

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE CONTABILIDAD



**Gestión de inventarios para el proceso operativo del Área de
Comercialización en la ampliación de negocio farmacia
Cristianfarma – Chota Cajamarca, año 2021**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTOR

Mileny de los Angeles Saucedo Alarcon

ASESOR

Eduardo Rojas Saenz

<https://orcid.org/0000-0003-4429-0735>

Chiclayo, 2023

**Gestión de inventarios para el proceso operativo del Área
de Comercialización en la ampliación de negocio farmacia
Cristianfarma – Chota Cajamarca, año 2021**

PRESENTADA POR

Mileny de los Angeles Saucedo Alarcon

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo para
optar el título de

CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR

Cesar Augusto Torres Galvez
PRESIDENTE

Rosita Catherine Campos Díaz
SECRETARIO

Eduardo Rojas Saenz
VOCAL

Dedicatoria

Esta investigación dedico primeramente a Dios por ser mi guiador en este camino y darme las fuerzas para seguir adelante y no decaer ante los obstáculos, enseñándome a afrontarlos sin perder la Fe. A mis padres por ser mis compañeros de vida, por su amor, consejos y valores inculcados para seguir siendo una gran persona, a mis hermanos y a toda mi familia quienes confían y creen en mí, por motivarme a superar todas las adversidades.

Agradecimiento

A Dios por estar conmigo en todo momento de mi vida, por brindarme salud y sabiduría para alcanzar mis metas. A mis padres y familia por su apoyo absoluto. A mis docentes de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, por impartir sus conocimientos y cooperar en nuestro desarrollo profesional.

TESIS PRESENTACIÓN FINAL

ORIGINALITY REPORT

22%
SIMILARITY INDEX

20%
INTERNET SOURCES

1%
PUBLICATIONS

12%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	hdl.handle.net Internet Source	4%
2	tesis.usat.edu.pe Internet Source	3%
3	repositorio.ucv.edu.pe Internet Source	2%
4	Submitted to Universidad Peruana de Las Americas Student Paper	1%
5	www.coursehero.com Internet Source	1%
6	repositorio.continental.edu.pe Internet Source	1%

Índice

Resumen	10
Abstract	11
I. Introducción.....	12
II. Marco Teórico	14
2.1 Antecedentes.....	14
2.2. Bases teóricas científicas	16
2.2.1. Gestión de inventarios.....	16
2.2.2. Procesos Operativos.....	21
2.2.3. Área de Comercialización.....	26
III. Materiales y Métodos	31
3.1. Tipo y nivel de investigación	31
3.2. Diseño de Investigación.....	31
3.3. Población, muestra y muestreo.....	31
3.4. Criterios de selección.....	31
3.5. Operacionalización de variables	32
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	33
3.7. Procedimientos	33
3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos.....	33
3.9. Matriz de consistencia	34
3.10 Consideraciones éticas.....	35
IV. Resultados y discusión	36
4.1. Resultados.....	36
4.1.1. Aspectos generales de la empresa Cristianfarma, Chota Cajamarca - Año 2021.	36

4.1.2. Descripción de los procesos operativos de comercialización para determinar las deficiencias en el área de almacén Farmacia Cristianfarma, Chota Cajamarca - Año 2021.....	39
4.1.3. Determinación de los indicadores de gestión de inventarios actuales en el proceso operativo del área de comercialización farmacia Cristianfarma, Chota Cajamarca - Año 2021.....	49
4.1.4. Análisis de riesgos y el manejo del control de los inventarios para la ampliación de negocio farmacia Cristianfarma, ChotaCajamarca - Año 2021...	59
4.1.5. Elaboración de políticas y procedimientos para el control en la ampliación de negocio farmacia Cristianfarma, Chota Cajamarca - Año 2021.....	60
4.2. Discusión:	72
V. Conclusiones:	74
VI. Recomendaciones:.....	75
VII. Lista de Referencias	76
VIII. Anexos	79

Lista de tablas

Tabla 1	Proceso de venta Philip Kotler.....	30
Tabla 2	Operacionalización de variables.....	32
Tabla 3	Matriz de consistencia.....	34
Tabla 4	Infraestructura y equipamiento.....	37
Tabla 5	Principales proveedores.....	37
Tabla 6	Análisis FODA.....	38
Tabla 7	Proceso de compras.....	40
Tabla 8	Proceso de Almacenaje.....	42
Tabla 9	Proceso de control de inventarios.....	44
Tabla 10	Proceso de ventas.....	46
Tabla 11	Cuadro de causas y efectos de las deficiencias encontradas.....	48
Tabla 12	Rotación de inventario.....	49
Tabla 13	Duración de inventario.....	51
Tabla 14	Exactitud del inventario.....	52
Tabla 15	Desvalorización del inventario.....	54
Tabla 16	Nivel de pedidos generados.....	55
Tabla 17	Nivel de volumen de compras.....	57
Tabla 18	Matriz de riesgos y control.....	59
Tabla 19	Políticas de compras.....	61
Tabla 20	Políticas de almacenaje.....	62
Tabla 21	Políticas de control de inventarios.....	63
Tabla 22	Políticas de ventas.....	64

Lista de figuras

Figura 1 Control de inventarios.....	20
Figura 2 Arquitectura de procesos.....	23
Figura 3 Símbolos habituales de representación de diagramas de flujo.....	26
Figura 4 Estructura del negocio.....	39
Figura 5 Mapa de procesos de farmacia.....	39
Figura 6 Flujograma del proceso de compras	41
Figura 7 Flujograma del proceso de almacenaje	43
Figura 8 Flujograma de proceso de control de inventarios	45
Figura 9 Flujograma del proceso de ventas.....	47
Figura 10 Rotación de inventario	50
Figura 11 Duración de inventario.....	51
Figura 12 Exactitud del inventario	53
Figura 13 Desvalorización del inventario	54
Figura 14 Nivel de pedidos generados	56
Figura 15 Nivel de volumen de compras.....	57
Figura 16 Flujograma de procedimiento de compras.....	65
Figura 17 Flujograma de procedimiento de almacenaje	67
Figura 18 Flujograma de procedimiento de control de inventarios.....	69
Figura 19 Flujograma de procedimiento de ventas.....	71

Lista de anexos

Anexo 1	Guía de entrevista a la propietaria del negocio.....	79
Anexo 2	Guía de entrevista al personal farmacéutico.....	80
Anexo 3	Propuesta formato para inventario físico.....	81
Anexo 4	Propuesta de formato para entradas y salidas de inventario.....	82
Anexo 5	Propuesta de formato para devolución de mercadería.....	83
Anexo 6	Propuesta de formato para faltante de mercadería.....	84

Resumen

Las organizaciones deben tener un adecuado manejo de los inventarios; por ello, es importante una gestión de inventarios para controlar los productos, para contar con información inmediata, ordenada y actualizada. Esta investigación tuvo como objetivo principal: determinar en qué medida la gestión de inventarios incide en el proceso operativo del área de comercialización para la ampliación de negocio farmacia Cristianfarma, Chota Cajamarca - Año 2021. Para ello, se empleó la metodología, con enfoque cualitativo, tipo aplicada y nivel descriptivo. La población estuvo conformada por la farmacia Cristianfarma y la muestra por los procesos del área de comercialización. Se aplicó el instrumento de guía de entrevista y análisis documental para recopilar la información del negocio. Los resultados obtenidos fueron los siguientes: se encontraron problemas en la gestión de inventarios; en el proceso de compras, en el proceso de control de inventarios, proceso de almacenaje y proceso de ventas; concluyendo que el negocio presenta debilidades en cuanto a gestión de inventarios; por ello se recomienda implementar políticas en los procesos desarrollados en la presente investigación para el control de los inventarios y mitigar deficiencias en el negocio.

Palabras clave: Gestión de inventarios, control de inventarios, comercialización, inventarios.

Abstract

Organizations must have an adequate management of inventories; therefore, it is important to have an inventory management to control the products, to have immediate, orderly and updated information. The main objective of this research was to determine to what extent inventory management affects the operational process of the commercialization area for the expansion of the Cristianfarma pharmacy business, Chota Cajamarca - Year 2021. For this purpose, the methodology was used, with a qualitative approach, applied type and descriptive level. The population consisted of the Cristianfarma pharmacy and the sample consisted of the processes of the commercialization area. The interview guide instrument and documentary analysis were applied to gather information about the business. The results obtained were the following: problems were found in inventory management; in the purchasing process, in the inventory control process, storage process and sales process; concluding that the business has weaknesses in inventory management; therefore, it is recommended to implement policies in the processes developed in this research for inventory control and mitigate deficiencies in the business.

Keywords: Inventory management, inventory control, merchandising, inventories.

I. Introducción

Las entidades comerciales tienen dentro de sus activos como parte principal los inventarios, permitiendo un crecimiento al negocio, así mismo, el satisfacer la demanda de los clientes y alcanzar las competencias del mercado, por ello, es importante el manejo eficiente del control y gestión de los mismos.

Es de gran importancia el desarrollo de la gestión de inventarios como los procesos que permitirán conocer la información de reportes diarios de la mercadería, mantener un equilibrio óptimo del stock en almacén, hacer seguimiento de sus actividades, generar políticas y estrategias para beneficio de la empresa.

En América Latina, países como México, Colombia, Perú, las empresas presentan un inadecuado control de inventarios o carecen de una gestión que conlleva a la existencia de sobre stock, faltantes de productos, deterioro, vencimientos, organización, distribución y reporte de cantidades innecesarias de mercadería que originan un capital inmovilizado. Así mismo, la revista Economista (2016), hace mención que las entidades comerciales cuentan como eje principal la compra y venta de bienes, lo que lleva a un control de inventarios eficiente.

La farmacia Cristianfarma no es ajena a estos problemas: Carece de un eficiente control de inventarios, manual de políticas y procedimientos que permita la eficiencia de los recursos y actividades, la falta de una estructura organizacional, la deficiencia en la gestión de sus inventarios y el proceso operativo. Por tanto, se formula la pregunta siguiente: ¿En qué medida la gestión de inventarios incide en el proceso operativo del área de comercialización para la ampliación de negocio Farmacia Cristianfarma- Chota Cajamarca- Año, 2021?

Según, García (2005), la gestión de inventario es el proceso de planificar, organizar y dirección de la mercancía que posee una empresa para su venta o actividades a través de registros, almacenaje y salida de mercadería. Los procesos operativos, es el ingreso de una serie de actividades que se relacionan mutuamente para generar un resultado final, nombrados como procesos claves (Quiroa M. 2021). Además, Kotler y Armstrong (2012), la comercialización es la secuencia de actividades que participan en el proceso, lo cual un producto está disponible para su consumo, como compra, venta y distribución.

Guerrero (2014), en su tesis titulada: “Diseño de un Sistema de Control y Gestión de Inventarios para la Farmacia Cruz Azul SDO Villa Florida 2013”, menciona: El no contar con estructura y organización en almacén ocasiona dificultades en la eficiencia de sus actividades, por ende, produce riesgo en los inventarios como: deterioro, vencimiento, falta de mercadería. Por otro lado, Mesa (2018), en su investigación titulada: “Gestión de almacenes y la productividad en la empresa química suiza industrial del Perú, Callao, 2017”, menciona: Al existir disconformidad en las decisiones corporativas recae el efecto en el inadecuado manejo de inventarios, causando descuadre en la información de procesos y no permitirá el rendimiento de la empresa.

Esta investigación tuvo como objetivo general: Determinar en qué medida la gestión de inventarios incide en el proceso operativo del área de comercialización para la ampliación de negocio Farmacia Cristianfarma, Chota Cajamarca - Año 2021. Para ello, se revisó los aspectos generales, se describió los procesos operativos de comercialización, se determinaron los indicadores de inventario actuales, se hizo un análisis de riesgo y se elaboraron políticas y procedimientos para la gestión de inventario.

Se puede rescatar que la gestión de inventarios tiene mucha importancia en las organizaciones como contribución al control y manejo de sus inventarios en almacén, por ende, requiere de supervisión constante. Se produjo como resultados la existencia de deficiencias en el proceso operativo de la empresa, el no uso de indicadores de gestión de inventarios que generan altos riesgos de control de inventarios. Entonces, para superar las deficiencias encontradas se debe diseñar políticas relacionadas a la gestión de inventarios y aplicar medidas correctivas en el proceso operativo de la empresa.

La presente investigación consta: El capítulo I contiene la introducción, el capítulo II contiene el marco teórico con los antecedentes y bases teóricas científicas, en el capítulo III tenemos los materiales y métodos, en el capítulo IV los resultados y discusión, el capítulo V las conclusiones, el capítulo VI las recomendaciones, en el VII capítulo la lista de referencias y en el VIII capítulo los anexos.

II. Marco Teórico

2.1 Antecedentes

Guerrero (2014), en su investigación presenta como principal objetivo, proponer un sistema de control de inventario para la farmacia Cruz Azul SDO Villa Florida; efectuando adquisiciones oportunas en función a ventas de productos farmacéuticos, su finalidad es disponer de información precisa, lo cual utilizó una metodología exploratoria, diseño descriptivo y explicativa, con enfoque cualitativo, la muestra fue constituida por los empleados de la farmacia. Empleó como técnica e instrumentos la observación directa, el cuestionario y entrevista. Concluyendo, que los inventarios no cuentan con un adecuado manejo, por lo tanto, los resultados que obtiene la empresa no son eficientes, carecen de políticas de control de inventarios. Del mismo modo, identificaron costos para ser manejados a través de un método de valorización de inventarios, diseñar un sistema de control y gestión de inventarios.

Polania y Vargas Osorio (2013), presentan en su investigación como objetivo principal, desarrollar un sistema de gestión de almacenaje para SyD Colombia S.A; con la finalidad de minimizar costos operacionales procedentes en recepción, almacenamiento, distribución de los productos, utilizando la metodología mixta, empleando como técnica e instrumentos el análisis documental, la encuesta, cuestionario. Concluyendo, mediante la implementación de un sistema de gestión involucra a todas las actividades de la empresa, permitiendo mejoras en el funcionamiento del proceso y ubicación de los productos correctamente.

Caicedo y Reyes (2018), en el desarrollo de su investigación mencionan como objetivo general, establecer un sistema de control de inventarios automatizados que permita gestionar eficientemente las operaciones relacionadas con el manejo de las mercaderías en la Farmacia Keyla; para ello aplicaron la metodología descriptiva- no experimental, enfoque mixto, la muestra fue conformada por 146 trabajadores divididos en diferentes áreas. Aplicaron como técnica e instrumento la observación directa, la entrevista, cuestionario. En su conclusión, lograron identificar las debilidades de control de inventarios; por no usar un método de control, los empleados no cumplían sus funciones, por ello, desarrollaron un sistema de control y manejo a inventarios para mitigar ineficiencias presentadas en las áreas involucradas.

Colina y Morales (2021), presentan en su investigación como objetivo principal, desarrollar un modelo de gestión de inventarios para reducir la ruptura de stock en área de farmacia de la asociación FOMENTAR ONGD S.A.C. – Policlínico San José María; con el fin de reducir las pérdidas de stock por ruptura, aplicando gestión de inventarios. La metodología es tipo aplicativa, nivel descriptivo- no experimental, cuya muestra son productos de mayor demanda según la clasificación A del modelo ABC. Aplicaron un análisis documental, observación de campo y entrevista. En conclusión, demostraron que el policlínico no disponía con sistema de gestión de inventarios; las funciones de los encargados se realizaban empíricamente, por ende, al hacer uso de este sistema permitirá mejorar la rentabilidad como control de los stocks en la farmacia.

Mesa (2018), menciona en su investigación como objetivo central, determinar la relación entre la gestión de almacenes y la productividad en la empresa Química Suiza Industrial del Perú en el distrito de Carmen de la Legua Reynoso año 2018; aplicando la metodología de tipo cualitativa, aplicada, correlacional, no experimental– transversal, cuya población son 50 empleados de la empresa. Utilizó como técnica e instrumento la encuesta y cuestionario. Demuestra que existe relación entre la gestión de almacén con la productividad; por ello, la deficiente comunicación al igual que en el área de expedición y almacenamiento no permitía obtener un conocimiento claro del movimiento del medicamento, lo cual debía existir un intercambio de información activa para la reducción de conflictos en área de almacén y área comercial.

Rojas (2019), su investigación tuvo como finalidad medir la relación entre la gestión de inventarios y rentabilidad en el área de logística de la empresa Red Salud del Norte S.A.C. Huacho – Huaura, 2018; aplicó metodología descriptiva- longitudinal, enfoque cuantitativo - no experimental, la muestra son los 9 locales (farmacias). El autor empleo como técnica el análisis documental e instrumento el análisis de contenido. Demostrando en la Red de Salud del Norte carencia de gestión de inventarios en la cadena de suministro, de un excelente control de inventarios, la inadecuada rotación de mercadería, ordenamiento de almacenes de materiales e insumos llevando a requerir de una suficiente planificación y seguimiento a través de indicadores al realizar las compras a los proveedores, no terminar en un despilfarro.

2.2. Bases teóricas científicas

2.2.1. Gestión de inventarios

Inventarios

Cespón (2012), mantiene que el inventario siendo una reserva, está constituido por materiales, materias primas, producción en proceso o productos terminados, que no tiene un empleo sistemático, son originados por la baja fiabilidad para asegurar un servicio al cliente.

Un inventario es importante porque debe ser eficientemente administrado ya que persigue dos objetivos esenciales: garantizar disponible inventario para la operatividad de la empresa y conservar óptimos niveles que permita minimizar los costos totales de pedido como de mantenimiento. (Ehrhardt & Brigham, 2007, citado por Durán, 2012, p. 55-78).

Según, la NIC 2 “Inventarios” determina que:

Un inventario son aquellos activos:

- a) Utilizados para ser vendidos en el curso de la operación;
- b) En proceso de producción con vistas a esa venta; o
- c) En forma de materiales o suministros que serán consumidos en el proceso de producción o en la prestación de servicios.

Una gestión de inventarios facilita la administración correcta de inventarios dentro de las organizaciones como apoyo para una mayor efectividad y mantener disponibles bienes ya sea para uso o venta (Montes, 2014).

Entonces, se puede decir que los inventarios permiten suministrar los materiales aptos a la empresa para continuar y regular su desarrollo, cuenta con un rol esencial para el funcionamiento correcto y eficiente que favorece afrontar la demanda. En ese sentido, es recomendable tener un adecuado nivel de inventarios para que la empresa no incurra en deficiencias de gestión.

Políticas de inventario

Uribe & Castro (2014); un inventario es administrado en cualquier rubro de las empresas, consta de dos actividades fundamentales: la primera es el control para conocer con exactitud el estado de los inventarios, la segunda es la gestión encaminada a

determinar políticas que permitan gestionar adecuadamente el inventario.(p.32).

Las políticas de inventarios tienen como propósitos:

- a) Determinar en el inventario métodos de valoración.
- b) Fijar una fecha para los inventarios.
- c) Realizar sorpresivos controles a las fases del inventario.
- d) Precisar el saldo mínimo y máximo del inventario.

Dentro de las variables que afecta la toma de decisiones en la gestión de los inventarios son: tiempo, demanda, costes (Uribe & Castro,2014). Entonces, dichas variables afectan al desarrollo y aplicación de los inventarios en las empresas, desde su función de aprovisionamiento hasta distribución del producto, para llevar a cabo la gestión de inventarios.

Políticas de gestión de inventarios

Según, Chase & Col (citado por Díaz, 2015), mencionan que las políticas de inventario se agrupan en dirección empresarial, planteados con el objetivo de preservar los inventarios (p 54). Dichas políticas conllevan a efectuar diversos movimientos que están incluidos en las siguientes:

A. **El Conteo Físico:** Permite con exactitud conocer la cantidad de mercadería en stock de la entidad, excluyendo aquellas que pasaron a ser caducadas. Esta política se debe realizar al menos una vez por año, ya que se puede llevar a cabo de manera consecutiva o determinando el periodo, esto dependiendo de los niveles con los que cuentan como inventarios requeridos.

B. **La Supervisión de Compra:** Incluyendo el mantener adecuado las compras, procedimientos de almacenamiento como recepción, adquirir inventario en cantidad económica, conservar suficiente inventario en stock para no tener problemas de falta de mercadería, lo cual, tiene como efecto la pérdida de ventas.

C. **El Almacenamiento:** En el almacén se deben incorporar políticas para no tener un inventario más de lo previsto, evitando tener dinero inscrito en productos innecesarios, por ende, las existencias se deben proteger en óptimas condiciones y sean usadas en las actividades de la empresa.

Proceso de gestión

Fossa (2017), menciona acerca del proceso, que diversos autores exponen sus argumentos, sin embargo, concuerdan todos que el recibir las mercancías, el almacenamiento, la distribución y la seguridad, son los procesos más importantes.

- a) Recibir la mercadería
- b) Distribución
- c) Seguridad
- d) Gastos de almacenamiento.

Indicadores de Gestión

De acuerdo a, Franklin (2013), aquellos indicadores facilitan analizar y medir avances de un objetivo. Así mismo, siendo representación cuantitativa o cualitativa, se puede verificar como reflejar un hecho y cumplimiento de la meta, siendo un proceso o producto en el tiempo deseado, examinar la realidad, la variación generada en la organización en concordancia con los propósitos a fines trazados.

Un objetivo requiere de un diseño de indicadores relacionados a la eficiencia de sus resultados y calidad. De modo, que se conozca el impacto real que genera la gestión.

Indicadores de Inventario

Mora (2013), enfocado en los indicadores de control de inventarios y el impacto en la cadena de suministro en la industria:

Índice de Rotación de Inventario: Su objetivo es controlar las cantidades de productos despachados desde el lugar de distribución.

Fórmula:

Índice de Rotación de inventario	=	$\frac{\text{Ventas acumuladas}}{\text{Inventario Promedio}}$	= nº de veces
----------------------------------	---	---	---------------

Índice de Duración de Inventario: Su objetivo es controlar en días el inventario disponible de mercadería almacenada en centro de distribución.

Fórmula:

$$\text{Índice de duración de inventario} = \frac{\text{Inventario Final}}{\text{Ventas promedio}} \times 30 \text{ días}$$

Exactitud del Inventario: Su objetivo es el control en la exactitud de productos para ver el valor económico de las mercaderías almacenadas.

Fórmula:

$$\text{Exactitud del Inventario} = \frac{\text{Valor diferencia (S/.)}}{\text{Valor Total de Inventarios}}$$

Desvalorización del Inventario: Cuyo objetivo es controlar el nivel de mercancías no libres para los despachos con mal estado, obsolescencia y otros.

Fórmula:

$$\text{Desvalorización del inventario} = \frac{\text{Unid. Dañadas + obsoletas + vencidas}}{\text{Unidades disponibles del inventario}}$$

Indicadores de Gestión de Compras

Mora (2013), menciona que la gestión de compras requiere de los siguientes indicadores:

Calidad de los Pedidos Generados: Su finalidad es controlar la calidad de pedidos generados por la empresa.

Fórmula:

$$\text{Nivel de los pedidos generados} = \frac{\text{Pedidos generados sin problemas}}{\text{Total pedidos generados}} \times 100$$

Volumen de Compras: Cuyo fin es controlar la evolución del volumen de compras en relación con el nivel de ventas.

Fórmula:

$$\text{Nivel de volumen de compras} = \frac{\text{Valor de compra}}{\text{Total de ventas}}$$

Control de Inventarios

El control de inventarios siendo un sistema subordinado a otros sistemas tienen como fin operar para el logro de los objetivos generales de la organización (Acosta, Ibarra & Mora, 2015).

Figura 1:

Control de inventarios



Nota: Adaptado de *Administración de almacenes y control de inventarios* (p. 10), por Acosta, Ibarra & Mora, 2015, editado por servicios académicos internacionales para eumed.net.

Costos del control de inventarios

De acuerdo a, Ballou (2004), El contar con inventarios lleva un equilibrio de disposición hacia los clientes en los productos o servicios, costos de abastecer las reservas del producto, cumplir el objetivo del servicio al cliente, busca disminuir costos que relacionan al inventario según nivel de servicio. De tal modo, la identificación de los procedimientos es relevante tres clases de costos como: adquisición, costos de manejo y costos por falta de existencias.

a) **Costos de adquisición:** aquellos que pueden incluir el costo o precio del producto para diferente magnitud de la petición y costo por establecimiento del proceso productivo. Cuando es colocado un pedido de reabastecimiento en mercaderías, recae en costos que se relacionan con la ejecución, transferencia, utilización y adquisición del pedido.

b) **Costos de mantener inventario:** aquellos que surgen mantener o guardar, productos en un tiempo y son cantidades proporcionales al promedio de artículos disponibles. Pueden ser considerados en cuatro clases estos costos: costos de capital, costos de espacio, costos de servicio de inventario y costos de riesgo.

c) **Costos por falta de existencias:** la carencia de mercadería cuando se tiene un pedido, sin embargo, este no se logra proveer desde el inventario al cual este asignado. Existen por falta de existencia dos tipos de costos: Costo de pedido pendiente y costo de pérdida de ventas. Estos de forma separada proponen acciones por parte del cliente y por su intangible naturaleza es complicado medirlo con precisión.

2.2.2. Procesos Operativos

Proceso

La secuencia lógica y ordenada se denomina un proceso de actividades de cambio, las cuales inician una entrada como datos, materias primas, equipos, entre otros, los resultados programados logrados se entregan a las personas que lo solicitan en este caso es los clientes de cada proceso. (Lucas,2014).

Entonces, se puede decir que un proceso son todas aquellas actividades interconectadas, que van a transformar unas entradas en salida, aportando un valor agregado.

Importancia: Los procesos tienen gran importancia en las empresas porque los elementos más utilizados generalmente en los modelos de gestión en las empresas, también, como el principal componente de la gestión de las empresas que buscan innovar, esencialmente basan el uso de sistemas de gestión en calidad total (Lucas, 2014). Es por ello, que intervienen en cada una de las actividades y permiten la evolución de la información.

Características de los procesos

- a) Definibles: Se debe tener establecido los procedimientos, indicadores, requisitos, ya que tienen que ser documentados y de forma descrita.
- b) Repetibles: Deben ser comunicados en los mismos términos siendo claros como seguros por el personal que lo realiza y aporta a su mejora.
- c) Predecibles: Se requiere de un seguimiento y control de los procesos para alcanzar aquellos resultados esperados y los objetivos plasmados para su estabilidad.

Clasificación de los procesos

No siempre las organizaciones tienen los mismos procesos e incidencia en los resultados, satisfacción del cliente, los objetivos, costos, estrategias o la misma satisfacción, puesto que algunos se enfocan a atender la visión empresarial, es decir, lo que quieren ser como empresa y otros en la misión (lo que la empresa quiere hacer en unos años).

Las organizaciones establecen el tipo de clasificación de procesos, las cuales son:

- a) **Procesos estratégicos:** Estos procesos se encuentran ligados al ámbito de la responsabilidad de dirección y son esencialmente a largo plazo, los cuales están vinculados aquellos que se planifican y otros que se encuentran relacionados a rasgos estratégicos y claves de las empresas.

De acuerdo a la definición anterior los procesos estratégicos participan en la visión de las empresas, ayudan a definir los propósitos y estrategias de la organización.

- b) **Procesos operativos:** Se encuentran elanzados los procesos con la realización del producto o servicio, es decir, son procesos en “línea”.

Entonces, de acuerdo a lo mencionado los procesos operativos son claves porque

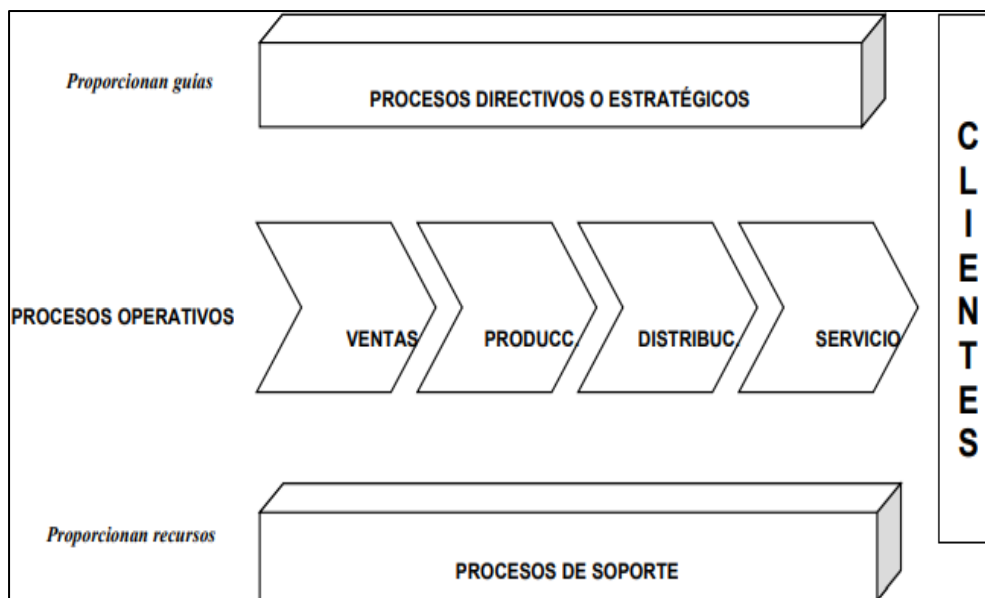
intervienen directamente en la misión de la empresa, puesto que tienen que ver con la preparación del producto o servicio de manera anticipada hasta llegar al cliente final para concretar las actividades involucradas.

c) **Procesos de apoyo:** Son procesos de soporte que van a dar apoyo a los procesos operativos, se encuentran relacionados con los recursos de las organizaciones (Sanz et al. 2016, pág. 22).

De acuerdo a la definición anterior estos procesos no se encuentran relacionados directamente con la misión y visión de una organización, pero si requieren de ayuda para los procesos operativos como para las compras, almacenaje, control.

Figura 2:

Arquitectura de procesos



Nota: Adaptado de “La gestión por procesos: Un enfoque de gestión eficiente” (p.12), por M. Mallar, 2010, Visión de Futuro”, 7(1).

El proceso operativo es una serie de actividades que ingresan y se relacionan mutuamente para obtener un resultado. Entonces, los procesos operativos son reconocidos en una organización como punto clave. Estos procesos son considerados como claves porque de forma directa influyen en la decisión del cliente como el estar satisfecho o insatisfecho de una empresa. (Quiroa,2021).

Dentro de los procesos operativos en una empresa radican ciertas razones que son fundamentales, como son:

- a) Influencia en el cliente para ver si se encuentra satisfecho.
- b) La rentabilidad y el éxito depende del comprador de la empresa.
- c) Valor agregado a los clientes.
- d) Apoyar a otros procesos que sirven para la implementación en una entidad.

Según Lucas (2014), para identificar los procesos claves u operativos se puede hacer las siguientes interrogantes (p.36):

- a. ¿Quiénes son los clientes finales?
- b. ¿Quiénes son los proveedores?
- c. ¿Qué servicio se les ofrecemos?
- d. ¿Cómo se generan esos servicios?

Indicadores De Proceso

Seguimiento a las actividades programadas, en relación a los recursos materiales, personal y/o presupuesto.

- a) Medios de actividad: Referidos a factores fijos, Referidos a factores variables
- b) Resultados de actividad: Eficacia, Eficiencia, Economía y Calidad.

Según Bravo (2009), menciona que los indicadores de procesos que encontramos es el ABC Y BSC:

- a) El BSC (Balanced Scorecard) es una técnica de gestión partiendo de la estrategia organizacional que define los indicadores principales y luego otros que son la causa del indicador principal (Hammer, 2006, p.124).

El BSC o (Cuadro de Mando Integral), su principal función es la transformación de las estrategias de una organización en acción y resultado, mediante los objetivos alineados de las perspectivas como la financiera para dar respuesta a la perspectiva de los accionistas, en los procesos internos poder identificar los objetivos estratégicos que se relacionan con los procesos operativos, de los cuales dependen los requerimientos de los clientes y accionistas (Norton & Kaplan, 2009, como se citó en Gonzales,2017)

De acuerdo a la definición anterior, el Balanced Scorecard como un proceso tiene la función de traducir las estrategias de las empresas, la misión y los objetivos

que llevan a una acción empresarial relevante y conveniente desde los niveles más complejos hasta los más simples.

b) El ABC (*Activity Based Costing* o Costeo Basado en la Actividad). Principalmente consiste poder reconocer las actividades de todo proceso, costearlo partiendo desde el nivel en que se encuentra.

De acuerdo a la definición anterior, este indicador es utilizado para que las empresas puedan clasificar sus productos del inventario, siendo un método para la observación de datos y reducir operaciones administrativas relacionadas con la gestión de inventarios.

Flujogramas de procesos

Un Flujograma o diagrama de procesos son una representación gráfica con las entradas, actividades, puntos de decisión y el resultado final, por ende, describe de forma precisa el proceso completo, proporcionando una idea general sobre su función del mismo (Lucas,2014, p.42).

De acuerdo a, Pacheco (2017), el diseñar o mapear procesos con símbolos, es fundamental entender su significado. Siendo la representación gráfica que muestra la secuencia de actividades del proceso.

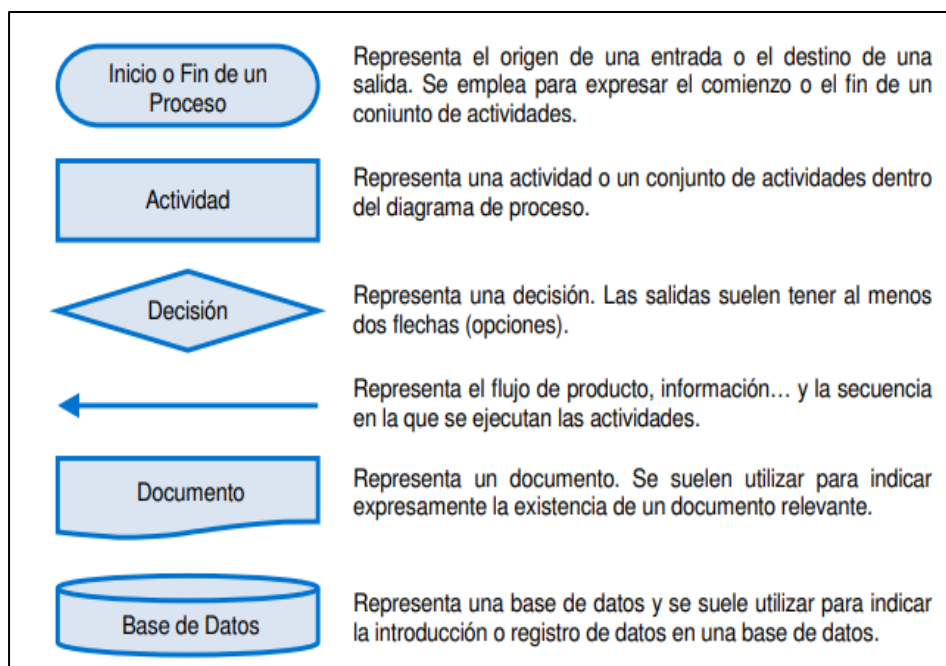
De tal modo, dichos diagramas son importantes porque favorecen a la interpretación de todas las actividades, ya que permiten una visión general del flujo y la secuencia de la misma, incluyendo todos los factores para el proceso y el límite de los mismos (Sanz et al. 2016, pág. 26).

Esto quiere decir, que los diagramas de flujo deben ser elaborados para todos los procesos de acuerdo a los niveles de categorías del proceso según las actividades que lo constituyen.

A continuación, se muestran los símbolos más habituales para representación de diagramas de flujo:

Figura 3:

Símbolos habituales de representación de diagramas de flujo:



Nota: (Lucas,2014).

Entonces, la elaboración de un diagrama permitirá obtener al detalle el nivel de cada uno de los procesos, mediante símbolos para un mayor entendimiento del mismo, así como para planificar, controlar las actividades y aporten valor a la organización.

2.2.3. Área de Comercialización

Comercialización

Rivadeneira (2012): “La comercialización es un conjunto de acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios”. Las organizaciones, empresas e incluso grupos son los que las realizan estas actividades.

De acuerdo a lo anterior la comercialización es tener lealtad con los clientes para satisfacer sus necesidades, lo cual se volverá más selectivo y de apoyo a las empresas que ofrecen bienes y servicios diferentes que buscan entender dichas necesidades.

Funciones de la comercialización

Las funciones de comercializar permiten el intercambio de la compra y venta de un bien o servicio y son las siguientes:

- a) Función comprar: Permite que los bienes o servicios sean buscados y evaluados para adquirirlos.
- b) Función venta: Significa que se pueda recuperar la inversión y lograr una utilidad del producto.
- c) La financiación: Suministra el crédito y el efectivo posible para operar como organización o cliente.
- d) Toma de riesgos: Enfrentar las incertidumbres siendo clave para la comercialización.

Entonces, se dice que estas funciones son ejecutadas por distintos responsables como compradores, productores, entre otros para comercializar.

A. Compras

Coral (2014), afirma que en el área de compras intervienen una serie de actividades organizadas, dependiente del área administrativa en coordinación con varios departamentos de la empresa, entre los cuales están: el almacén, producción, mantenimiento, y/o servicios (p.7).

Montoya (2002), nos dice que las compras es aquella tarea competente y específica. Tienen la finalidad de alcanzar objetivos de forma racional para una correcta gestión de adquisiciones, se podría obtener mercadería y/o servicios en cantidades, calidad, lugar, importe y la óptima rentabilidad a través de un proveedor imparcial para la organización, motivar al proveedor para continuar haciendo transacciones con su cliente.

Funciones de compras: Se encuentran distintas labores y actividades en el departamento de compras que se deben ejecutar. Algunas tareas son tomadas como compartidas y de responsabilidad propia de diferentes áreas del negocio; asimismo, realizar y simplificar aquellas operaciones que se deriven de las decisiones que toman las personas en las compras.

De acuerdo a lo mencionado las compras deben ser bien planeadas para que surta efectivo realizarlas, las empresas necesitan tener una organización oportuna para obtener beneficios a plazos y sean correctamente administrados por el área de compras.

B. Almacén

Según García (2010), nos dice que es una unidad de servicio en la estructura de una organización de comercio o industria, cuyos objetivos definidos de control y aprovisionamiento de los materiales en los productos. Al ordenar como administrar el departamento de almacén requiere de componentes distintos, como tamaño y objetivo de ordenamiento del negocio, el nivel querido de concentración, diversidad en productos elaborados, equipos flexibles y la facilidad de la manufactura, programación de la producción.

Dentro de las comunes funciones en diferentes tipos de almacenes son:

- a) Recepción de materiales en el almacén.
- b) Registro de entradas y salidas del almacén.
- c) Almacenamiento de materiales.
- d) Mantenimiento de materiales y del almacén.
- e) Despacho de materiales.
- f) Coordinación del almacén con las áreas de control de inventarios y de contabilidad.

Clasificación de almacén

Según, Gómez et.al (2010), los almacenes se clasifican en:

a. Planta de producción u operativo:

Materia prima: contar con la capacidad de materia prima y de esa manera favorecer al proceso de producción.

Producto en proceso: aquellos artículos en almacén que se tienen semielaborados, pero debe contener un grado apto con el fin de preservar el sistema productivo.

Producto terminado: permitirá preparar procesos que son logísticos y seguir adelante con los requerimientos de los clientes de una empresa.

b. Logístico:

Almacén de fábrica: se encuentra situado en los establecimientos del negocio, se distribuye inmediatamente hacia el comprador, así mismo, logra reducir costos de transporte y manipulación de productos.

Almacén regulador: administrar la circulación de aquellos productos a distintos canales de distribución, también, centralizar y sostener los niveles altos de los inventarios.

Almacén en tránsito: son almacenados de forma temporal aquellos materiales con su función completada como soporte a una cadena de disposición central, mediante la recepción y reparto hasta los otros establecimientos o sitios de venta.

C. Ventas

Según Mañas (2015), menciona que para la adecuada ejecución de ventas es importante en el área contar con un responsable, así mismo, los que venden y ofrecen los productos deben estar definidos en la empresa, cuentan con peculiaridades como: dedicarse en ese momento a realizar las actividades, control de las mismas en todo el proceso de ventas, el mercado se debe conocer para poder decidir, los proveedores y clientes deben estar en constante comunicación, también se debe conocer los volúmenes de venta y los costes en la misma incurridos.

De acuerdo a la definición anterior las ventas es un acto de negociación entre el cliente y el vendedor, pues a través de las distintas actividades se podrá incentivar a los clientes potenciales a realizar una determinada compra en la empresa, así como tener el conocimiento y control para ambas partes.

Proceso de ventas

Por otro lado, Kaufman, Lashley & Scherier (2009), comentan que en toda organización este proceso es fundamental para lograr una gestión de proyectos con éxito, donde el rol principal tiene el vendedor, tener la capacidad de explicar de manera profunda los productos y su información; tanto en la calidad como el valor, asimismo, aplicar estrategias claves para realizar una venta a los compradores de manera exitosa.

Según Philip Kotler, el proceso del concepto de venta, es el siguiente:

Tabla 1:

Proceso de venta Philip Kotler.

Punto de partida	Punto central	Punto medio	Punto final
»	»	»	Las utilidades que se generan mediante el volumen de ventas
La Fábrica	Los Productos	Una labor agresiva de ventas y promoción	

Nota: Adaptado de Philip Kotler (El proceso de venta).

Para Ayala (2016), afirma la entrega final de los productos a los compradores, en el determinado tiempo, haciendo ejecutar altos niveles de calidad que los intermediarios necesitan para una mayor lealtad de los clientes hacia la empresa.

De lo mencionado se dice que este proceso de ventas permite tener claro en una empresa las diferentes etapas o fases que pasa cuando inicia mediante la publicidad hasta finalizar en un despacho al cliente, afianzando sus líneas de negocio, productos y/o servicios para que la empresa logre mayores beneficios.

III. Materiales y Métodos

3.1. Tipo y nivel de investigación

El enfoque de la investigación es cualitativa, porque implica análisis en los procesos operativos de comercialización, elaboración de políticas y procedimientos para ampliación de negocio.

Así mismo, esta investigación es de tipo aplicada, propone resolver múltiples situaciones, tomando como base aportes teóricos, asimismo, aplicando técnicas y métodos, se plantean situaciones específicas que se puedan resolver de forma inmediata Baena (2017).

De igual manera se tiene un estudio de nivel descriptivo porque se enfoca en especificar y detallar aspectos generales de acontecimientos, organizaciones que serán analizados (Cortez & Escudero, 2018).

3.2. Diseño de Investigación

Esta investigación tiene un diseño no experimental, basándose en situaciones existentes, aplicadas a la realidad en su contexto natural, para analizar y explicar los resultados obtenidos con posterioridad en la farmacia.

3.3. Población, muestra y muestreo:

Población:

La población está conformada por la farmacia Cristianfarma.

Muestra:

La muestra de estudio está conformada por los procesos del área de comercialización de la farmacia Cristianfarma.

3.4. Criterios de selección

El motivo fundamental por lo que se decide realizar esta investigación en la farmacia “Cristianfarma”, es debido a la problemática existente y es la siguiente: no cuenta con buena gestión de inventarios, un compendio de políticas y procedimientos de control operativo comercial que permita la eficiencia de los recursos y colaboración de sus actividades, por ende, mediante esta investigación se pretende a la empresa conceder un aporte al finalizarla.

3.5. Operacionalización de variables

Tabla 2

Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicador
Variable Independiente: <i>Gestión de Inventarios.</i>	Montes (2014), la gestión de inventarios permite administrar correctamente los inventarios dentro de las organizaciones como apoyo para una mayor efectividad y mantener disponibles bienes ya sea para uso o venta.	Organizar, planificar, y controlar el conjunto de stocks que pertenecen a una organización a través de criterios, políticas, etc.	Inventarios	Concepto, importancia, Nic 2.
			Políticas de inventarios	Concepto, propósitos, políticas de gestión de inventarios, proceso de gestión.
			Indicadores de gestión	Indicadores de inventarios (Rotación de inventarios, duración de inventario, Exactitud del inventario y desvalorización del inventario)
				Indicadores de compras (Calidad de pedidos generados y volumen de compras).
			Control de inventarios	Concepto, importancia, costos del control de inventarios.
Variable dependiente: <i>Procesos Operativos</i>	Quiroa (2021), el proceso operativo es la entrada de una serie de actividades que se relacionan mutuamente para generar un resultado final.	Mejora el desempeño de la entidad, a través de metodologías, actividades que optimicen procesos internos.	Proceso	Concepto, importancia, características, clasificación.
			Indicadores de procesos	Concepto, indicador ABC, indicador BSC.
			Flujograma de procesos	Concepto, importancia, símbolos de diagramas.
Variable Interviniente: <i>Área de Comercialización.</i>	Rivadeneira (2012), "La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios"	Planeación de estrategias para la venta de los productos, incluyendo áreas como almacén, etc.	Comercialización	Concepto, importancia.
			Funciones de comercialización	Función de compra, venta, la financiación, toma de riesgos.
			Compras	Concepto, funciones
			Ventas	Definición, proceso de ventas.
			Almacén	Concepto, funciones, clasificación.

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la presente investigación se empleó la técnica de la entrevista como la observación directa, la entrevista estaba dirigida a la propietaria del negocio y al personal farmacéutico mediante la guía de entrevista como instrumento, con la finalidad de conocer los datos generales y los procesos del negocio, asimismo, la técnica de observación directa se realizó para determinar las deficiencias en el almacén del negocio, por ello, se desarrolló a través del análisis documental para determinar los indicadores de gestión en los procesos del negocio.

3.7. Procedimientos

Mediante una visita a la propietaria se solicitó el respectivo permiso para acceder a la información del negocio en estudio, a su plan de procedimientos, a sus compras y ventas correspondiente al año 2021, con el propósito de recolectar y seleccionar la información. Luego se acordó una fecha indicada para la entrevista con la gerente y el personal farmacéutico, de este modo fue recopilada la información para el desarrollo de la investigación.

3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos

Para conocer los aspectos generales del negocio, se recopiló y se interpretó los datos obtenidos en la entrevista a la propietaria del negocio.

Para describir los procesos operativos y las deficiencias se tomó en cuenta la información recopilada en la entrevista a la propietaria, a fines de elaborar diagramas para cuatro procesos, asimismo, la observación que se realizó al área de almacén para redactar las debilidades.

Para determinar los indicadores en la gestión de inventarios, mediante análisis documental, teniendo en cuenta los datos obtenidos de compras y ventas correspondiente al año 2021, proporcionado por la propietaria del negocio.

Para el análisis de los riesgos y manejo de control de inventarios, se tomó en cuenta información disponible de la empresa al año 2021; como de la entrevista a la propietaria para la ampliación del negocio.

Para elaborar políticas y procedimientos se tomó como referencia la información anteriormente mencionada y proponerlas para la gestión del negocio.

3.9. Matriz de consistencia:

Tabla 3:

Matriz de consistencia

Título	Problema	Justificación	Marco Teorico	Objetivos	Variables	Diseño Metodológico
Gestión de inventarios para el proceso operativo del área de comercialización en la ampliación de negocio Farmacia Cristianfarma, Chota Cajamarca - Año 2021	¿En qué medida la gestión de inventarios incide en el proceso operativo del área de comercialización para la ampliación de negocio Farmacia Cristianfarma, Chota Cajamarca - Año 2021?	La empresa presenta debilidades en cuanto al control de inventarios, por ello, la gestión de inventarios tiene mucha importancia en las organizaciones como contribución al control y manejo de sus inventarios en almacén, por ende, requiere de supervisión constante.	Gestión de inventarios	Objetivo General	Independiente	Tipo de Investigación
			Inventarios	Determinar en qué medida la gestión de inventarios incide en el proceso operativo del área de comercialización para la ampliación de negocio Farmacia Cristianfarma, Chota Cajamarca - Año 2021.	Gestión de Inventarios	Cualitativa, Aplicada, Descriptiva
			Concepto, importancia, Nic 2		Dependiente	Diseño de la Investigación
			Políticas de inventarios		Procesos Operativos	No experimental
			Concepto, propósitos, políticas de gestión de inventarios, proceso de gestión.		Interviniente	Técnicas de investigación
			Indicadores de gestión		Objetivos Específicos	Área de Comercialización
			Rotación de inventarios, duración de inventarios, exactitud del inventario, desvalorización del inventario, calidad de pedidos generados, volumen de compras.	Aspectos generales de la empresa Cristianfarma, Chota Cajamarca- Año 2021.	Población	Instrumentos de investigación
			Control de inventarios	Descripción de los procesos operativos de comercialización para determinar las deficiencias en el área de almacén Farmacia Cristianfarma, Chota Cajamarca -Año 2021.	Farmacia Cristianfarma	Análisis documental y grúa de entrevista
			Concepto, importancia, control de inventarios	Determinación de los indicadores de gestión de inventarios actuales en el proceso operativo del área de comercialización farmacia Cristianfarma, Chota Cajamarca - Año 2021.	Muestra	Procesos operativos del área de comercialización de la farmacia.
			Procesos operativos			
			Proceso	Análisis de riesgos y el manejo del control de los inventarios para la ampliación de negocio farmacia Cristianfarma, Chota Cajamarca - Año 2021.		
			Concepto, importancia, características, clasificación			
			Indicadores de procesos	Elaboración de políticas y procedimientos para el control en la ampliación de negocio farmacia Cristianfarma, Chota Cajamarca - Año 2021.		
			Indicador ABC, BSC			
			Flujograma de procesos			
			Concepto, importancia, símbolos			
			Área de comercialización			
			Comercialización			
			Concepto, importancia			
			Funciones de comercialización			
Compra, venta, financiación, toma de riesgos						
Compras						
Concepto,funciones						
Ventas						
Concepto, proceso de venta						
Almacén						
Concepto,funciones, clasificación						

3.10 Consideraciones éticas:

La información obtenida de la presente investigación fue recopilada con el consentimiento de la propietaria y personal entrevistado, lo cual, no podrá ser utilizada por terceras personas ajenas a la investigación, por ello, será usada de forma confidencial, realizado solo con fines académicos.

IV. Resultados y discusión

4.1. Resultados

En el presente capítulo se presentan los resultados obtenidos del trabajo de campo en farmacia Cristianfarma, cuyo objetivo general fue determinar en qué medida la gestión de inventarios incide positivamente en el proceso operativo del área de comercialización para la ampliación de negocio Farmacia Cristianfarma, Chota Cajamarca - Año 2021, generando cinco objetivos específicos:

4.1.1. Aspectos generales de la empresa Cristianfarma, Chota Cajamarca - Año 2021.

En la presente investigación se utilizó como instrumento la entrevista a la propietaria del negocio, se logró obtener los siguientes resultados:

A. Descripción de la empresa

Farmacia Cristianfarma no elabora o fabrica medicamentos, sino comercializa productos farmacéuticos y médicos. El negocio se encuentra ubicado en la provincia de Chota, está en funcionamiento desde el 27 de marzo 2019.

Datos generales de la empresa:

- a NOMBRE COMERCIAL: Botica “Cristianfarma”.
- b. RUC N.º: 10478006093
- c TIPO DE CONTRIBUYENTE: Persona Natural con Negocio
- d. RÉGIMEN TRIBUTARIO: NRUS
- e PROPIETARIA: Díaz Efus Aracely del Rosio
- f. DIRECCIÓN: Jr. 30 de agosto – Chota

B. Infraestructura y Equipamiento

El negocio cuenta con una infraestructura y equipamiento que le permite una organización de acuerdo a las áreas establecidas por DEGEMID. Las áreas se encuentran detalladas en el siguiente cuadro:

Tabla 4:*Infraestructura y equipamiento*

N°	AREAS ESTABLECIDAS	FUNCION DEL AREA
01	Area de dispensación	Destinada a la atención al público en general
02	Area de almacenamiento	Depósito de los productos farmacéuticos
03	Area de recepción	Destinada a recibir los pedidos de los proveedores
04	Area de cuarentena	Destinada a los productos para canje o devolución
05	Area de próximos a vencer	Destinada a los productos próximos a vencer
06	Area de vencidos	Destinada a los productos vencidos
07	Area de expendio	Destinada a la entrega y venta al público en general

Nota: Información de la entrevista realizada.

C. Principales proveedores

Algunos de los principales proveedores del negocio se encuentran en el cuadro siguiente:

Tabla 5:*Principales proveedores*

N°	PROVEEDORES	RUC
01	QUIMICA SUIZA SAC	20100085225
02	TOTAL WORLD CORPORATION SAC	2048471068
03	DROGUERIAS UNIDAS DEL PERU SAC	20516326051
04	DISTRIBUIDORA DROGUERIA LAS AMERICAS SAC	20481555371
05	REAL MEDIC EIRL	20386533343
06	CORPORACION FARMASALUD	20480524366
07	DISTRIBUCIONES CHALI SAC	20368719626
08	DISTRIBUIDORA DROGUERIA ALFARO SAC	20108983583
09	DISTRIBUIDORA COSABELL	20600490461
10	DROGUERIA & DISTRIBUCIONES DRODICORD EIRL	20604217998
11	G& D SOLUCIONES FARMA SAC	20602606385
12	INNOVACIONES FARMACEUTICAS DRONVELS SAC	20513440651

Nota: Información de la entrevista realizada

D. Análisis FODA

Se presenta un análisis sintetizado en relación a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del negocio farmacia CRISTIANFARMA:

Tabla 6:

Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con una cartera de proveedores fijos • Establecimiento propio. • El lote de medicamento llega en la fecha pactada • Precio de venta accesible • Variedad de productos del rubro 	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiencia en el manejo de inventarios en almacén • No cuenta con organigrama • Existe una alta rotación del personal • No cuenta con un método de control de inventarios • Falta de capacitaciones al personal • No tiene un acuerdo con los proveedores para el cambio de productos vencidos • El régimen tributario del negocio es restrictivo para que pueda crecer
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Competencia en el mercado donde opera la farmacia • Ingreso de cadenas de farmacia en la Provincia de Chota • La inseguridad social (robos) • Incremento del costo del producto • Restricciones en las ventas (usos y costumbres de la plaza) • Guerra de precios ocasionados por los competidores 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento económico de la región • Debilitamiento de los competidores • Incremento en el poder adquisitivo de los consumidores en Chota

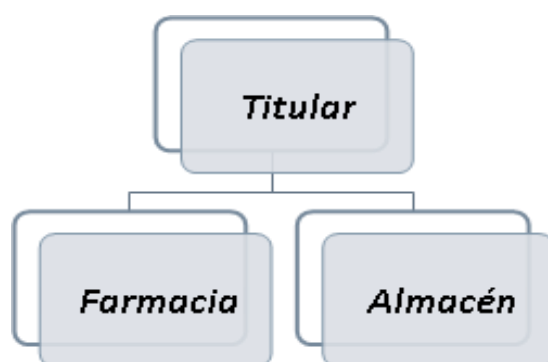
Nota: Información de la entrevista realizada

E. Estructura Organizacional

A continuación, se presenta la estructura de la farmacia Cristianfarma:

Figura 4:

Estructura del negocio



Nota: Información de la entrevista realizada

4.1.2. Descripción de los procesos operativos de comercialización para determinar las deficiencias en el área de almacén Farmacia Cristianfarma, Chota Cajamarca - Año 2021.

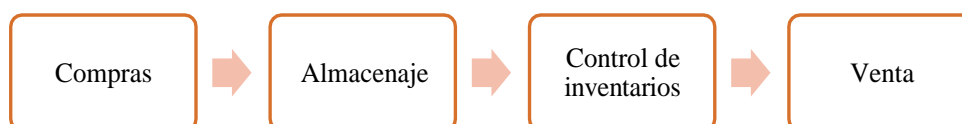
Como negocio se encuentra bien consolidado con sus requisitos farmacéuticos bien implementados, sin embargo, existen ciertas deficiencias para la gestión de sus inventarios y control de sus existencias en almacén. A continuación, se presenta el proceso operativo que se realiza en la comercialización de los medicamentos en la farmacia:

Mapa de procesos operativos

El mapa de procesos operativos de la farmacia es el siguiente:

Figura 5:

Mapa de procesos de farmacia



Nota: Información de la entrevista realizada

A: Proceso de Compras

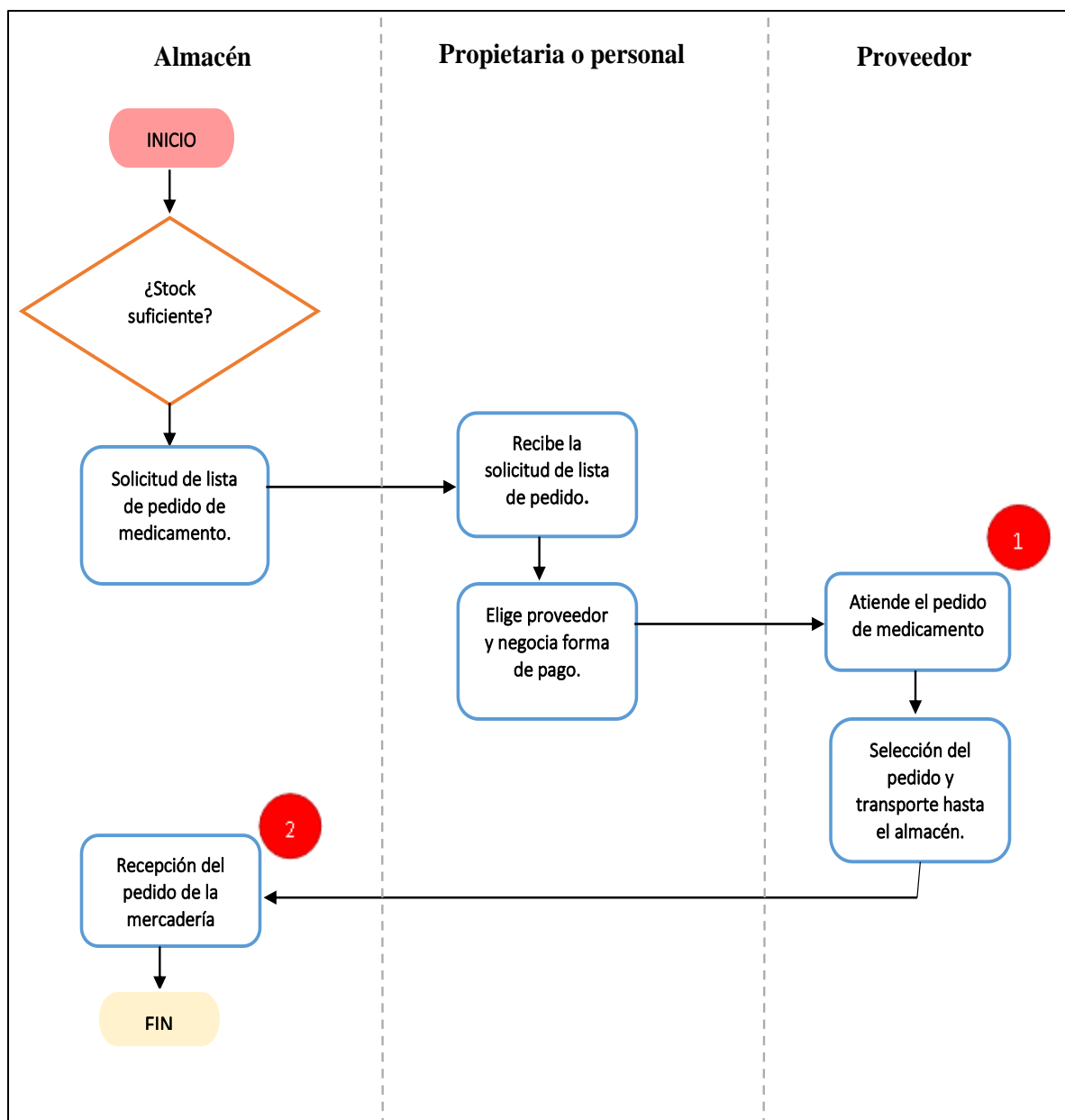
En este proceso se va a presentar a detalle actividades que se realizan en el establecimiento.

Tabla 7:

Proceso de compras

Actividad	Descripción	Responsable
Revisar el almacén	Revisión del stock de mercadería	Propietaria o personal farmacéutico
Generar lista de pedido en el almacén	Se solicita la lista de pedido de la mercadería	Propietaria o personal farmacéutico
Revisar lista de pedido en la farmacia	Se revisa la lista de pedido de mercadería	Propietaria o personal farmacéutico
Proveedor y forma de pago	Se elige el proveedor y se negocia la forma de pago.	Propietaria
Recibe la lista de pedido	Se atiende la lista de pedido de mercadería.	Proveedor
Pedido y transporte al almacén	Se selecciona el pedido y se transporta al almacén.	Proveedor
Recepción del pedido	Se recibe la mercadería solicitada.	Propietaria o personal farmacéutico

Nota: Información de la entrevista realizada

Figura 6:*Flujograma del proceso de compras*

Nota: Información de la entrevista realizada

Descripción de las deficiencias en el proceso de compras de existencias:

1. El almacén a pesar de estar ordenado alfabéticamente y contar con un stock medio de productos, sin embargo, existen deficiencias las que ocasionan desorden y mezclas de la mercadería próxima a vencer con la que tiene fecha de caducidad a plazo, por ello, la existencia de aquellos productos termina dando como resultados sobrantes en el almacén. Así mismo, la propietaria realiza pedidos en oportunidades, porque hay

promociones del momento por algunos proveedores y esto es conveniente porque permite aminorar costos y el precio pueda ser liderado en las tiendas. Sin embargo, el negocio tiene problemas desde el pedido del medicamento al proveedor.

2. **Infraestructura de almacén deficiente:** La recepción del pedido se realiza de acuerdo a la llegada del repartidor, sin embargo, existe una demora de tiempo al recibir la mercadería porque se tiene que hacer el espacio en almacén para poder recibir los nuevos productos y en ocasiones se retrasa la recepción del pedido por no tener acondicionado el espacio suficiente y preparado para la reciente mercadería, esto sucede cuando el encargado no realiza las funciones correspondientes en el orden del almacén y generar espacios para recibir los nuevos productos, haciendo de esta manera que causen las confusiones en el conteo de las cantidades y los productos próximos a vencer.

B. Proceso de Almacenaje

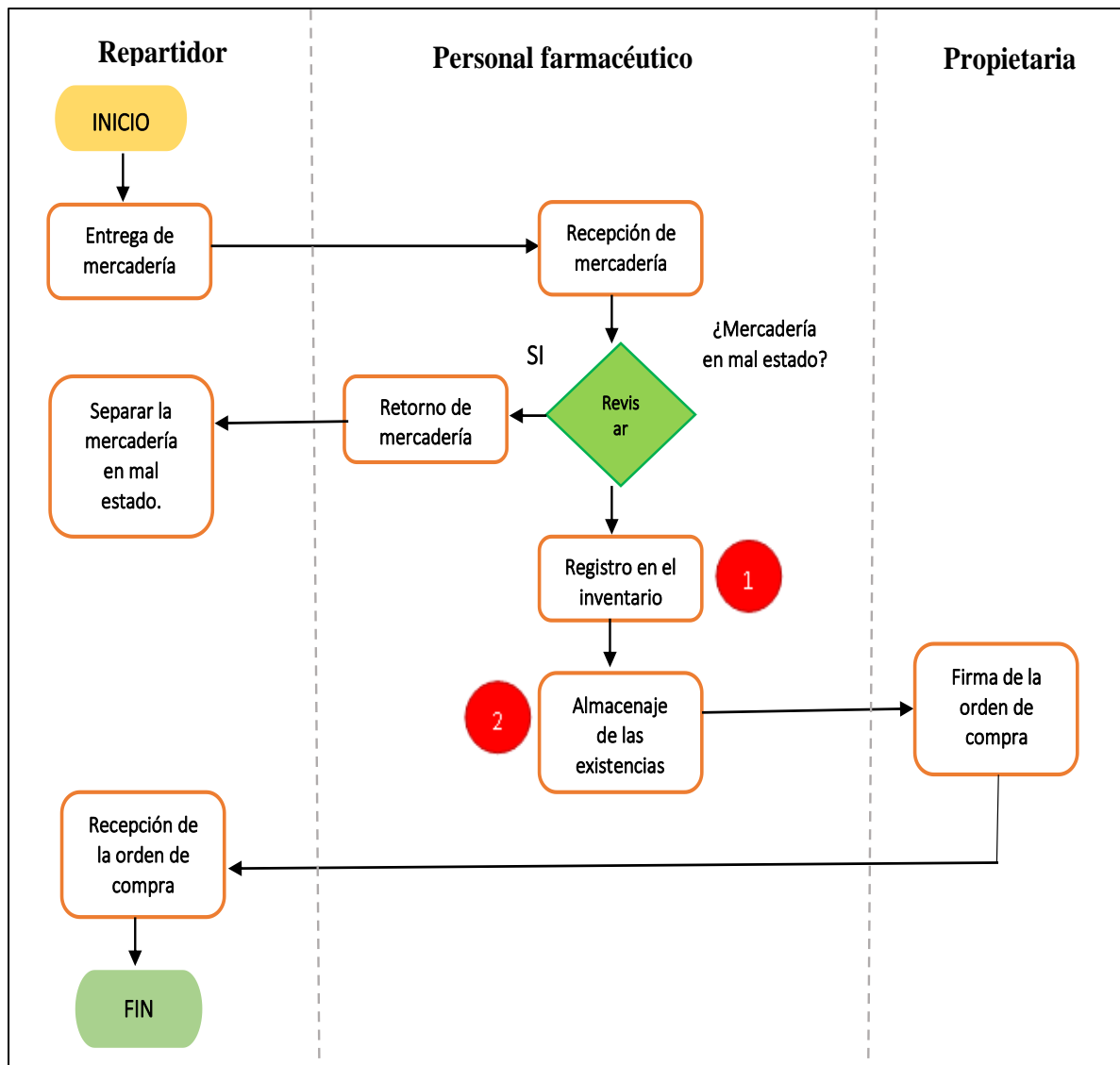
En este proceso se va a presentar a detalle actividades que se realizan según la observación directa realizada en el establecimiento.

Tabla 8:

Proceso de Almacenaje

Actividad	Descripción	Responsable
Recepción en la farmacia	Se recibe el lote de la mercadería.	Propietaria
Revisión del estado del medicamento	Se hace la revisión del medicamento llegue en buen estado	Propietaria o personal farmacéutico
Rectificación de las no conformidades	Se da validación de los medicamentos en mal estado	Propietaria o personal farmacéutico
Registro en el inventario	Se ingresa a inventarios según orden de compra	Propietaria o personal farmacéutico
Almacenaje en la farmacia	Se distribuye los productos ingresados en el inventario	Propietaria o personal farmacéutico
Firma de orden de compra	Se firma la orden de compra	Propietaria
Recepción de orden de despacho	Se recibe la orden de despacho según la mercadería entregada	Repartidor

Nota: Información de la entrevista realizada

Figura 7:*Flujograma del proceso de almacenaje*

Nota: Información de la entrevista realizada

Descripción de las deficiencias en el proceso de almacenaje de existencias

1. En el momento de realizar el registro de inventarios, se hace anterior a ello anotaciones en un cuaderno físico, lo cual no facilita el traspaso de la información correctamente y a veces hay errores al escribir los datos; por ende, el encargado comete errores al registrar la información en el inventario. Así mismo, el incorrecto llenado del inventario no proporciona el control de la mercadería y no permite el orden adecuado para traspasar la información, haciendo que demande más tiempo de lo previsto.

2. Cuando ya se cuenta con la nueva mercadería se va a distribuir en el almacén de acuerdo al orden alfabético y a la presentación del producto, sin embargo, no se

tiene completamente bien organizado el almacén, ya que la ubicación y desorden (productos próximos a vencer con los de fecha de caducidad larga y la mercadería por el pasadizo) no permiten la identificación oportuna de los medicamentos, ocasionando el error al entregar el producto solicitado por el cliente.

C. Proceso de Control de Inventarios

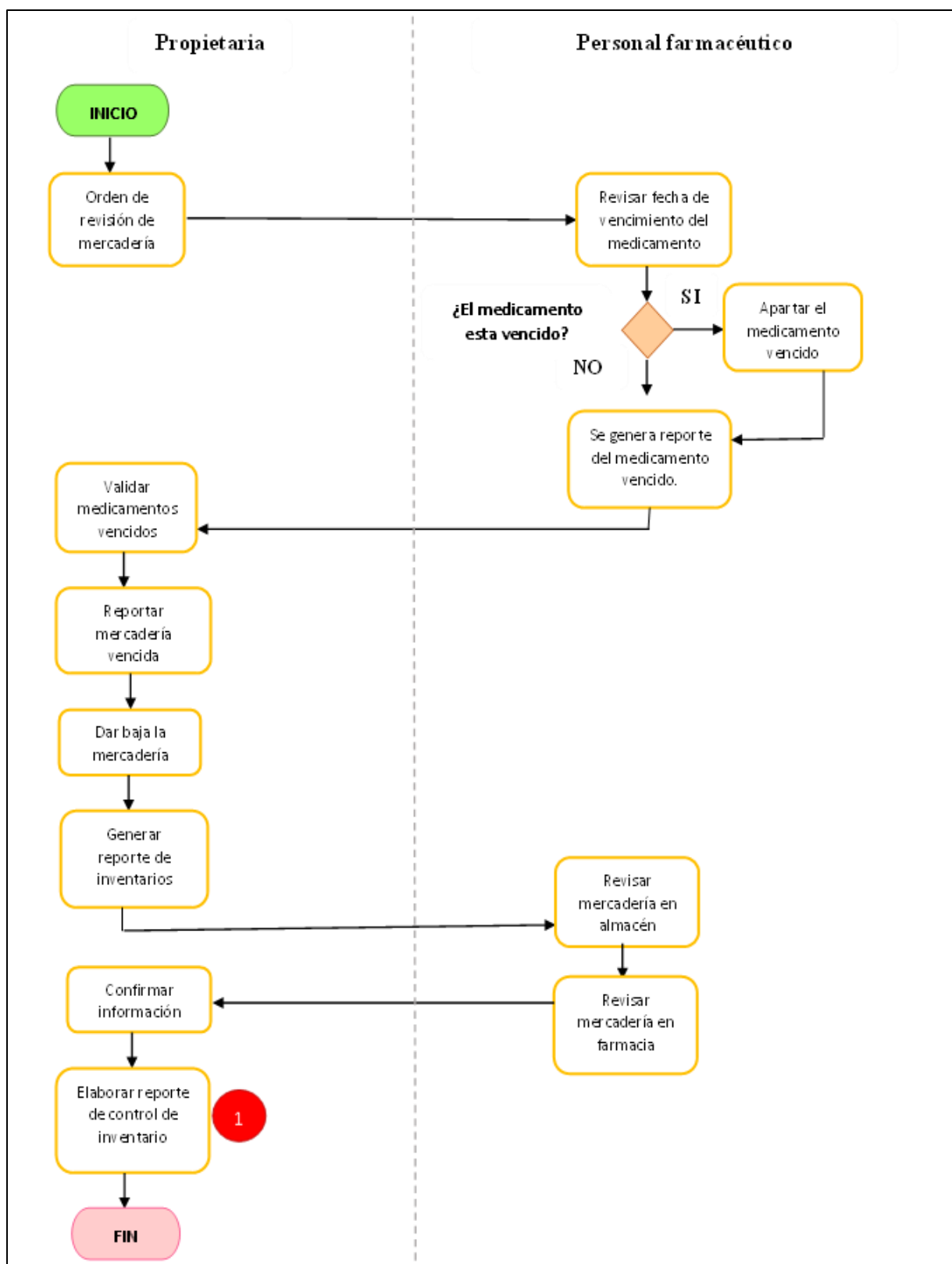
En este proceso se va a presentar a detalle actividades que se realizan según la observación directa realizada en el establecimiento.

Tabla 9:

Proceso de control de inventarios

Actividad	Descripción	Responsable
Revisar mercadería vencida en almacen	Revisión de las fechas de vencimiento del medicamento	Propietaria o personal farmacéutico
Revisar mercadería vencida en el establecimiento	Revisión de las fechas de vencimiento del medicamento	Propietaria o personal farmacéutico
Validación de mercadería vencida	Revisión de las fechas de vencimiento del medicamento	Propietaria
Reportar mercadería vencida	Se origina el reporte de mercadería vencida.	Propietaria
Dar de baja mercadería vencida	Se ocasiona la baja de la mercadería vencida.	Propietaria
Generar reporte de los inventarios	Solicitud de los inventarios actualizados	Propietaria
Revisión de mercadería en almacén	Se hace el conteo de la cantidad de cada producto en el almacén	Propietaria o personal farmacéutico
Revisión de mercadería en farmacia	Se hace el conteo de la cantidad de cada producto en la farmacia	Propietaria o personal farmacéutico
Confirmar la información	Validación de la información de reporte con el inventario físico	Propietaria
Elaboración de reporte de control de inventarios	Reporte de la mercadería en inventario	Propietaria

Nota: Información de la entrevista realizada

Figura 8:*Flujograma de proceso de control de inventarios**Nota:* Información de la entrevista realizada

Descripción de las deficiencias en el proceso de control de inventarios

1. Cuando se tiene que realizar el reporte del control de inventario la propietaria encuentra deficiencias, porque no se realiza correctamente el conteo de las cantidades de los productos tanto en almacén como en el local, existe un desorden y debilidad en la información que reporta el personal. Además, que este control no se realiza por lo menos todos los meses como se debería, por otro lado, se encuentran con daños, deterioros de los productos en almacén por la inadecuada ubicación y ocasiona un descontrol en los inventarios ya que se vera la información distorsionada.

D. Proceso de ventas

En este proceso se va a presentar a detalle actividades que se realizan en la venta del medicamento.

Tabla 10:

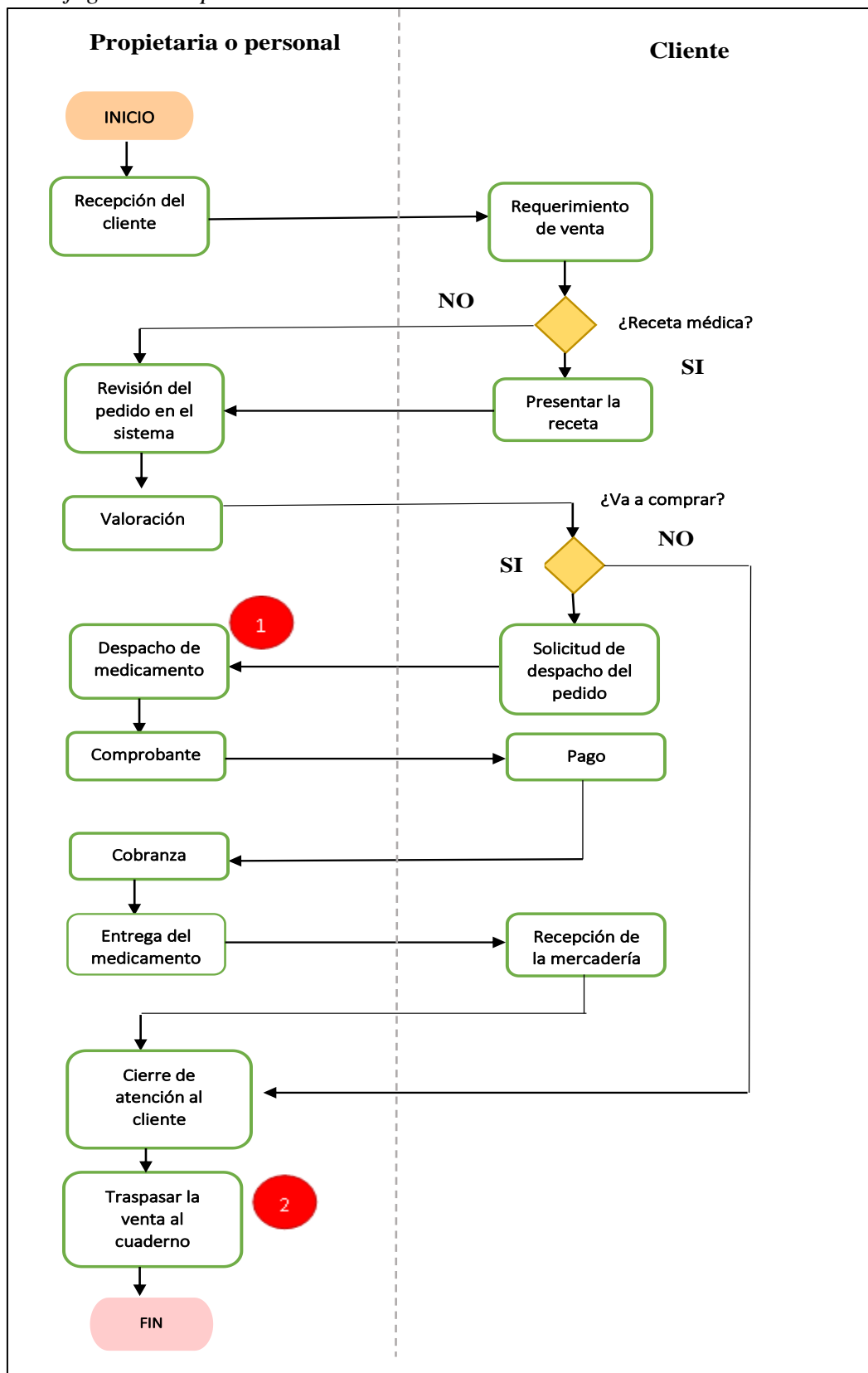
Proceso de ventas

Actividad	Descripción	Responsable
Recepción del cliente	Se hace la atención al cliente.	Propietaria o personal farmacéutico
Revisión del pedido	Se revisa si el medicamento requiere de una receta médica	Propietaria o personal farmacéutico
Valoración	Se calcula el valor total de la venta	Propietaria o personal farmacéutico
Despacho del pedido	Se entrega el medicamento solicitado	Propietaria o personal farmacéutico
Comprobante	Se cobra y se entrega boleta de venta manual	Propietaria o personal farmacéutico
Cierre de venta	La venta se pasa al cuaderno de ventas del día	Propietaria o personal farmacéutico

Nota: Información de la entrevista realizada

Figura 9:

Flujograma del proceso de ventas



Nota: Información de la entrevista realizada

Descripción de las deficiencias en el proceso de ventas

1. Cuando se realiza el despacho de la mercadería existen ocasiones que el personal farmacéutico comete el error de entregar más de lo solicitado o es cambiado el medicamento. Así mismo, al contar con un almacén no muy organizado no le permite despachar de forma rápida el producto, ocasionando demoras en el tiempo previsto.

2. Al registrar en el cuaderno la venta del día, el personal encargado plasma el precio no real del producto que despacho al cliente, ocasionando al cierre del día faltante de dinero y/o muchas veces faltantes de productos porque se le olvida registrar algunas ventas. Entonces, al realizar el cierre de la venta hay diferencias en cuanto al dinero y las cantidades de medicamento vendidas, originando robos, faltantes de mercadería y finalmente que no cuadre la caja.

Tabla 11:

Cuadro de causas y efectos de las deficiencias encontradas.

Deficiencias encontradas	Causas	Efectos
<i>Inventarios en el almacén.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de un sistema de control de inventarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de espacio en el almacén por productos vencidos
<i>No existe control en recepción del pedido de la mercadería.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • El espacio físico del almacén es reducido. • Falta de supervisión al personal • No se cumplen las funciones encargadas por el personal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Demora de tiempo para recibir la mercadería. • Errores en el conteo de las cantidades y los productos próximos a vencer. • Recibir producto vencido, deteriorado.
<i>Imposibilidad de determinar lo real o correcto de las existencias.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de un registro de ventas que genere confianza • Falta de supervisión en el registro al sistema de inventarios. • No existe registro en sistema para el control de inventarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de control en la mercadería generando demandar mas tiempo de lo previsto. • No se realiza el llenado del formato físico de inventario
<i>Ineficiencias en el reporte del control de inventario.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de un sistema de control de inventarios. • Falta de supervisión de los inventarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Descontrol en la mercadería por daños, vencimientos, deterioros y posibles robos en almacén.
<i>Ineficiente despacho de la mercadería.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de control de inventarios • Falta de sistema de inventarios • Insuficiente capacidad de almacenaje 	<ul style="list-style-type: none"> • Demora en el tiempo de despacho del producto. • Desabastecimiento de mercadería
<i>Incorrecta información de ventas diarias.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • No se plasma el precio real del producto de la venta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de dinero en caja al hacer el cierre de las ventas y las cantidades vendidas no coinciden

Nota: Información de la entrevista realizada

4.1.3. Determinación de los indicadores de gestión de inventarios actuales en el proceso operativo del área de comercialización farmacia Cristianfarma, Chota Cajamarca - Año 2021.

Los indicadores de gestión son de mucha importancia, porque permite a través de ellos saber cuáles son las consecuencias de las acciones tomadas en cada uno de los procesos de los que maneja la empresa, por ende, genera información valiosa para poder establecer las estrategias y procesos. El presente objetivo se presentará los diferentes indicadores de gestión actuales en el proceso operativo del negocio, los cuales son:

Indicadores de inventarios

Rotación de Inventario

Es el número de veces en que la mercadería ha salido de almacén, es decir la cantidad de veces que el inventario ha rotado.

Se utiliza la formula siguiente:

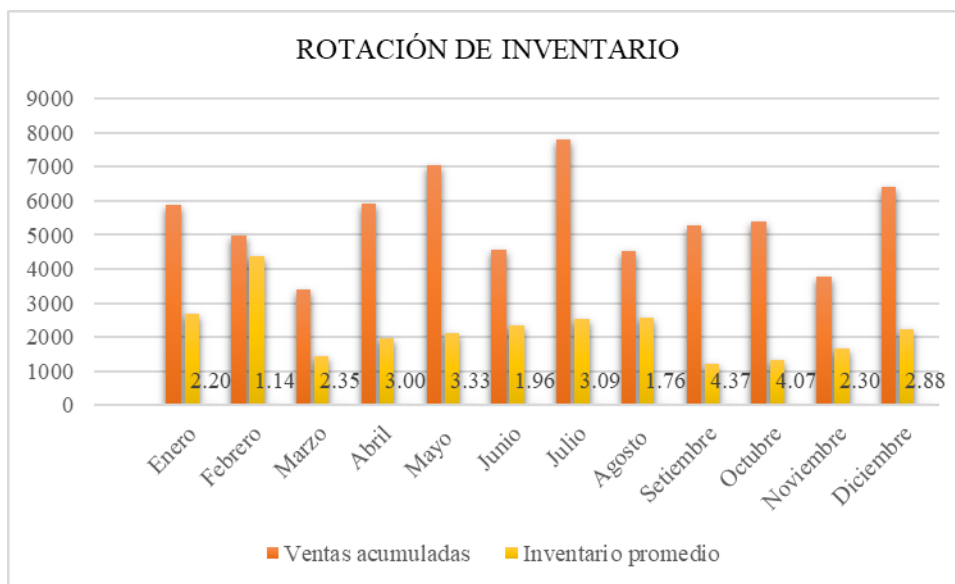
Indice de Rotacion de inventario	=	$\frac{\text{Ventas acumuladas}}{\text{Inventario Promedio}}$	= nº de veces
----------------------------------	---	---	---------------

Tabla 12:

Rotación de inventario

Indicador: Rotación de Inventario			
Registro de información 2021			
<i>Mes</i>	<i>Ventas acumuladas</i>	<i>Inventario promedio</i>	<i>Nº de veces</i>
Enero	5,890.45	2680	2.20
Febrero	4,991.92	4370	1.14
Marzo	3,405.95	1450	2.35
Abril	5,910.75	1970	3.00
Mayo	7,063.70	2120	3.33
Junio	4,576.20	2330	1.96
Julio	7,812.00	2530	3.09
Agosto	4,533.60	2580	1.76
Setiembre	5,284.80	1210	4.37
Octubre	5,376.40	1320	4.07
Noviembre	3,790.60	1648	2.30
Diciembre	6,420.50	2230	2.88

Nota: Datos extraídos del inventario del negocio.

Figura 10:*Rotación de inventario:*

Como se puede apreciar en cuanto al movimiento de la mercadería en almacén, en los meses de mayo, julio, setiembre, octubre se obtuvo mayor rotación de inventarios debido a las ventas de productos con mayor demanda, entre ellos capsulas, jarabes, tónicos, ampollas, vitaminas, etc. Sin embargo, existen meses como febrero, junio, agosto, noviembre y diciembre, siendo lenta la rotación, causando sobre stock de inventarios en almacén ya que no hay mucha demanda, por lo que queda en stock mercadería que puede estar más próximaa caducar. Se identificaron los productos con mayor rotación: BRNCOMAGNIMOX CAPS X100 UNID, AMOXICILINA 250-SUSP X60 MLL.C, DEXACORTIL AMPOLLA, GRIPACJUNIOR, VIDA MAX.

Índice de duración de Inventario

Control en días el inventario disponible de la mercadería almacenada en el centro de distribución.

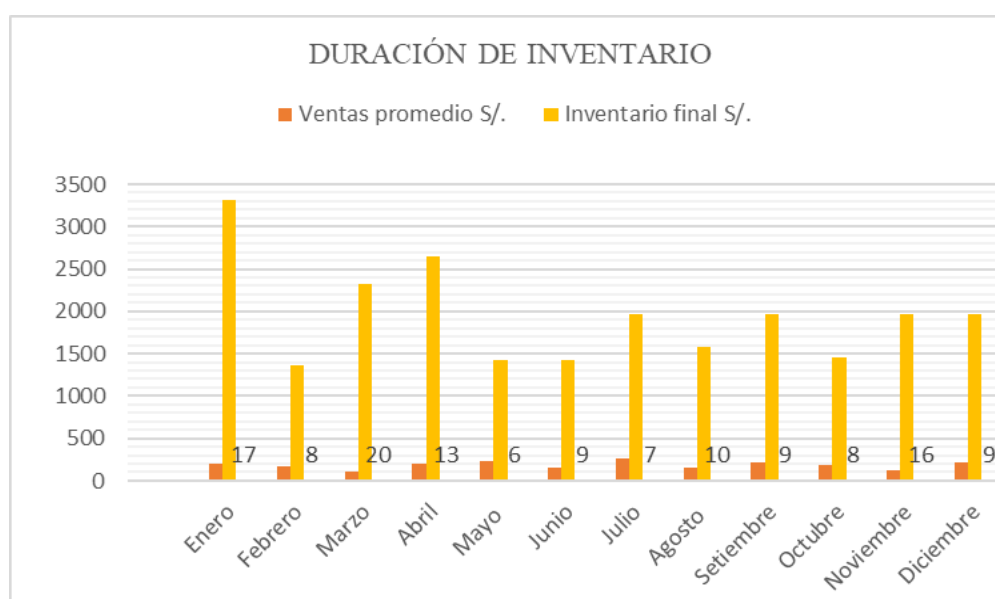
Se utiliza la formula siguiente:

Índice de duración de inventario	=	$\frac{\text{Inventario Final}}{\text{Ventas promedio}} \times 30 \text{ días}$
----------------------------------	---	---

Tabla 13:*Duración de inventario:*

Indicador: Duración de Inventario			
Registro de información 2021			
<i>Mes</i>	<i>Ventas promedio S/.</i>	<i>Inventario final S/.</i>	<i>Valor del indicador (dias)</i>
Enero	196.35	3310.00	17
Febrero	166.40	1360.00	8
Marzo	113.53	2320.00	20
Abril	197.03	2650.00	13
Mayo	235.46	1430.00	6
Junio	152.54	1430.00	9
Julio	263.07	1960.00	7
Agosto	151.12	1580.00	10
Setiembre	209.49	1970.00	9
Octubre	179.21	1460.00	8
Noviembre	126.33	1970.00	16
Diciembre	214.02	1970.00	9

Nota: Datos obtenidos de inventario del negocio.

Figura 11:*Duración de inventario*

En cuanto a la duración de la mercadería en el centro de distribución, el negocio cuenta con un efectivo control de inventario disponible, en los meses de febrero, mayo, julio, indicando que las cantidades entre el inventario final y las ventas promedio dura

8 días, 6 días y 7 días en almacén. A comparación de los meses de enero marzo, abril, noviembre donde la duración es de 17 días, 20 días, 13 días y 16 días, siendo amplio el plazo porque no existe una materialización a la hora y puede ocasionar muchos riesgos de ser perdido o sufrir obsolescencias en almacén. Así mismo, el negocio no puede tener altos niveles en los cuales pueda emplear recursos inmediatos y genere un impacto positivo y ocasione disponibilidad de sus productos.

Exactitud del Inventario

Se determina mediante el número de referencias que presentan descuadres con respecto al inventario lógico, cuando se realiza el inventario físico.

Se utiliza la formula siguiente:

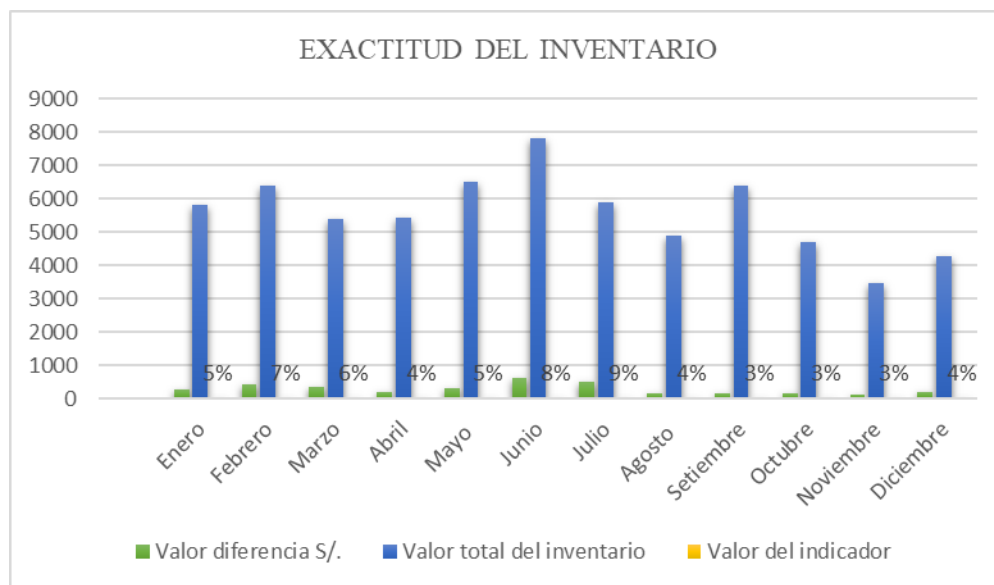
Exactitud del Inventario	=	$\frac{\text{Valor diferencia (S/.)}}{\text{Valor Total de Inventarios}}$
--------------------------------	---	---

Tabla 14:

Exactitud del inventario

Indicador: Exactitud del Inventario			
Registro de información 2021			
<i>Mes</i>	<i>Valor diferencia S/.</i>	<i>Valor total del inventario</i>	<i>Valor del indicador</i>
Enero	290.00	5800.00	5%
Febrero	430.00	6400.00	7%
Marzo	340.00	5400.00	6%
Abril	210.00	5420.00	4%
Mayo	320.00	6500.00	5%
Junio	620.00	7800.00	8%
Julio	510.00	5900.00	9%
Agosto	180.00	4900.00	4%
Setiembre	160.00	6390.00	3%
Octubre	150.00	4680.00	3%
Noviembre	120.00	3450.00	3%
Diciembre	184.00	4260.00	4%

Nota: Datos obtenidos de inventario del negocio

Figura 12:*Exactitud del inventario*

En cuanto a la exactitud del inventario se realiza mensual, nos muestra la cantidad de mercadería o algunas referencias del inventario físico en almacén, pues el indicador para el mes de enero (5%) que determina el número de mercaderías que hacen descuadre con lo que se tiene en el inventario del negocio, pues el valor de esta diferencia hace que se distorsione la información en el valor total del inventario actual. En los meses de setiembre, octubre, noviembre existen un porcentaje mínimo del (3%) y en los meses de abril, agosto, diciembre (4%) porque se controló la información de los inventarios, a comparación de los meses de febrero (7%), junio con (8%) y el mes de julio con (9%) ocasionando un problema grave de control.

Desvalorización del inventario

Nivel de mercadería no disponible para despachos por obsolescencias, deterioro, averías, devueltas en mal estado, vencimientos, etc.

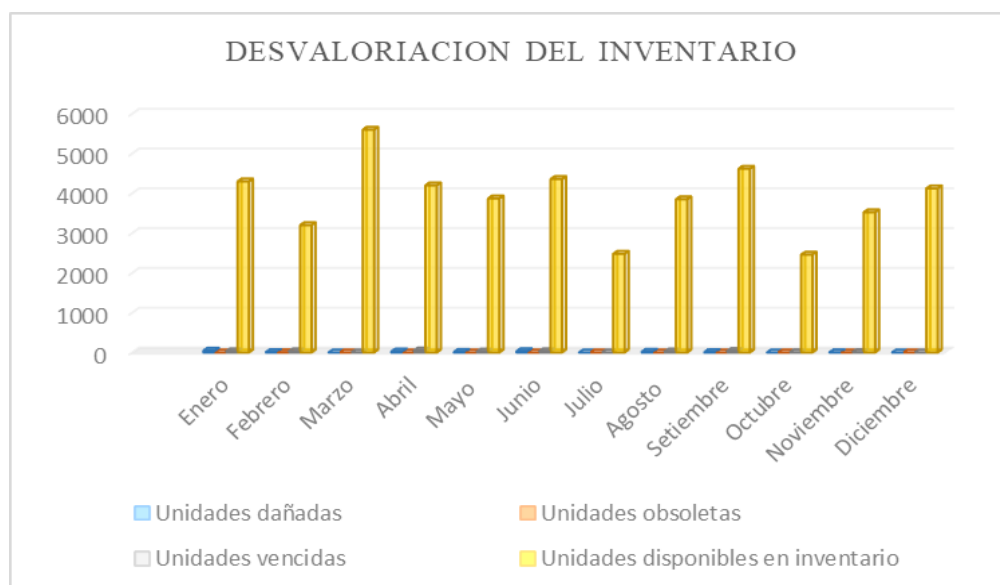
Se utiliza la formula siguiente:

Desvalorización del inventario	=	$\frac{\text{Unid. Dañadas + obsoletas + vencidas}}{\text{Unidades disponibles del inventario}}$
--------------------------------	---	--

Tabla 15:*Desvalorización del inventario*

Indicador: Descavlorización del Inventario					
Registro de información 2021					
<i>Mes</i>	<i>Unidades dañadas</i>	<i>Unidades obsoletas</i>	<i>Unidades vencidas</i>	<i>Unidades disponibles en inventario</i>	<i>Valor indicador</i>
Enero	45	0	30	4300	1.74%
Febrero	10	5	28	3200	1.34%
Marzo	0	0	2	5600	0.04%
Abril	24	0	50	4200	1.76%
Mayo	12	0	20	3870	0.83%
Junio	32	0	30	4360	1.42%
Julio	0	0	0	2480	0.00%
Agosto	18	0	23	3850	1.06%
Setiembre	10	0	38	4618	1.04%
Octubre	0	0	3	2458	0.12%
Noviembre	4	1	8	3525	0.37%
Diciembre	0	0	0	4123	0.00%

Nota: Datos obtenidos de inventario del negocio.

Figura 13:*Desvalorización del inventario*

En cuanto a la desvalorización del inventario lo ideal sería (1%), pero se puede observar que las cantidades de mercadería en el centro de distribución no son controladas dentro del tiempo necesario del inventario. Para el negocio, estos

porcentajes muestran los niveles en que el producto no está disponible para su venta por factores como: deterioro, vencimiento, averías, entre otros. Por ejemplo, en los meses que mayor nivel de mercadería dañada y vencida fue enero (1.74%), abril (1.76%), junio (1.42%) debido a la incorrecta manipulación del personal, no se revisa en un periodo de tiempo oportuno la mercadería afectando al costo del inventario de la farmacia y genera pérdidas a fin del mes porque ya no es devuelta a los proveedores esta mercadería. Lo ideal sería lo de marzo (0.04%), mayo (0.83%), octubre (0.12%), noviembre (0.37%) donde la desvalorización del inventario está en porcentajes controlados y dentro del rango ideal para el negocio.

Indicadores de compras

Pedidos generados

Son los pedidos de compras generados sin demora o sin necesidad de información adicional, expresadas en cantidad y porcentaje.

Se utiliza la formula siguiente:

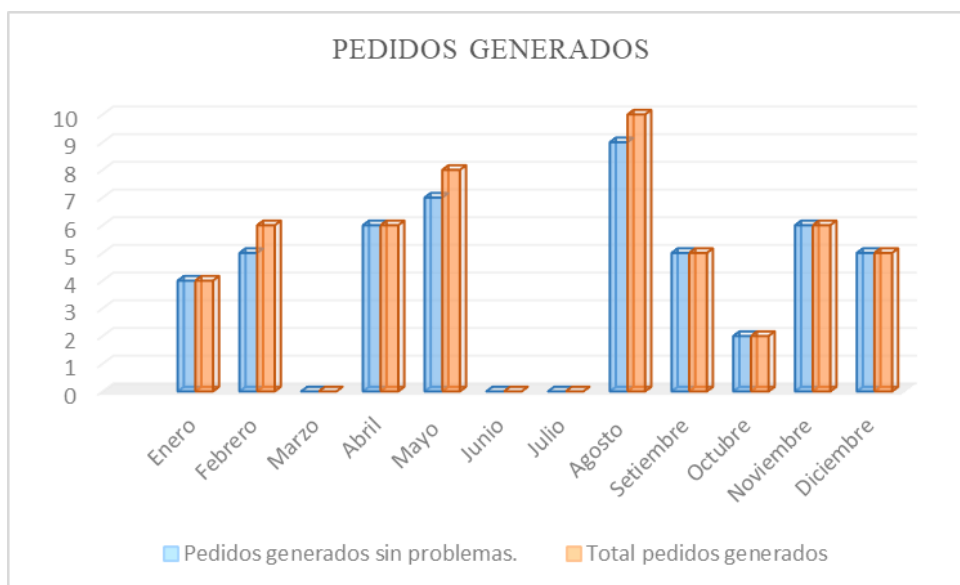
$$\text{Nivel de los pedidos generados} = \frac{\text{Pedidos generados sin problemas}}{\text{Total pedidos generados}} \times 100$$

Tabla 16:

Nivel de pedidos generados

Indicador: Calidad de pedidos Generados			
Registro de información 2021			
<i>Mes</i>	<i>Pedidos generados sin problemas.</i>	<i>Total pedidos generados</i>	<i>Valor del indicador</i>
Enero	4	4	100%
Febrero	5	6	83%
Marzo	0	0	0%
Abril	6	6	100%
Mayo	7	8	88%
Junio	0	0	0%
Julio	0	0	0%
Agosto	9	10	90%
Setiembre	5	5	100%
Octubre	2	2	100%
Noviembre	6	6	100%
Diciembre	5	5	100%

Nota: Datos obtenidos de las compras del negocio.

Figura 14:*Nivel de pedidos generados*

Se puede observar que en el negocio se reporta cada mes los pedidos a los proveedores, de los cuales en los meses como enero, abril, setiembre, octubre, noviembre, diciembre (100%) la generación del pedido fue eficiente y la recepción de manera conforme. Sin embargo, en algunos meses se reportó como bajo el pedido de productos, por ejemplo, febrero y mayo, donde la calidad del pedido no fue competente, causando pérdidas de ventas, aumento en el abastecimiento en los costos de inventario, demoras para resolver e identificar problemas en el proceso de compras. Finalmente, en los meses de marzo, junio y julio no se realizaron pedidos porque no se generó muchas ventas y el stock en almacén era alto.

Volumen de compras:

Porcentaje sobre las ventas de los soles en compras gastadas por la empresa.

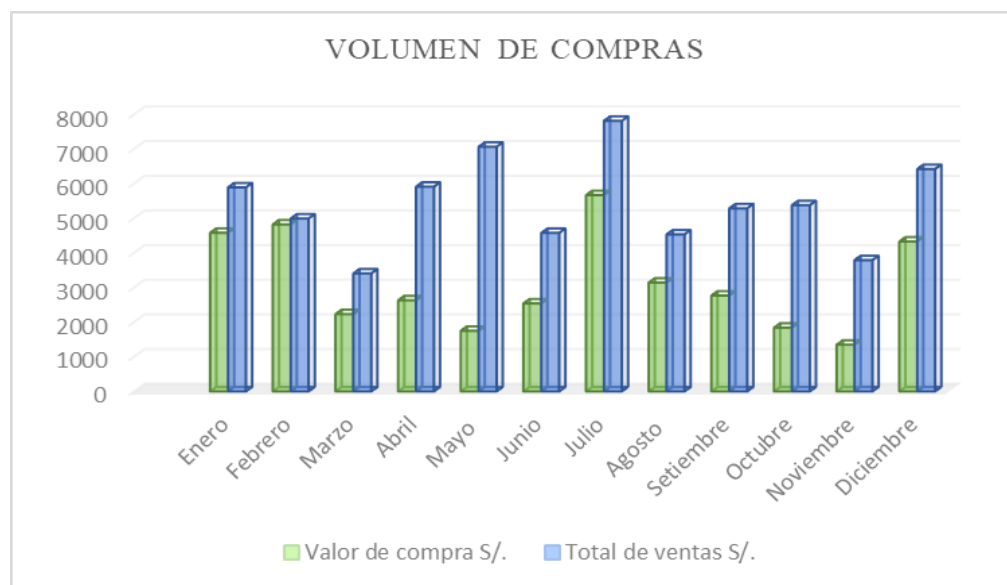
Se utiliza la formula siguiente:

$$\text{Nivel de volumen de compras} = \frac{\text{Valor de compra}}{\text{Total de ventas}}$$

Tabla 17:*Nivel de volumen de compras*

Indicador: Volumen de Compras			
Registro de información 2021			
<i>Mes</i>	<i>Valor de compra S/.</i>	<i>Total de ventas S/.</i>	<i>Valor del indicador</i>
Enero	4580.00	5890.45	78%
Febrero	4820.60	4991.92	97%
Marzo	2231.40	3405.95	66%
Abril	2630.50	5910.75	45%
Mayo	1750.30	7063.70	25%
Junio	2540.10	4576.20	56%
Julio	5666.50	7812.00	73%
Agosto	3140.80	4533.60	69%
Setiembre	2767.20	5284.80	52%
Octubre	1840.50	5376.40	34%
Noviembre	1347.50	3790.60	36%
Diciembre	4326.70	6420.50	67%

Nota: Datos obtenidos de las compras del negocio.

Figura 15:*Nivel de volumen de compras*

Como se puede observar las ventas y las compras son casi similares en los montos, por ello, se puede decir que el negocio si cuenta con buenas ventas en los meses de mayo, setiembre, octubre y noviembre permitiendo que se pueda tomar

acciones para optimizar las compras mensuales y la negociación con sus proveedores. Además, en el mes de febrero se observa que no obtuvo casi nada de ganancia, por lo que la relación en ventas con lo gastado en compras no le permite controlar el aumento en sus adquisiciones del mes.

4.1.4. Análisis de riesgos y el manejo del control de los inventarios para la ampliación de negocio farmacia Cristianfarma, ChotaCajamarca - Año 2021.

Tabla 18:

Matriz de riesgos y control

PROCESO	OBSERVACION	CONTROL			RIESGO	Riesgo inherente			Riesgo de control			Riesgo combinado			Enfoque
		SI	NO	DESCRIPCION		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	
COMPRAS	En lo que va del año 2021, de 41 pedidos generados por el negocio, de los cuales 21 llegaron con incompletos o con deficiencias.	X		Verificar a los proveedores con mayor eficiencia en el pedido.	Ocasiona perdida de ventas en el negocio.			X	X				X		control
VENTAS	Se pudo constatar en el transcurso del año 2021 un 9% por descuadre en el total de inventario lógico con el inventario físico.	X		Verificar las ventas diarias del cuaderno con lo existente en caja.	Ocasiona un fraude en el negocio.			X	X					X	control
ALMACEN	La organización del almacén no es el adecuado, lo cual no permite la identificación inmediata del producto, generando errores en la entrega.	X		Realizar controles semanales o mensuales de la mercadería en almacén.	Ocasiona perdida de mercadería y tiempo para la entrega, así mismo incorrecta distribución.										control
	Generar espacios y distribución de la mercadería con más frecuencia.														

Nota: En base a la información disponible en la empresa

4.1.5. Elaboración de políticas y procedimientos para el control en la ampliación de negocio farmacia Cristianfarma, Chota Cajamarca - Año 2021.

Las políticas y procedimientos en todo negocio son fundamentales para definir diferentes estrategias internas como externas, principalmente en el control de los inventarios, siendo un pilar que abarca diferentes procesos para la ampliación de un negocio. Por ello, mediante las políticas permitirá al propietario ejercer decisiones para sus productos en la comercialización y cumplir sus objetivos a corto y largo plazo.

Políticas

Políticas de compras

1. Tener una base de datos de los proveedores que realizan la entrega del pedido sin ningún problema, así mismo, servirá para detectar aquellos proveedores que siempre se equivocan y no hacen llegar el pedido conforme a lo solicitado.
2. Realizar el análisis de las guías de remisión que envía el proveedor por el traslado de la mercadería.
3. Seleccionar al proveedor que ofrezca mejores ofertas en los precios, condiciones, créditos para la adquisición de la mercadería.
4. Verificar la información de la lista del pedido en las órdenes de compra con las guías de remisión que envía el proveedor sea concordante.
5. Comunicarse con el proveedor para confirmar la recepción del pedido.
6. Realizar el seguimiento respectivo del pedido.
7. Recepción y dar conformidad la lista de pedido para realizar el pago al proveedor.

Tabla 19:*Políticas de compras:*

Política	Responsable
Tener una base de datos de proveedores confiables	Propietaria
Efectuar el análisis respectivo de las guías de remisión enviada por los proveedores	
Seleccionar la cotización que ofrezca mejores condiciones, créditos y ofertas	
Constatar las ordenes de compra junto a las guías sean de manera adecuada enviadas.	
Confirmar con el proveedor la recepción del pedido	
Seguimiento del pedido	
Recepcion, conformidad y pago del pedido	

Políticas de almacenaje

1. En la empresa se debe realizar de forma física, mensual el inventario para el control en almacén de los productos, para un eficiente manejo de stocks, organización y distribución de sus productos, así mismo, para generar los reportes reales de la rotación de la mercadería.
2. Registrar las entradas y salidas en el almacén para que la empresa realice seguimiento de la mercadería, le permita reflejar la circulación del inventario con la máxima precisión y no caer en pérdidas de productos sino tener un control inmediato en almacén.
3. Se debe utilizar un formato donde se plasme las cantidades, ingresos y salidas de productos, por lo que es beneficioso para reducir las cantidades de los productos perdidos, caducados y genere ganancias como el control de stocks en la farmacia.
4. Las funciones y responsabilidades del personal encargado son importantes para el manejo, manipulación, distribución del producto en almacén, por ello, se debe definir la responsabilidad del personal farmacéutico a través de un manual que permita el mejor desempeño en el área establecida.
5. La empresa debe utilizar una clasificación en orden alfabético, un espacio para los productos próximos a vencer y vencidos, un espacio para los productos dañados, deteriorados y así no permitan mezclarse. Esto ayudara

a que la empresa pueda conocer todos los productos que tenga en stock, a la rotación de las existencias y facilite la opción de ofertar unos productos sobre otros.

- Las personas que no son responsables del área de almacén no tienen el derecho de ingresar porque se puede causar daños materiales, manipulación del producto y habría pérdida de ventas.

Tabla 20:

Políticas de almacenaje

Política	Responsable
Realizar inventarios de forma física, mensual. (VER ANEXO N° 03).	Propietaria y Personal farmacéutico
Realizar registro de las entradas y salidas de la mercadería	Propietaria y Personal farmacéutico
Utilizar un formato de ingreso y salida de la mercadería de almacén. (VER ANEXO N° 04)	Propietaria
Definir la responsabilidad y funciones del personal a cargo del almacén.	Propietaria
Definir la forma de distribución y almacenamiento	Propietaria
Prohibir el ingreso de terceros no autorizados al área de almacén.	Propietaria y Personal farmacéutico

Políticas de control de inventarios

- Se debe hacer uso de un sistema que ayude al control de los inventarios en la empresa, por ello, se propone un sistema de código de barras, ya que al ser es una representación gráfica de datos numéricos o alfanuméricos, la lectura de los datos se realiza mediante un tipo de escáner o lector de códigos de barras. Servirá a la empresa para aumentar el nivel de precisión del precio del producto, así como la identificación en el sistema y facilitara el manejo más rápido por parte de los que trabajan.
- La empresa dentro de la gestión de sus inventarios debe hacer uso de indicadores para obtener cual es el producto con mayor movimiento, el tiempo de duración en almacén, la cantidad de mercadería exacta y la rapidez con la que se vende.

3. Se debe realizar inventario físico cada 30 días para que la empresa mantenga un balance correcto de las existencias en almacén, lo que evita la pérdida de ventas por no tener suficiente inventario para atender un pedido, llevar a los clientes a otros negocios, desconocer los productos que se venden más o menos y al generar demasiado inventario puede ocasionar pérdida de ganancias ya sea por productos dañados, vencidos, entre otros.
4. La empresa debe tener un manual de gestión de almacén para la manipulación, revisión de los productos por parte del personal de la empresa.
5. Se debe generar en la empresa reportes mensuales para el control de los inventarios como el manejo de los mismos.
6. La empresa en el caso de los productos vencidos debe devolverlos o destruirlos.

Tabla 21:

Políticas de control de inventarios:

Política	Responsable
Implementar un sistema de control de inventarios: Sistema de Código de Barras.	Propietaria
Uso de indicadores de gestión de inventarios: Rotación de mercadería, duración de inventario, exactitud de inventario.	
Realizar cada quincena un inventario físico de la mercadería	
Contar con un manual de gestión de almacén para el personal para el adecuado manejo de control de inventarios	
Generar reportes mensuales de control de inventarios	

Políticas de ventas

1. Se debe realizar todo el pago de la venta al contado.
2. La empresa debe realizar descuentos, ofertas a sus clientes con mayor frecuencia y volumen de compras.

3. La empresa en el caso de que un cliente presente algún inconveniente con el producto o desea cambiarlo por otro, tendrá un plazo establecido de 24 horas para su cambio o devolución, siempre y cuando presente el comprobante de la venta.
4. La empresa antes de despachar la mercadería al comprador debe mostrar la condición en la que es entregada, para evitar devoluciones o cambios.

Tabla 22:

Políticas de ventas

Política	Responsable
Todas las ventas se deberan realizar al contado	Propietaria y Personal farmacéutico
Realizar rebajass a los clientes con vienen con frecuencia y compran en gran cantidad.	Propietaria
Contar con un plazo de 24 horas para cambio o devolución del producto. (VER ANEXO N°05).	Propietaria y Personal farmacéutico
Antes del despacho se debe mostrar al cliente que los productos están en óptimas condiciones	Propietaria y Personal farmacéutico

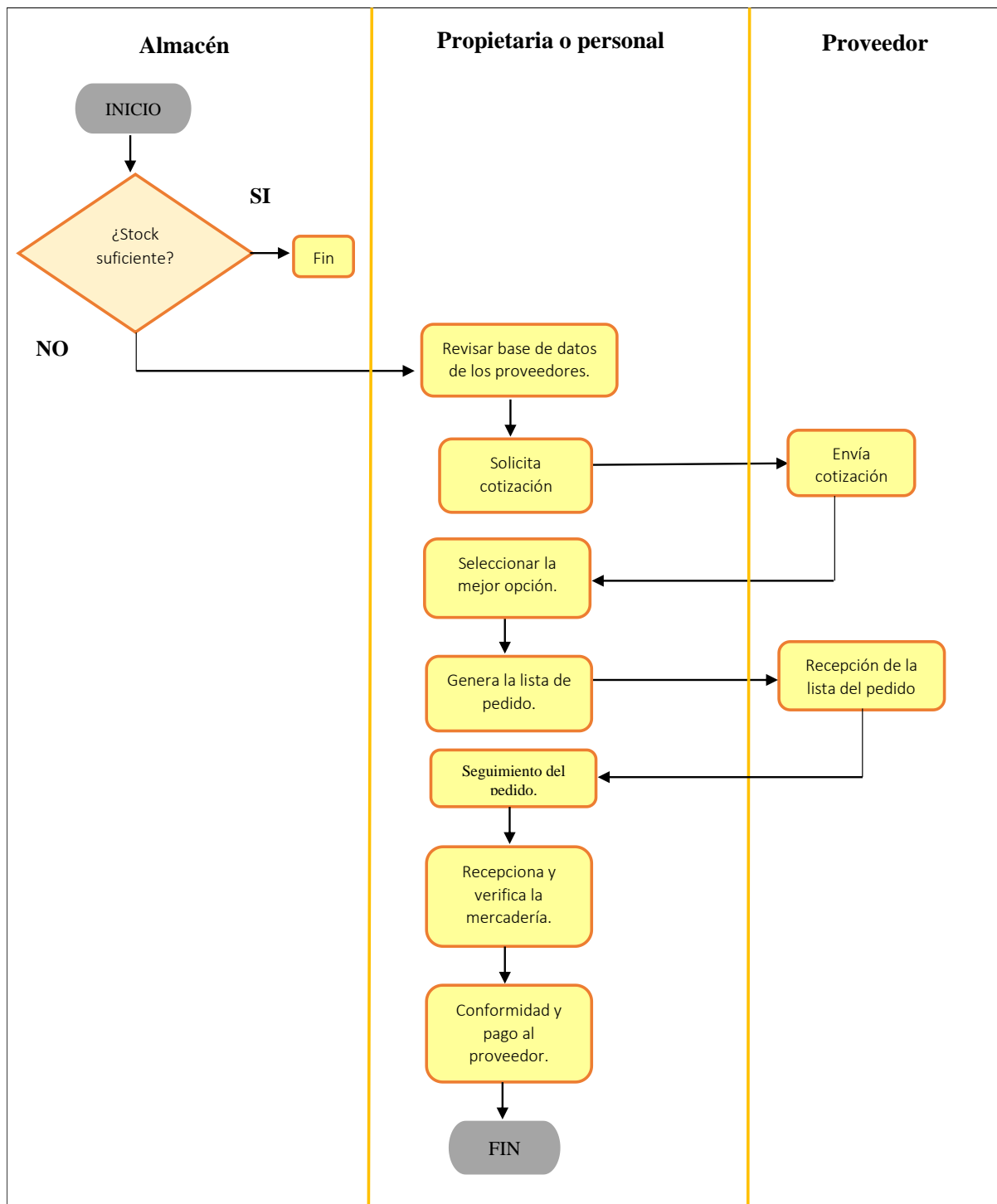
Procedimientos

Procedimiento de compras

Las actividades han sido reordenadas en base a las políticas establecidas, refiriéndose en un flujograma de compras:

1. Revisar el stock de mercadería en almacén.
2. Revisar la base de datos de los proveedores.
3. Solicita la cotización de la lista de pedido de mercadería
4. Envió de la cotización del proveedor.
5. Selección de la mejor opción de compra.
6. Se genera la lista de pedido de mercadería.
7. Se realiza la recepción la lista del pedido por el proveedor.
8. Seguimiento del pedido de mercadería.
9. La recepción y verifica el pedido de la mercadería

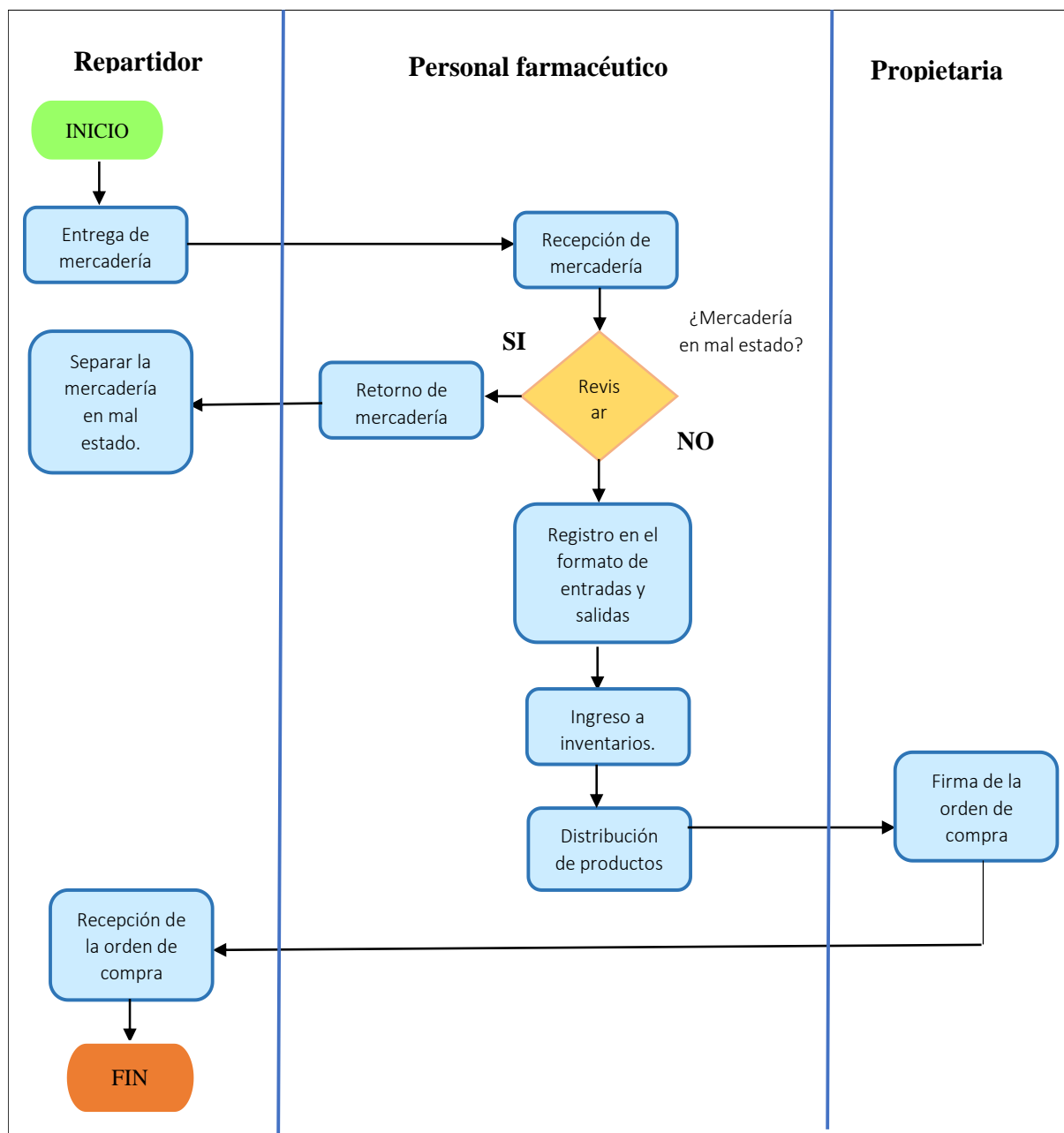
10. Conformidad y pago del pedido de mercadería.

Figura 16:*Flujograma de procedimiento de compras.*

Procedimiento de almacenaje

Las actividades han sido reordenadas en base a las políticas establecidas, refiriéndose en un flujograma de almacenaje:

1. Entrega de la mercadería.
2. Se recibe el lote de la mercadería.
3. Se realiza la revisión del producto que llegue en buen estado.
4. Validación de la mercadería en mal estado.
5. Se hace el registro al formato de ingresos y salidas de almacén.
6. Se ingresa a inventarios según orden de compra.
7. Se distribuye los productos ingresados al sistema.
8. Se firma la orden de compra.
9. Se recibe la orden de despacho según la mercadería entregada.

Figura 17:*Flujograma de procedimiento de almacenaje.*

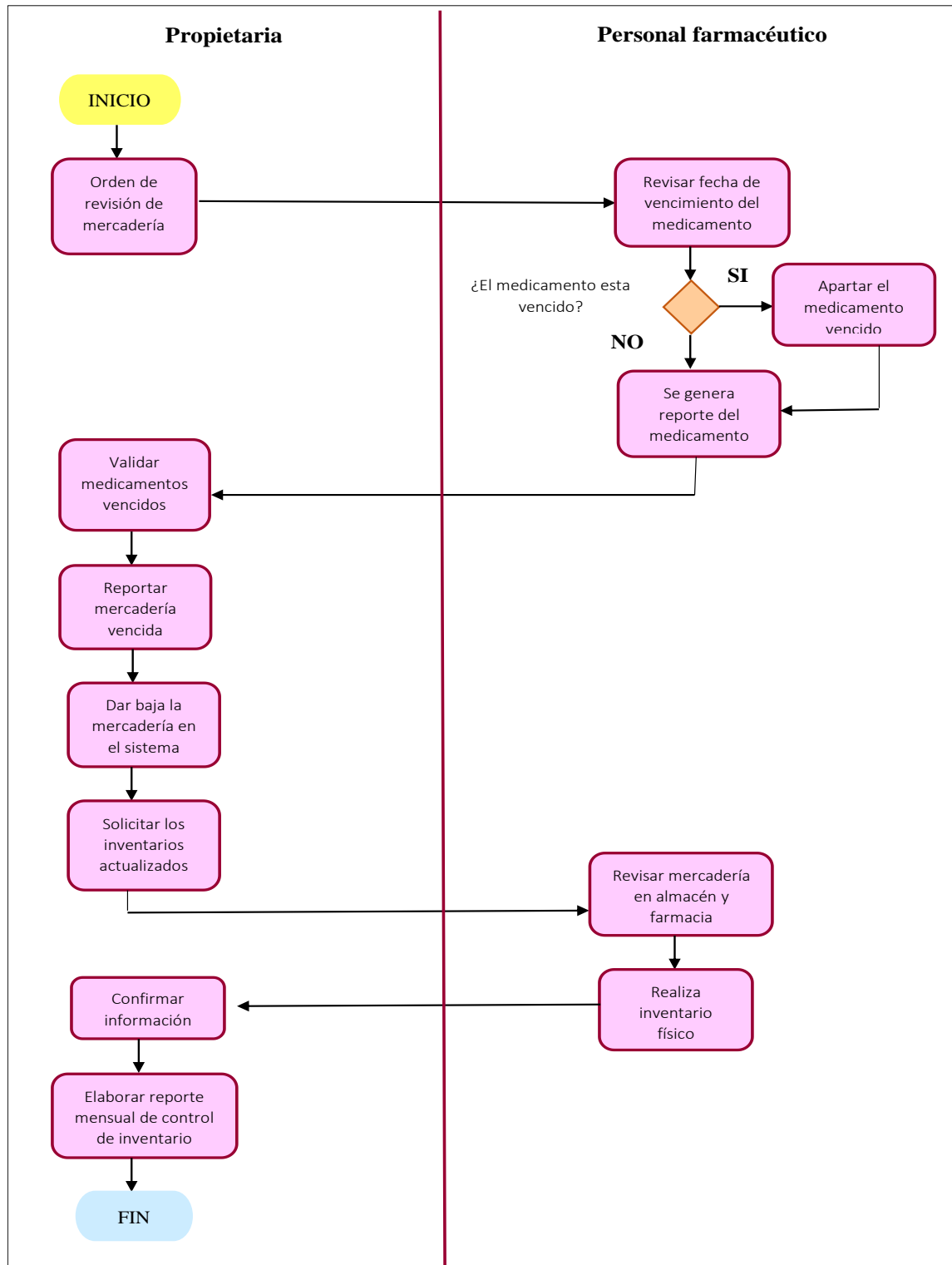
Procedimiento de control de inventarios

Las actividades han sido reordenadas en base a las políticas establecidas, refiriéndose en un flujograma de control de inventarios:

1. Revisar la mercadería vencida en el almacén y establecimiento.
2. Se origina el reporte de mercadería vencida.
3. Validación de mercadería vencida.
4. Solicitud de los inventarios actualizados.
5. Se hace el conteo de las cantidades de cada producto tanto almacén comofarmacia.
6. Se realiza el inventario físico de los productos en almacén.
7. Confirmar la información del reporte con el inventario físico.
8. Reporte mensual de control de inventarios.

Figura 18

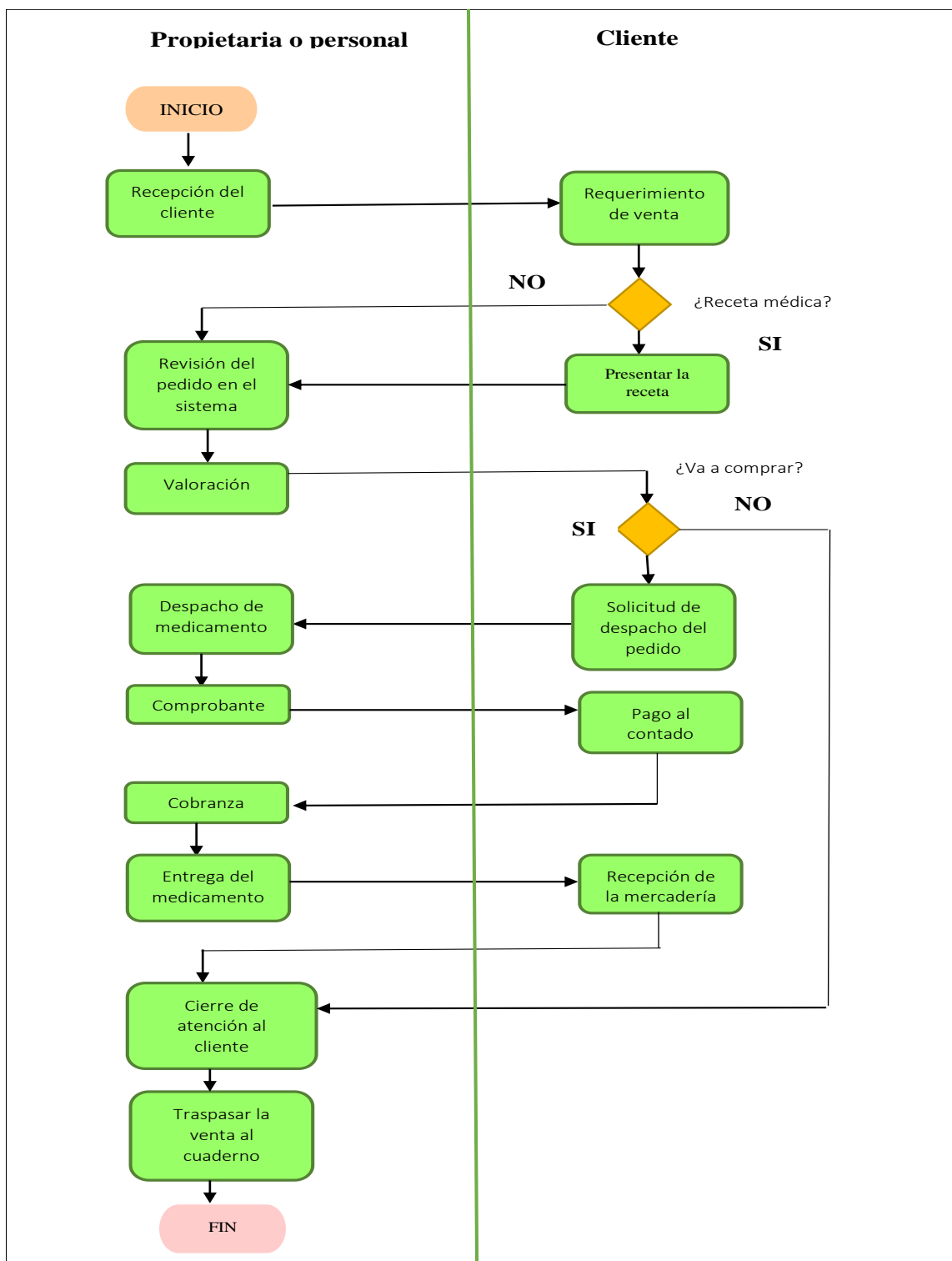
Flujograma de procedimientos control de inventarios.



Procedimiento de ventas:

Las actividades han sido reordenadas en base a las políticas establecidas, refiriéndose en un flujograma de ventas:

1. Se hace la atención al cliente
2. Se revisa si el medicamento requiere de una receta medica
3. Se calcula el valor total de la venta
4. Se entrega el medicamento solicitado
5. Pago al contado
6. Se entrega boleta de venta manual
7. La venta se pasa al cuaderno de ventas del día.

Figura 19:*Flujograma de procedimiento de ventas.*

4.2. Discusión:

En la farmacia Cristianfarma en su situación actual se encontraron ciertas deficiencias que están obstaculizando la adecuada gestión de inventarios, es así que durante el proceso de compras se confirmó que el desorden y mezcla de los productos caducados y próximos a vencer, no permite recibir la nueva mercadería en el tiempo adecuado. Además, los pedidos generados no son eficientes, en ocasiones llegan incompletos, dañados los productos; llevando riesgos de perder ventas. (Powers, citado por Coltman, 2004), indica que el proceso de compras es como la determinación de las necesidades y la ordenación de materia prima a los proveedores que prometen el menor precio con una calidad estandarizada. Por otro lado, en el proceso de almacenaje, se constató que no existe un control apropiado de los productos, el personal a cargo de esta tarea no se encuentra capacitado para cumplir estas funciones; lo que genera inconsistencias al registrar la información en el inventario, esta situación no permite la adecuada identificación del producto y genera errores en la entrega al cliente. (Milestone, s. f), el almacén de las organizaciones, se encuentra dividida la mercadería de acorde a una etiqueta del producto; por lo que, esto no es apropiado ya que implica una mezcla de artículos que del mismo tipo no lo son, imposibilita identificar y ordenar oportunamente los mismos; siendo mejor organizarlo de acuerdo a la familia que pertenece para la identificación rápida de los productos. Así mismo, el proceso de control de inventarios, se verificó que no se realiza esta tarea mensualmente; se encontró mercadería deteriorada, desordenada, caducada por la inadecuada organización y distribución de las existencias en almacén. Orellana (2015), hace mención que el desconocimiento de costos ocasiona tener un inventario inapropiado; no lograr un eficiente control de inventarios por contar con productos dañados o faltantes conlleva a devoluciones o cambio de los mismos. Por otra parte, en el proceso de ventas, se constató faltante de dinero en caja con las ventas que reporta el personal al cierre del día, debido a que no son registradas con el precio real o son olvidadas. Stanton, Etzel y Walker (2021), hacen mención que el proceso de ventas tiene que ser una secuencia con lógica en los pasos que emprende el vendedor para sus compradores potenciales, lo cual su objeto es producir reacción en el cliente, bien es satisfecha o insatisfecha dado por la compra de mercadería.

De acuerdo a la investigación realizada, la empresa no usa indicadores de gestión para medir sus inventarios; el no utilizarlos genera problemas en el control de

stock; genera un problema en el abastecimiento de mercadería, la permanencia de mercadería en almacén más de lo ideal, también se identificó productos con poca rotación en el inventario originando sobre stock y pérdidas en ventas. Ponce (2014), afirma que mediante indicadores conlleva a una medición para la gestión de inventarios, tener control sobre operaciones y las decisiones que se tomen, es decir, facilita la información del movimiento de la mercadería; entonces, de esto dependerá la redistribución de los productos.

En base a los resultados obtenidos se aprecia que la empresa tiene un alto nivel de riesgo de control de inventarios, porque no existe una herramienta de gestión para el control que permita disminuir los riesgos en las compras, ventas y almacén. (Bell et al., 2007), menciona que en una empresa los riesgos son los que afectan a la capacidad de perdurar en el tiempo, competir en el mercado exitosamente, mantener una imagen pública y la calidad de sus productos, lo cual existe una necesidad de aplicar dichos controles para identificar los peligros de no contar con una gestión de inventarios.

En respuesta a la problemática y las deficiencias desplegadas anteriormente, se logró elaborar una propuesta de políticas y procedimientos para el control de los inventarios y mejorar la gestión de inventarios en la farmacia, en el que se establecen instrucciones para el proceso de compras, almacenaje, control de inventarios y ventas. En concordancia con Meana (2017), sostiene que las políticas de inventario, es las estrategias diseñadas para administrar de manera eficiente los recursos materiales de una organización, garanticen minimizar los costos de mantenimiento y la calidad de servicio al cliente. Por lo que se refiere, a dar respuesta a ciertas preguntas como: ¿cada cuánto tiempo debe revisarse el inventario?, ¿cuándo se debe ordenar? y ¿en qué cantidad?, estas políticas son establecidas por Gerencia.

V. Conclusiones:

Finalizando la investigación, en base a los objetivos planteados y los resultados encontrados, se llega a las siguientes conclusiones:

Mediante la descripción de los procesos operativos del negocio, se identificaron las deficiencias que generalmente son puntos débiles de la empresa, y no solo en el proceso de compras, almacén, control de inventarios y ventas, sino que aplicando los flujogramas de estos procesos se aprecian con más claridad estas debilidades.

El almacén del negocio se encuentra desorganizado, el no uso de procedimientos de gestión de inventarios, la falta de capacitación al personal; impide identificar productos con baja rotación, deterioro de productos, pérdida por caducidad, no existen procedimientos para la recepción adecuada de los pedidos, para su organización y distribución en el almacén.

Al identificar las debilidades en el manejo de los inventarios, así como de organización del negocio; a través del análisis de riesgos y control de inventarios se detalló las observaciones en el proceso de compras, almacenaje, control de inventarios y ventas; permitiendo reconocer un alto nivel de riesgos de control de inventarios en relación con las actividades del negocio.

El negocio no tiene una política de gestión de inventarios, por ende, tiene impacto negativo en los procesos de compras, almacén, control de inventarios y ventas; esta situación no permite tener un buen proceso de toma de decisiones; por lo tanto, se generan deficiencias de control de inventarios como la influencia de la información para la toma de decisiones y el uso de registros para el control de los mismos.

VI. Recomendaciones:

Se realizan las siguientes recomendaciones para el negocio farmacia “Cristianfarma”:

Para mejorar la gestión de inventarios se propone implementar políticas en los procesos: compras, almacenaje, control de inventarios y ventas que se han desarrollado en el presente trabajo de investigación, con la finalidad de tener control sobre los inventarios del negocio. Así mismo, la propietaria debe capacitar al personal para mejorar la atención al cliente.

Para mejorar el control del almacén; el negocio podría utilizar el formato propuesto en el anexo N°3 (registro de control de inventarios físicos), para conocer y controlar el stock disponible de los productos en el almacén; asimismo, el formato del anexo N°4 (registro de entradas y salidas de inventarios), para hacer el seguimiento de la mercadería con exactitud.

El negocio podría usar indicadores de gestión de inventarios como: rotación de inventario, duración del inventario, exactitud del inventario, desvalorización del inventario, para mejorar el control del inventario; asimismo, indicadores de compras como: pedidos generados y volumen de compras para medir el rendimiento de las actividades del proceso de compras.

El negocio podría utilizar los flujogramas propuestos en el trabajo de investigación para el seguimiento y la mejora de los procesos: compras, almacenaje, control de inventarios y ventas del negocio.

VII. Referencias

- Aitor, U. (2006). Manual básico de logística integral. Madrid: Díaz de Santos, S.A.
- Becerra Diaz, C., & Estela Bsaldúa, D. (2015), Propuesta de mejora de los procesos de recepción, gestión de inventarios y distribución de un operadorlogístico.[file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Tesis%20Becerra%20%20Estela%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Tesis%20Becerra%20%20Estela%20(2).pdf)
- Caicedo Porozo, A. M., & Reyes Solís, M. G. (2018). Propuesta de actualización del sistema de control de inventarios en farmacias Keyla [Tesis de Pregrado, Universidad de Guayaquil].
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/37784>
- Carrasco, J. B. (2005). Gestión de procesos. Edit. Evolución.
- Carrasco, J. B. (2009). Gestión de procesos. Edit. Evolución.
- Cespón Castro, R. (2012). Administración de la Cadena de Suministro. Santa Clara, Cuba: Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas.
- Colina Valiente, J. R., & Morales Chau, V. L. (2021). Gestión de inventarios para reducir la ruptura de stock en el área de farmacia en la empresa Asociación Fomentar ONGD SAC [Tesis de Pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego]. <https://hdl.handle.net/20.500.12759/7750>
- Coral, A. S. (2014). *Administración de compras*. Grupo Editorial Patria.
- Domingo–Ecuador Visualizado el 10 de octubre del 2016. Recuperado de:
http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/4306/1/58635_1.pdf.
- Durán, Y. (2012). Administración del inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas. *Visión gerencial*, (1), 55-78.
- Fernández, A. C. (2018). *Gestión de inventarios*. COML0210. IC editorial.
<https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=s1cpEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=efinicion+de+inventarios&ots=mCdilL41-z&sig>
- Gestión de Inventarios: una herramienta útil para mejorar la rentabilidad. Su aplicación en Empresas con bienes no tradicionales; 2015.

- González, A. (2020). Un modelo de gestión de inventarios basado en estrategia competitiva. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 28(1), 133-142.
- González, M. J. B. (2017). Gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad de las empresas del sector logístico del departamento del Atlántico, Colombia. *Gestión*, 38(51).
- Guerrero García, G. P. (2014). Diseño de un sistema de control y gestión de inventarios para la farmacia Cruz Azul SDO VILLA FLORIDA 2013 [Tesis de Grado, Universidad Tecnológica Equinoccial].
<http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/4306>
- Guillermo Westreicher (28 de mayo, 2020). Inventario. Economipedia.com
- Jorge Sierra y Acosta, M. V. (2015). ADMINISTRACION DE ALMACENES Y CONTROL DE INVENTARIO. Obtenido de http://www.eumed.net/librosgratis/2015/1444/#_indi
- Kotler P y Amstrong G, (2001). “Fundamentos de Marketing”.
- La administración Eficiente de los Inventarios, Autor: Orlando Espinoza editorial: La Ensenada, 1ra edición Madrid 2011.
- Lucas Alonso, P. (2014). Gestión de las empresas por procesos.
- Meza Morales, C. A. (2018). Gestión de almacenes y la productividad en la empresa Química Suiza Industrial del Perú, Callao, 2017 [Tesis de Pregrado, Universidad Cesar Vallejo].
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/23255>
- Mora, L. (2010). Indicadores de la gestión logística. Bogotá: Ecoe.
- Mora, L. (2013). Indicadores de Gestión Logísticos. Disponible en:
<http://www.webpicking.com/hojas/indicadores.htm>.
- Myriam Quiroa (04 de marzo, 2021). Proceso operativo. Economipedia.com.
- Polania Osorio, J. P., & Vargas Osorio, J. E. (2013). Sistema de gestión de almacén para SyD Colombia SA [Tesis de Pregrado, Universidad Libre, Bogotá D.C].
<https://hdl.handle.net/10901/9436>.

- Rivera Zárate, L. G. (2019). Control interno y su incidencia en la gestión de inventarios del sector comercio al por menor (farmacias sociales) pertenecientes a instituciones religiosas en la Provincia Constitucional del Callao, periodo 2016. <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/4131>
- Rojas Sacre, O. I. (2019). Gestión de inventarios y rentabilidad en el área de logística de la empresa red salud del norte SAC Huacho Huaura,2018 [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/3574>
- Sanz, J. B. (2002). Guía para una gestión basada en procesos. Centro Andaluz para la Excelencia en la Gestión.

VIII. Anexos

Anexo 1: Guía de entrevista a la propietaria del negocio

ENTREVISTA PARA LA PROPIETARIA DE LA FARMACIA CRISTIANFARMA- CHOTA CAJAMARCA.

Se plantea la siguiente entrevista con el objetivo de:

- a) Aspectos generales de la empresa Cristianfarma, Chota Cajamarca - Año 2021.
- b) Descripción de los procesos operativos de comercialización para determinar las deficiencias en el área de almacén Farmacia Cristianfarma, Chota Cajamarca - Año 2021.

ENTREVISTADO: Aracely del Rocio, Díaz Efus.

AÑO: 2021

- 1) ¿Desde cuándo se encuentra funcionando la farmacia en la Provincia de Chota?
- 2) ¿Cómo se encuentra inscrito en SUNAT, persona natural o jurídica?
- 3) ¿En qué régimen se encuentra sujeto su negocio en la SUNAT?
- 4) ¿Dónde se encuentra ubicado su negocio?
- 5) ¿Cómo está organizado su negocio?
- 6) ¿Cuenta con un organigrama para su negocio?
- 7) ¿Cómo está organizado su almacén para que no tenga problemas con el vencimiento de los productos, evite los deterioros, robos, etc.?
- 8) ¿Cómo hace el control de sus compras?, ¿Puede explicar brevemente el proceso de compras de medicamento y de control de inventarios?
- 9) ¿Quiénes son sus proveedores?, ¿Puede explicar el proceso de recepción de mercadería y restitución de inventario?
- 10) ¿Quién es el responsable del control y gestión de inventarios?
- 11) ¿Tiene Ud. un sistema de registro de compras y gestión de inventarios?
- 12) ¿Considera Ud. ¿Si tiene un control eficiente de los inventarios en almacén?
- 13) ¿Cómo hace Ud. para el control del vencimiento de los productos?
- 14) ¿Cómo gestiona Ud. el control de sus inventarios en almacén?
- 15) ¿Cómo está organizado el almacén?
- 16) ¿Se realiza los inventarios físicos?, ¿Cada qué periodo?
- 17) ¿Ha tenido inconvenientes en el servicio a sus clientes: por falta de mercadería, quejas por el medicamento, deterioro, ¿entre otros?
- 18) ¿Tiene personal contratado en su negocio?, ¿Se encuentra registrado en planilla?
- 19) ¿Qué funciones cumple su personal en el negocio?
- 20) ¿Hay una persona especialmente encargada del control de su área de almacén?

Anexo 2: Guía de entrevista al personal farmacéutico

**ENTREVISTA PARA EL PERSONAL FARMACEUTICO
CRISTIANFARMA- CHOTA CAJAMARCA.**

Se plantea la siguiente entrevista con el objetivo de:

- b) Descripción de los procesos operativos de comercialización para determinar las deficiencias en el área de almacén Farmacia Cristianfarma, Chota Cajamarca - Año 2021.

ENTREVISTADO: Miriam Nuñez Idrogo

AÑO: 2021

- 1) ¿Qué tiempo lleva laborando en la farmacia?
- 2) ¿Qué profesión tiene?
- 3) ¿Cuál es su horario de trabajo en la farmacia?
- 4) ¿Cuáles son sus funciones en el horario de trabajo?
- 5) ¿Cómo es la relación con su superior de la farmacia?
- 6) ¿Ud. tiene conocimientos sobre gestión de inventarios?
- 7) ¿Ud. es la responsable de acopiar y distribuir la mercadería en almacén?
- 8) ¿Hace el registro de la mercadería en los inventarios físicos?
- 9) ¿Ha recibido capacitaciones en todo el tiempo que labora en el negocio?
- 10) ¿Tiene experiencia en manejo de un sistema informático para la comercialización y gestión de stocks?
- 11) ¿Ud. es quien verifica que los medicamentos lleguen en óptimas condiciones?
- 12) ¿Considera Ud. que existe una problemática en la gestión de inventarios de la farmacia? ¿Cuál sería?
- 13) ¿Considera que se está organizando, planificando, controlando de manera correcta los stocks en el área de almacén? ¿A qué se debe?
- 14) ¿Ha tenido algún problema con la atención al cliente?
- 15) ¿Ud. realiza el control para identificar los productos de vencimiento en el inventario?
- 16) ¿Cree Ud. que la distribución en almacén le facilita el trabajo para el despacho de la mercadería?
- 17) En su opinión ¿El movimiento de la mercadería y la cobertura tiene implicancia directa en la gestión de inventarios?
- 18) ¿Qué recomendaciones daría para mejorar la gestión de inventarios?

