

FACULTAD DE INGENIERÍA

Carrera de Ingeniería Industrial

“Implementación de la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas de venta de textiles ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025”

Tesis para optar al título profesional de:

Ingeniero Industrial

Autores:

Gaby Pilar Vera Bendezu
Sergio Renato Barranca Cossio

Asesor:

Dr. Roger Silva Abanto

Código ORCID

<https://orcid.org/0000-0002-2559-0268>

Lima - Perú

2024

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	ERICK HUMBERTO RABANAL CHAVEZ
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	CARLOS MARCELO PEREZ HEREDIA
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	ROGER SAMUEL SILVA ABANTO
	Nombre y Apellidos

Informe de Similitud



Página 2 of 61 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trncoiid:::1:3286570600

16% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...




Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 8 palabras)

Exclusiones

- ▶ N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 15%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 6%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

A mis padres, por su apoyo para alcanzar mis sueños.

Agradecimiento

A nuestro padre Todopoderoso por su amor infinito.

A la Universidad Privada del Norte por darnos la oportunidad de formarnos como profesionales.

Al asesor por brindarnos su sapiencia y consejos oportunos para lograr el desarrollo eficiente de la investigación.

A los amigos, por su apoyo emocional y motivación a lograr el objetivo.

Tabla de contenidos

Jurado Evaluador	2
Informe de Similitud.....	3
Dedicatoria.....	4
Agradecimiento.....	5
Índice de tablas	7
Índice de Figuras.....	8
Resumen	9
Abstract.....	10
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	11
1.1. Realidad problemática	11
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	20
CAPÍTULO III: RESULTADOS	23
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	39
RECOMENDACIONES.....	45
REFERENCIAS	46
ANEXOS	50

Índice de tablas

Tabla 1	Distribución de frecuencias de implementar una gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025	23
Tabla 2	Distribución de frecuencias de la eficiencia en la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025	25
Tabla 3	Distribución de frecuencias del análisis de la demanda y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025	27
Tabla 4	<i>Distribución de frecuencias de la evaluación de indicadores de desempeño (KPI's) y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025</i>	<i>28</i>
Tabla 5	Correlación entre eficiencia entre la implementación de una gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.....	31
Tabla 6	<i>Correlación entre eficiencia en la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025</i>	<i>33</i>
Tabla 7	<i>Correlación entre eficiencia entre el análisis de la demanda y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025</i>	<i>35</i>
Tabla 8	<i>Correlación entre eficiencia entre la evaluación de indicadores de desempeño (KPI's) y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025</i>	<i>37</i>

Índice de Figuras

Figura 1	Implementar una gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.....	24
Figura 2	Eficiencia en la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.....	26
Figura 3	Análisis de la demanda y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025	27
Figura 4	Evaluación los indicadores de desempeño (KPI's)y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.....	29
Figura 5	Diagrama de dispersión de la implementación de una gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025	32
Figura 6	Diagrama de dispersión de la eficiencia en la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025	34
Figura 7	Diagrama de dispersión del análisis de la demanda y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.....	36
Figura 8	Diagrama de dispersión de la evaluación de indicadores de desempeño (KPI's) y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.....	38

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la implementación de una gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas de textiles ubicados en Magdalena del Mar, Lima, en el año 2025. Se justifica por la necesidad de optimizar la disponibilidad y control del stock en "Comercial Yuliana", mediante el ciclo PDCA y la evaluación de indicadores de desempeño (KPI), lo cual impacta en la eficiencia operativa, reducción de pérdidas y mejora en la rentabilidad. Se aplicó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, transversal y de nivel correlacional y explicativo. La muestra estuvo compuesta por 30 representantes de negocios seleccionados por conveniencia. Se utilizó una encuesta con escala tipo Likert, y el procesamiento de datos se realizó en SPSS v.26. Los resultados demostraron una fuerte relación entre la gestión de inventarios y el análisis de ventas ($Rho=0.892$; $p<0.05$), así como entre la eficiencia en inventarios, el análisis de la demanda y los KPI con las ventas. Éticamente, se respetó la confidencialidad y el consentimiento informado. En conclusión, una adecuada gestión de inventarios influye significativamente en el desempeño comercial del sector minorista, evidenciando la necesidad de aplicar prácticas sistemáticas y herramientas de control para mejorar la toma de decisiones.

Palabras clave: Gestión de inventarios, análisis de ventas, indicadores de desempeño, negocios minoristas, textiles.

Abstract

This research aimed to determine the relationship between the implementation of inventory management and sales analysis in a textile retail business located in Magdalena del Mar, Lima, in 2025. It is justified by the need to optimize stock availability and control at "Comercial Yuliana" through the PDCA cycle and the evaluation of key performance indicators (KPIs), which impact operational efficiency, loss reduction, and improved profitability. A quantitative approach was applied, with a non-experimental, cross-sectional, correlational, and explanatory design. The sample consisted of 30 business representatives selected by convenience. A Likert-type scale survey was used, and data processing was performed in SPSS v.26. The results demonstrated a strong relationship between inventory management and sales analysis ($Rho=0.892$; $p<0.05$), as well as between inventory efficiency, demand analysis, and KPIs and sales. Ethically, confidentiality and informed consent were respected. In conclusion, proper inventory management significantly influences commercial performance in the retail sector, highlighting the need to implement systematic practices and control tools to improve decision-making.

Keywords: Inventory management, sales analysis, performance indicators, retail business, textiles.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En la actualidad, una de las fuentes económicas de mayor importancia en el mundo se trata de las micro y pequeñas empresas: dado que según la Organización Internacional del Trabajo (Organización Internacional del Trabajo, 2021), las MYPES generan aproximadamente el 40% de los empleos a nivel global y tienen un papel fundamental en la promoción del Desarrollo Sostenible hacia 2030. Sin embargo, suelen enfrentar limitaciones que las mantienen en niveles bajos de rendimiento y crecimiento.

Por ello, Lima (2020) fundamenta que la gestión de inventarios es esencial para operación y rentabilidad de las empresas comerciales, puesto que permite garantizar el orden, la distribución adecuada y el abastecimiento óptimo de productos; debido a que una gestión deficiente puede generar pérdidas económicas significativas. Por ello, un control riguroso permite detectar faltantes, cumplir con la demanda, reducir costos y fomentar el crecimiento empresarial.

Ante esta problemática, Pérez (2023) explica que las MYPES enfrentan importantes obstáculos para mantener un inventario controlado, ya sea por la falta de información adecuada, insuficiencia de capacitación, limitaciones de recursos o los altos costos asociados con herramientas efectivas de gestión de inventarios. Como resultado, la gerencia a menudo trabaja con datos inexactos, lo que conduce a decisiones incorrectas respecto a la compra y venta de su mercancía.

Según el Diario Gestión (2023), las MYPES deben corregir cualquier falla en sus procesos operativos para garantizar sus ganancias. Es común que se cometan errores en la gestión logística de los almacenes, por lo que resulta crucial identificar estas

deficiencias para evitar que se repitan; puesto que dentro de los desaciertos más recurrentes para este tipo de empresas son los procesos inadecuados, la deficiente gestión logística, problemas de lay-out, errores de picking, entre otros.

La investigación se justifica teóricamente porque contribuye al conocimiento sobre la relación entre la gestión de inventarios y el análisis de ventas en MYPES del sector textil. Se sustenta en teorías que plantean que un control adecuado del stock, junto con la evaluación de indicadores clave de desempeño (KPI), permite optimizar la eficiencia operativa y mejorar los resultados comerciales. Además, se toma como referencia el ciclo PDCA como enfoque metodológico de mejora continua, el cual, si bien no fue aplicado directamente en el estudio, se plantea como una propuesta futura para el negocio evaluado.

El estudio se justifica prácticamente porque se aplica al negocio "Comercial Yuliana", ubicado en el distrito de Magdalena del Mar, con el objetivo de analizar cómo una mejor gestión de inventarios puede influir en sus ventas. Se busca identificar debilidades en el control del stock y proponer mejoras basadas en evidencia. Los resultados obtenidos podrían ser útiles también para otros negocios minoristas del sector textil que enfrentan problemas similares, permitiéndoles mejorar su rentabilidad y su capacidad de respuesta al cliente.

Se justifica metodológicamente porque se empleó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, transversal y de tipo correlacional. Se encuestó a 30 representantes de negocios, y los datos fueron procesados mediante el software SPSS v.26. Esta metodología permitió establecer relaciones claras entre la eficiencia en la gestión de inventarios, el análisis de la demanda, el uso de KPI y el desempeño en ventas,

generando conclusiones objetivas y recomendaciones aplicables al sector.

Dado que, en el sector minorista, la falta de una gestión adecuada de inventarios puede generar sobrecostos, pérdidas de oportunidades de venta y una disminución en la satisfacción del cliente, este proyecto busca analizar y justificar la relación entre la correcta administración del inventario y el impacto económico en las ventas. Para ello, se emplearán indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN) y el Índice de Rentabilidad (IR), los cuales permitirán cuantificar los beneficios económicos y la eficiencia de las inversiones realizadas en la optimización del sistema de inventarios, apoyando así el crecimiento sostenible del negocio.

Este estudio se basa en investigaciones previas que han sido utilizadas como punto de referencia para desarrollar los fundamentos de este trabajo. Se observó estudios relacionados con las 2 variables: gestión de inventarios y el análisis de ventas.

Antecedentes

Flores y Peña (2023) tuvo como objetivo evaluar el uso del método Kaizen en MYPES de ropa y accesorios para damas en Iquitos, 2023. Con un diseño descriptivo no experimental, se analizó una muestra de diez empresas, revelando resultados parciales en las prácticas de clasificar, organizar, limpiar, normalizar y preservar. Por ejemplo, el 70% prioriza la visibilidad del producto, el 80% trabaja en señalizaciones, y el 90% muestra interés en la limpieza interna. Sin embargo, aspectos como la vestimenta del personal y expresiones de atención al cliente aún requieren mejoras, con solo un 40% y 70% de cumplimiento, respectivamente.

Swayne (2023) tuvo como objetivo determinar cómo la gestión de inventarios de textil hombre afecta las ventas de la tienda. Con diseño correlacional y no experimental, se aplicaron encuestas y análisis documental a una muestra de 8 personas. Los resultados mostraron un crecimiento en las ventas del primer semestre de 2018, pero una disminución en el segundo semestre, especialmente en categorías específicas de ropa. La investigación concluyó que la gestión de inventarios tiene una incidencia significativa en las ventas, con un coeficiente de correlación de Pearson de 0.800.

Piñin (2022) tuvo como objetivo analizar los conceptos de gestión de inventarios e identificar su impacto en la ventaja competitiva de las MYPES. La metodología empleada consiste en una revisión de literatura que permite demostrar cómo la gestión de inventarios puede generar ventajas competitivas y facilitar la toma de decisiones en estas empresas. Los resultados indican que una adecuada gestión de inventarios es crucial para que las MYPES logren mantener precios competitivos y calidad en sus productos, lo que a su vez les ayuda a atraer y retener clientes. En conclusión, se destaca que el control efectivo de inventarios no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también es fundamental para el crecimiento sostenible y la estabilidad de las MYPES en el mercado.

Yalán y Portales (2021) tuvo como objetivo mejorar la gestión de inventarios en una micro y pequeña empresa (MYPE) textil peruana utilizando la herramienta S&OP (Sales and Operations Planning). identificando problemas de sobreproducción y altos costos asociados. Mediante análisis de demanda histórica y planeación integrada, se redujo en un 25% la sobreproducción y se incrementó la rotación de inventarios de 3.5 a 5 veces por año. También se disminuyeron los días de inventario de 90 a 60, mejorando la eficiencia operativa y financiera. En conclusión, el uso de S&OP optimizó los recursos y contribuyó a una gestión más eficiente, demostrando ser una herramienta clave para la

sostenibilidad empresarial.

Bernal y López (2020) tuvo como objetivo diseñar un sistema de punto de venta (POS) que integre redes neuronales para predecir la demanda de productos en tiendas de ropa, minimizando costos asociados a inventarios insuficientes o excesivos. Mediante pruebas con datos simulados, las redes neuronales de capas múltiples alcanzaron una precisión del 90% en predicciones, reduciendo costos de almacenamiento en un 25%. Además, el modelo EOQ permitió minimizar costos totales en un 30%. En conclusión, el uso de inteligencia artificial en sistemas POS demostró ser una herramienta eficaz para optimizar inventarios y reducir incertidumbre en la toma de decisiones.

Moreno (2020) tuvo como objetivo identificar las características de la gestión de almacén en dicha empresa. La investigación se realizó con un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, con diseño no experimental y nivel descriptivo, utilizando una encuesta aplicada a los 9 trabajadores de la empresa. Los resultados mostraron que la mayoría considera importante el control de recepción, clasificación y registro de mercadería, pero se evidenció la falta de equipos electrónicos y herramientas formales para el control de entradas y salidas. A pesar de que la gestión de almacén está presente, existen deficiencias que requieren la implementación de un plan de mejora para optimizar los procesos de control de existencias y salida de productos.

Flores (2020) tuvo como objetivo analizar el impacto de la gestión de inventarios en la productividad de las empresas textiles en Perú entre 2010 y 2020. La metodología empleada incluye la revisión sistemática de 26 fuentes, entre tesis y artículos científicos, seleccionadas bajo criterios de elegibilidad que garantizan su relevancia y fiabilidad. Los resultados indican que una adecuada gestión de inventarios contribuye significativamente

a mejorar la productividad, optimizando costos y procesos en las empresas del sector. En conclusión, se destaca que la implementación de estrategias efectivas en la gestión de inventarios es crucial para el crecimiento sostenible y la competitividad de las empresas textiles.

Bases teóricas

Para la presente investigación será necesario resaltar algunas definiciones que proporcionen el fundamento teórico necesario para comprender claramente las variables a tratar.

Según Martínez (2022), el análisis de ventas implica la recopilación y evaluación de datos relacionados con las transacciones comerciales, con el fin de identificar patrones y comportamientos de compra. Este proceso facilita la toma de decisiones estratégicas sobre aspectos como precios, promociones y segmentación de mercado, buscando optimizar el rendimiento comercial en el corto, mediano y largo plazo.

Según Cruz (2018), una gestión adecuada de inventarios es fundamental para reducir los costos asociados al almacenamiento y asegurar la disponibilidad continua de productos. Este proceso abarca aspectos como la planificación de compras, el monitoreo de la demanda y el análisis constante del ciclo de vida de los productos.

De ahí que, Llauce (2019), señala que la eficiencia en la gestión de inventarios busca reducir los costos operativos relacionados con el almacenamiento, evitando tanto la escasez de productos como el exceso de inventario. Este proceso implica, entre otras cosas, una planificación adecuada de las compras, el seguimiento de la demanda y el análisis continuo del ciclo de vida de los productos, lo que permite a las empresas

responder de manera óptima a las necesidades del mercado sin incurrir en costos innecesarios.

El análisis de la demanda, por otro lado, se refiere al proceso mediante el cual las empresas estudian las necesidades y los comportamientos de los consumidores para prever la cantidad de productos que se requerirán en el futuro. Según López y Rodríguez (2020), este análisis implica la recopilación y evaluación de datos relacionados con las preferencias de los consumidores, lo que facilita la toma de decisiones informadas sobre la producción y la adquisición de productos, contribuyendo a una mejor planificación estratégica.

En cuanto a la aplicación del ciclo PDCA, esta metodología es fundamental para la mejora continua dentro de una organización. Según Ortiz (2019), el ciclo PDCA (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar) permite a las empresas implementar soluciones, evaluar sus resultados y hacer ajustes para mejorar los procesos. Es una herramienta que fomenta la adaptación constante y la optimización de los procedimientos dentro de las empresas.

La evaluación de los indicadores clave de desempeño (KPI), como señalan Arosemena (2022), es esencial para medir la efectividad de las actividades y procesos dentro de la empresa. Los KPI proporcionan datos claros que permiten evaluar el rendimiento frente a los objetivos establecidos, ayudando a identificar áreas de mejora y ajustar las estrategias para alcanzar los resultados deseados.

El análisis de los productos vendidos permite a las empresas identificar los artículos que tienen mayor demanda y cuáles podrían necesitar ajustes en su estrategia de ventas. Según García et al. (2021), este análisis no solo ayuda a optimizar el inventario,

sino que también permite enfocar los esfuerzos comerciales en aquellos productos que representan mayores márgenes de rentabilidad.

Por otro lado, los ingresos generados son un reflejo directo del desempeño comercial de una empresa. Escobar (2022) destacan que los ingresos obtenidos de las ventas son fundamentales para evaluar la rentabilidad a corto y largo plazo. Los ingresos no solo indican el éxito de las estrategias comerciales, sino que también permiten planificar nuevas inversiones o ajustes en la oferta de productos.

El comportamiento de los clientes se refiere a las decisiones que toman los consumidores durante su proceso de compra. Según Ordoñez et al. (2023), analizar estos comportamientos es vital para que las empresas comprendan mejor las expectativas de los consumidores y puedan ajustar su oferta de productos y servicios en consecuencia.

Por último, el estudio de las tendencias de compra permite a las empresas prever futuros comportamientos de los consumidores y adaptarse a ellos. Moyolema y Mancheno (2022) afirman que identificar estas tendencias ayuda a las empresas a ajustar sus estrategias de marketing y distribución, permitiéndoles mantenerse competitivas y relevantes en un mercado cambiante.

1.2 Formulación del problema

¿Cuál es la relación entre la implementación de una gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar - Lima, 2025?

1.3 Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la implementar una gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación entre la eficiencia en la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.
- Determinar la relación entre el análisis de la demanda y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.
- Determinar la relación entre la evaluación de indicadores de desempeño (KPI's) y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025

1.4 Hipótesis

- H0: No existe relación significativa entre la implementación de la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025
- H1: Existe la relación significativa entre la implementación de una gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

La investigación fue de enfoque cuantitativo, porque se buscó medir la relación entre la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas de textiles. Se utilizó el recojo y análisis de datos numéricos que sirvieron para evaluar patrones, tendencias y correlaciones. (Dupuis, 2020)

Asimismo, según Cancela et al. (2010) se empleó un nivel correlacional, dado que se analizó la relación entre la implementación de la gestión de inventarios y el desempeño en ventas de los negocios minoristas de textiles.

El alcance que utilizó el estudio fue explicativo, porque además de identificar la relación entre las variables, se buscó comprender cómo la gestión eficiente de inventarios impacta en la optimización de las ventas. (Ramos, 2020)

El diseño que se utilizó en esta investigación fue no experimental y transversal, dado que no se manipularon las variables y se recopilaban datos en un momento determinado del año 2025. (Hernández et al., 2014)

También la población estuvo constituida por los representantes de negocios minoristas de venta de textiles ubicados en el distrito de Magdalena del Mar de Lima.

Se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, considerando un número representativo de 30 representantes de establecimientos dentro del sector.

Por otro lado, las técnicas de recolección de datos que se utilizó es la encuesta, que estuvieron dirigidos a los dueños o representantes para que se conozca las estrategias de inventario y su impacto en las ventas.

En tanto, el instrumento que se empleó fue un cuestionario tipo Likert, con 5 alternativas, expresadas de forma sencilla y que responde el sujeto del estudio, en aproximadamente 20 minutos.

El procesamiento de los datos que se realizó en la investigación fue recogiendo información de fuentes bibliográficas, las mismas que se emplearon para fundamentar la realidad problemática, antecedentes, desarrollo de las bases teóricas, a fin de conocer las dimensiones de cada variable. Se eligió la metodología del estudio más adecuado para la investigación. En el estudio de campo se aplicó el instrumento a la muestra seleccionada, datos que sirvieron para tabular y procesar en el SPSS v.26 con la cual se conocieron los resultados descriptivos y correlacionados que se utilizó para contrastar las hipótesis. Cuyos resultados sirvieron para llegar a las conclusiones y brindar las recomendaciones respectivas.

En los aspectos éticos se aplicaron los principios de la ética, así en el presente estudio fue solicitando el consentimiento previo a los representantes de los negocios para recoger datos sobre sus ventas; se explicó el fin de la investigación, los beneficios esperados y el uso que se dio a los datos. En cuanto a la confidencialidad y protección de datos, estos fueron manejados de modo anónimo y confidencial, se usaron códigos para identificarlos y proteger su identidad, se implementaron medidas de seguridad para almacenar la información. También fue transparente e íntegro, ya que la información que se obtenga se analizó y presentó de modo objetivo, sin alteraciones o manipulaciones que puedan sesgar los resultados, se evitó cualquier tipo de problema de interés que pueda comprometer la imparcialidad del estudio. Asimismo, los encargados de los negocios pueden retirarse en el momento que crean conveniente, no se les aplicó ningún tipo de presión. Además, la información recogida se utilizó para fines académicos y científicos,

por lo que se garantiza el estudio y se contribuye al desarrollo de mejores prácticas en la gestión de inventarios sin afectar de forma negativa a los que participen. Desde luego, se siguieron las normas éticas del comité de ética de investigación de la universidad y se cumplieron las leyes que protegen los datos personales vigentes en la jurisdicción donde se realiza la investigación.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1. Análisis descriptivos

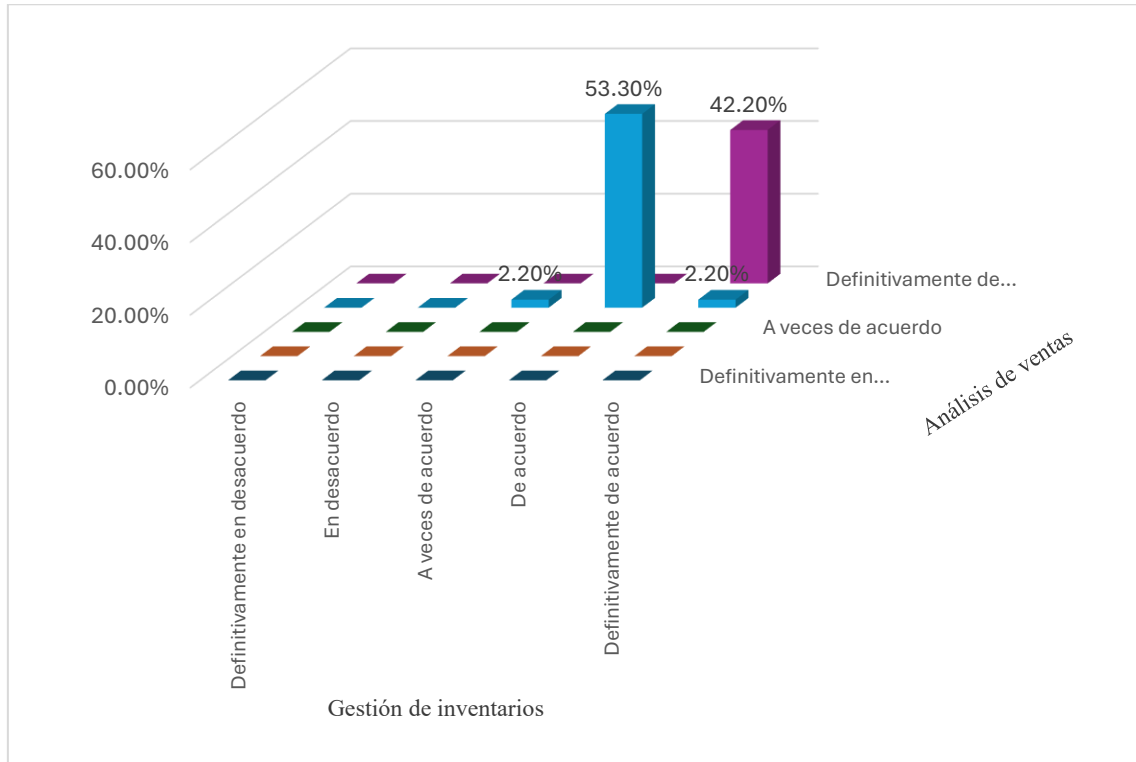
Tabla 1

Distribución de frecuencias de implementar una gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025

Implementan la gestión de inventarios	Realiza análisis de ventas en los negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar										Total	
	Definitivamente en desacuerdo		En desacuerdo		A veces de acuerdo		De acuerdo		Definitivamente de acuerdo			
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%	n	%
	Definitivamente en desacuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
En desacuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
A veces de acuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.2%	0	0.0%	1	2.2%
De acuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	24	53.3%	0	0.0%	24	53.3%
Definitivamente de acuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.2%	19	42.2%	20	44.4%
Total	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	26	57.8%	19	42.2%	45	100.0%

Figura 1

Implementar una gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025



En la tabla y figura 1, el 53.3% de gerentes de negocios minoristas en Magdalena del Mar, están de acuerdo en implementar una gestión de inventarios y realizar el análisis de ventas respectivo. Es claro que el implementar estas prácticas no es una tarea de una sola vez, sino es un proceso continuo de monitoreo, análisis y ajustes clave para mantenerse competitivos, satisfacer a sus clientes y asegurar su rentabilidad a largo plazo. No obstante, un pequeño porcentaje de gerentes de estos comercios minoristas señalan que a veces implementan este tipo de gestión de inventarios, pero también están de acuerdo en realizar un verdadero análisis de ventas.

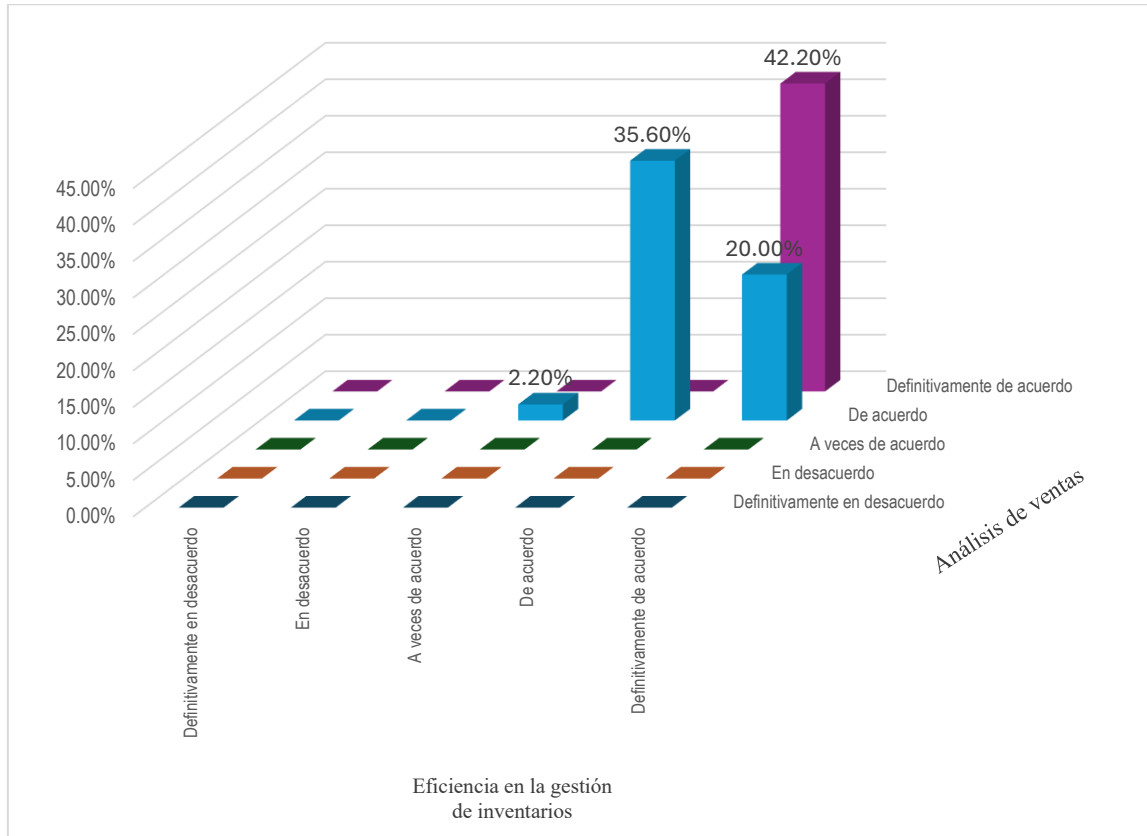
Tabla 2

Distribución de frecuencias de la eficiencia en la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025

Existe eficiencia en la gestión de inventarios	Realizan análisis de ventas en negocios minoristas											
	Definitivamente en desacuerdo		En desacuerdo		A veces de acuerdo		De acuerdo		Definitivamente de acuerdo		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Definitivamente en desacuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
En desacuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
A veces de acuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.2%	0	0.0%	1	2.2%
De acuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	16	35.6%	0	0.0%	16	35.6%
Definitivamente de acuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	9	20.0%	19	42.2%	28	62.2%
Total	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	26	57.8%	19	42.2%	45	100.0%

Figura 2

Eficiencia en la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025



Tanto en la tabla como en la figura 2, el 42.2% de gerentes de negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar, están definitivamente de acuerdo que existe eficiencia en la gestión de inventarios y el análisis de ventas lo que sugiere que estos procesos se encuentran bien implementados, aunque un pequeño porcentaje, 2.2%, de estos gerentes señalaron que a veces existe eficiencia en la gestión de inventarios, pero también están de acuerdo que se realiza un análisis de las ventas en estos negocios minoristas.

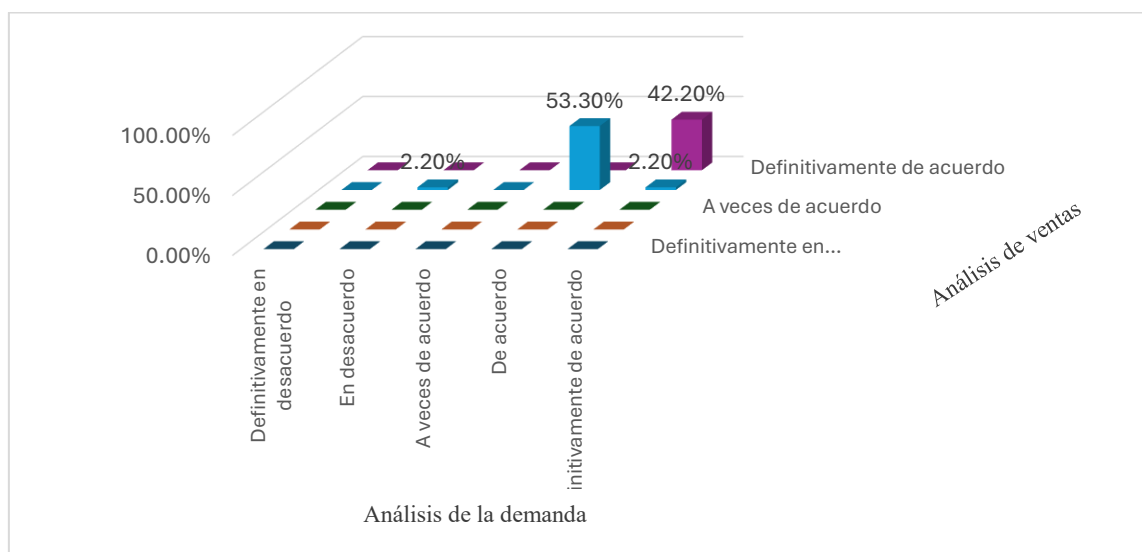
Tabla 3

Distribución de frecuencias del análisis de la demanda y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025

Realizan análisis de la demanda	Realiza análisis de ventas en los negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar											Total	
	Definitivamente en desacuerdo		En desacuerdo		A veces de acuerdo		De acuerdo		Definitivamente de acuerdo				
	N	%	n	%	n	%	n	%	N	%	n	%	
Definitivamente en desacuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	
En desacuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.2%	0	0.0%	1	2.2%	
A veces de acuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	
De acuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	24	53.3%	0	0.0%	24	53.3%	
Definitivamente de acuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.2%	19	42.2%	20	44.4%	
Total	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	26	57.8%	19	42.2%	45	100.0%	

Figura 3

Análisis de la demanda y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025



De acuerdo a la tabla y figura 3, el 53.3% de gerentes de negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar, aseveraron en estar de acuerdo que realizan el análisis de la demanda pues esto es vital para anticipar cambios en el mercado, o también permite optimizar estrategias y asegurar la sostenibilidad y el crecimiento de sus negocios en un entorno dinámico. Sin embargo, un porcentaje mínimo, 2.2% de estos gerentes manifestaron estar en desacuerdo en realizar un análisis de la demanda, pero se muestran de acuerdo en realizar un análisis de ventas en los negocios, es decir un pequeño grupo de comerciantes no está reconociendo que el análisis de ventas es un paso esencial hacia una comprensión más profunda y predictiva de la demanda del consumidor.

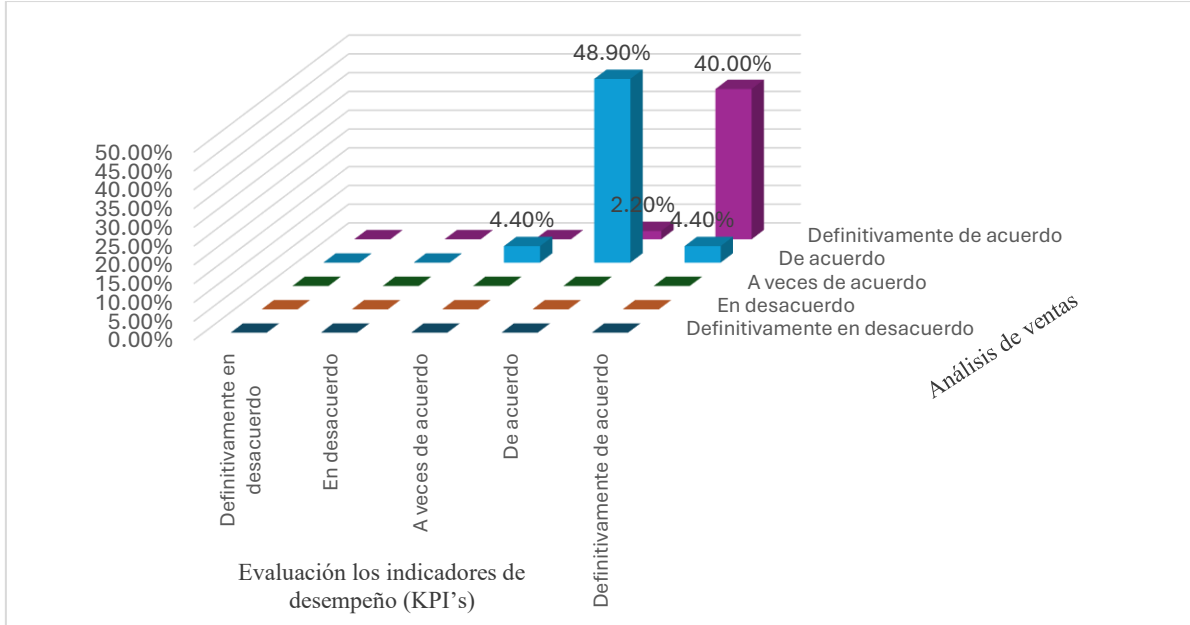
Tabla 4

Distribución de frecuencias de la evaluación de indicadores de desempeño (KPI's) y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025

Evaluación los indicadores de desempeño (KPI's)	Realiza análisis de ventas en los negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar											
	Definitivamente en desacuerdo		En desacuerdo		A veces de acuerdo		De acuerdo		Definitivamente de acuerdo		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Definitivamente en desacuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
En desacuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
A veces de acuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	4.4%	0	0.0%	2	4.4%
De acuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	22	48.9%	1	2.2%	23	51.1%
Definitivamente de acuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	4.4%	18	40.0%	20	44.4%
Total	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	26	57.8%	19	42.2%	45	100.0%

Figura 4

Evaluación los indicadores de desempeño (KPI's) y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025



En la tabla y figura 4, un gran porcentaje, 48.9%, de gerentes de negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar, están de acuerdo en evaluar los indicadores de desempeño (KPI's) y además realizar el análisis de ventas, esto refleja una señal positiva, lo cual es esencial para la eficiencia operativa, la rentabilidad y la resiliencia en el dinámico sector minorista. Por otro lado, otro 4.4% de estos gerentes, manifestaron a veces evaluar los indicadores de desempeño (KPI's), pero están de acuerdo en realizar el análisis de las ventas en los negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar.

3.2. Prueba de hipótesis

De acuerdo a los datos, el estadístico apropiado es la Correlación de Spearman, el cual se determina por la siguiente formula:

$$\gamma_s = 1 - \frac{6\sum d^2}{n^3 - n}$$

Donde:

γ_s : Rho, coeficiente de correlación de rango de Spearman

Σd : Suma de la diferencia entre dos rangos.

n : Muestra

Para determinar la significancia de la prueba de hipótesis, el estadístico t determinó la significancia:

$$t = \gamma_s \sqrt{\frac{n-2}{1-\gamma_s^2}}$$

Donde:

γ_s : Rho, coeficiente de correlación de rango de Spearman

n : Muestra

t : t de Student con g.l.= n-2

La distribución de la estadística de prueba cuando Ho es verdadera sigue una distribución t con un nivel de significancia 0.05 y n-2 grados de libertad, $t_{(\alpha, n-2)}$ i.e.

$t_{(0.05, 218-2)}=1.97$. La regla de decisión queda de Rechazar hipótesis nula (Ho) si el valor

calculado de $t \geq t_{(\alpha, n-2)}$ o $p < 0.05$

Hipótesis general

Ho: No existe la relación significativa entre la implementación de una gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.

H₁: Existe la relación significativa entre la implementación de una gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.

1. Nivel de significancia = 0.05
2. Cálculo de la estadística de prueba.

Tabla 5

Correlación entre eficiencia entre la implementación de una gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025

		Implementación de una gestión de inventarios	Análisis de ventas
Implementación de una gestión de inventarios	Coefficiente de correlación Spearman	de 1.000 de	.892**
	Sig. (bilateral)	.	.000
	N	45	45

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

$$\gamma_s = ,892$$

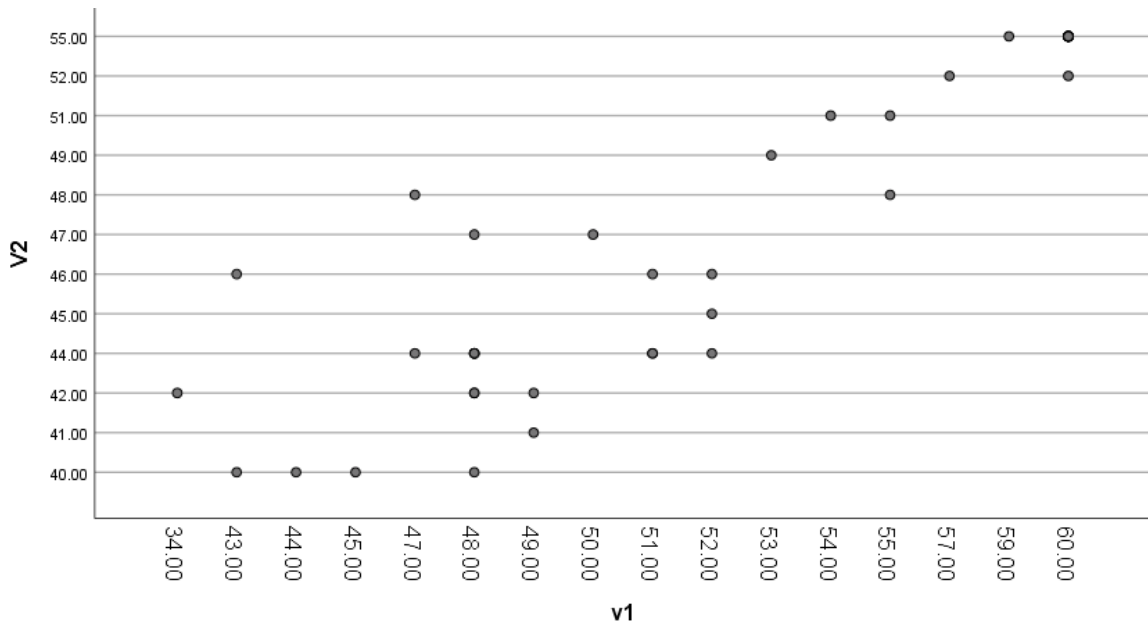
Se puede observar que, para la muestra, existe una fuerte correlación.

3. Decisión estadística: Dado que $p=0.000 < 0.05$, se rechaza H₀.
4. Conclusión: Existe relación significativa entre la implementación de una gestión

de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.

Figura 5

Diagrama de dispersión de la implementación de una gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025



Hipótesis específica 1

Ho: No existe relación significativa entre la eficiencia en la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.

H₁: Existe relación significativa entre la eficiencia en la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.

1. Nivel de significancia = 0.05
2. Cálculo de la estadística de prueba.

Tabla 6

Correlación entre eficiencia en la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025

		Eficiencia en la gestión de inventarios	Análisis de ventas
Eficiencia en la gestión de inventarios	Coefficiente de correlación de Spearman	1.000	.845**
	Sig. (bilateral)	.	.000
	N	45	45

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

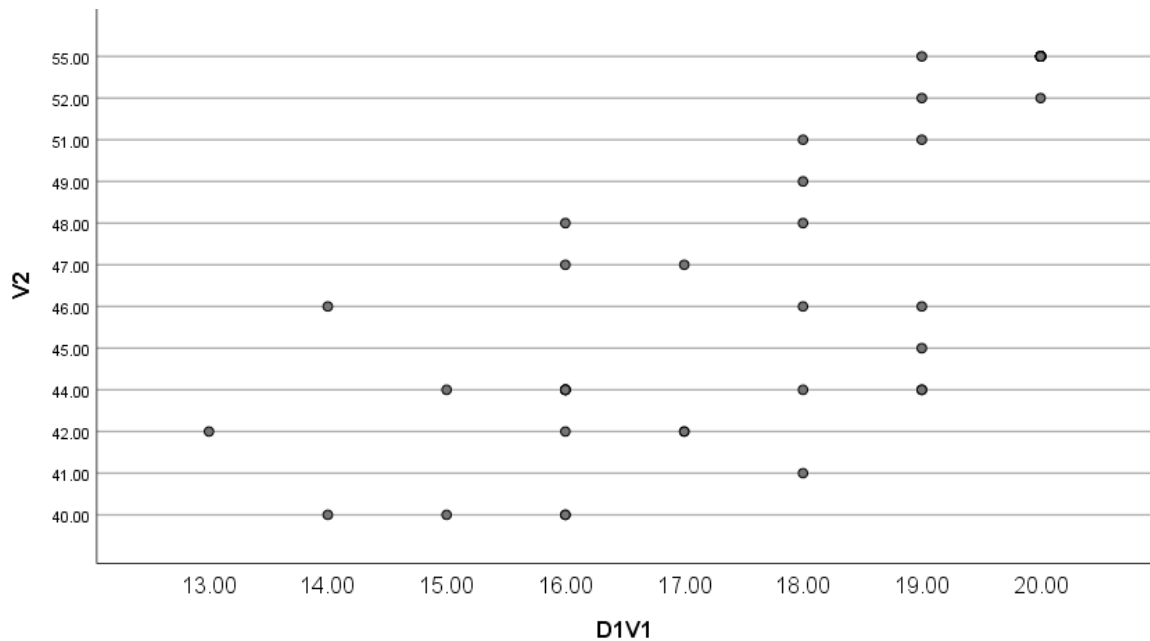
$$\gamma_s = ,845$$

Se puede observar que, para la muestra, existe una fuerte correlación.

3. Decisión estadística: Dado que $p=0.000 < 0.05$, se rechaza H_0 .
4. Conclusión: Existe relación significativa entre la eficiencia en la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.

Figura 6

Diagrama de dispersión de la eficiencia en la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025



Hipótesis específica 2

Ho: No existe relación significativa entre el análisis de la demanda y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.

H1: Existe relación significativa entre el análisis de la demanda y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.

1. Nivel de significancia = 0.05
2. Cálculo de la estadística de prueba.

Tabla 7

Correlación entre eficiencia entre el análisis de la demanda y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025

		Análisis de la demanda	Análisis de ventas
Análisis de la demanda	Coefficiente de correlación de Spearman	1.000	.849**
	Sig. (bilateral)	.	.000
	N	45	45

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

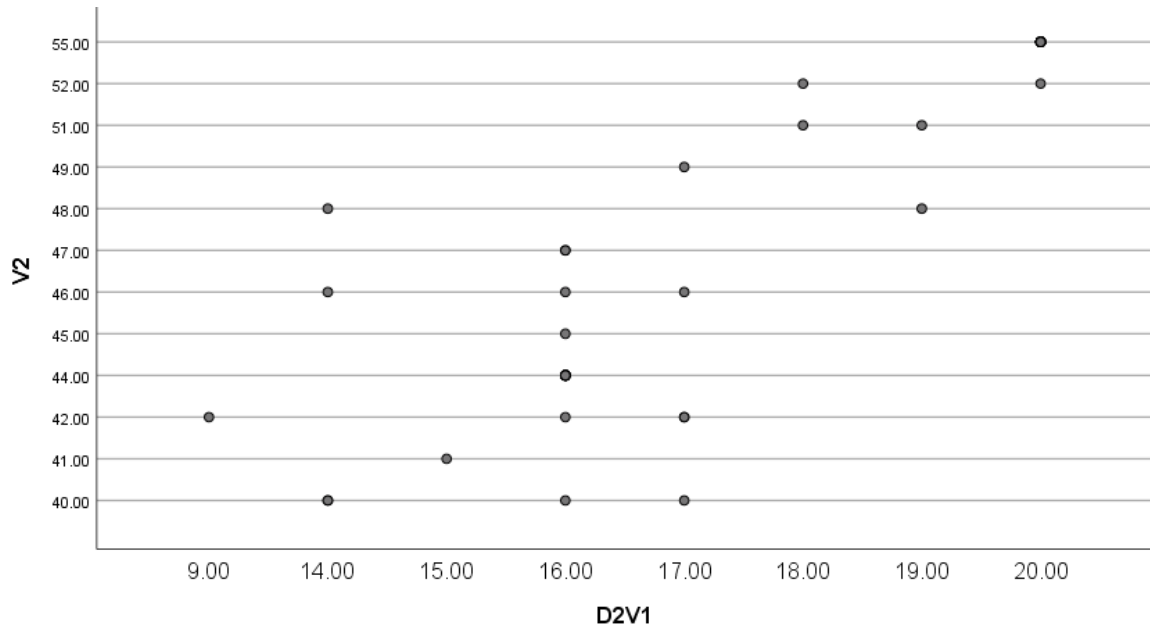
$$\gamma_s = ,849$$

Se puede observar que, para la muestra, existe una fuerte correlación.

3. Decisión estadística: Dado que $p=0.000 < 0.05$, se rechaza H_0 .
4. Conclusión: Existe relación significativa entre el análisis de la demanda y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.

Figura 7

Diagrama de dispersión del análisis de la demanda y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025



Hipótesis específica 3

Ho: No existe relación significativa entre la evaluación de indicadores de desempeño (KPI's) y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.

H1: Existe relación significativa entre la evaluación de indicadores de desempeño (KPI's) y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.

1. Nivel de significancia = 0.05
2. Cálculo de la estadística de prueba.

Tabla 8

Correlación entre eficiencia entre la evaluación de indicadores de desempeño (KPI's) y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025

		Evaluación de indicadores de desempeño (KPI's)	de	Análisis de ventas
Evaluación de indicadores de desempeño (KPI's)	Coefficiente de correlación Spearman	de 1.000	de	.940**
	Sig. (bilateral)	.		.000
	N	45		45

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

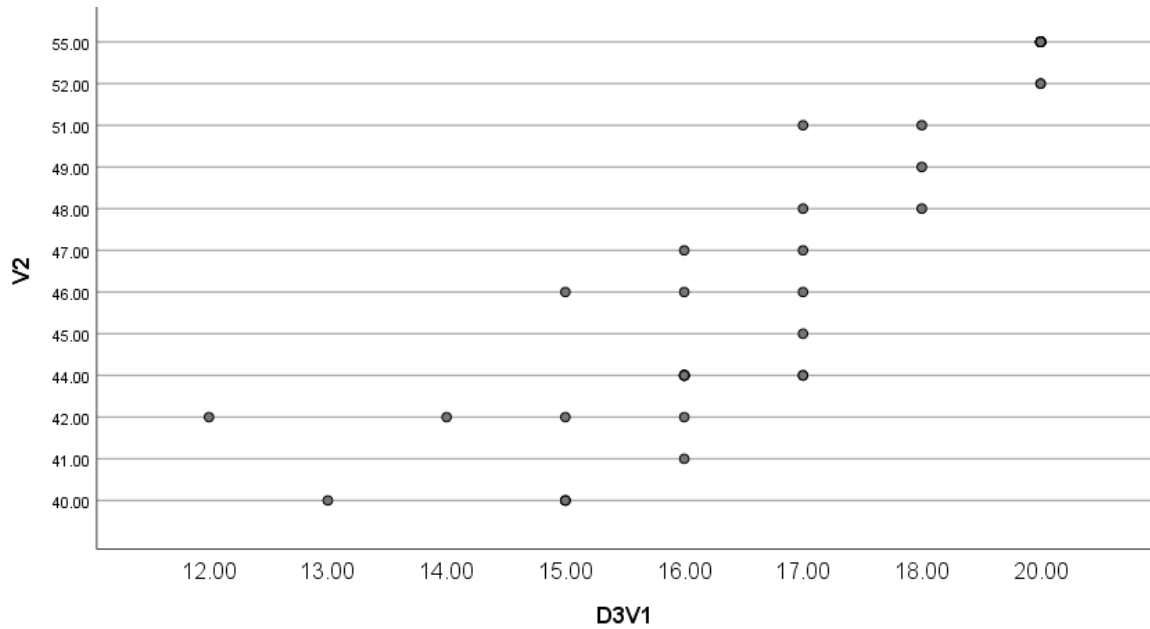
$$\gamma_s = ,940$$

Se puede observar que, para la muestra, existe una fuerte correlación.

3. Decisión estadística: Dado que $p=0.000 < 0.05$, se rechaza H_0 .
4. Conclusión: Existe relación significativa entre la evaluación de indicadores de desempeño (KPI's) y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.

Figura 8

Diagrama de dispersión de la evaluación de indicadores de desempeño (KPI's) y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025



CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

Conforme los resultados del objetivo general, mayoritariamente los gerentes de negocios minoristas en Magdalena del Mar revelan una tendencia positiva hacia la adopción de prácticas organizativas más estratégicas y orientadas a la eficiencia operativa. Evidencia una toma de conciencia empresarial sobre la importancia del control de existencias y la información de ventas para la toma de decisiones. Estos hallazgos se fortalecen con el coeficiente de correlación de Spearman de 0.892, con un valor de significancia de $p=0.000<0.05$, que demuestra una correlación estadísticamente significativa y muy fuerte entre la gestión de inventarios y el análisis de ventas; porque, cuando las empresas implementan adecuadamente prácticas de inventario, también tienden a desarrollar el análisis de ventas más sistemáticos, lo cual impacta positivamente en su eficiencia y rentabilidad

Resultados que, comparándolos con los antecedentes, se ha podido identificar que para Swayne (2023) la correlación significativa entre la gestión de inventarios y ventas en un negocio textil, incide directamente de una forma adecuada la gestión de inventarios sobre las ventas; al igual que, Piñin (2022) resalta cómo el control adecuado de existencias favorece la toma de decisiones estratégicas; hallazgos que refuerzan los resultados de la presente investigación, donde se identifica que los gerentes no solo valoran la gestión de inventarios, sino que también la relación con el análisis de comportamiento del mercado.

Por otro lado, los resultados del objetivo específico 1, muestran que los gerentes de negocios minoristas en Magdalena del Mar están definitivamente de acuerdo con que existe eficiencia en la gestión de inventarios y en el análisis de ventas, lo que indica una implementación positiva y sostenida de estas prácticas; estos hallazgos reconocen el valor

estratégico de integrar ambos procesos. Datos que se ven reforzados con el coeficiente de correlación es 0.845, con una significancia de $p=0.000 < 0.05$, lo que indica una fuerte y significativa relación positiva entre la eficiencia en la gestión de inventarios y el análisis de ventas. Las empresas que gestionan eficientemente sus inventarios también desarrollan prácticas analíticas sobre sus ventas, y viceversa. Esta interrelación fortalece la operatividad, mejora la capacidad de respuesta ante la demanda y permite decisiones más informadas.

Estos resultados se corroboran de forma amplia con los estudios previos, que confirman la importancia de la eficiencia en la gestión de inventarios en el desempeño de los negocios minoristas, donde Yalán y Portales (2021) consideran que la implementación del modelo S&OP permite incrementar la eficiencia, reduciendo días de inventario y aumento en la rotación. Estos resultados se alinean demostrando que la eficiencia en inventarios va de la mano con una mejor planificación comercial, representada por el análisis de ventas. En contraste se tiene a Flores y Peña (2023) los mismos que al trabajar con el método Kaizen, reflejan una implementación parcial de prácticas logísticas, lo que se contrasta con esta investigación donde el nivel de acuerdo sobre eficiencia es mayor al 40%, lo que sugiere que en Magdalena del Mar podría haber mayor madurez en la aplicación de herramientas de gestión, probablemente por mejores condiciones comercial o mayor acceso a capacitaciones.

En lo referente a los resultados obtenidos para el objetivo 2, se tiene que mayoritariamente los gerentes de negocios minoristas en Magdalena del Mar están de acuerdo en realizar análisis de la demanda, reconociendo que esta práctica es fundamental para anticipar cambios del mercado, optimizar estrategias y asegurar la sostenibilidad empresarial. Este hallazgo evidencia una tendencia positiva hacia la implementación de

herramientas de análisis comercial que permiten a los negocios minoristas adaptarse en un entorno competitivo y dinámico. Sin embargo, un pequeño segmento sugiere que aún persiste una brecha conceptual en algunos gestores respecto a la conexión estratégica entre ambas herramientas. El análisis de ventas, si bien es útil, por sí solo no permite anticiparse al comportamiento del consumidor, por lo que prescindir del análisis de demanda representa una limitación importante en la planificación y competitividad del negocio.

De este modo, realizando una comparación con los antecedentes, coinciden significativamente con Swayne (2023) cuya correlación de 0,800 respalda la actual correlación de 0,849 que señala que una mejor planificación y análisis previo (inventario o demanda) incide en el rendimiento de ventas. Asimismo, Yalán y Portales (2021) se alinea con la afirmación de los gerentes encuestados sobre el valor del análisis de demanda para optimizar estrategias y adaptarse al mercado. Al igual que, Bernal y López (2020) que refuerza la importancia del análisis anticipado y automatizado de la demanda como factor clave para mejorar resultados comerciales, especialmente en inventarios y ventas. Mientras que, Moreno (2020) considera que en la gestión de almacenes aún existen deficiencias técnicas, lo que contrasta con los resultados actuales, donde una parte importante de gerentes ya reconoce el valor del análisis de demanda, lo que indica un progreso relativo en la cultura de planificación, aunque todavía hay margen de mejora.

Los resultados obtenidos para el objetivo específico 3, muestran que los gerentes de negocios minoristas en Magdalena del Mar están de acuerdo con evaluar indicadores de desempeño (KPI's) junto al análisis de ventas, lo cual evidencia una clara orientación hacia la gestión estratégica basada en datos. Lo que refleja la adopción de prácticas modernas que promueven la eficiencia operativa, la mejora continua y la toma decisiones

informadas. Contrariamente, un grupo pequeño evalúa los KPI's ocasionalmente. Este hallazgo se corrobora con una correlación fuerte y significativa de 0,940, $p=0,000$, demostrando que los negocios que evalúan indicadores de desempeño de forma sistemática tienden a optimizar su análisis de ventas, lo que contribuye a su sostenibilidad y competitividad.

Mientras que, comparándolos con los estudios previos que se alinean con los resultados de este trabajo están Piñin (2022) y Flores (2020) evidenciando que la medición continua del desempeño (mediante KPI's) fortalece la capacidad de respuesta y adaptación del negocio, aunque tampoco profundizan en la articulación entre KPI's y análisis de ventas. Por su parte, Yalán y Portales (2021) consideran que aplicar el modelo S&OP mejora la rotación de inventarios y eficiencia financiera, basándose en la planificación de demanda. Por lo que, esta investigación amplía esa lógica al no solo conectar con la planeación, sino con la evaluación de resultados por medio de KPI's como base para la mejora continua, lo cual incrementa la precisión en la toma de decisiones operativas y comerciales. Bernal y López (2020) aportan una visión innovadora con el uso de inteligencia artificial en sistemas POS para prever la demanda. Si bien este avance tecnológico mejora la gestión de inventarios, los resultados actuales muestran que incluso sin herramientas complejas, la integración de KPI's y análisis de ventas ya genera un impacto significativo en la eficiencia de los negocios minoristas. Investigaciones que contradicen estos resultados, Moreno (2020) que identificó debilidades en la gestión de almacenes por falta de herramientas tecnológicas, esto contrasta con los hallazgos actuales, donde, aunque no se evalúa la tecnología directamente, la implementación de KPI's refleja una mayor madurez organizacional, al menos en lo que respecta a monitoreo y evaluación.

En cuanto a las limitaciones de la investigación, el tamaño de la muestra y la no evaluación de tecnologías han sido los más resaltantes. El estudio se centró en un número pequeño de gerentes de negocios minoristas del distrito de Magdalena del Mar, debido a las restricciones que se tuvo al momento del consentimiento para recoger los datos por parte de los representantes de estos negocios. Por otro lado, a pesar que se identificaron prácticas como análisis de ventas y uso de KPI's, no se exploró con detalle el uso de software automatizado, lo que limitó una evaluación más integral del desempeño empresarial de este sector.

En cuanto a las implicancias prácticas, los hallazgos evidenciaron que una gestión integrada de inventarios, análisis de ventas y evaluación de KPI's mejora la capacidad de respuesta, eficiencia y rentabilidad de los negocios minoristas; asimismo, se podrían guiar a los municipios y cámara de comercio en el diseño de programas de asesoramiento, financiamiento y digitalización para negocios minoristas, lo que contribuiría a su formalización y sostenibilidad. También a pesar de su madurez básica en la gestión operativa se debe impulsar el uso de herramientas inteligentes para sistematizar la evaluación del desempeño.

Implicancias teóricas, se corroboran teorías previas sobre la relación entre gestión de inventarios y desempeño comercial, pero además amplía la discusión teórica al integrar el análisis de KPI's como variable clave, lo que permite nuevas líneas de investigación en torno a su aplicación práctica en negocios pequeños. Los resultados respaldan el marco teórico como ciclo de mejora continua y el enfoque estratégico-operativo, posicionando a los KPI's y al análisis de ventas como ejes que articulan entre planeación y resultados.

En cuanto a las implicancias metodológicas, se demostró que el uso del coeficiente de correlación de Spearman es efectivo para evaluar la relación entre variable

de gestión, lo que refuerza la aplicabilidad del diseño correlacional en estudios aplicadas a negocios minoristas. Asimismo, la identificación de relaciones fuertes entre variables operativas se debe adoptar en investigaciones futuras diseños longitudinales o experimentales, que permitan evaluar el impacto de las intervenciones específicas en la mejora del desempeño empresarial.

4.2. Conclusiones

1. Se ha determinado que existe la relación significativa entre la implementación de una gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025 ($Rho=0.892$; $p<0.05$).

2. El análisis de los datos permitió determinar que existe relación significativa entre la eficiencia en la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025 ($Rho=0.845$; $p<0.05$).

3. Se ha determinado que existe la relación entre el análisis de la demanda y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025 ($Rho=0.849$; $p<0.05$).

4. Al contrastar la hipótesis se ha determinado que existe la relación entre la evaluación de indicadores de desempeño (KPI's) y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025 ($Rho=0.940$; $p<0.05$).

RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda a los gerentes de negocios minoristas implementar sistemas de control de inventarios más estructurados, utilizando herramientas digitales o manuales que permitan registrar entradas y salidas con precisión. Esto contribuirá directamente a mejorar el análisis de ventas, optimizar recursos y reducir pérdidas por sobrestock o desabastecimiento.

Segunda: Es necesario fomentar la aplicación de métodos de análisis de la demanda, como proyecciones de tendencias, estudios de comportamiento del consumidor o historial de ventas, que permitan anticipar los cambios del mercado. Esto fortalecerá la planificación comercial y facilitará la toma de decisiones estratégicas en un entorno dinámico y competitivo.

Tercera: Es importante que a los negocios minoristas establezcan y monitoreen indicadores clave de desempeño relacionados con ventas, rotación de inventario, márgenes de ganancia y tiempos de reposición. Esta práctica debe realizarse de manera sistemática para garantizar una gestión basada en datos, permitiendo identificar oportunidades de mejora y fortalecer la sostenibilidad del negocio

Cuarta: Se aconseja a los empresarios minoristas adoptar un enfoque integral que articule la gestión de inventarios con el análisis de ventas, mediante el uso de cuadros de mando, reportes periódicos y reuniones de revisión. Esta integración fortalecerá la eficiencia operativa y facilitará respuestas más ágiles frente a la demanda del mercado

Quinta: Es muy importante que se promueva programas de capacitación continua para los gerentes y su equipo en temas de gestión de inventarios, análisis de demanda, ventas y KPI's. El desarrollo de estas competencias permitirá una aplicación más efectiva de las prácticas recomendadas y una mejora sostenida en la gestión comercial.

REFERENCIAS

- Arosemena, E. E. (2022). Indicadores claves de desempeño y su aplicación en la gerencia estratégica de las empresas de salud. *Odontología Vital*(37), 50-66. Obtenido de http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1659-07752022000200050&lng=en
- Bernal, N. A., & López, Á. S. (2020). *Desarrollo de un prototipo de sistema de facturación e inventarios para tiendas minoristas de ropa que mediante redes neuronales mejore el control de inventarios*. [Tesis de título]. Repositorio institucional de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, Bucaramanga. Obtenido de https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/12050/2020_Tesis_Nicolas_Andres_Bernal_Davila.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cancela, R., Cea, N., Galindo, G., & Valilla, S. (2010). *Metodología de la investigación educativa: Investigación ex post facto*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2016). *Administración de la cadena de suministro. Estrategia, planeación y operación* (3a ed.). México: Pearson Prentice Hall.
- Cruz, A. (2018). *Gestión de inventarios*. IC Editorial.
- Diario Gestión. (16 de abril de 2023). *El 41% de las mypes elevan sus precios entre diario y semanal, ¿en qué rubros?* Obtenido de <https://gestion.pe/economia/el-41-de-las-mypes-elevan-sus-precios-entre-diario-y-semanal-en-que-rubros-noticia/?ref=gesr>
- Dupuis, A. (1 de marzo de 2020). *Investigación cuantitativa*. Obtenido de <https://tecnicasdeinvestigacion.com/investigacion-cuantitativa/>
- Escobar, B. (2022). *A cierre de 2021, tuvimos 2,1 millones de personas dedicadas a las ventas directas*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/a-cierre-de-2021-tuvimos-2-1-millones-de-personas-dedicadas-a-las-ventas-directas-3331992>

Flores, A. G., & Peña, T. (2023). *Uso del método Kaizen en Mypes de servicio de venta de ropa y accesorios para damas, ciudad de Iquitos periodo 2023*. [Tesis de licenciada]. Repositorio institucional de la Universidad Científica del Perú, Iquitos. Obtenido de <http://repositorio.ucp.edu.pe:8080/server/api/core/bitstreams/dfbb7b23-2cfa-4ca4-aac4-12f30d715c7d/content>

Flores, G. (2020). *Impacto de la gestión de inventarios en la productividad en empresas textiles en el periodo 2010-2020: Una revisión de la literatura científica*. [Tesis de título]. Repositorio institucional de la Universidad Privada del Norte, Lima. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/25700/Flores%20Cuevas%2c%20Gisela.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

García, J. J., Tumbajulca, I. A., & Cruz, J. J. (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. *Comuni@cción*, 12(2), 99-110. doi:<https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.2.500>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.

Higuerey, E. (2 de octubre de 2021). *¿Cómo realizar un análisis de ventas completo para tu empresa? Descúbrelo en nuestra guía*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/analisis-de-ventas/>

Lima, E. K. (2020). *Importancia del control de inventario en las empresas comerciales*. [Tesis de maestría]. Repositorio institucional de la Universidad Estatal Península de Santa Elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5512/1/UPSE-TCA-2020-0049.pdf>

Llauce, I. G. (2019). *Gestión de inventarios y la eficiencia de los procesos productivos de la empresa Servicios de Manufactura S.A.C., Ate 2019*. [Tesis de licenciado]. Repositorio institucional de la Universidad César Vallejo, Lima. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/40067/Llauce_PIG

.pdf?sequence=1

- López, M., & Rodríguez, S. A. (2020). Métodos y técnicas de investigación en el análisis de trayectorias y transiciones educativas en México. *Revista Electrónica en Educación y Pedagogía*, 4(6), 86-104.
doi:<https://doi.org/10.15658/rev.electron.educ.pedagog20.05040607>
- Martínez, J. (2022). *Gestión de ventas*. Obtenido de https://es.scribd.com/document/252451749/01-Gestion-de-Ventas-Javier-Martinez-Perez-pdf?utm_source=chatgpt.com
- Moreno, K. E. (2020). *Gestión de almacén en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropa casual: Caso empresa inversiones selecto MC. E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2020*. [Tesis de título]. Repositorio institucional de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Ayacucho. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/20121/GESTION_DE_ALMACEN_RECEPCION_REGISTRO_Y_CONTROL_EXISTENCIAS_MORENO_SULCA_KAROL_EDITH.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Moyolema, C. A., & Mancheno, M. J. (2022). Medición y evaluación del proceso de compra en las empresas comerciales: escenario covid-19. *Uniandes Episteme*, 9(2), 191-203.
- Ordoñez, J. G., Ordoñez, S., & Ledesma, M. A. (2023). Marketing sensorial y su relación con la calidad de atención al cliente en una empresa familiar. caso: perfumería y cosmética Belleza – Huancayo- Peru-2019. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 7(1), 9277-9289.
doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.5120
- Organización Internacional del Trabajo. (2021). *Panorama Laboral 2021. América Latina y el Caribe*. Lima: Oficina Regional de la OIT para América Latina y el Caribe. Obtenido de https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file_publicacion/plaboral2021.pdf
- Ortiz, Y. (2019). *Ciclo PDCA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar): El círculo de Deming de mejora continua*. Obtenido de

https://www.academia.edu/38628332/Ciclo_PDCA_Planificar_Hacer_Verificar_y_Actuar_El_ciclo_de_Deming_de_mejora_continua

- Pérez, C. M. (2023). *Control de inventarios: utilidad e importancia en las mypes comerciales*. [Tesis de bachiller]. Repositorio institucional de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/6952/TIB_PerezDiazCristhian.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Piñin, C. S. (2022). *Ventaja competitiva para las MYPES a partir de la gestión de inventarios*. [Tesis de contabilidad]. Repositorio institucional de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4933/1/TIB_Pi%C3%blinMorochhoClaudia.pdf
- Ramos, C. (2020). Los alcances de una investigación. *Ciencia América*, 9(3). doi:<http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Swayne, J. E. (2023). *Gestión de inventario textil hombre y su incidencia con el nivel de ventas de la tienda Oechsle S.A., Chiclayo*. [Tesis de título]. Repositorio institucional de la Universidad César Vallejo, Chiclayo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/114420/Swayne_VJE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Yalán, J. L., & Portales, H. J. (2021). *Propuesta de mejora de la gestión de inventarios para una mype textil mediante la herramienta S&OP*. [Teis de título]. Repositorio institucional de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/657648/Yal%C3%a1n_CJ.pdf?sequence=11&isAllowed=y

ANEXOS

ANEXO N° 1: Matriz de consistencia

OBJETIVOS	PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	
GENERAL	¿Cuál es la relación entre la implementación de una gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar - Lima, 2025?	Determinar la relación entre la implementar una gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025.	H0= No existe relación significativa entre la implementación de la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025 H1= Existe la relación significativa entre la implementación de una gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025	Gestión de inventarios	-Reducir costos operativos -reducir costos de almacenamiento -Escasez de productos -Exceso de inventario -Estudian necesidades de los consumidores -Comportamiento de los consumidores -Prevenir la cantidad de productos -Facilita toma de decisiones	
ESPECÍFICOS	¿Cuál es la relación entre la eficiencia en la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025?	Determinar la relación entre la eficiencia en la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025	H0= No existe relación significativa entre la eficiencia en la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025. H1= Existe relación significativa entre la eficiencia en la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025		Análisis de Ventas	-Esencial para medir la efectividad de las actividades -Procesos dentro de la empresa -Proporcionan datos -Estrategias para alcanzar los resultados
	¿Cuál es la relación entre el análisis de la demanda y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025?	Determinar la relación entre el análisis de la demanda y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025	H0= No existe la relación entre el análisis de la demanda y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025. H1= Existe la relación entre el análisis de la demanda y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025			-Cantidad de productos vendidos -Ingresos por ventas -Rotación de inventario -índice de demanda estacional:
	¿Cuál es la relación entre la evaluación de indicadores de desempeño (KPI's) y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025?	Determinar la relación entre la evaluación de indicadores de desempeño (KPI's) y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025	H0= No existe la relación entre la evaluación de indicadores de desempeño (KPI's) y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025 H1= Existe la relación entre la evaluación de indicadores de desempeño (KPI's) y el análisis de ventas en negocios minoristas ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025		-Medir la rentabilidad -Evaluar la rentabilidad -Desempeño financiero de una empresa -Frecuencia de compra -Cantidad de productos por compra -Tasa de recompra -Productos más vendidos	

ANEXO N° 2: Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Gestión de Inventario	Según Chopra y Meindl (2016) eficiencia en la gestión de inventarios se refiere a la capacidad de administrar y controlar los inventarios de manera que se minimicen los costos operativos, se maximice la disponibilidad de productos y se optimicen los niveles de stock, asegurando que los productos estén disponibles cuando se necesiten sin generar excesos o escasez"	Se medirá a través de indicadores como la demanda de productos del negocio, disminución de productos fuera de stock, la mejora en la rotación de inventarios; y definir los indicadores de desempeño (KPI's) que permitan optimizar la rentabilidad del negocio a través de la toma de decisiones.	<p>Eficiencia en la gestión de inventarios</p> <p>Análisis de la demanda.</p> <p>Evaluación de indicadores de desempeño (KPI's)</p>	<p>-Reducir costos operativos -reducir costos de almacenamiento -Escasez de productos -Exceso de inventario</p> <p>-Estudian necesidades de los consumidores -Comportamiento de los consumidores -Prevenir la cantidad de productos -Facilita toma de decisiones</p> <p>-Esencial para medir la efectividad de las actividades -Procesos dentro de la empresa -Proporcionan datos -Estrategias para alcanzar los resultados</p>
VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Análisis de ventas	Según Higuerey (2021) el análisis de ventas consiste en obtener información precisa mediante la recopilación de datos provenientes de interacciones, como tendencias, datos de ventas y métricas. Este proceso debe enfocarse en perfeccionar una estrategia de crecimiento de ventas tanto a corto, mediano como a largo plazo.	Se medirá a través de la información recopilada de las ventas diarias de la MYPE de ropa y artículos textiles; utilizando métricas clave para identificar tendencias y patrones que ayuden a rentabilizar el negocio.	<p>Análisis de productos vendidos</p> <p>Ingresos generados</p> <p>Tendencias de compra</p>	<p>-Cantidad de productos vendidos -Ingresos por ventas -Rotación de inventario -índice de demanda estacional:</p> <p>-Medir la rentabilidad -Evaluar la rentabilidad -Desempeño financiero de una empresa</p> <p>-Frecuencia de compra -Cantidad de productos por compra -Tasa de recompra -Productos más vendidos</p>

ANEXO N° 3: *Instrumento*

Instrucciones: El cuestionario para recoger información acerca de “Implementación de la gestión de inventarios y el análisis de ventas en negocios minoristas de venta de textiles ubicado en Magdalena del Mar – Lima, 2025”. Por consiguiente, se le da el agradecimiento correspondiente por contestar marcando con un aspa (X) la alternativa que Ud. crea conveniente, ya que las respuestas ninguna es la correcta, sino su punto de vista. Entonces se le sugiere que responda todas las preguntas, sin excepción, además su respuesta es confidencial.

Las respuestas tienen las siguientes alternativas:

- (1) Definitivamente en desacuerdo (4) De acuerdo
 (2) En desacuerdo (5) Definitivamente de acuerdo
 (3) A veces de acuerdo

VARIABLE: GESTIÓN DE VARIABLES	1	2	3	4	5
Dimensión 1: Eficiencia en la gestión de inventarios					
1.- La optimización de la gestión de inventarios contribuye a la reducción de costos operativos					
2.- Una gestión eficiente de inventarios contribuye a la reducción de costos					
3.- Una gestión eficiente de inventarios previene la escasez de productos					
4.- Puede una gestión eficiente de inventarios minimizar el exceso de inventario					
Dimensión 2: Análisis de la demanda					
5.- Puede el análisis de la demanda, a través del estudio de las necesidades de los consumidores, contribuir a una mejor planificación de inventarios y a la optimización de la cadena de suministro					
6.- Puede el análisis del comportamiento de los consumidores mejorar la precisión en la previsión de la demanda y optimizar las estrategias de abastecimiento y gestión de inventarios					
7.- Puede el análisis de la demanda ayudar a prevenir el exceso o la escasez de productos mediante una planificación más precisa de los niveles de inventario					
8.- Puede el análisis de la demanda facilitar la toma de decisiones estratégicas en la gestión de inventarios, optimización de recursos y planificación de la producción					
Dimensión 3: Evaluación de los indicadores clave de desempeño (KPI)					
9.- Puede el análisis de la demanda ser esencial para medir la efectividad de las actividades comerciales y operativas, permitiendo ajustar estrategias de producción, distribución y ventas					
10.- Puede el análisis de la demanda mejorar los procesos dentro de la empresa, optimizando la planificación de recursos, la gestión de inventarios y la eficiencia operativa					

11.- Pueden los KPI proporcionar datos clave para el análisis de la demanda, permitiendo una mejor toma de decisiones en la planificación de inventarios y estrategias de abastecimiento					
12.- Puede el análisis de la demanda ayudar a definir estrategias efectivas para alcanzar los resultados comerciales y optimizar la gestión de inventarios y recursos					
VARIABLE: ANALISIS DE VENTAS					
Dimensión 1: Análisis de productos vendidos					
13.- Puede el análisis de la demanda, a través del seguimiento de la cantidad de productos vendidos, mejorar la precisión en la planificación de inventarios y la toma de decisiones estratégicas					
14.- Puede el análisis de la demanda contribuir a maximizar los ingresos por ventas mediante una mejor previsión de la demanda, optimización de precios y gestión eficiente del inventario					
15.- Puede el análisis de la demanda optimizar la rotación de inventario para reducir costos de almacenamiento y mejorar la disponibilidad de productos					
16.- Puede el análisis del índice de demanda estacional mejorar la planificación de inventarios y la gestión de recursos para optimizar la disponibilidad de productos en períodos clave					
Dimensión 2: Ingresos generados					
17.- Puede la medición de la rentabilidad, a través del análisis de los ingresos generados, ayudar a optimizar estrategias de precios, costos y gestión de inventarios					
18.- Puede la evaluación de la rentabilidad, basada en los ingresos generados, contribuir a la toma de decisiones estratégicas para optimizar costos, precios y gestión de recursos					
19.- Puede el análisis de los ingresos generados ayudar a evaluar el desempeño financiero de una empresa y optimizar sus estrategias de crecimiento y rentabilidad					
Dimensión 3: Tendencias de compra					
20.- Puede el análisis de la frecuencia de compra ayudar a identificar tendencias de compra y optimizar las estrategias de marketing y gestión de inventarios					
21.- Puede el análisis de la cantidad de productos por compra ayudar a identificar tendencias de compra y mejorar las estrategias de ventas y abastecimiento					
22.- Puede el análisis de la tasa de recompra ayudar a identificar tendencias de compra y mejorar la fidelización de clientes y la planificación de inventarios					
23.- Puede el análisis de los productos más vendidos ayudar a identificar tendencias de compra y optimizar las estrategias de inventario y marketing					