADES

El que suscribe Polhett Begazo Velásquez, identificado con DNI,29730507 y N° de colegiatura CIP 185359 certifico que realicé el juicio de experto al instrumento diseñado por lo(a)s bachilleres:

Paniura Villa Ashley Nicole

Fecha: 12 / 06 / 2024

II. OBSERVACIONES

FORMA: Revisar faltas de ortografía y el orden

ESTRUCTURA: (Referido a la coherencia, dimensión, indicadores e ítems)

El instrumento es aplicable, no hay observaciones

CONTENIDO: (Referido a la presentación de los reactivos, al grupo muestral)

El contenido es adecuado

III. VALIDACIÓN

Luego de evaluado el instrumento

Procede su aplicación (x) No procede para su aplicación ()



MBA. Ing. Polhett Begazo Velásquez

Arequipa, 12 de junio de 2024

Señor:

Mag.

Erika Karin Málaga Velásquez de la Universidad Continental.

Presente. –

Asunto: Validación de instrumento

Estimado experto:

Me es muy grato dirigirme a usted para expresarle mi saludo y así mismo; hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la carrera de ingeniería industrial de esta casa de estudios y siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del instrumento que pretendo utilizar para lograr obtener el grado de Bachiller en Ingeniería Industrial con el siguiente tema de investigación: "PROPUESTA DE MEJORA EN LA GESTIÓN DE INVENTARIOS DEL ALMACÉN, PARA INCREMENTAR LAS VENTAS EN UNA PERFUMERÍA. AREQUIPA 2023".

Adjunto la siguiente documentación que es necesaria para la validación:

1. El instrumento
2. Formato de evaluación de instrumento
3. Formato de validación de juicio de experto.

Sus observaciones y recomendaciones de esta evaluación servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De antemano agradeceré su valiosa cooperación por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,

Ashley Nicole Paniura Villa

DNI 74620772

2. INSTRUMENTO

ENCUESTA

DATOS GENERALES

- Puesto: _____
- Sexo: () Femenino () Masculino () Prefiro no decirlo

INSTRUCCIONES

Lea atentamente cada uno de los enunciados y marque con una (X) la opción con la que se identifique.

1. ¿Se tiene un stock real de los productos?

- Muy en desacuerdo
- Diferir
- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

2. ¿Se ingresa la mercadería al stock del almacén?

- Muy en desacuerdo
- Diferir
- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

3. ¿Se saca la mercadería del stock del almacén al vender los productos?

- Muy en desacuerdo
- Diferir
- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

4. ¿Los productos que vencen en almacén se retiran del stock?

- Muy en desacuerdo
- Diferir
- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

5. ¿Realizan un conteo de mercadería periódico?

- Muy en desacuerdo
- Diferir

- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

6. ¿Usted se considera apto para revisar la mercadería del almacén e ingresar y sacar productos?

- Muy en desacuerdo
- Diferir
- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

7. ¿Realizaron alguna capacitación sobre el área de almacén?

- Muy en desacuerdo
- Diferir
- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

8. ¿Aplica algún procedimiento al momento de apilar la mercadería?

- Muy en desacuerdo
- Diferir
- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

9. ¿Apila la mercadería en lugares asignados?

- Muy en desacuerdo
- Diferir
- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

10. ¿Reconoce los lugares al momento de buscar mercadería?

- Muy en desacuerdo
- Diferir
- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

3. FORMATO DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO. CRITERIOS GENERALES

I. DATOS GENERALES

- 1.- Nombres y Apellidos del Tesista: Bach. Ashley Nicole Paniura Villa
- 2.- Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Encuesta-Cuestionario
- 3.- Nombre y Apellidos del Validador del instrumento: Mg. Erika Karin Málaga Velásquez
- 4.- Cargo e Institución donde labora: Analista de Logística Banco de la Nación
Docente EAP Ing. Industrial Univ. Continental

II. ASPECTOS DE EVALUACIÓN

ITEM	INDICADORES	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENA 41-60%	MUY BUENA 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1	Claridad				x	
2	Objetividad				x	
3	Actualidad				x	
4	Organización			x		
5	Suficiencia				x	
6	Intencionalidad				x	
7	Consistencia				x	
8	Coherencia				x	
9	Metodología			x		

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Aplicar encuesta

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 74%



Mg. Erika Karin Málaga Velásquez

FIRMA DEL VALIDADOR DE ENCUESTA

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

I. GENERALIDADES

El que suscribe Erika Karin Málaga Velásquez, identificado con DNI,29681896 y N° de colegiatura CIP 245970 certifico que realicé el juicio de experto al instrumento diseñado por lo(a)s bachilleres:

Paniura Villa Ashley Nicole

Fecha: 12 / 06 /2024

II. OBSERVACIONES

FORMA: Revisar faltas de ortografía y el orden

ESTRUCTURA: (Referido a la coherencia, dimensión, indicadores e ítems)

El instrumento es aplicable, no hay observaciones

CONTENIDO: (Referido a la presentación de los reactivos, al grupo muestral)

El contenido es adecuado

III. VALIDACIÓN

Luego de evaluado el instrumento

Procede su aplicación (x) No procede para su aplicación ()



Mg. Erika Karin Málaga Velásquez