



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Facultad de Ciencias Empresariales
Escuela Profesional de Administración

Control de inventarios para la toma de decisiones en la Empresa CH-RETAIL Plaza Autoservicios-2023

Tesis

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración

Autores

Aldo Joel Loza Ortiz
Ronald Steben Saldaña Ascate

Asesor

M(o). Manuel Vicente Bustamante Cerna

Huacho – Perú
2024



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha
27/01/2020)

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

INFORMACIÓN

DATOS DEL AUTOR (ES):		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	FECHA DE SUSTENTACIÓN
Aldo Joel Loza Ortiz	70387205	01/07/24
Ronald Steben Saldaña Ascate	47059510	01/07/24
DATOS DEL ASESOR:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID
M(o)Manuel Vicente Bustamante Cerna	15727369	0000-0003-2848-9517
DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID
Dr. Santiago Ernesto Ramos Y Yovera	15697556	0000-0003-3674-0302
Dr. Elvis Richar Sanchez Garcia	15736456	0000-0003-0397-5420
M(o) Nadiezhda Yenny Escalante Candiotti	40830037	0000-0002-9638-324X

CONTROL DE INVENTARIOS PARA LA TOMA DE DECISIONES EN LA EMPRESA CH-RETAIL PLAZA AUTOSERVICIOS-2023

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

5%

★ repositorio.ulasamericas.edu.pe

Internet Source

Exclude quotes Off

Exclude matches < 10 words

Exclude bibliography Off

DEDICATORIA

A Dios, por haberme dado la fortaleza inmensa en momentos donde estuve destruido por completo y por eso hoy puedo dedicarle esta tesis.

A mí familia en general por parte de mi madre, ya que nunca me dejaron caer, ni a mis hermanos, y hoy en día su apoyo es incondicional hacia nosotros.

A mi novia, porque fue la segunda persona que decidió creer en mí y que a pesar de todo el desastre que encontró en mi vida decidió quedarse y acompañarme en este camino.

A mis padres, porque fueron los primeros y los únicos que me dieron la mejor bendición de la vida, creer en mí. Hoy no los tengo presente físicamente, pero me están guiando desde el cielo y todo esto es por ellos, por Ma&Os.

Saldaña Ascate, Ronald Steben

A Dios, porque nunca me abandonó y me brindó toda su compañía en este camino y que hoy gracias a él estoy por cerrar mi etapa universitaria para poder ser un profesional de excelencia.

A mis padres y hermanos, por brindarme todo su amor, afecto, compañía y apoyo incondicional para poder desarrollarme como persona, profesional y buen trabajador, siendo ellos el pilar y ejemplo en mi formación universitaria.

Loza Ortiz, Aldo Joel

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, porque gracias a él logré levantarme para seguir adelante después de haberme quedado destruido dos veces en mi vida. Gracias Dios, por hacerme más fuerte de lo que pensé que no era.

Gracias a todos mis familiares directos por parte de mi madre, ya que ante la ausencia física de mis padres nunca nos quedamos solos mis hermanos y yo, siempre hemos contado con ellos y lo seguiremos haciendo.

Agradecer a mi novia, quien participó en los buenos momentos de mi vida desde que la conocí y también por ser testigo de las cosas malas que me sucedió en la vida, y que a pesar de ello permaneció a mi lado.

Gracias mami Maura y papi Oscar por todo lo que inculcaron a todos sus hijos y que hoy en día somos cinco hermanos fuertes, inteligentes y triunfadores con ganas de superarnos y de ser mejores para que se sientan orgullosos desde cielo, Ma&Os.

Saldaña Ascate, Ronald Steben

Agradecer a Dios por siempre derramar sus bendiciones sobre mí y por ser mi guía en mi formación personal, laboral y universitaria.

Gracias a mis padres, porque por ellos he llegado hasta el final de esta etapa, sin su apoyo incondicional no lo hubiera logrado. Gracias, hermanos, porque vi en ustedes un ejemplo a seguir. Ustedes fueron mi mayor motivación para lograr ser un buen profesional.

Loza Ortiz Aldo Joel

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO	II
INDICE GENERAL	III
INDICE DE TABLAS	V
ÍNDICE DE FIGURAS	VI
RESUMEN	VII
ABSTRACT.....	VIII
INTRODUCCIÓN	IX
CAPITULO I	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 Descripción de la Realidad Problemática.....	1
1.2.1 Problema general.....	3
1.2.2 Problemas específicos	3
1.3 Objetivos de la investigación.....	3
1.3.1 Objetivo general	3
1.3.2 Objetivos específicos.....	4
1.4 Justificación de la investigación.....	4
1.5 Delimitación del estudio.....	5
1.5.1 Delimitación temporal	5
1.5.2 Delimitación geográfica	5
1.5.3 Delimitación social.....	5
1.6 Viabilidad del estudio.....	5
CAPITULO II MARCO TEORICO.....	6
2.1 Antecedentes de la investigación.....	6
2.1.1 Internacionales	6
2.1.2 Nacionales.	8
2.2 Bases teóricas.	10
2.2.1 Control de inventarios.	10
2.2.2 Toma de decisiones	15
2.3 Definición de términos básicos.....	57
2.4 Formulación de hipótesis.....	59
2.4.1 Hipótesis general	59
2.4.2 Hipótesis específicas	59

2.5 operacionalización de variables.....	60
CAPITULO III METODOLOGÍA.....	61
3.1 Diseño metodológico.....	61
3.1.1 Tipo.....	61
3.2 Población y muestra.....	62
3.2.1 población.....	62
3.2.2 muestra.....	62
3.3 Técnica de recolección de datos.....	62
3.3.1 Técnica.....	62
3.3.2 instrumento.....	62
3.5 validez y confiabilidad.....	63
4.1 Análisis de resultados.....	66
4.1.1. Descripción general de los encuestados.....	66
4.1.2 Resultados de control de decisiones y sus dimensiones.....	67
4.1.3 Resultados de toma de decisiones y sus variables.....	71
4.1.4 tablas de contingencia y figuras.....	77
4.1.5. Supuesto de normalidad.....	81
4.2 Contrastación de hipótesis.....	83
4.2.1 Procedimiento para la contratación de la hipótesis general.....	83
4.2.2 Procedimiento para la contrastación de la hipótesis específica 1.....	85
4.2.3 Procedimiento para la contratación de la hipótesis específica 2.....	87
4.2.4 Procedimiento para la contratación de la hipótesis específica 3.....	89
CAPITULO V. DISCUSIÓN.....	91
5.1 Discusión.....	91
CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	93
6.1 Conclusiones.....	93
6.2 Recomendaciones.....	94
Referencias.....	96
7.1 Fuentes documentales.....	96
7.2 Fuentes Bibliográficas.....	97
7.3 Fuentes Electrónicas.....	98
ANEXOS.....	99

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Validez de instrumento.....	64
Tabla 2 Confiabilidad del instrumento	65
Tabla 3 Área de CH-Retail pertenece.....	66
Tabla 4 Control de inventarios	67
Tabla 5 Método ABC.....	68
Tabla 6 Escategramas.....	69
Tabla 7 Medios electrónicos de control.....	70
Tabla 8 Toma de decisiones	71
Tabla 9 Clasificación de decisiones	72
Tabla 10 Retroalimentación (Feedback).....	73
Tabla 11 Etapas en el proceso de toma de decisiones	74
Tabla 12 Decisiones financieras	75
Tabla 13 Decisiones no financieras	76
Tabla 14 Control de inventarios y toma de decisiones	77
Tabla 15 Método ABC y toma de decisiones	78
Tabla 16 Escategramas y toma de decisiones	79
Tabla 17 Medios electrónicos de control y toma de decisiones	80
Tabla 18 Supuesto de normalidad	82
Tabla 19 Correlación entre control de inventarios y toma de decisiones	83
Tabla 20 Correlación entre método ABC y toma de decisiones	85
Tabla 21 Correlación entre escategramas y toma de decisiones	87
Tabla 22 Correlación entre medios electrónicos de control y toma de decisiones	89

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Área de CH-RETAIL pertenece	66
Figura 2 Control de inventarios	67
Figura 3 Método ABC	68
Figura 4 Escategramas	69
Figura 5 Medios electrónicos de control.....	70
Figura 6 Toma de decisiones	71
Figura 7 Clasificación de decisiones	72
Figura 8 Retroalimentación (Feedback)	73
Figura 9 Etapas en el proceso de toma de decisiones	74
Figura 10 Decisiones financieras.....	75
Figura 11 Decisiones no financieras.....	76
Figura 12 Control de inventarios y toma de decisiones.....	77
Figura 13 Método ABC y toma de decisiones	78
Figura 14 Escategramas y toma de decisiones.....	79
Figura 15 Medios electrónicos de control y toma de decisiones	80
Figura 16 Correlación entre control de inventarios y toma de decisiones.....	84
Figura 17 Correlación entre método ABC y toma de decisiones	86
Figura 18 Correlación entre escategramas y toma de decisiones	88
Figura 19 Correlación entre medios electrónicos de control y toma de decisiones...	90

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es determinar la relación entre el control de inventarios y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL Plaza Autoservicios - 2023. El enfoque es cuantitativo, diseño no experimental transversal de tipo básica y de nivel correlacional. Además, la población de estudio es de 80 trabajadores de la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios de los cuales la muestra aleatoria es en base a la población, por no contar con una gran cantidad de trabajadores. Para la recopilación de datos se desarrolló un instrumento en la escala Likert, el cual fue verificado dando una validación aprobatoria por 3 expertos en el tema de investigación. También se realizó una encuesta piloto para cuantificar la credibilidad del instrumento; para ello se utilizó el estadístico Rho de Spearman. obteniéndose un coeficiente de 0,682 que indica buena confiabilidad. Se concluye que al aplicar el estadístico Rhode Spearman se obtiene una significancia de $p=0,000$ menor que el margen de error (0,05), lo que permite rechazar la hipótesis nula y afirmar que el control de inventario tiene una relación en la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL Plaza Autoservicios – 2023. Con una correlación Rho de Spearman de 0,682. Según la escala de Bisquerra dicha correlación es buena. Es decir, los trabajadores muestran una mejora progresiva respecto al método ABC, escategamas y medios electrónicos de control, Razón por la cual, la toma de decisiones se incrementa progresivamente en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios – 2023.

Palabras claves: Control de inventarios, método ABC, escategamas, medios electrónicos de control y toma de decisiones.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine how inventory control influences decision-making in the company CH-RETAIL Plaza Autoservicios - 2023. The approach is quantitative, non-experimental cross-sectional design of basic and correlational level. In addition, the study population is 80 workers of the company CH-RETAIL plaza autoservicios of which the random sample is based on the population, because it does not have a large number of workers. For data collection, a Likert scale instrument was developed, which was verified and validated by three experts in the research topic. A pilot survey was also conducted to quantify the credibility of the instrument; for this purpose, Spearman's Rho statistic was used, obtaining a coefficient of 0.682, which indicates good reliability. It is concluded that when applying the Rhode Spearman statistic, a significance of $p=0.000$ is obtained, less than the margin of error (0.05), which allows rejecting the null hypothesis and affirming that inventory control has an influence on decision making in the company CH-RETAIL Plaza Autoservicios - 2023. With a Spearman's Rho correlation of 0.682. According to Bisquerra's scale, this correlation is good. That is to say, the workers show a progressive improvement with respect to the ABC method, scategrams and electronic means of control, reason for which, the decision-making increases progressively in the company CH-RETAIL plaza autoservicios - 2023.

Key words: Inventory control, ABC method, scategrams, electronic means of control and decision making.

INTRODUCCIÓN

En el mundo del Retail existen establecimientos dedicados a la comercialización de variedades de productos de primera necesidad para el consumo masivo de sus clientes. Esta actividad comercial puede realizarse desde una pequeña tienda de la localidad hasta cadenas de minimarkets, supermercados, hipermercados ubicados en distintas ciudades del Perú, y es por eso que el control de inventario juega un rol importante para el desarrollo de estas actividades comerciales, gracias a una correcta toma de inventario se va a ejecutar decisiones para poder lograr los objetivos y metas establecidos por la empresa o emprendimiento.

El presente trabajo de investigación tuvo como finalidad determinar la relación entre el control de inventarios y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicio – 2023.

Asimismo, se investigó la variable independiente que es control de inventarios y sus dimensiones, los cuales son método ABC, escategamas y medios electrónicos de control; también se fundamenta detalladamente la toma de decisiones considerando las dimensiones como clasificación de decisiones, retroalimentación, etapas en el proceso de toma de decisiones, decisiones financieras y decisiones no financieras.

Esta investigación presenta la siguiente estructura:

Capítulo I: Fundamento de la realidad problemática y formulación del problema partiendo desde lo general a lo específico, así también, explicación del objetivo general, específicos y la justificación de la investigación.

Capítulo II: Determina el marco teórico, comprendiendo los antecedentes nacionales como internacionales, bases teóricas, definición de términos básicos, hipótesis desde lo general a lo específico, y la operacionalización de variables.

Capítulo III: Presenta la metodología de la investigación proponiendo el diseño y tipo de investigación, la población, muestra, técnica e instrumento de investigación, validez y confiabilidad.

Capítulo IV: Plantea el análisis de resultados a través de tablas, figuras con sus determinadas interpretaciones.

Capítulo V: Contiene la discusión de resultados.

Capítulo VI: Comprende las conclusiones y recomendaciones.

Capítulo VII: Presenta las referencias bibliográficas

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la Realidad Problemática

En la actualidad existen muchas cadenas de minimarkets que no cuentan con un área específica para la toma de inventarios; por este motivo no logran tener un control de stock, mucho menos ser decisivos en la toma de decisiones, las cuales van a direccionar a la empresa hacia el éxito. Durante el año 2020, muchas empresas resultaron afectadas a causa del COVID-19, algunas de ellas fueron minimarkets, tiendas, bodegas, y no todas contrataban con los servicios de socios estratégicos para que les realicen los inventarios cíclicos y generales, ya que esto les generaba gastos; mucho menos contaban con un área en general de EXISTENCIAS, ya que él mismo personal operativo lo realizaba dejando otras funciones en stand-by. Asimismo, muchas otras empresas fueron ganando protagonismo durante la pandemia COVID-19, algunas de ellas cadenas de minimarkets o autoservicios, bodegas, tiendas lograron ubicarse en zonas muy pobladas dentro de sus pequeños distritos aperturando sus propias áreas de INVENTARIO, para que desde una oficina central puedan ejecutar una mejor toma de decisiones cuando se les envíen los resultados del inventario gracias al avance de la tecnología de información.

Todos estos inconvenientes generados y agudizados en los últimos años también se ven reflejados en el Perú puesto que muchos de los negocios asociados al sector RETAIL se ven abrumados a la hora de afrontar estas situaciones al no contar con áreas específicas destinadas a las existencias o en algunos casos estas áreas si existen, pero no están bien organizadas como es el caso de la empresa CCH RETAIL plaza autoservicios SAC.

La empresa CH RETAIL plaza autoservicios SAC lleva más de 10 años en el sector a nivel de la región lima provincias, desde el inicio de sus operaciones buscaban brindar un servicio de gran calidad en la atención y en los productos que brindan al público.

Dentro de la empresa CH RETAIL plaza autoservicios SAC de forma específica en el área destinada a las existencias se ha detectado que no lleva un correcto control de los inventarios debido a que el uso de herramientas tales como el método ABC, los escategamas y los medios electrónicos de control no es el correcto en la medida que se requiere y en ciertas circunstancias es nulo, los trabajadores inmersos en estas funciones no ven con claridad como aplicar los conceptos anteriormente mencionados debido a que no existe una estructura clara de trabajo en el área, estos conceptos termina siendo claves para controlar de forma precisa las existencias de productos por lo que deben de ser aplicados de forma eficiente durante todo el periodo de trabajo y no forma parcial o solo en periodos de baja rotación o actividades comerciales.

También se ha identificado que debido a lo anteriormente mencionado no se toman las decisiones correctas, por ende, hablamos de una toma de decisiones defectuosa que significa que las demás áreas que utilizan la información del control de inventarios no cuentan con los datos precisos para definir estrategias comerciales que tengan un gran impacto en la empresa, esto se puede ver de forma más detalla en que las decisiones financieras y no financieras en algunos casos no son las acertadas, las etapas a seguir para tomar decisiones tienden a tomar periodos excesivos en circunstancias criticas (fechas festivas, fechas comerciales, etc.) y la retroalimentación entre áreas y dentro de las mismas sufren para ser oportunas.

Si la empresa CH RETAIL plaza autoservicios SAC quiere lograr su visión debe encontrar las estrategias correctas para que estos dos conceptos, control de inventarios y toma de decisiones, se apliquen de forma eficiente en todo sentido y de forma permanente.

Por lo anteriormente mencionado, el enunciado del problema es ¿Cuál es la relación entre el control de inventarios y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicio - 2023?

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuál es la relación entre el control de inventarios y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicio - 2023?

1.2.2 Problemas específicos

A) ¿Cuál es la relación entre el método ABC y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL Plaza autoservicios-2023?

B) ¿Cuál es la relación entre los escategramas y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL Plaza autoservicios-2023?

C) ¿Cuál es la relación entre los medios electrónicos de control y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL Plaza autoservicios-2023?

1.3 Objetivos de la investigación.

1.3.1 Objetivo general

Determinar cuál es la relación entre el control de inventarios y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicio – 2023.

1.3.2 Objetivos específicos

- A. Determinar cuál es la relación entre el método ABC y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL Plaza autoservicios-2023.
- B. Determinar cuál es la relación entre los escategramas y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL Plaza autoservicios-2023.
- C. Determinar cuál es la relación entre los medios electrónicos de control y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL Plaza autoservicios-2023.

1.4 Justificación de la investigación

Según diferentes aspectos, esta investigación tiene las siguientes justificaciones.

- La importancia práctica nos va a permitir generar un sentido de conciencia en las empresas sobre la relación existente entre el control de inventarios y la toma de decisiones.
- Por su valor teórico la información brindará valiosa información para los gerentes y/o administradores de los retail para que se tomen decisiones en base al control de inventarios.
- Se justifica por su aporte metodológico, porque se aplicará los instrumentos de recolección de datos que ayudará a otras investigaciones a desarrollarse dentro del sector retail y así evaluar las decisiones que se toman en el sector.
- Será de relevancia social porque se beneficiarán los gerentes y trabajadores a quienes se les capacitarán constantemente, por ende, serán beneficiados las empresas en sus decisiones organizacionales.

- Asimismo, el estudio servirá de base para otros trabajos de investigación sobre control de inventarios y toma de decisiones.

1.5 Delimitación del estudio

1.5.1 Delimitación temporal

Esta investigación se desarrollará desde el mes de enero hasta julio del 2023, a lo cual el instrumento se aplicará en el mes de mayo.

1.5.2 Delimitación geográfica

La investigación se llevará a cabo en cada una de las instalaciones de la empresa CH-RETAIL SAC (tiendas, oficina y centro de distribución) en la región Lima provincias y la región Ancash.

1.5.3 Delimitación social

En esta investigación participaran 80 trabajadores de la empresa CH-RETAIL SAC entre ellos participaran integrantes de las áreas de operaciones, logística, administración, contabilidad, comercial y TI.

1.6 Viabilidad del estudio.

Para la realización de esta investigación se va a emplear herramientas metodológicas para poder recolectar datos de forma confiable lo que nos va a permitir desarrollar una investigación viable además contamos con la autorización de la empresa CH-RETAIL SAC para el uso y análisis de la información que nos soliciten y brinden asumiendo los gastos y responsabilidades que esto implique.

CAPITULO II MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Internacionales

Parrales, Aguirre, Gómez, y Merchán (2021) en su trabajo de investigación titulado: Control de inventario para la acertada toma decisiones gerenciales en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Babahoyo, planteó como principal razón de ser establecer un sistema integral de control de inventarios que pueda garantizar una toma de decisiones efectiva en las PYMES de la ciudad de Babahoyo. Para esta investigación se empleó la metodología cualitativa y cuantitativa. Los tipos de investigación que se decidió emplear fueron bibliográfica, explicativa, descriptiva y correlacional; los métodos de investigación fueron: analítico-sintético, inductivo y deductivo; técnicas tales como la entrevista y las encuestas; también se emplearon como instrumentos para esta investigación el cuestionario de preguntas, computadora, impresora, tecnología existente; se obtuvo ciertos resultados sirvieron a la parte gerencial para que puedan implementar un sistema para registrar, hacer seguimiento y controlar los inventarios de forma eficiente, además del uso de los formatos Kardex los cuales ayudan a controlar los ingresos y egresos de mercaderías e identificar cada una de las etapas correspondientes y de esa forma garantizar una toma de decisiones eficiente. Parrarles. Et al (2021).

Casa y Villamarin (2020) en su trabajo de investigación titulado: Control Interno de Inventarios y su Incidencia en la Toma de Decisiones del Almacén Casa Pica Megaplastic del cantón La Maná Provincia de Cotopaxi Año 2019, se planteó como objetivo general de esta investigación analizar el control de

existencias e inventarios y la incidencia que llega a tener en la toma de decisiones del almacén Casa pica Megaplastic del cantón La Maná. La problemática en la cual se enfocó esta investigación que el hecho de que se presenta una deficiencia en el control de los inventarios., el cual llega a tener un impacto negativo que afecta a la empresa generando perdidas internas. Se siguió con la metodología cualitativa, descriptiva, no experimental, las técnicas empleadas para lograr recopilar información necesaria fueron la entrevista y la encuesta usando el programa COSO I de control interno. Tras realizar las encuestas, se observó que, si existe un control de inventarios de forma moderada según los datos, en donde arroja el control interno nos dio un nivel de confianza del 72.80%, por su lado el nivel de riesgo es de 27.20 % lo que se considera un riesgo moderado. Se recomendó a la organización la aplicación de un sistema de control interno integral como por ejemplo implementar un manual donde estén todos los procedimientos a fin de que mejore los procesos en un tiempo determinado.

Guaigua y Díaz (2022) en su trabajo de investigación titulado: El control de inventarios y su incidencia en la toma de decisiones de la microempresa créditos Sánchez del cantón Baños de Agua Santa 2022, esta investigación tuvo como objetivo principal desarrollar un manual que facilite el control de los inventarios el cual debe estar bien detallado. Además, debemos resaltar que es importante un control interno para que las microempresas puedan salvaguardar sus recursos y proporcionar información relevante al departamento financiero. Esta investigación fue desarrollada aplicando la metodología cuali-cuantitativa la cual nos permitió conocer si se utilizaban herramientas para el control de los inventarios por parte del personal implicado. El trabajo desarrollado para lograr

implementar políticas adecuadas, flujogramas especializados que puedan garantizar un correcto orden y control de las entradas-salidas de mercaderías, logrando un beneficio significativo para Créditos Sánchez dando soluciones a las falencias encontradas en este campo de investigación.

2.1.2 Nacionales.

Juarez (2020) en su trabajo de investigación titulado: Control de Inventarios y toma de decisiones en la empresa comercial Bitel –Sucursal Lima, año 2019, cuyo trabajo de investigación propuso como principal objetivo de investigación hallar la relación existente entre el control de inventario y la toma de decisiones en la comercial Bitel – Sucursal Lima, año 2019. Se aplicó a esta investigación la metodología correspondiente al tipo de investigación básico y el diseño empleado es no experimental – transversal, con un nivel de investigación descriptiva – correlacional. De igual forma para obtener los datos pertinentes, el cuestionario fue el instrumentos elegido; la técnica que se utilizó fue la encuesta, y se le aplico la escala Likert y la población para la investigación estuvo contemplada por 29 colaboradores que integran las distintas áreas de administración, almacén, finanzas, y comercial. Después de realizarse el análisis de datos, mediante los resultados obtenidos tras aplicar la prueba Shapiro-Wilk de Shapiro-Wilk, se obtuvo un nivel de significancia de 0.025, la cual resulta ser menor que $p=0.05$ establecido y debido a eso se rechazó la hipótesis nula, al ser esta una correlación positiva moderada (ρ 0.414), por lo que se logró demostrar que existe una relación entre el control de los inventarios y la toma de decisiones en la empresa comercial Bitel – Sucursal Lima.

Ortiz (2014) en su trabajo de investigación titulado: Control interno de inventarios y la toma de decisiones en la empresa vidriería 28 de julio SAC, La victoria, 2014, el objetivo que se planteó fue lograr determinar si hay relación entre el control interno de inventarios y la toma de decisiones en la empresa Vidriería 28 de Julio SAC, La Victoria 2014. Esta investigación tuvo un diseño correlacional enfocada de forma cuantitativa donde la muestra estuvo conformada por 52 colaboradores de la empresa Vidriería 28 de Julio SAC. Para que información querida sea confiable, en primer lugar, se comprobaron los instrumentos a utilizar; se logró demostrar la validez y confiabilidad ya que los jueces expertos lo determinaron así tras la revisión correspondiente y con el coeficiente Alfa de Cronbach, se empleó el instrumento del cuestionario usando la escala de Likert a razón de las variables planteadas. Tras realizar la investigación se determinó que, si existe una relación positiva entre el control de los inventarios y la toma de decisiones en la empresa Vidriería 28 de Julio SAC, La Victoria 2014 (Rho de Spearman 0,904). Con estos hallazgos se comprobó la hipótesis y los objetivos.

Navarro y Vela (2020) en su trabajo de investigación titulado: Mejoramiento del control de inventarios y su incidencia en la toma de decisiones en el área de almacén del hotel el gran marqués, Trujillo, año 2020, se llegó a establecer como objetivo principal demostrar que mejorando las acciones en el control de inventarios se tendrá una respuesta positiva en la toma de decisiones dentro del área de almacén del hotel El Gran Marqués, Trujillo, año 2020. El tipo de investigación utilizada es aplicativo según los principios establecidos y el diseño de investigación es preexperimental, así como también las técnicas para la recolección de datos que se emplearon para esta

investigación fue la encuesta tradicional y analizar documentos pertinentes; además se seleccionó los instrumentos tales como el cuestionario y la hoja de registro de datos, todo esto para recopilar la información necesaria. Se determinó con esta investigación, que la falta de un procedimiento bien estructurado para controlar los inventarios de la empresa repercute de forma negativa en la toma de decisiones de los colaboradores en el área de almacén. Por lo tanto, se llega a concluir que mejorando las acciones internas del control de inventarios va a contribuir a que las decisiones tomadas en el área de almacén sean más eficientes, esto logra disminuir las pérdidas actuales, mermas y desmedros de los materiales y productos que se encuentran en el almacén.

2.2 Bases teóricas.

2.2.1 Control de inventarios.

Guerrero (2022) nos menciona que el control de inventario es un sistema que permite la gestión del inventario en un almacén, considerando desde la entrada, o de forma permanente o durante la exportación, donde lo que se busca es reducir los costos y utilizar de forma correcta el inventario.

Además, Guzmán (2022) nos dice que el control de inventarios está relacionado al sistema que nos va a permitir gestionar cada una de las existencias dentro de un almacén considerando los movimientos que se realicen dentro de él buscando una optimización de costos.

Y siguiendo esta línea, Guzmán (2022) nos confirma que la gestión conduce a la optimización, por lo que es importante tener algo de práctica para lograr sus objetivos. Aquí es donde se incluye el concepto de un sistema de inventario para mantener las cosas organizadas. La existencia de distintos

sistemas de inventario va a depender de los objetivos y políticas propias de cada empresa.

Sierra, Guzmán, y García (2015) nos menciona que el control de inventarios es el dominio pleno que tiene un determinado individuo sobre los bienes o existencias en su empresa.

El inventario es importante para todo tipo de empresas indistintamente de su rubro y también para sus trabajadores. El inventario tiene un gran impacto en las operaciones diarias, ya que debe contabilizarse, pagarse y utilizado en operaciones, utilizado para satisfacer y gestionar las necesidades del cliente.

Se debe hacer un control de inventario para determinar la calidad resultados obtenidos en diferentes actividades y/o transacciones, cada uno de los cuales es importante y debe estar debidamente estructurado y especificado continuamente, teniendo en cuenta esta competencia en diversas actividades cada vez más comercial.

2.2.1.1 Método ABC

Sierra, Guzmán, y García (2015) nos dicen que las prácticas clave de gestión de inventario incluyen: encontrar la distribución ABC, que es la regla asignación del déficit de Pareto o regla 80-20 o posible ley de los pocos vitales y muchos triviales.

En resumen, nos da la clasificación de valores ABC para indicar claramente el "qué" que debemos controlar en el inventario. A B C. Clasificar artículos de inventario en tres clases: La clase A representaría el 80% del valor monetario, pero solo el 20% de las existencias físicas, la clase B tendría el 15% del valor monetario y el 30% de las unidades

físicas, y por último la clase C solo tendría el 5% del valor, pero representaría el 50% de las existencias.

Para poder identificar cuáles de las existencias del inventario estarán en cada clasificación debemos tener algunos datos tales como: la identificación del producto, su costo unitario y rotación anual o en el periodo en el que se trabaje. Los datos por utilizar son principalmente el costo unitario y el valor de la rotación anual los cuales se multiplican y dichos valores se ordenan de mayor a menor sumando la totalidad y obteniendo el valor porcentual de cada existencia con respecto al total, de esos datos se agrupan en cada una de las clases respetando los parámetros de cada clasificación.

1. Clasificación de inventarios

Los tipos de inventarios son diversos y se pueden clasificar en función de diferentes variables, considerando la frecuencia con la que rotan, los conteos o las diversas características asociadas a los códigos físicos existentes.

Podemos identificar beneficios tales como que, con la gestión de inventario, se da la posibilidad de detectar errores y fallos a nivel logístico, como errores de etiqueta, cantidad de enlaces que no coinciden o errores de selección, y más.

2. Rotación de inventarios

En este caso la rotación de inventario es una métrica operativa y financiera que mide la cantidad promedio de veces que una compañía vende y reemplaza el inventario durante el periodo que haya determinado de forma interna (generalmente un período de tiempo).

3. Disminución de costos

Se entiende que la reducción de costo está asociada a las estrategias que aplica una empresa para que sus costos operacionales, administrativos, etc., reduzcan y generen mayor rentabilidad a las actividades económicas que se realizan.

2.2.1.2 Escategramas

Es una representación gráfica del comportamiento de los productos en función de sus ventas o participación en los ingresos; cantidad o beneficio aportado a la empresa; así como su volatilidad y variación en el tiempo.

Sirve para Determinar la volatilidad de cada producto o benchmarking en un lapso, segmentar productos y clientes, analizar rentabilidad, además analiza la demanda para tomar mejores decisiones comerciales e incrementar el valor agregado al negocio. (Guerrero, 2022).

Escategramas es una herramienta gráfica donde puedes combinar múltiples variables. Al mismo tiempo, sirve como método para conocer y describir productos.

Por ejemplo, volumen de ventas, desviación de referencia y margen bruto para cada producto. (Saldarriaga, 2020)

Algunos de los datos que utilizan los escategramas son basados en los que se obtienen del método de distribución ABC, ya que aportan los siguientes beneficios:

-Diseñan estrategias que priorizan esfuerzos en los productos con mayor rotación.

-Optimizan el manejo de inventarios en base a las salidas de los distintos productos.

-originan la fidelización de productos al tener conocimiento de los productos más requeridos por los clientes y de esta forma siempre se tiene lo que el cliente desea.

Además, tiene las siguientes características.

1. Mejora en la toma de decisiones.
2. Asignación de recursos ya que brinda los datos necesarios para una correcta distribución basándose en la demanda de cada punto de venta.
3. Organización de espacios, al igual que el método ABC este brinda datos para clasificar y organizar el inventario en base a su prioridad de uso.

2.2.1.3 Medios electrónicos de control.

Guerrero (2022) menciona que los sistemas de control electrónico de inventarios son herramientas tecnológicas que ayudan a las empresas a monitorear y administrar sus existencias. Estos sistemas utilizan la tecnología para automatizar el seguimiento de los productos, todo esto brinda herramientas a las empresas a tomar las mejores decisiones sobre cuándo reordenar o discontinuar productos.

Además, Safety Culture (2023) nos menciona que estas herramientas nos permiten elaborar reportes de forma clara y concisa con información entiempos real correctamente actualizada donde existan detalles sobre las existencias.

Hay varios medios de control electrónico de inventarios disponibles, los principales son;

1. Sistemas de escaneo de código de barras: Estos sistemas utilizan escáneres para leer los códigos de barras en los productos y actualizar automáticamente el sistema con información sobre la cantidad de productos en el inventario.
2. Sistemas de radiofrecuencia (RFID): Los sistemas RFID utilizan etiquetas electrónicas para identificar y monitorear los productos, lo que permite una mayor eficiencia y precisión en la gestión de inventarios.
3. Software de seguimiento de inventarios: Este tipo de software permite a las empresas administrar y monitorear sus inventarios de manera centralizada, lo que facilita la toma de decisiones informadas sobre cuándo reordenar productos y cuántos.

Además. Estas herramientas brindan la disponibilidad de datos los cuales estarán actualizados en un sistema automatizado que brindará control en tiempo real.

2.2.2 Toma de decisiones

Toda toma de decisiones es el pilar de toda empresa para hacer efectiva distintas actividades de los trabajadores y que van a influir en el camino hacia cumplir con los objetivos y las metas. Es por eso por lo que todo ser humano nos consideramos tomadores de decisiones.

La toma de decisiones basada en el tiempo es una actividad de gestión en las organizaciones desde una perspectiva de gestión estratégica, todo ello encaminado a establecer una hoja de ruta para alcanzar los objetivos que

la empresa se plantee y la visión de futuro, garantizando que los procesos estén en sintonía con la actividad mercantil, así como las actividades empresariales en todos los campos. organización. Sin embargo, para enriquecer este estudio, es necesario analizar diferentes aspectos relacionados con la toma de decisiones gerenciales desde diferentes perspectivas teóricas.

En este sentido, toda toma de decisiones viene hacer un proceso donde se identifica un problema, se consolida la mayor información, se aporta distintas alternativas y por último se toma un plan de acción.

Todo gerente de una empresa tiene conocimiento que en el transcurso de su desarrollo operacionales enfrentará problemas los cuales lo llevarán a tomar ciertas decisiones que afectarán de manera positiva o negativa para la empresa. Para ello, se necesita planificar, llevar a cabo un proceso donde resaltarán ciertas alternativas, y posterior a ello seleccionar y aplicar la que mejor se direcciona con los objetivos y metas de la empresa.

Es importante que todos los trabajadores de la empresa logren identificarse y comprender el proceso de la toma de decisión, y la ejecución de este, ya que se pueden aplicar con antelación, también en el desarrollo de algunas actividades o posterior a un problema identificado para que haya un mayor impacto en el desarrollo de la empresa.

Amaya (2010) nos dice que tomar las decisiones correctas es fundamental en toda actividad humana dando un enfoque general a esta importante actividad, pero también hace énfasis en que se debe seguir un proceso para que las decisiones sean acertadas donde se involucran distintas ciencias sociales para garantizar la eficiencia.

La toma de decisión juega un papel muy importante en la gerencia de la empresa, ya que la finalidad de los decisores es cumplir con los objetivos empresariales y con el desarrollo óptimo de las operaciones de la empresa. Por eso, todos los gerentes al encontrarse en una situación problemática y que en lo posterior tenga que elegir una decisión entre muchas alternativas debe de conocer las consecuencias que estas pueden tener.

Para tomar una decisión se tiene que identificar un problema, posterior a ello por ciertas circunstancias que obligan al empleador a tomar estas rápidas decisiones de manera urgente es donde se puede evidenciar mayores conflictos entre jefes, líderes y encargados de distintas áreas, debido a que, ciertas decisiones que llegan hacer importantes no cuentan con la recolección de datos e información correctas.

Muchos gerentes quieren prevenir los problemas en sus empresas, aun sabiendo que los problemas suelen generarse en el momento y por ende es necesario tomar decisiones correctas con un adecuado plan de acción que va determinar los resultados positivos para la empresa.

Toma mucha importancia toda información consolidada para poder dar solución a los problemas; como también, para que una empresa logre estabilidad dentro del mundo globalizado necesita decidir, tomar decisiones que sean efectivas. Chucos y Chucos (2016) se refieren que cuando un empresario tiene que enfrentar una situación donde deba tomar decisiones trascendentales debe de considerar todos los aspectos a su alrededor, también debe analizar y entender las alternativas a considerar con el fin de hallar las soluciones más razonables y viables. Posterior a lo mencionado, los decisores

tienen la responsabilidad de resolver los problemas que se presentan en la empresa como responsables de áreas asignadas a su persona.

Amaya (2010) nos menciona que:

Un gerente debe tomar muchas decisiones todos los días. Algunas de ellas son decisiones de rutina mientras que otras tienen una repercusión drástica en las operaciones de la empresa donde trabaja. Algunas de estas decisiones podrían involucrar la ganancia o pérdida de grandes sumas de dinero o el cumplimiento o incumplimiento de la misión y las metas de la empresa. En este mundo cada vez más complejo, la dificultad de las tareas de los decisores aumenta día a día. El decisor (una persona que tiene un problema) debe responder con rapidez a los acontecimientos que parecen ocurrir a un ritmo cada vez más veloz. Además, un decisor debe asimilar a su decisión un conjunto de opciones y consecuencias que muchas veces resulta desconcertante.

Existe una realidad problemática en todas las empresas y son las malas decisiones, lo que puede generar pérdida de miles y millones de soles. Estas malas decisiones surgen cuando no se ha planificado ni seguido correctamente los lineamientos del proceso de toma de decisiones que se mencionó anteriormente, y por la premura de tomar una rápida decisión en tiempo real; lo cual, muchos gerentes lo hacen, se evaden de analizar las causas y consecuencias generando resultados negativos para la empresa.

Chucos y Chucos (2016) añaden que:

Toda organización crece, prospera o fracasa como resultado de las decisiones de sus líderes, y estas decisiones pueden ser arriesgadas,

inciertas y no hay garantía de éxito. Se deben tomar decisiones frente a factores en constante cambio, información poco clara y perspectivas contradictorias. La toma de decisiones será más eficaz si se dispone de información completa y precisa en el momento y lugar adecuados. La cantidad y el tipo de información determina la confianza en el proceso de toma de decisiones. En consecuencia, cuanto más fiable sea el conocimiento, más fácil y mejor será la toma de decisiones. Esto significa la importancia de desarrollar los mecanismos de control interno necesarios para que el responsable de la organización pueda acceder a la información.

El éxito o fracaso de toda empresa va a depender bastante de las decisiones que serán tomadas por los gerentes, jefes, líderes y departamentos; ya que el objetivo principal del proceso de toma de decisiones siempre será identificar la solución que más se dirija ante la necesidad que afronta la empresa.

2.2.2.1 Clasificación de decisiones (según niveles)

La toma de decisiones también se define como un proceso cognitivo en lo cual se identifica el problema y luego se hace un análisis con las alternativas a elegir para poder tomar una buena decisión. Peña (2016) afirma que, “Esta clasificación está conectada con el concepto de estructura organizativa y la idea de jerarquía que se deriva de la misma. Las decisiones se clasifican en función de la posición jerárquica o nivel administrativo ocupado por el decisor” (p.6). Desde esta perspectiva distinguiremos tres niveles de decisiones las cuales

cambian según su nivel organizativo, ya que no todas las decisiones son iguales:

a) Decisiones operacionales

Toda decisión operativa se direcciona en base a pequeñas actividades o tareas. Estas actividades la realizan supervisores. Toda decisión operativa obliga a todo trabajador de la empresa a conocer la operatividad que se realiza día a día en la empresa; esto, tendrá una ventaja en la que al decisor adquiera mayor conocimiento referente a las debilidades, amenazas y dificultades que se puedan evidenciar dentro de la organización.

Peña (2016) nos menciona que:

Las decisiones operativas las toman los empleados de la gerencia de nivel más bajo. Se trata de cuestiones relacionadas con las operaciones actuales de la empresa. Alto grado de repetibilidad: a menudo se convierten en rutinas y operaciones automatizadas, lo que hace que la información necesaria esté fácilmente disponible.

Estas decisiones operativas van a influir consecutivamente en las actividades diarias de la empresa. No tiene restricción de individuos, la puede tomar distintos tipos de trabajadores con la finalidad de cumplir con las funciones de su área respectiva.

Las decisiones operacionales u operativas se relacionan con la gestión realizada del día a día de la empresa. Aquellas

gestiones que harán que la empresa siga manteniéndose en funcionamiento. Gestiones como hacer un pago, un cobro, problemas que surgen en distintas áreas, faltas del trabajador, entre otros. Estas decisiones operativas que se toman posterior de haber identificado el problema se resuelven en un tiempo de corto plazo. Estas decisiones operativas son consideradas como cuantitativas.

Hernández (2006) recalca que la estandarización emerge como el factor primordial en la toma de decisiones operativas, posibilitando respuestas ágiles en situaciones conocidas con plazos ajustados, especialmente en las dinámicas cotidianas que requieren eficacia. Una vez que los procesos han sido analizados y los estándares definidos, las decisiones operativas siguen un proceso que abarca la evaluación de la situación y la elección del procedimiento estándar adecuado. La valoración de la situación implica analizar las características esenciales del problema, identificando tanto los insumos físicos como la información necesaria. Por otro lado, se identifican las salidas esperadas, ya sean físicas o informativas, vinculadas a los objetivos definidos durante el proceso de estandarización. La elección del procedimiento estándar apropiado se fundamenta en estas consideraciones previamente mencionadas.

Las decisiones operativas también son aquellas que se seleccionan para dar solución a situaciones que se evidencien en la rutina diaria de las operaciones de la empresa, las cuales se

direccionan con todos los procesos de la empresa, ya sea en cualquier ámbito de la empresa. La importancia es que, las actividades a realizar inician desde el cargo de menor jerarquía hasta los altos directivo de la organización para que puedan lograr con los objetivos propuestos por los gerentes.

b) Decisiones tácticas

Este tipo de decisión es ejecutado por la gerencia media de la empresa, lo cual serán necesarias sin dejar de lado las decisiones estratégicas. Al realizar este tipo de decisión estaríamos alcanzando las decisiones estratégicas, también, conociendo la operatividad diaria de la empresa para poder tener una calidad directiva. Esta decisión va a permitir al gerente conocer más de las dificultades con la que su personal de trabajo se enfrenta día a día, conocerá que tan útil es este tipo de decisión que le va a permitir distribuir de manera eficiente los recursos limitados.

Peña (2016) menciona que Se trata de decisiones adoptadas por ejecutivos de nivel medio, cuyo propósito es asignar de manera eficiente los recursos disponibles para lograr los objetivos estratégicos establecidos. Estas decisiones pueden ser rutinarias, con un grado de repetición suficiente para confiar en experiencias previas. Por lo general, sus efectos se manifiestan en un plazo relativamente corto y son reversibles en su mayoría. Los errores, a menos que se acumulen, no suelen conllevar sanciones severas. Ejemplos de estas decisiones

incluyen la disposición de la planta, la distribución del presupuesto o la planificación de la producción.

Muchas empresas tienen que influir en sus líderes al momento de tomar decisiones operativas, ya que estas decisiones serán decisiones del día a día, decisiones rutinarias que serán tomadas por cada jefe de área para con su equipo de trabajo; teniendo en cuenta que estas decisiones no van a afectar a la empresa por lo mismo que son decisiones tácticas que se repiten diariamente.

c) Decisiones estratégicas

Referente a este tercer tipo de decisión, en este trabajo de investigación podemos indicar que son aquellas decisiones que son proactivas, y que cumplen un rol muy esencial en toda empresa, aún la importancia de estas decisiones estratégicas es mayor cuando se enfoca a las apreciaciones de los trabajadores de cada área. Estas decisiones son el día a día de toda empresa u organización, inclusive en nuestra vida personal aplicamos estos tipos de decisiones, ya que son constantes.

Peña (2016) hace mención que estas decisiones son tomadas por líderes en la cúspide jerárquica o altos directivos de la organización. Se centran en las interacciones entre la empresa y su entorno. Estas decisiones son de gran importancia, ya que delinear los propósitos y objetivos generales que afectan a toda la organización, al mismo tiempo que configuran planes a largo

plazo para alcanzar esos objetivos. Son decisiones únicas, a largo plazo y no repetitivas, lo que implica que la información disponible puede ser limitada y sus efectos difícilmente reversibles. Los errores en estas decisiones estratégicas pueden comprometer el desarrollo y, en algunos casos, la supervivencia de la empresa, por lo que requieren un elevado nivel de reflexión y juicio. Ejemplos de decisiones estratégicas incluyen la ubicación de las instalaciones de producción, la asignación de recursos financieros y la determinación de los productos a fabricar.

Toda toma de decisión aplicada tanto en lo laboral como personal implica un mayor grado de responsabilidad. Ya que, toda decisión que se toma tiene consecuencias productivas o no productivas; es porque las empresas consideran una alta suma de recursos sustanciales generando nuevos cambios y orientando decisiones. Estas decisiones estratégicas no suelen ser rutinarias, ya que se toman cuando lo amerita cada situación en la empresa lo cual va determinar la visión y el futuro de esta, ya sea en plazos de tiempo; medio y largo plazo. Habiendo entendido lo que se acaba de mencionar, es importante reconocer y diferenciar las decisiones según la pirámide de jerarquía de decisiones; por lo que, esta se ubica en la cúspide de la pirámide; ya que son responsabilidad de la alta dirección, quienes son los decisores y quienes lo aplican posterior a un estudio planificado.

La alta dirección de la empresa está obligadas a tomar decisiones estratégicas una vez que se fija la trayectoria de la empresa y de todas sus actividades a realizar, ya que este tipo de decisión está direccionado a la misión y visión de la empresa.

Montoya (2005) nos menciona que Las decisiones estratégicas son de gran impacto y de alguna manera comprometen el porvenir, debiendo ser tomadas con un enfoque integral. Estas decisiones permiten materializar la visión y requieren un seguimiento y ajuste periódico. En el ámbito del negocio de la filial de telecomunicaciones, las decisiones estratégicas tienden a volverse rutinarias al abordar la conciliación entre las necesidades específicas de los clientes y las capacidades de la empresa. Por otro lado, las decisiones operativas suelen estar vinculadas con compromisos contractuales establecidos con clientes y asociados, lo que implica un marco más estable, ya que existen reglas preexistentes que lo regulan.

Se determinan a las decisiones estratégicas como complejas, ya que existen mucha incertidumbre cuando se identifica el problema y en la elección de alternativas; lo que va a afectar a las decisiones tácticas y operativas. Es decir, hará referencia a la planificación, organización, dirección y control en la empresa. Es por eso que existe una gran responsabilidad que va a recaer en el área operacional de la empresa, con la finalidad de poder subsanar y/o mejorar la calidad del servicio o

producto que brinda, el aumento en la productividad para así satisfacer a todos los clientes y llegar hasta la fidelización de estos, cómo, por ejemplo; reduciendo costos, aplicando ofertas, descuentos, nuevos lanzamientos de productos o servicios.

Si bien es cierto, existen aspectos primordiales que se tienen que priorizar en la ejecución de la toma de decisiones estratégicas; como la calidad. Esto, va a llevar a cumplir con las necesidades de los clientes y así su satisfacción sea más profunda que sus expectativas.

2.2.2.2. Retroalimentación (Feedback)

Muchas empresas han logrado sobrevivir en este mundo globalizado y de la post pandemia gracias a la buena comunicación que manejan en todas las áreas respectivas de la empresa u organización, sobre todo, cuando se identifican deficiencias, cuellos de botellas o malas prácticas que hacen retrasar las operaciones, los objetivos y metas establecidos desde sus inicios en el desarrollo de sus actividades.

Esta comunicación es llamada feedback corporativo, la cual, se aplica en toda empresa con la finalidad de mejorar y superar toda deficiencias durante el funcionamiento de las actividades comerciales del entorno de la empresa. El feedback es aplicado como un conjunto de metodologías que va a lograr incentivar mucho la comunicación entre los trabajadores y las áreas que conforman su cultura organizacional, y así poder mejorar ciertos aspectos con miras a un futuro mejor y comprometedor.

El feedback o retroalimentación también es un proceso que va a influir en el cumplimiento de la misión y visión de toda empresa; no solo se aplica en la alta dirección, sino, es los estratos más bajos de todo organigrama empresarial. Esto va a beneficiar a la cultura organizacional, ya que, los trabajadores se sentirán mucho más motivados debido a que podrán compartir sus conocimientos a sus superiores en la práctica empresarial, podrán mejorar su desempeño antes, durante y después de sus funciones establecidas por cada departamento.

Gracias a la implementación del feedback en cada área respectiva, la empresa obtendrá resultados positivos; como, mejora en el rendimiento de los trabajadores, un ambiente de confianza; reciprocidad entre los trabajadores, la alta dirección y las áreas desde la jerarquía mayor a la menor, llevando a la empresa a poder contar una mejora continua y a poder planificar actividades beneficiosas en un plazo futuro.

Se cree que feedback es un término anglosajón difícil de traducir al español en la jerga empresarial. La cual se está refiriendo a la capacidad de reforzar conductas positivas deseables que se repiten en el tiempo, en cuyo caso estamos hablando de retroalimentación positiva o de apoyo; o indicar un comportamiento o gestos que la persona necesita cambiar, en cuyo caso estamos hablando de retroalimentación negativa o remediación.

Al desarrollar el feedback como metodología dentro del entorno empresarial como en el entorno personal, se va a poder identificar un resultado positivo y negativo; como, por ejemplo:

- Feedback positivo. - Aplicado en la valoración de un bien o servicio, superación de los trabajadores y buen desempeño laboral, satisfacción de los clientes al adquirir su producto o servicios logrando una mayor fidelización.
- Feedback negativo. - Se evidencia un feedback negativo cuando se identifica insatisfacción de un bien o servicio adquirido, también cuando no se logra las expectativas deseadas por diferentes aspectos de la empresa y del trabajador.

El feedback, también se puede desarrollar en diferentes escenarios; teniendo en cuenta ciertos medios para su ejecución:

- Feedback directo (face to face).
- Feedback Escrito.
- Videollamadas.
- Conferencias virtuales (video grabaciones).
- Cualquier medio de comunicación.

2.2.2.2.1. Información de los resultados de inventarios

Este proceso va a identificar aquellas deficiencias que han sido observadas durante la realización del inventario y en el desarrollo de las funciones operativas del área a inventariar. Con estos datos las empresas van a poder conocer

cuando se realizó un pedido inadecuado, cuando se generó un sobre stock. También, se va a poder controlar el ingreso correcto de mercaderías para el abastecimiento adecuado. Se va a poder medir la necesidad de compra de activos, productos y herramientas para el desarrollo de las actividades operativas del departamento. Esta información es de suma importancia ya que va a controlar el capital financiero e invertido en todas las existencias de la empresa.

Cada toma de inventario tiene un valor final ya que va a permitir conocer el valor real de la inversión que se realizó y así evitar que la empresa quiebre y cierre sus operaciones. Es por eso que existe un post inventario, donde se va a realizar un pequeño recuento para identificar las cantidades faltantes que no se identificó durante el desarrollo del inventario. Posterior a ello, todo post inventario va a servir para poder realizar una correcta toma de decisiones.

2.2.2.2.2. Poder de decisión al evaluar resultados.

El poder de decisión al evaluar los resultados de un inventario es una importante herramienta que se aplica para poder ser más competitiva y mejorar la eficiencia en las distintas áreas respectivas. Aquí se evaluará la medición del tiempo que se invirtió en la recolección de información respectiva del inventario y del dinero para poder mantener abastecida cada área. Gracias a los resultados se podrá

redactar un reporte de todas las existencias, ingreso y salida de mercadería, auditorías internas y externas con la finalidad de poder optimizar los tiempos a la hora de realizar un pedido y de evaluar costos con distintos proveedores.

Todos los gerentes al obtener los resultados de sus inventarios de cada área podrán conocer que tan afectada se ha observado dicha área o que tan beneficiosa ha sido durante el desarrollo de sus operaciones. Es aquí donde se va generar un poder de decisión por parte de la alta dirección ya sea estratégicas, tácticas y operativas; que en conjunto con los jefes de cada área respectiva se tomará decisiones de aquellos resultados positivos o negativos con la finalidad de poder mejorar en el próximo inventario que se llegue a realizar.

2.2.2.2.3. Acción a tomar en el área inventariada

Posterior al poder de decisión al evaluar resultados, se requiere llevar a cabo un plan de acción con el fin de poder subsanar aquellos puntos observados durante el desarrollo del inventario. En este plan de acción se puede considerar los siguientes puntos:

- Conocer en qué tiempo se realizó una mayor venta de sus existencias y en qué tiempo tuvieron baja venta no llegando a la meta establecida.
- Identificar que producto tuvo mayor venta y los que no para proceder con la depuración de su stock.

- Impulsar la venta de los productos que están próximos a vencer.
- Habilitar promociones de productos que no tienen mayor rotación de venta.
- Bloquear códigos para evitar su ingreso al stock.
- Mayor comunicación con el área inventariado y el área de compras, así evitar un desabastecimiento.
- Ahorrar costos de almacenamiento.
- Mantener un margen mínimo de merma o desmedro.
- Control de los productos para su devolución por vencimiento.

2.2.2.3 Etapas en el proceso de toma de decisiones

Muchas empresas se mantienen en este mundo globalizado post pandemia gracias al poder de sus decisiones. En algunos casos muchas de las decisiones suelen ser simples y sencillas gracias a un correcto análisis; también, existen decisiones que se requiere de mayor tiempo para poder consolidar toda la información necesaria y se pueda evaluar los distintos escenarios llegando a una sola conclusión. Estas últimas decisiones suelen ser las más complejas, ya que cuando se toma una decisión se suele asumir las consecuencias de estas. Llegando hasta el punto de definir el futuro de la empresa o área.

Es muy importante contar con la información correcta para una toma de decisiones, ya que este proceso es un ciclo que se ejecuta en la vida diaria de la empresa y conforme pasan los tiempos se va retroalimentando. Es por ello que, toda decisión lleva a una acción;

donde se obtendrá nuevas informaciones como aporte a la alta dirección y las funciones de la empresa para así tomar nuevas decisiones.

Dentro de este proceso existen 4 etapas para el proceso de toma de decisiones; los cuales son:

2.2.2.3.1 Diseño

En el diseño se plantea un esquema de acciones que logren identificar todas las rutas posibles para llegar a la solución del problema. En este primer proceso se requiere consolidar distintas perspectivas de todo el equipo en conjunto, desde el personal operativo hasta la alta dirección, es así como se obtendrá un modelo de diseño muy eficaz, y no se obviará alternativas que quedaron libres sin antes haber sido evaluada.

2.2.2.3.2 Selección

En esta segunda fase, posterior a la identificación de todas las alternativas posibles encontradas en el proceso de diseño; se toma una evaluación de todas ellas. Teniendo en cuenta el objetivo que queremos lograr. Se evalúa todas las alternativas detenidamente, tomándose el tiempo correcto ya que una mala elección puede traer riesgos y malas consecuencias en las operaciones de la empresa.

Una vez que se evaluó y se identificó la alternativa debemos de considerar que esta será la que contribuya en el desarrollo para alcanzar las metas establecidas utilizando

todos los recursos necesarios disponibles; y que no presentará problemas en un largo plazo.

2.2.2.3.3 Implantación

La implantación es el penúltimo filtro para tomar las medidas correctivas en cuanto a la alternativa elegida y se pueda cumplir con todos los parámetros establecidos. En este filtro los gerentes se darán cuenta si se tuvo una buena elección de alternativa o si se necesita reiniciar con el proceso de las etapas de las tomas de decisiones. Se requiere mucho de información y que esta sea compartida a todos los encargados de las áreas para que tengan mayor conocimiento de que cambios o acciones se han de tomar y no tome por sorpresa a los trabajadores de la empresa, ya que al tomar decisiones en la empresa también habrá personas afectadas, para bien o para mal. Es importante que la comunicación sea fluida en el entorno empresarial.

2.2.2.3.4 Revisión

Por último, la revisión; este proceso se realiza con la finalidad de llevar un control del resultado de la decisión que se tomó; aquí se conocerá la importancia que se tomó al aplicar los cambios y toma de decisiones, que tanto impacto generó esta decisión. Si se llega a la conclusión que no fue lo que se esperaba, entonces, se tendría que realizar una mejora o reiniciar el proceso.

Finalizando este proceso se redacta un informe a detalle de las pautas y procesos de elección de la decisión tomada, esto, ayudará a conocer fortalezas y departamentos de mejora para un futuro en común.

En conclusión, el proceso para la toma de decisiones en la empresa siempre será fundamental, como también, delicado, ya que al tomar una decisión la empresa o el área puede desarrollarse aún mejor, y crecer o bien, al tomar una mala decisión se puede evidenciar una fuerte crisis o quiebre interna logrando el despido del personal o cierre de las operaciones.

Para que los gerentes eviten este último es necesario consolidar toda la información necesaria teniendo cerca las mejores herramientas, aplicaciones o diferentes medios para que se pueda realizar un análisis más a fondo y se evite pérdidas innecesarias.

2.2.2.4 Decisiones financieras

Toda decisión financiera es ejecutada por la alta dirección en conjunto con los jefes de cada área respectiva, cumpliendo con la finalidad de que todos puedan aportar en la escala de valores de la empresa; estas decisiones son aplicadas por todas las empresas como una técnica de las ciencias administrativas financieras para que se puede seleccionar la mejor alternativa para poder solucionar los diferentes tipos de problemas que se evidencian en la empresa.

Al realizar la ejecución de estas decisiones financieras las empresas podrán reconocer que es necesario la adquisición de herramientas nuevas y modernizarse para poder lograr lo que se planificó dentro de sus objetivos y metas; sin olvidarse que primero se tiene que conocer todos los estados de cuentas de la empresa, es por eso que esta toma de decisión financiera no se puede tomar de manera rápida ni improvisada, ya que estas decisiones apresuradas pueden ocasionar grandes errores como pérdida del capital financiero de la empresa.

Las decisiones financieras juegan un rol importante en el ciclo de vida de la empresa y de los trabajadores; ya que es parte de toda administración de finanzas. Es por ello que se toma decisiones financieras para conocer en que recursos se va invertir logrando de manera eficiente el desarrollo de las actividades comerciales de la empresa llegando a encontrar un equilibrio entre todos los bienes netamente propios de la institución y de sus endeudamientos.

La importancia de las tomas de decisiones financieras radica en la buena inversión, avalando el éxito monetario de la empresa; para ello se necesita comprender y analizar todos los datos financieros que fueron consolidado. Esto ocasionará un gran impacto al evaluar y realizar proyectos con la finalidad de obtener un mayor crecimiento de la empresa utilizando todos los bienes disponibles para el desarrollo de las funciones de cada área; existe también las malas decisiones financieras, lo que va a generar problemas financieros en un mayor grado de dificultad limitando las funciones de la empresa y llegando a arriesgar su futuro.

Chucos y Chucos (2016) nos mencionan que Contar con un adecuado control de inventarios nos proporciona la capacidad de determinar en qué áreas es necesario invertir, ya sea en existencias o en activos, según las prioridades más urgentes. Tomar decisiones financieras de manera efectiva implica considerar las necesidades específicas de la empresa y, al mismo tiempo, evaluar cuidadosamente las ventajas y conveniencias de cada decisión. Por ejemplo, si enfrentamos un pedido de 10 unidades y optamos por buscar financiamiento para adquirirlas debido al deterioro de las existencias actuales, es crucial sopesar las posibles consecuencias y desventajas económicas antes de tomar dicha decisión. Este caso subraya la importancia fundamental de mantener un control de inventarios para lograr decisiones más acertadas tanto en términos de inversión como de financiamiento.

En conclusión, toda decisión financiera aplicada en la empresa será de suma importancia y vitales para la permanencia, desarrollo y equilibrio de las áreas respectivas, como de los trabajadores resguardando la salud económica de la institución. Por ello, antes de tomar cualquier decisión financiera es necesario conocer ciertas recomendaciones:

- Consolidar toda la información contable.
- Determinar los objetivos y metas que se ha planificado alcanzar.
- Seleccionar las mayores alternativas y conocer sus costos.
- Prevenir tomar decisiones apresuradas.

- Conocer los anteriores errores identificados para evitar repetirlos.

2.2.2.4.1 Adquisición de activos

La adquisición de activos para todas las empresas incluyendo la empresa en estudio siempre será fundamental ya que tendrá un valor agregado para el área comercial en el que sean puestas en funcionamiento.

Se logró evidenciar en este trabajo de investigación que la empresa Plaza Autoservicios no solo realiza la adquisición de nuevos activos (equipos) sino, el alquiler de algunos de ellos pertenecientes a los proveedores directos con los que trabajan. Es por ello que existe algunos beneficios al realizar esta adquisición y/o alquiler de los equipos, ya que es una inversión que con el tiempo va a generar eficiencia en la producción e incremento en su facultad productiva. Obviamente que al realizar estos tipos de inversiones también se van a beneficiar en el incremento de sus ventas a nivel cadena y marcarán una alta diferencia entre sus competidores.

Se identificó durante el desarrollo de esta investigación algunos equipos que han sido comprados por la propia empresa y otros equipos pertenecientes a proveedores directos:

Equipos propios:

- Cámaras de fríos (Hamburguesas, frutas y verduras, pollos y carnes, Lácteos y embutidos).
- Máquinas de bebidas (Marca Ventus).
- Bandejas, gancheras, brazos de soporte para bandejas y cuerpo de góndolas.
- Exhibidores para frutas y verduras.
- Coches para los clientes.
- Canastillas rojas.
- Computadores e impresoras.
- Bóvedas.
- Gavetas.
- Anaqueles para los almacenes.

Equipos alquilados:

- Máquinas de helados – Proveedor Mochizuki
- Máquinas de cervezas – Proveedor Backus
- Máquinas de bebidas – Proveedor Imperios, Backus

Es por ello que, al adquirir nuevos equipos, usados o alquilados van a brindar a las empresas ciertas ventajas que harán ser más competitivas en el mercado. Estos equipos deben de mantenerse y conservarse para su buen uso y valor útil dentro del área que corresponda. Aunque la compra de estos equipos les va a ofrecer a las empresas una mayor flexibilidad, es decir que, las propias empresas tendrán el control total de estos equipos para darle las funciones

respectivas, como también los costos totales de la compra mejorando la facultad productiva de todas las tiendas a nivel cadena.

2.2.2.4.2 Mantenimiento de equipos

Los gerentes de las empresas son los responsables de mantener y conservar el buen estado óptimo de todos sus equipos de trabajos para que puedan brindar un buen servicio de calidad garantizando la vida útil y el valor que costaron estos equipos. Esta calidad que debe presentar todo equipo ya sea propio, usado o alquilado es determinante para que en los beneficios obtenidos se logre incrementar la producción y productividad, sobre todo para disminuir los riesgos de averías que van a retrasar las operaciones de la empresa llegando hasta generar pérdidas monetarias de manera diaria.

Al realizar un correcto mantenimiento de los equipos de las empresas se va a prevenir cualquier tipo de falla que en un futuro pueda afectar la rentabilidad, ocasionando mayores gastos, para ello se debe de monitorear el estado de funcionamiento de cada una de ellas, este monitoreo debe de ser de manera continua y no esperar a que los equipos se encuentren inoperativos para poder hacer efectivo el mantenimiento respectivo.

Para ello, se debe tener en cuenta que el mantenimiento de equipos es una inversión imprescindible para mantenerse

dentro del mercado de competencia, y resalten a diferencia de los demás por su mejora, calidad de servicios y producción.

Algunas empresas se destacan por su inversión en mantenimiento de calidad de sus equipos ya sea mediante una contrata especializada en mantenimientos industriales o gracias a su toma de iniciativa al crear un área designada para las funciones de mantenimientos, este último es una buena decisión financiera ya que se evita de un mayor gasto.

En las tiendas a nivel cadena de la empresa en estudio se observó que algunos equipos se encuentran inoperativos, lo que quiere decir que las tiendas no están generando ventas ni productividad en las categorías de los productos que han sido afectadas por la falta de mantenimiento. También logramos identificar que la empresa en estudio cuenta con un área propio de mantenimientos generales.

Es así que el control de inventarios juega un rol muy importante y que será esencial para conocer y controlar todos los equipos que durante su desarrollo de sus operaciones en las tiendas presenten fallas o se encuentren en buen estado, para que así se logre prevenir un alto grado de averías lo que podría generar mayores gastos para la empresa en un futuro lejano.

2.2.2.4.3 Productos nuevo ingreso

Hoy en día muchas empresas del rubro retail realizan inversiones para ampliar la gama de sus productos, esto, con la finalidad de satisfacer las necesidades de sus clientes potenciales y nuevos clientes captados, para luego fidelizarlos. Empresas de diferentes tamaños logran expandir aún más las líneas de sus productos existentes, para así poder brindarles a los clientes nuevas opciones de consumos masivos.

Muchas empresas logran la adquisición de nuevos ingresos de productos con la finalidad de generar una mayor ventaja a diferencia de sus competidores directos. Para todas las empresas del rubro retail es un requisito fundamental el ampliar la gama de sus existencias, llegando a destacarse como empresas innovadoras frente a todos los tipos de clientes que se encuentren en el desarrollo de sus actividades comerciales.

Al considerar este concepto dentro de la empresa Plaza Autoservicios, podemos referirnos que la toma de decisiones financieras tiene que ver con la inversión de nuevas marcas de productos tanto en sabores, gramajes, contenidos, mililitros y diferentes presentaciones; esto, se debe de realizar no sin antes haber ejecutado un estudio de mercado y tener identificados a los tipos de clientes que busquen la necesidad de satisfacer sus necesidades con

estos nuevos ingresos. No obstante, puede ocasionar pérdidas monetarias por una mala decisión o elección de productos nuevos, ya que si no se realiza un correcto estudio de cada producto nuevo puede presentar una baja rotación de estos productos y se pueden llegar a vencer. En Plaza Autoservicios se mantiene una comunicación fluida con sus proveedores directos en cuanto a productos vencidos, donde sí tienen devolución; en otros casos con diferentes proveedores no llegan a realizar estos cambios por vencimientos, posterior a ello se procede a mermar, lo que perjudicaría la ratio de merma de la empresa y de las tiendas locales.

2.2.2.4.4 Aperturas de tiendas

Cuando una empresa quiere expandirse a nivel local, nacional y mundial debe de invertir y pasar por el ciclo de vida que toda empresa en su momento les llega. Muchas otras empresas han logrado expandirse utilizando todas sus estrategias y recursos necesarios que han involucrado con el desarrollo de las actividades comerciales. Esta inversión puede tener un coste de miles o millones de soles, pero que en su desarrollo se puede maximizar los aumentos de ingresos de manera mensual o anual.

En la ya mencionada empresa en estudio; es reconocida en todo el norte chico por su auge que ha tenido en los últimos 15 años. El desenvolvimiento que han afrontado

desde su desarrollo de actividades comerciales es incomparable a sus competidores. Hoy en día la empresa en investigación ha demostrado que la decisión financiera al invertir y crear tiendas minimarkets en los diferentes distritos y provincias del norte chico del Perú ha dado fruto, y por eso se hará mención de las sedes que conforman a esta empresa:

1. Plaza Autoservicios Sede 28 de Julio – Huacho
2. Plaza Autoservicios Sede San Martín – Huacho
3. Plaza Autoservicios Sede San Pedro – Huacho
4. Plaza Autoservicios Sede Panamericana – Santa María
5. Plaza Autoservicios Sede Huaura – Huaura
6. Plaza Autoservicios Sede Barranca – Barranca
7. Plaza Autoservicios Sede Casma – Casma
8. Plaza Autoservicios Sede Huarney – Huarney
9. Plaza Autoservicios Sede Sayán – Sayán
10. Plaza Autoservicios Sede Chancay – Chancay
11. Plaza Autoservicios Sede Huaral – Huaral

Aun conociendo las tiendas pertenecientes a esta empresa se tiene que considerar que el control de inventarios será fundamental para conocer las existencias de todas las sedes y poder tomar decisiones respecto a:

- Ventas de cada producto por categoría.
- Merma conocida y desconocida.

- Productos vencidos.
- Productos dañados.
- Productos chancados.
- Productos fallados o por calidad.
- Sobre stock.
- Pedidos inadecuados.
- Faltantes de las existencias.
- Depuración de códigos por baja venta.
- Orden y limpieza.
- Cajas rotuladas en el almacén.
- Correcto Layout.

Estos son los indicadores estandarizados a nivel cadena y que es aplicado para cada sede de la empresa Plaza Autoservicios, los cuales son realizados por el personal interno de la tienda, bajo la supervisión de un área asignada en inventarios llamada “EXISTENCIAS”.

2.2.2.4.5 Pagos a proveedores

El pago a proveedores también es una buena inversión necesaria donde se van a adquirir productos, insumos, materias primas, herramientas, equipos y servicios que van a mantener activa las operaciones de la empresa. Debido a lo mencionado anteriormente; las empresas dedicadas a la venta de productos de primera necesidad entre otras categorías más necesitan invertir en socios estratégicos llamados proveedores; los cuales tendrán una función específica que es

abastecer a las empresas con los productos o servicios que estas requieran para el desarrollo de sus actividades comerciales.

Para ello, las empresas buscan licitaciones con los proveedores con la finalidad de poder contratar aquel socio estratégico que brinde sus mejores servicios a los mejores costos. Es importante que las empresas tengan en cuenta los acuerdos establecidos en el cierre del contrato con el proveedor indicado; donde se debe de acordar el tiempo de entrega, medios de pagos entre otros acuerdos más con la finalidad de que los servicios brindados por un tercero sean a largo plazo.

Toda empresa retail debe de aliarse con muchos socios estratégicos, ya que dentro de sus existencias cuentan con productos de diferentes categorías, no solo eso, sino, estas empresas también buscan innovar en su gama de productos diversificados que serán puestos al alcance de los clientes y que mejor haciendo una buena inversión contratando proveedores, no sin antes haber hecho una correcta selección, ya que se debe seleccionar al más conveniente.

En la empresa en estudio, mantiene una buena relación con sus proveedores ya que les brindan las facilidades de pagos, y es realizado de la siguiente manera, esto con la finalidad de poder mantener en curso el funcionamiento de las empresas y áreas específicas:

- Transacciones bancarias.
- Pagos al contado.
- Pagos al crédito.
- Depósitos por terceros.
- Recaudos.

Hoy en día en Plaza Autoservicios, gracias a esta investigación se logró identificar a sus socios estratégicos o llamados también proveedores directos:

- Backus.
- Imperios Logísticos.
- Distribuidora Jomer.
- Otto kunz.
- Laive.
- Dialva.
- Distribuidora G&A.
- Dessert Factory.
- Distribuciones Merconor.
- Panadería, Pastelería y Negociaciones Figueri.
- Distribuciones Pauser.
- Distribuciones Jericó.
- Mochizuky.
- Inversiones Gasparín.

Es importante reconocer que el éxito de la empresa Plaza Autoservicios va a depender de la relación que

conservar con sus socios estratégicos, manteniendo un buen vínculo con los proveedores se brindará a todos sus clientes productos en stock, en buen estado y de buena calidad, sobre todo que estarán aptos para su venta.

2.2.2.4.6 Pedidos no autorizados

Si bien es cierto la preparación de pedidos que se realiza y se envía a los proveedores con la finalidad de lograr un correcto abastecimiento, también es una inversión; pero en algunas empresas cuando no hay una planificación y no existe un stock sincerado de todas las existencias se realizan los pedidos no autorizados, quiere decir pedidos que no pasan por una supervisión de los jefes inmediatos o alta dirección por lo que perjudica a las empresas, ya que se puede generar un sobre stock y por ende una mala inversión que no logró buenos resultados ni tampoco se obtuvo beneficios financieros, ya que cuando hay sobre stock los productos tienden a deteriorarse, caducan y se procede a mermarlo.

En Plaza Autoservicios, logramos verificar el stock de todas las existencias de las tiendas, seleccionando códigos de productos puntuales para luego hacer el conteo de estos; se obtuvo como resultado que el stock no estaba sincerado, ya que el stock sistemático y el stock físico contaba con diferentes informaciones en cuanto a cantidades. Por lo que, al realizar un pedido directo a los proveedores se tenía que

validar y considerar el stock físico; esta función era realizada por los supervisores de las tiendas. En algunas de otras sedes, los pedidos lo realizaban los ejecutivos de compras, por lo que se basaban solamente en el stock sistemático. Suele ser arriesgado realizar un pedido de esta modalidad, como se mencionó al principio de este párrafo no todas las tiendas contaban con un stock sincerado, por lo que se podría generar un sobre stock de existencias.

Es por eso que el tema de esta investigación es CONTROL DE INVENTARIOS PARA LA TOMA DE DECISIONES EN LA EMPRESA CH-RETAIL PLAZA AUTOSERVICIOS-2023, y se va obtener los resultados adecuados para que la empresa en estudio logre mejorar las falencias que se han evidenciado durante el desarrollo de nuestra investigación.

2.2.2.5 Decisiones no financieras

2.2.2.5.1 Plan de marketing

El plan de marketing es desarrollado por muchas empresas y emprendedores con la finalidad de que se logre el éxito y la permanencia entre sus competidores. El plan de marketing es considerado como una hoja de ruta que tiene por objetivo alcanzar el mejor posicionamiento en el mercado, determinando como captar a muchos clientes potenciales y conociendo las oportunidades que puede tener la empresa en un mundo globalizado donde la

mejora es continua y la tecnología se moderniza para todas las empresas.

Podemos referirnos al plan de marketing como una guía que va a encaminar a la empresa cuando se tenga que establecer ciertas instrucciones a cumplir en cada área respectiva. Cada plan de marketing ejecutado para cada área tiene que ser validado, posterior a ello se revisa cada cierto tiempo o mejor dicho se va renovando tan solo por ejecutar nuevos objetivos; se tendrá que volver a realizar un estudio de mercado, hacer frente a otras competencias, captar nuevos clientes y diferenciar con los clientes ya captados anteriormente para que al final se lleve a cabo un plan de acción nuevo y moderno centrado en la coyuntura actual.

Es importante para una empresa como Plaza autoservicios conformada por una cadena de minimarkets contar con un área de marketing especializado, con el solo objetivo de utilizar estrategias de compras con un alto nivel para lograr la fidelización de clientes y que esta sea optima, cumpliendo satisfactoriamente las expectativas de todos los que visitan las tiendas de la empresa en estudio. Es por eso que los gerentes de las empresas utilizan estrategias de marketing para lograr metas y objetivos comerciales que los va a beneficiar en el incremento de sus ventas mensuales y anuales.

Dado a la importancia de estrategias de marketing la empresa Plaza Autoservicios incluye dentro de sus procesos de estrategias un plan de marketing para las tiendas ubicadas en todo el norte chico de manera unificada y/o según el comportamiento de compras, y de los clientes. Es por ello que, hoy en día la marca de plaza autoservicios es reconocida en todo el norte chico del Perú, ya que ha sabido destacar entre sus competencias locales captando clientes y fidelizándolos.

Con lo ya mencionado líneas arriba, hemos podido identificar ciertas estrategias de plan de marketing que se evidenció durante el estudio realizado en la empresa Plaza Autoservicios-CH Retail:

- Mantienen un surtido básico e ingresos de nuevos productos.
- Establece precios competitivos según la sede local.
- Lanzamiento de promociones por fecha de vencimiento, ingreso nuevo, baja rotación, fines de semana y por feriados calendarios.
- Brinda facilidades de medios de pagos.
- Respetan el feedback del cliente.
- Publicidad en banners de productos con mayor venta.
- Publicidad digital en las TV de las tiendas. (videos de las ofertas)

- Crean combos promocionales de diferentes categorías de productos.
- Cuentan con diferentes formatos de cartelería tanto para góndolas, rumas y cabeceras.

2.2.2.5.2 Administración de personal

La administración de personal se encarga de la dirección del personal hacia el cumplimiento de las funciones operativas de la empresa, donde se va a emplear la fuerza física, técnica, táctica y psicológica para que se llegue a cumplir con los objetivos y metas de la empresa.

Dentro de la empresa en investigación, si llevamos la toma de decisiones en la dirección del personal se van a relacionar con el control de existencias, ya que son el personal interno de la tienda que tiene contacto directo con todas las existencias de la sede local. Es por eso que se debe de ejecutar la toma de decisiones analizando al personal adecuado para cumplir ciertas funciones de inventarios. Esta delegación de funciones ayudará al personal a ser más responsable y a familiarizarse con las actividades comerciales de la empresa en estudio.

Para que el personal interno de tienda pueda dar buenos y mejores resultados de manera consecutiva, la empresa debe de tomar decisiones como ofrecer motivación personal, bonos de cumplimientos, bonos de puntualidad, bonos al mejor trabajador del mes, vales de

cumpleaños, vales de consumos, entre otros beneficios más para el trabajador.

2.2.2.5.3 Saneamiento de productos.

Toda empresa en el rubro retail tiene la obligación de contar con un programa de saneamiento de productos, ya sea cuando cumpla cualquiera de estos procesos:

- Producción.
- Procesamiento.
- Preparación.
- Almacenamiento.

Este programa tiene como finalidad mantener los productos en un ambiente aseado y sobre todo saludable para el consumo de todos sus clientes. De esta manera todas las empresas de este rubro estarían cumpliendo con la inocuidad de los alimentos y que estos no logren tener una contaminación cruzada; quiere decir que, los productos no tengan contacto directo con las Enfermedades de Trasmisión Alimentaria (ETA).

Plaza Autoservicios que lleva este nombre comercial es una empresa de rubro retail, por lo general, estas empresas realizan manipulación de alimentos, es por ello que, tienen la obligación de que todos sus trabajadores que tienen contacto directo con las existencias perecibles de la empresa cuenten con un carnet de sanidad vigente; este

carnet le otorgan a los trabajadores después de ser examinados por ciertas evaluaciones de salud e higiene donde se diagnostica si la persona está en buenas condiciones de salud y si puede manipular estos alimentos.

Al contar cada trabajador con su carnet de sanidad vigente, tienen la responsabilidad de realizar de manera continua un saneamiento de productos perecibles, como, frutas y verduras, carnes y pollos, quesos y aceitunas, huevos; ya que estos son las funciones de los encargados de las áreas de esta categoría en mención, funciones que se realizan en el día a día de las actividades comerciales de la empresa.

El control de inventarios para la toma decisiones en Plaza Autoservicios influirá en el saneamiento de estos productos, ya que al realizar inventarios cíclicos en esas áreas respectivas se podrá identificar que productos no han sido saneados en el día, desde cuándo se encuentran exhibidos, cuando se encuentran vencidos y porque se sigue exhibiendo para la venta, que productos serán mermados por deterioro, porque se refecha los productos si están prohibido entre otras decisiones más que serán aplicadas al evidenciarse un saneamiento muy deficiente que atraerá consecuencias como pérdidas monetarias,

mala imagen de la tienda, quejas y reclamos de los clientes y disminución de las ventas de esas áreas.

2.2.2.5.4 Recepción de mercadería

Todo supermercado, minimarkets, bodegas, tiendas y pequeños negocios retail deben de contar con un proceso de recepción de mercaderías, ya que en este proceso se van a adquirir todos los productos necesarios para su abastecimiento, almacenamiento, custodia y estén exhibidos para su venta. Al no contar con este proceso las empresas y/o negocios pueden presentar a futuro pérdidas en soles, deterioros de mercadería los cuales van a retrasar las operaciones comerciales.

Una operación importante para poder obtener buen resultado después de un inventario es la correcta recepción de mercadería, ya que será la acción que va iniciar con la venta de productos y un stock sincerado en las tiendas a nivel cadena de la empresa en estudio. Si se ejecuta una mala recepción de productos cuando se realicen los inventarios existirán faltantes y/o sobrantes, lo que va generar que la tienda de cada sede tenga un valorizado desfasado y un stock no sincerado.

La empresa en investigación realiza su proceso de recepción de mercadería con personas capacitadas en esa función, para ello utiliza ciertos procesos de recepción de mercadería:

1. Recepción solo de factura o guía de remisión.
2. Verificación del nombre de la empresa.
3. Validación de producto físico con descripción.
4. Check a los productos validados.
5. Sello de recibido.
6. Firma, fecha y nombre de quien recepcionó.
7. Ingreso de la factura física al NARSISTEMA.
8. Validar la guía de remisión física con la guía de remisión sistemática.
9. Dar ubicación a los productos

2.2.2.5.5 Mantenimiento en almacén

Es esencial que todas las empresas realicen labores de revisión de sus almacenes, para así lograr la custodia óptima de las existencias y se evite el deterioro o pérdidas de estas. No solamente es la custodia de los productos, sino, las condiciones que se encuentran los anaqueles, baldas o cuerpos que se encuentran en los almacenes y que sirven de buen lugar para la conservación de todas las existencias de las empresas.

En distintas sedes de la empresa Plaza Autoservicios se observó almacenes pequeños que no son lo suficientemente adecuados para el espacio que mantiene las tiendas observadas, se vio la falta de anaqueles y equipos de conservación de producto; lo que esto podría

generar que ciertos productos no se encuentren en su ubicación correcta.

El mantenimiento en almacén es tener un buen orden, limpieza y un lay out para cada categoría de productos, así cada trabajador conocerá la ubicación respectiva de las existencias que se soliciten para ser exhibidas en sala de ventas, esto hará a las tiendas más eficientes a la hora de búsqueda de productos y sobre todo cuando se realicen los inventarios, ya que se optimizará los tiempos preestablecidos.

El control de inventario juega un papel muy importante en los almacenes de las tiendas de Plaza Autoservicios, ya que se necesita tener todas las existencias almacenadas en cajas rotuladas con la descripción y cantidades correctas, para que el personal de EXISTENCIAS validen de manera eficiente, esto con la finalidad de conocer que productos no han sido exhibidos desde su ingreso, también, cuantos productos vencidos, rotos, chancados se encontraron durante el inventario en el almacén y posterior a ello poder tomar las decisiones respectivas.

2.3 Definición de términos básicos

Cajas rotuladas

Son unidades de medidas que se utiliza para conservar los productos almacenados en su correcta ubicación. Estas cajas deben de contar con el nombre del producto, las cantidades, fechas de vencimientos, código de barra del producto y número de caja. (CH-RETAIL RIT, 2018, p. 10)

Control

Es un proceso de supervisión y regulación que permite cumplir con cada uno de los objetivos planteados y de que se estén realizando las tareas de manera efectiva y eficiente. El control puede aplicarse a diferentes ámbitos, como la gestión de empresas, la gestión de proyectos, la gestión de recursos humanos, etc. (CH-RETAIL RIT, 2018, p. 5)

Costos

Los costos representan los desembolsos que una empresa asume para la fabricación o adquisición de bienes o servicios. Estos costos se pueden categorizar en diversas clases, tales como costos directos e indirectos, fijos y variables, así como directos e indirectos, entre otras categorías. (CH-RETAIL RIT, 2018, p. 7)

Inventario

El inventario es registrar los bienes, productos y materiales que toda empresa tiene en su posesión y que se utilizan para su funcionamiento. El inventario incluye desde productos en tránsito hasta productos en stock y productos terminados listos para su venta. (CH-RETAIL RIT, 2018, p. 5)

Inventarios cíclicos

Los inventarios cíclicos son conteo que se realizan de manera diaria según cronograma establecido por la empresa y por categoría de productos. En

este conteo se identifica si existe algún faltante o sobrante y así poder mantener un stock sincerado sin esperar hacerlo una vez al año. (CH-RETAIL RIT, 2018, p. 6)

Lay out

El Lay out es una estrategia de diseño que se utiliza para conocer la ubicación exacta del producto. Este lay out se puede plantear según el orden por marcas, por sabores, por tamaños, de manera horizontal o vertical. (CH-RETAIL RIT, 2018, p. 12)

Recepción de mercadería

Es un proceso utilizado para la descarga de productos en el abastecimiento de las empresas, donde se utiliza la fuerza humana para poder trasladar al almacén los productos correctamente validados utilizando todas las herramientas necesarias. (CH-RETAIL +RIT, 2018, p. 14)

Retail

Es un mercado de venta de minoristas, ya puede ser un mercado online o mercado físico donde se venden productos por unidades para todos los consumidores finales. (CH-RETAIL RIT, 2018, p. 2)

Saneamiento de producto

Los saneamientos de productos son ejecutados por personas responsables que cuentan con buenas condiciones de salud. Este saneamiento se realiza a los productos comestibles y se le aplica un higiene y limpieza adecuada para que el producto esté en óptimas condiciones listo para su venta. (CH-RETAIL RIT, 2018, p. 16)

Stock sincerado

Un stock sincerado es aquel stock donde sus cantidades físicas coinciden con sus cantidades sistemáticas y a partir de ello se puede realizar un correcto control de pedidos a los proveedores. (CH-RETAIL RIT, 2018, p. 17)

2.4 Formulación de hipótesis

2.4.1 Hipótesis general

Existe una relación entre el control de inventario y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicio – 2023.

2.4.2 Hipótesis específicas

- A.** Existe una relación entre el método ABC y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023.
- B.** Existe una relación entre los escategramas y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023.
- C.** Existe una relación entre los medios electrónicos de control y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023.

2.5 operacionalización de variables

VARIABLES	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	ITEMS	Unidad de medida	Niveles de definición	Instrumento (Escala Likert)
CONTROL DE INVENTARIOS	Guerrero, H. (2022) El control de inventarios se define como todo sistema que nos va permitir gestionar adecuadamente las existencias dentro de un almacén, revisando tanto las entradas como las salidas realizadas.	Método ABC	-Clasificación de inventarios - Rotación de inventarios - Disminución de costos	1-3	Bueno Regular Deficiente	Ordinal	Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5
		Escategramas	- Mejora en la toma de decisiones - Asignación de recursos - Organización de espacios	4-6	Bueno Regular Deficiente	Ordinal	
		Medios electrónicos de control	- Disponibilidad - Data actualizada - Control en tiempo real	7-9	Bueno Regular Deficiente	Ordinal	
TOMA DE DECISIONES	Amaya, J. (2011) Uno de los factores fundamentales para realizar alguna actividad es la toma de decisiones en base a lo que se va realizar, por lo que, tomamos decisiones en todo momento, pero se tiene que saber que las buenas decisiones se toman en base a procesos constantes de razonamiento focalizando en las mejores alternativas.	Clasificación de decisiones (según niveles)	-Decisiones operacionales -Decisiones tácticas -Decisiones estratégicas	10-12	Bueno Regular Deficiente	Ordinal	Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5
		Retroalimentación (Feedback)	-Información de los resultados de inventarios -Poder de decisión al evaluar resultados -Acción a tomar en el área inventariada	13-15	Bueno Regular Deficiente	Ordinal	
		Etapas en el proceso de toma de decisiones	-Diseño -Selección -Implantación -Revisión	16-19	Bueno Regular Deficiente	Ordinal	
		Decisiones financieras	-Adquisición de activos -Mantenimiento de equipos -Productos nuevo ingreso -Aperturas de tiendas -Pagos a proveedores -Pedidos no autorizados	20-25	Bueno Regular Deficiente	Ordinal	
		Decisiones No financieras	-Plan de marketing -Administración de personal -Saneamiento de productos -Recepción de mercadería -Mantenimiento en almacén	26-30	Bueno Regular Deficiente	Ordinal	

CAPITULO III METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Tipo

El tipo de investigación es básica, según Baena (2014) el tipo de investigación básica “es el estudio de un problema, centrándose a en la búsqueda del conocimiento de los conceptos mencionados ayudando a crear nuevas teorías o modificarlas”.

También Narvaez (2020) nos confirma que es una forma de investigación empleada en el ámbito científico con el propósito de comprender y expandir nuestros conocimientos acerca de un fenómeno o área específica. Su objetivo principal suele ser la obtención de datos que respalden o contradigan la hipótesis inicial del estudio.

Nosotros planteamos la investigación desde el punto de conocer la relación entre ambas variables reflejadas en la situación de la empresa y en base a ello se puede determinar que nuestra investigación es de tipo básica.

3.1.2 Nivel

Esta investigación es de nivel correlacional. Según Hernández, R, Fernández, C. y Baptista, P (2014) menciona que “Este estudio tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular.”

Por lo que podemos confirmar que es de nivel correlacional, ya que está centrada en hallar la relación entre dos variables o conceptos los mismos que pueden llegar a ser positivos o negativos.

3.2 Población y muestra

3.2.1 población

Según Fernández (2020) la población es un conjunto o agrupación de elementos a los que se dirige un estudio estadístico se conoce como población estadística. Aunque la palabra sugiere personas, en realidad, una población estadística puede estar conformada por cualquier tipo de entidad o elemento.

La población de estudio está conformada por 80 trabajadores de CH RETAIL Plaza autoservicios.

3.2.2 muestra

Según Fernández (2020) la muestra es un conjunto de elementos seleccionados aleatoriamente de una población se denomina muestra. En el caso de una muestra aleatoria, cada elemento tiene la misma probabilidad de ser seleccionado, lo que garantiza una representación imparcial y estadísticamente significativa del conjunto más amplio.

Al no ser una gran cantidad de trabajadores, se tomará la población como muestra.

3.3 Técnica de recolección de datos

3.3.1 Técnica.

En el recojo de información se utilizará la técnica de la encuesta.

Según Santos (2023) dice que “Consiste en obtener datos directamente de los sujetos de estudio a fin de conseguir sus opiniones o sugerencias”

3.3.2 instrumento

Se empleará el cuestionario para recolectar la información necesaria, con 9 preguntas sobre el control de inventarios y 21 preguntas sobre toma de decisiones.

Según Ortega (2023) nos menciona que el cuestionario es un instrumento elaborado para recopilar datos cuantitativos y se emplea ampliamente en investigaciones.

3.4 Técnica para el procesamiento de la información

Para analizar los datos se aplicará la técnica descriptiva utilizando distribución de frecuencias, se aplicarán las siguientes herramientas:

- Para el procesamiento de datos se utilizó el programa de Excel.
- Para analizar la parte estadística se utilizó el programa SPSS.
- Se va a realizar la prueba de distribución normal, para seleccionar la prueba estadística a utilizar, paramétrica o no paramétrica.

3.5 validez y confiabilidad

Según Narváez (2023) son los términos utilizados para evaluar la calidad de un estudio, especialmente en la investigación cuantitativa, se refieren a conceptos que indican en qué medida un método, técnica o prueba mide de manera efectiva ciertos aspectos.

El instrumento de control de inventario y toma de decisiones se ha validado y demostrado su confiabilidad empleando un modelo de matriz tripartida donde se tomará en cuenta el universo, población y muestra.

a) Validez de instrumento

CRITERIOS	JUECES			TOTAL
	J1	J2	J3	
Claridad	4	4	5	13
Objetividad	4	3	5	12
Actualidad	3	4	4	11
Organización	4	4	5	13
Suficiencia	4	4	5	13
Pertinencia	3	5	5	13
Consistencia	4	4	5	13
Coherencia	4	4	5	13
Metodología	4	3	5	12
Aplicación	4	5	5	14
TOTAL	38	40	49	127

Tabla 1
Validez de instrumento

Fuente. Elaboración propia

Total, máximo= (N° Criterios) x (N° jueces) x (Puntaje máximo de respuesta)

TM = 150

Cálculo de coeficiente de validez:

$$\text{Validez} = \frac{127}{10 \times 3 \times 5} = \frac{127}{150} = 0.85 = 85\%$$

Conclusión: El coeficiente de validez para este instrumento es de 85%, es considerado bueno.

b) Confiabilidad de instrumento

La confiabilidad del instrumento se determinó empleando el Alfa de Cronbach.

Es una medida estadística la cual usualmente se utiliza para medir la consistencia o también llamada fiabilidad de un instrumento psicométrico donde se usa la escala Likert. Va a cuantificar que tan bien un grupo de variables o ítems mide un aspecto de los individuos a partir de la aplicación de un cuestionario.

El alfa de Cronbach varía de 0 a 1. La confianza es más alta cerca de 1, la confianza o consistencia es más baja cerca de cero. Cuando tiende a ser cero, significa que no hay correlación entre los elementos. Son completamente independientes. Los analistas suelen utilizar 0,7 como punto de referencia para el alfa de Cronbach.

Coeficiente alfa > 0.9 es excelente

Coeficiente alfa > 0.8 es bueno

Coeficiente alfa > 0.7 es aceptable

Coeficiente alfa > 0.6 es cuestionable

Coeficiente alfa < 0.6 es pobre

Para esta investigación se aplicó una muestra piloto y así obtener la confiabilidad del instrumento que en este caso es el cuestionario.

El mismo que se aplicó en el software SPSS para calcular el alfa de Cronbach, teniéndose el siguiente resultado.

Tabla 2
Confiabilidad del instrumento

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,939	30

Conclusión: El resultado de la aplicación del alfa de Cronbach arroja que la fiabilidad del instrumento (cuestionario) es excelente al ser de 0.939.

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

4.1.1. Descripción general de los encuestados

Tabla 3
Área de CH-Retail pertenece

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	COMERCIAL	12	15,0%
	COMPRAS	7	8,8%
	OPERACIONES	37	46,3%
	OTRO	24	30,0%
	Total	80	100,0%

Nota: test aplicado a los trabajadores de CH-Retail.



Figura 1 Área de CH-RETAIL pertenece

Se aplicó un test a los trabajadores de la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios, los cuales el 46% de sus trabajadores están el área de operaciones, el 15% en el área comercial, el 9% en el área de compras y el 30% restante están distribuidos en las 3 áreas restantes (contabilidad, marketing y sistemas

4.1.2 Resultados de control de decisiones y sus dimensiones

Tabla 4

Control de inventarios

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	34	42,5%
	Regular	46	57,5%
	Total	80	100,0%

Nota: test aplicado a los trabajadores de CH-Retail.

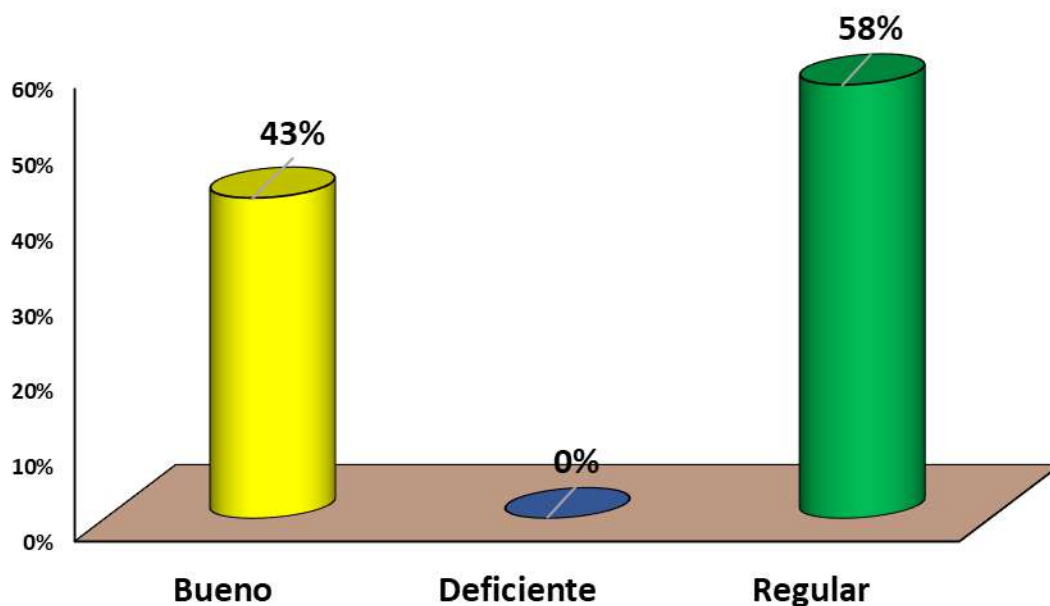


Figura 2 Control de inventarios

Tras realizar la encuesta, se obtuvo que el 58% de los trabajadores de CH-RETAIL PLAZA AUTOSERVICIOS considera que el control de inventarios es regular debido al poco uso que se le da al método ABC, los escategamas y los medios electrónicos de control, pero a la par un 43% considera que el control de inventarios es bueno.

Tabla 5
Método ABC

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	57	71,3%
	Regular	23	28,7%
	Total	80	100,0%

Nota: test aplicado a los trabajadores de CH-Retail.

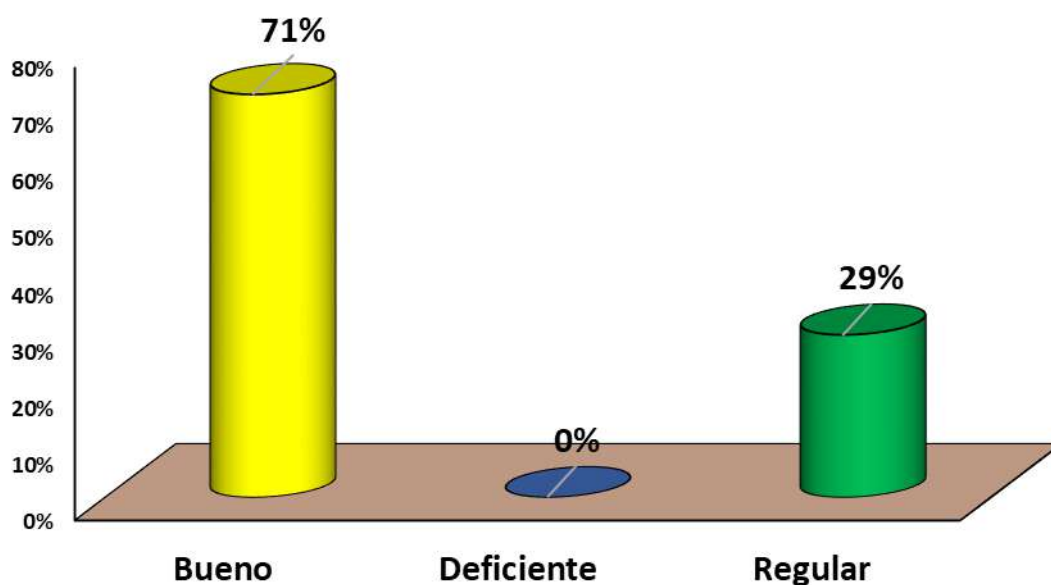


Figura 3 Método ABC

Según el test aplicado a los trabajadores de la empresa CH-RETAIL PLAZA AUTOSERVICIOS el 71% de los trabajadores considera la aplicación del método ABC es bueno ya que hay una óptima clasificación y rotación de inventarios y eso incide en la reducción de costos, pero un 29% considera que la aplicación de este método no es la mejor.

Tabla 6
Escategramas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	53	66,3%
	Deficiente	1	1,3%
	Regular	26	32,5%
	Total	80	100,0%

Nota: test aplicado a los trabajadores de CH-Retail.

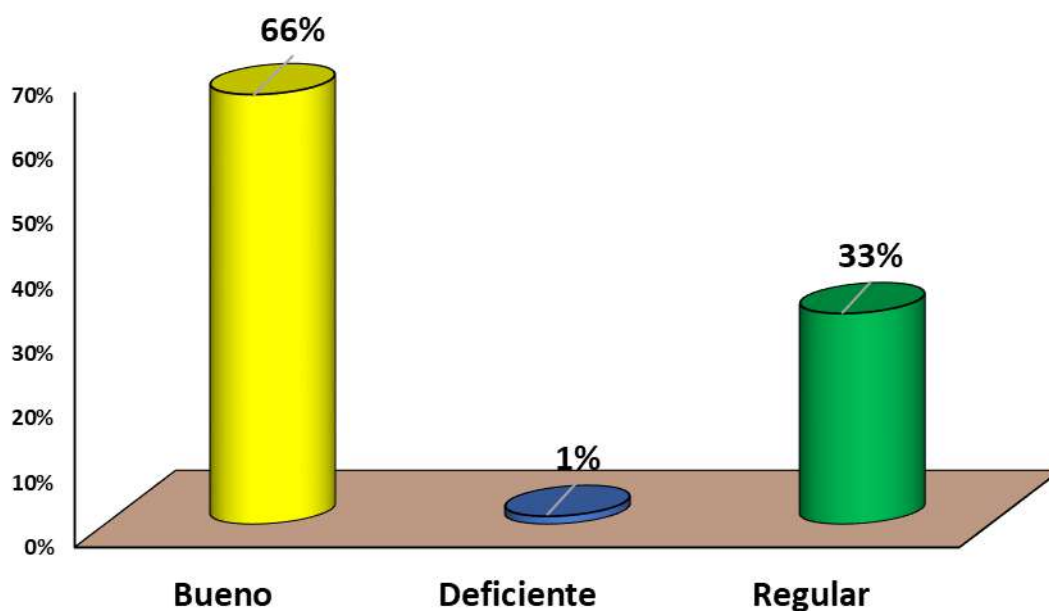


Figura 4 Escategramas

Tras la encuesta a los trabajadores de CH-RETAIL PLAZA AUTOSERVICIOS se ve que el 66% de los trabajadores considera que los escategramas se están aplicando de forma correcta ya que se observa una correcta asignación de recursos y distribución de los espacios disponibles lo que conlleva a decisiones más acertadas mientras que un 33% considera que su aplicación no es del todo acertada y un 1% considera que se aplica mal este método.

Tabla 7
Medios electrónicos de control

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	15	18,8%
	Deficiente	2	2,5%
	Regular	63	78,8%
	Total	80	100,0%

Nota: test aplicado a los trabajadores de CH-Retail.

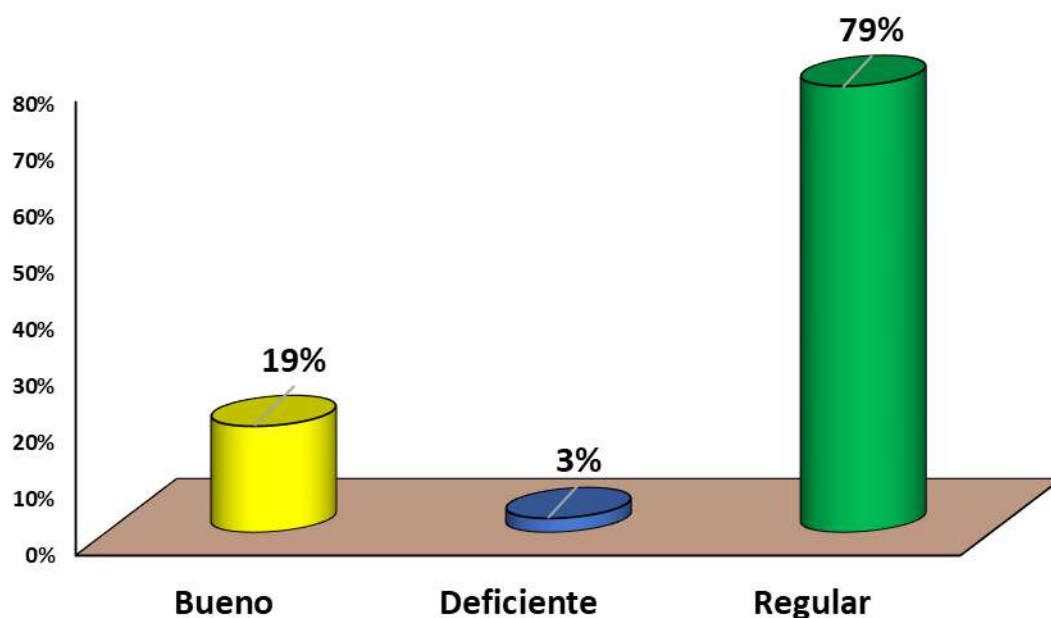


Figura 5 Medios electrónicos de control

La encuesta realizada a los trabajadores de la empresa CH-RETAIL PLAZA AUTOSERVICIOS nos dio como resultado que el 79% de los trabajadores considera que el uso de los medios electrónicos de control es regular por la disponibilidad de la data y su confiabilidad en cuanto a los datos que brinda mientras que un 19% considera que si es bueno el uso que se les da y un 3% considera que es deficiente.

4.1.3 Resultados de toma de decisiones y sus variables

Tabla 8
Toma de decisiones

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	42	52,5%
	Regular	38	47,5%
	Total	80	100,0%

Nota: test aplicado a los trabajadores de CH-Retail.

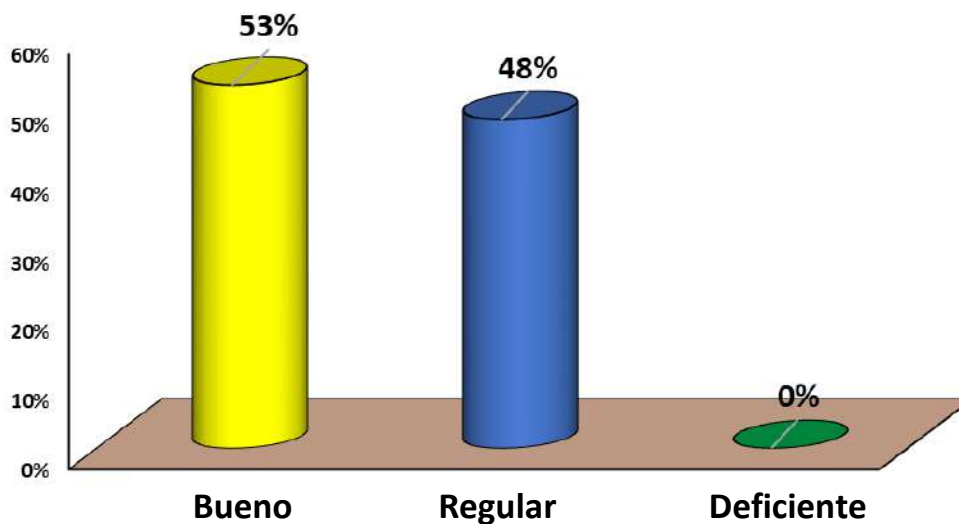


Figura 6 Toma de decisiones

El test realizado a los trabajadores de la empresa CH-RETAIL PLAZA AUTOSERVICIOS arroja que un 53% de los trabajadores considera que las decisiones tomadas son buenas considerando que existe un feedback adecuado, un proceso para elegir las mejores opciones y las decisiones están definidas según sus características, pero también hay un 48% que opina que las decisiones son deficientes.

Tabla 9
Clasificación de decisiones

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	49	61,3%
	Deficiente	1	1,3%
	Regular	30	37,5%
	Total	80	100,0%

Nota: test aplicado a los trabajadores de CH-Retail.

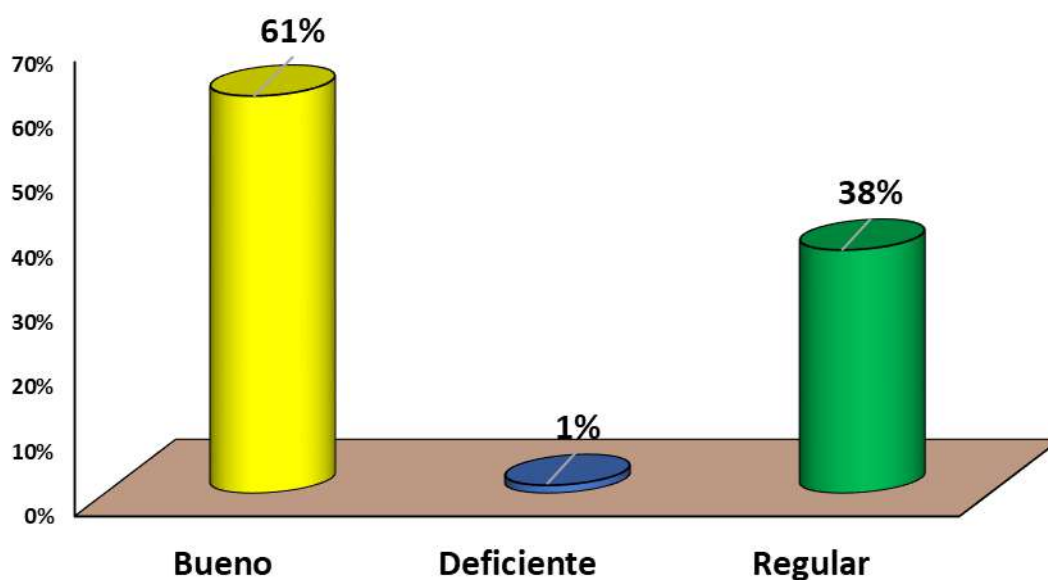


Figura 7 Clasificación de decisiones

La encuesta realizada a los trabajadores de CH-RETAIL PLAZA AUTOSERVICIOS nos arroja que el 61% de los trabajadores considera que la clasificación de decisiones es buena ya que están divididas en decisiones operacionales, tácticas y estratégicas, mientras que un 38% opina que son regulares y un 1% considera que son deficientes.

Tabla 10
Retroalimentación (Feedback)

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	8	10,0%
	Deficiente	7	8,8%
	Regular	65	81,3%
	Total	80	100,0%

Nota: test aplicado a los trabajadores de CH-Retail.

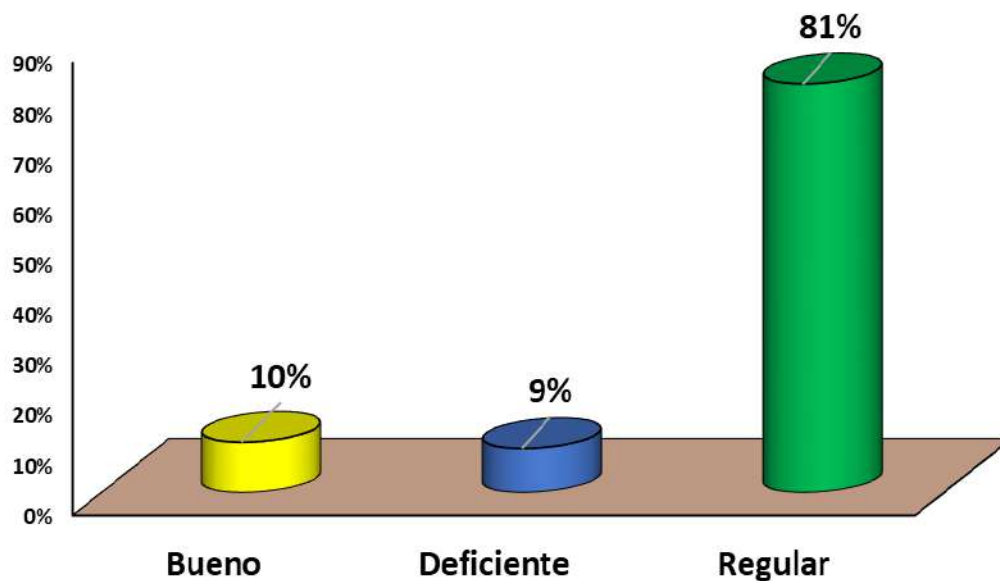


Figura 8 Retroalimentación (Feedback)

El 81% de los trabajadores encuestados de la empresa CH-REATIL PLAZA AUTOSERVICIOS considera que la retroalimentación o feedback es regular ya que no siempre se logra obtener la información de los inventarios, no se nota mucho el poder sobre las decisiones y las acciones frente a las mismas.

Tabla 11
Etapas en el proceso de toma de decisiones

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	56	70,0%
	Regular	24	30,0%
	Total	80	100,0%

Nota: test aplicado a los trabajadores de CH-Retail.

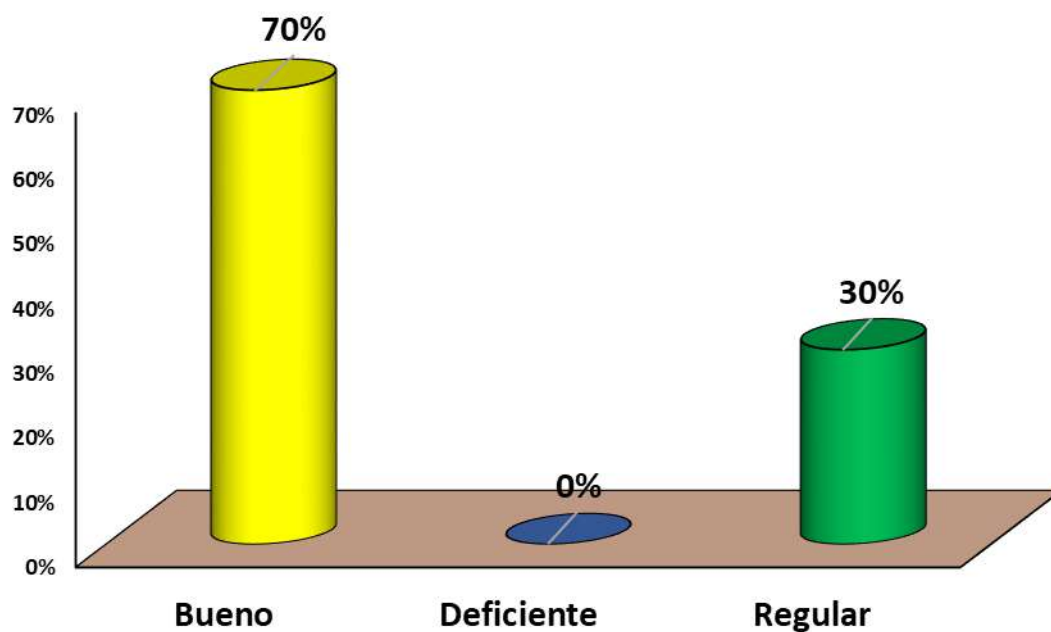


Figura 9 Etapas en el proceso de toma de decisiones

El test aplicado a los trabajadores de la empresa CH-RETAIL PLAZA AUTOSERVICIOS arroja que el 70% de los trabajadores considera que las etapas en el proceso de toma de decisiones son buenas ya que existe un diseño, selección, implantación y revisión de las decisiones que se toman y/o manejan mientras que un 30% considera que son regulares.

Tabla 12
Decisiones financieras

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	59	73,8%
	Regular	21	26,3%
	Total	80	100,0%

Nota: test aplicado a los trabajadores de CH-Retail.

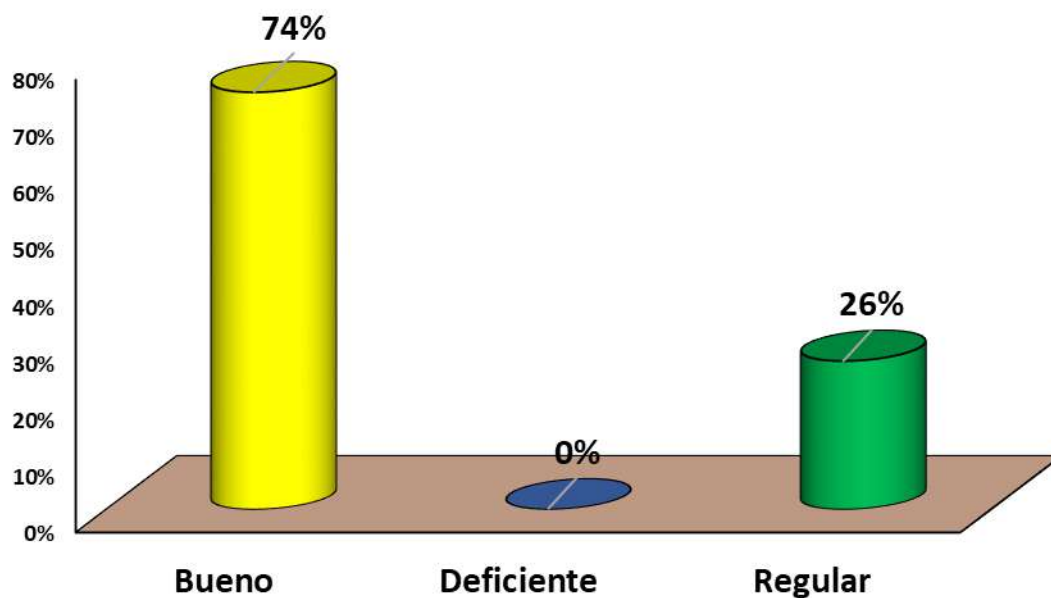


Figura 10 Decisiones financieras

El test aplicado a los trabajadores de CH-RETAIL PLAZA AUTOSERVICIOS nos arroja que el 74% de los trabajadores considera que las decisiones financieras son buenas ya que abarcan la adquisición y mantenimiento de equipos, productos, pago a proveedores y demás relacionados donde tenga injerencia la parte financiera mientras que un 26% considera que estas decisiones son regulares.

Tabla 13
Decisiones no financieras

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	63	78,8%
	Regular	17	21,3%
	Total	80	100,0%

Nota: test aplicado a los trabajadores de CH-Retail.

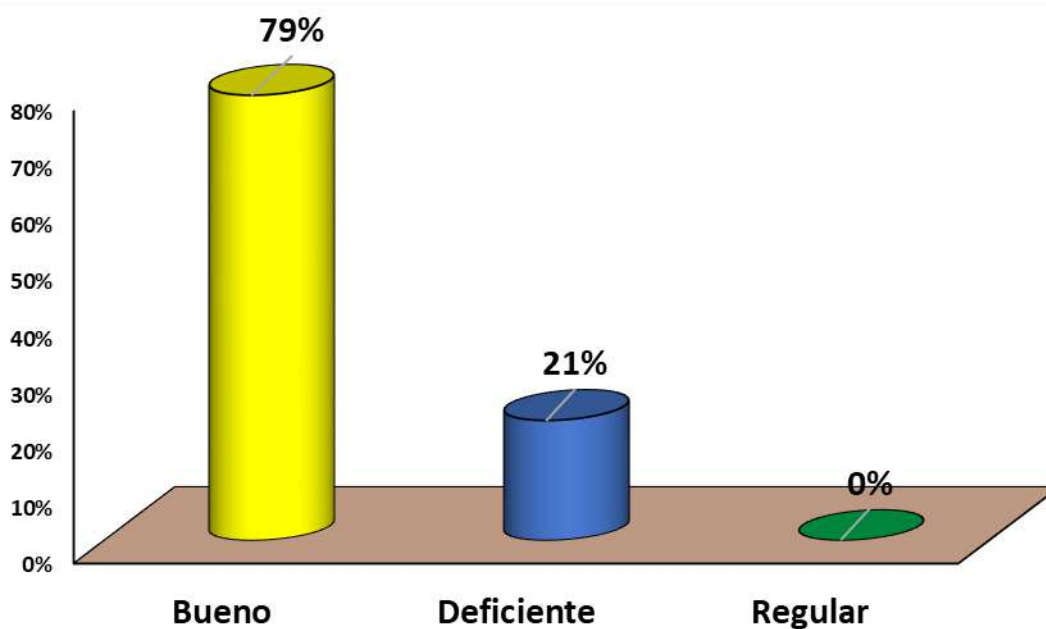


Figura 11 Decisiones no financieras

El 79% de los trabajadores de la empresa CH-RETAIL PLAZA AUTOSERVICIOS considera que las decisiones no financieras son buenas ya que están dirigidas al plan de marketing de la empresa, a la administración del personal y la organización y ejecución de los procesos operacionales pertinentes.

4.1.4 tablas de contingencia y figuras

Tabla 14
Control de inventarios y toma de decisiones

		TOMA DE DECISIONES		
		Bueno	Regular	Total
CONTROL DE INVENTARIOS	Bueno	36,3%	6,3%	42,5%
	Regular	16,3%	41,3%	57,5%
Total		52,5%	47,5%	100,0%

Nota: test aplicado a los trabajadores de CH-Retail.

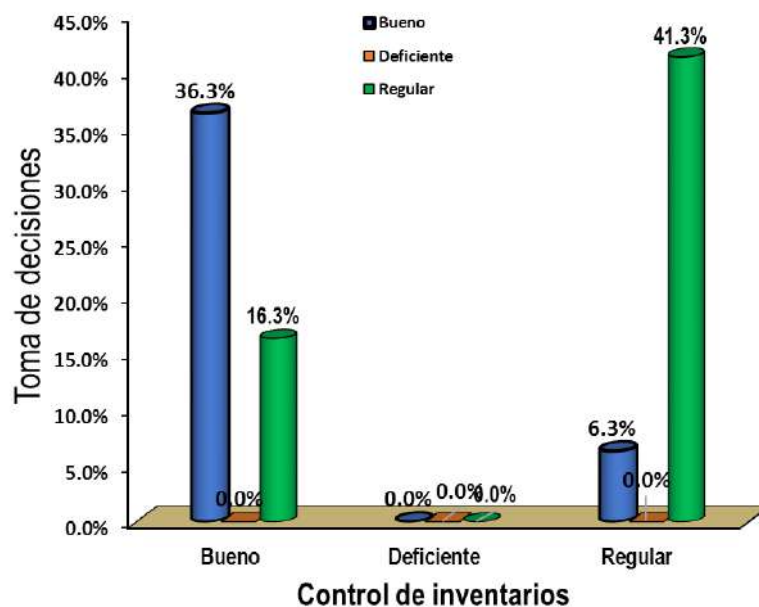


Figura 12 Control de inventarios y toma de decisiones

Se aplicó una encuesta a 80 trabajadores de CH-REATIL PLAZA AUTSERVICIOS donde el 36.3% considera que el control de inventarios y la toma de decisiones es buena mientras que un 41.3% considera que es regular.

Tabla 15
Método ABC y toma de decisiones

		TOMA DE DECISIONES		
		Bueno	Regular	Total
Método ABC	Bueno	41,3%	30,0%	71,3%
	Regular	11,3%	17,5%	28,7%
Total		52,5%	47,5%	100,0%

Nota: test aplicado a los trabajadores de CH-Retail.

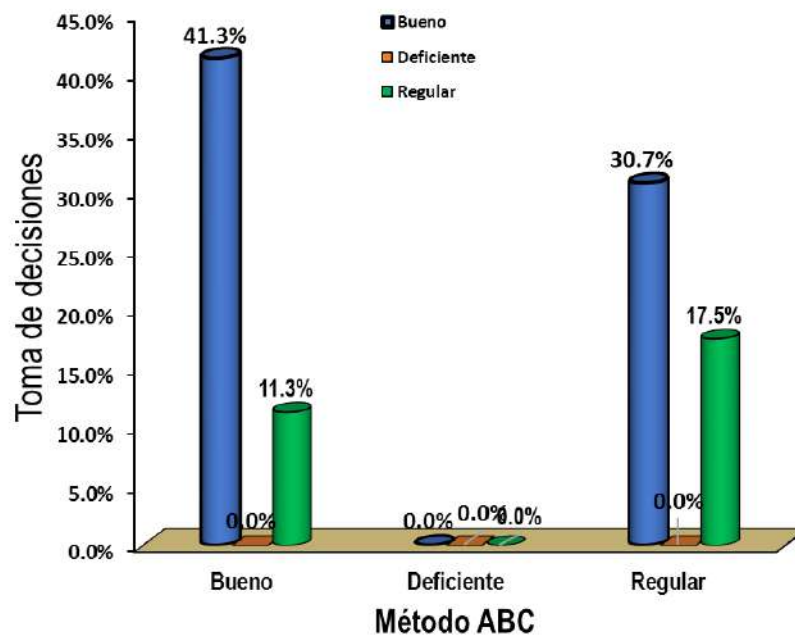


Figura 13 Método ABC y toma de decisiones

El test aplicado a los trabajadores de CH-RETAIL PLAZA AUTOSERVICIOS arroja que el 41.3% considera que la aplicación del método ABC y toma de decisiones es buena mientras que un 30% considera que la aplicación del método ABC es buena pero la toma de decisiones es regular.

Tabla 16
Escategramas y toma de decisiones

		TOMA DE DECISIONES		
		Bueno	Regular	Total
Escategramas	Bueno	45,0%	21,3%	66,3%
	Deficiente		1,3%	1,3%
	Regular	7,5%	25,0%	32,5%
Total		52,5%	47,5%	100,0%

Nota: test aplicado a los trabajadores de CH-Retail.

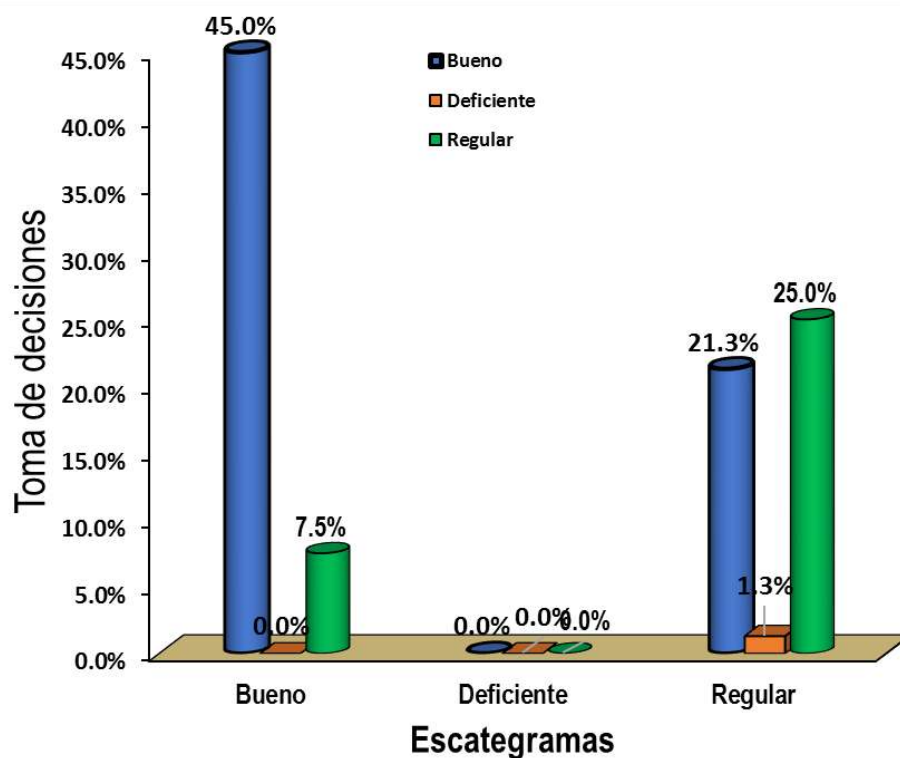


Figura 14 Escategramas y toma de decisiones

La encuesta aplicada a los trabajadores de CH-RETAIL PLAZA AUTOSERVICIOS arroja que un 45% de los trabajadores considera que el uso de escategramas y la toma de decisiones es buena, un 25% considera que el uso de escategramas y la toma de decisiones es regular y un 1.3% considera que el uso de escategramas es deficiente y la toma de decisiones es regular.

Tabla 17
Medios electrónicos de control y toma de decisiones

		TOMA DE DECISIONES		
		Bueno	Regular	Total
Medios electrónicos de control	Bueno	16,3%	2,5%	18,8%
	Deficiente		2,5%	2,5%
	Regular	36,3%	42,5%	78,8%
Total		52,5%	47,5%	100,0%

Nota: test aplicado a los trabajadores de CH-Retail.

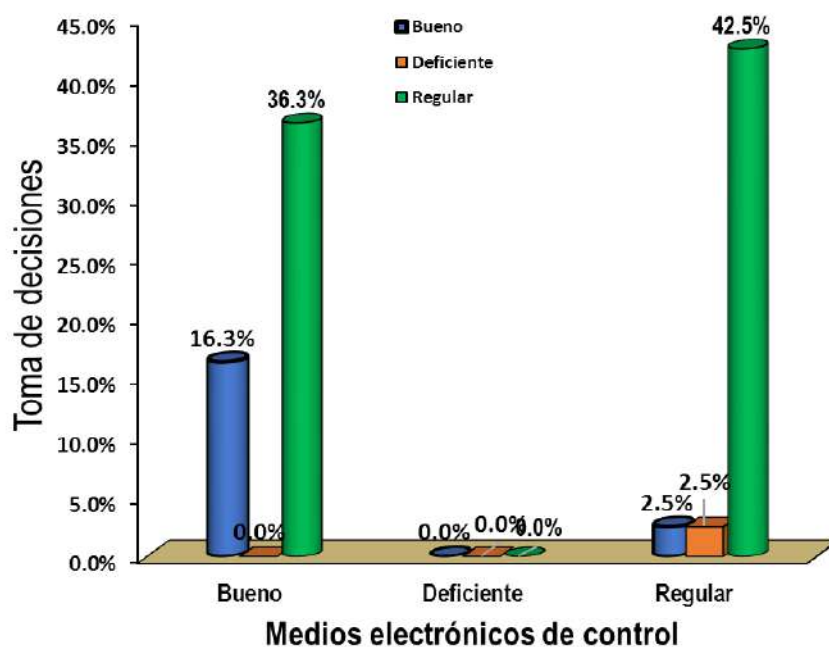


Figura 15 Medios electrónicos de control y toma de decisiones

El test aplicado a los 80 trabajadores de CH-RETAIL PLAZA AUTOSERVICIOS arroja que un 36.3% considera que el uso de medios electrónicos de control es regular y la toma de decisiones es bueno, un 42.5% considera que ambos son regular y un 2.5% considera que el uso de medios electrónicos de control es deficiente y la toma de decisiones es regular.

.1.5. Supuesto de normalidad

Procedimiento:

1. Formulación de hipótesis para demostrar la normalidad de los datos

H0: Los datos son consistentes con el supuesto de normalidad.

H1: Los datos no son consistentes con el supuesto de normalidad.

2. Nivel de significancia: $p=0.05=5\%$

3. Criterios de Decisión

Si el nivel de significancia (p) que se ha calculado sea mayor que 5%, no se rechaza la hipótesis nula

Si el nivel de significancia (p) que se ha calculado sea menor que 5%, se rechaza la hipótesis nula

4. Estadístico para demostrar el supuesto de normalidad

La muestra de mi investigación es mayor que 50, por ello utilice Kolmogorov Smirnov para con esta información demostrar la normalidad de los datos.

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
CONTROL DE INVENTARIOS	,116	80	,010	,974	80	,104
TOMA DE DECISIONES	,080	80	,200*	,984	80	,394
Método ABC	,130	80	,002	,956	80	,008
Escategramas	,107	80	,025	,961	80	,016
Medios electrónicos de control	,164	80	,000	,922	80	,000
Clasificación de decisiones (según niveles)	,109	80	,020	,968	80	,043
Retroalimentación (Feedback)	,132	80	,002	,964	80	,022
Etapas en el proceso de toma de decisiones	,102	80	,038	,942	80	,001
Decisiones financieras	,121	80	,006	,979	80	,220
Decisiones No financieras	,131	80	,002	,955	80	,007

Tabla 18
Supuesto de normalidad

Fuente: Elaboración propia

5. Decisión y conclusión sobre la normalidad de los datos

La tabla 18 nos muestra los resultados obtenidos en la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov^a. Se puede apreciar que las variables y las dimensiones no se asemejan a una distribución normal ($p < 0,05$). Por lo tanto, debido a que se va a constatar las correlaciones entre variables y dimensiones, la prueba estadística da como resultado que es no paramétrica. Es decir, correlación de Rho de Spearman.

4.2 Contratación de hipótesis

4.2.1 Procedimiento para la contratación de la hipótesis general

1. Formulación de la hipótesis general:

Ho: No existe una relación entre el control de inventario y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicio – 2023.

Ha: Existe una relación entre el control de inventario y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicio – 2023.

2. Nivel de significancia:

$$p=0.05=5\%$$

3. Elección del estadístico:

Debido a que los datos no son consistentes con el supuesto de normalidad, las variables son cualitativas ordinales y el objetivo es determinar de cuál es la relación entre el control de inventarios y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicio – 2023. Se va a utilizar el estadístico Rho de Spearman.

4. Cálculo del coeficiente de correlación y el nivel de significancia

			CONTROL DE INVENTARIOS	TOMA DE DECISIONES
Rho de Spearman	CONTROL DE INVENTARIOS	Coefficiente de correlación	1,000	,682**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	TOMA DE DECISIONES	Coefficiente de correlación	,682**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

Nota. Fuente: Elaboración propia

Tabla 19

Correlación entre control de inventarios y toma de decisiones

5. Criterio de decisión

Si el valor calculado de (p) es mayor que 0.05, no se rechaza la hipótesis nula.

Si el valor calculado de (p) es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula.

6. Decisión y conclusión

En la tabla 19 se muestra que el valor de $p=0.000$ inferior a 0.05, por lo tanto, se procede a rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis general), es decir, existe una relación entre el control de inventario y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicio – 2023. Además, la correlación de Rho de Spearman es 0,682 y siguiendo la escala de Bisquerra, dicha correlación es positiva y alta.

Para apreciar de una mejor manera se muestra la siguiente figura

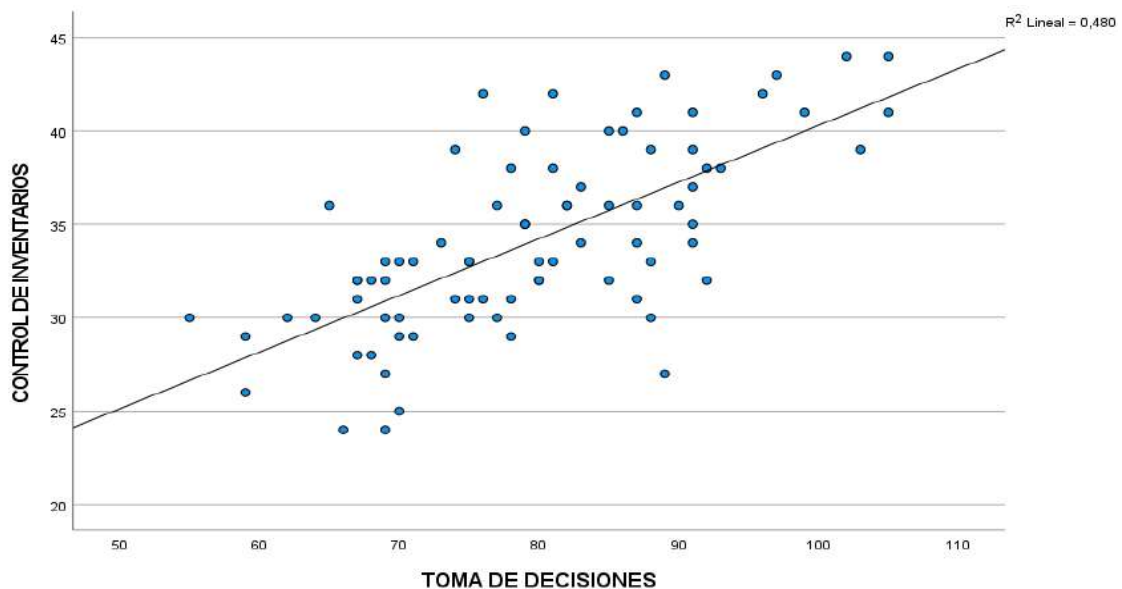


Figura 16 Correlación entre control de inventarios y toma de decisiones

En la figura 16, se observa que los puntos se aproximan a la recta, ello indica que la correlación entre control de inventarios y toma de decisiones es positiva y alta.

4.2.2 Procedimiento para la contrastación de la hipótesis específica 1

1. Formulación de la hipótesis general:

Ho: No existe una relación entre el método ABC y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023.

Ha: Existe una relación entre el método ABC y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023.

2. Nivel de significancia:

$p=0.05=5\%$

3. Elección del estadístico:

Los datos no son consistentes con el supuesto de normalidad, las variables son cualitativas ordinales y el objetivo es determinar cuál es la relación entre el método ABC y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL Plaza autoservicios-2023. Por ello se utiliza el estadístico Rho de Spearman.

4. Cálculo del coeficiente de correlación y el nivel de significancia

Tabla 20

Correlación entre método ABC y toma de decisiones

			Método ABC	TOMA DE DECISIONES
Rho de Spearman	Método ABC	Coeficiente de correlación	1,000	,371**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	80	80
	TOMA DE DECISIONES	Coeficiente de correlación	,371**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	80	80

Nota. Fuente: Elaboración propia

5. Criterio de decisión

Si el valor calculado de (p) es mayor que 0.05, no se rechaza la hipótesis nula.

Si el valor calculado de (p) es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula.

6. Decisión y conclusión

En la tabla 20 se aprecia que el $p=0.01$ inferior a 0.05, por lo tanto, se procede a rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis general), es decir, existe una relación entre el método ABC y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023. Además, la correlación de Rho de Spearman es 0.371 y siguiendo la escala de Bisquerra, dicha correlación es positiva y baja.

Para apreciar de una mejor manera se muestra la siguiente figura

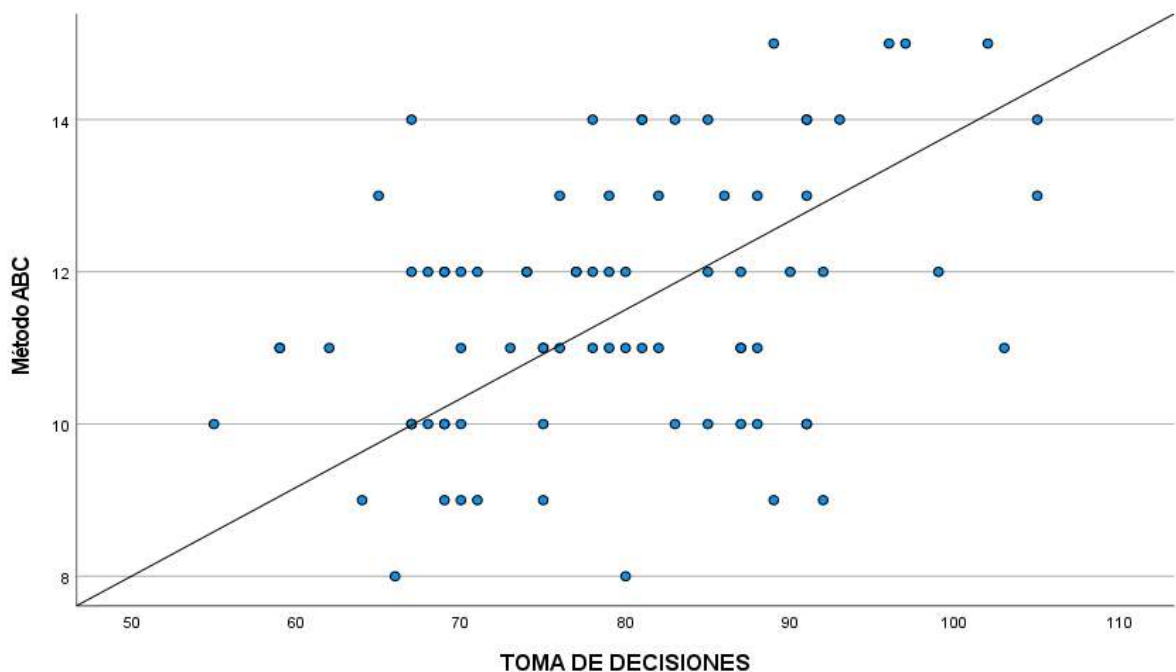


Figura 17 Correlación entre método ABC y toma de decisiones

En la figura 17, se observa que los puntos se aproximan ligeramente a la recta, ello indica que la correlación entre el método ABC y la toma de decisiones es baja y positiva.

4.2.3 Procedimiento para la contratación de la hipótesis específica 2

1. Formulación de la hipótesis general:

Ho: No existe una relación entre los escategramas y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023.

Ha: Existe una relación entre los escategramas y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023.

2. Nivel de significancia:

$p=0.05=5\%$

3. Elección del estadístico:

Los datos no son consistentes con el supuesto de normalidad, las variables son cualitativas ordinales y el objetivo es determinar cuál es la relación entre los escategramas y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL Plaza autoservicios-2023. Por ello se utiliza el estadístico Rho de Spearman.

4. Cálculo del coeficiente de correlación y el nivel de significancia

Tabla 21

Correlación entre escategramas y toma de decisiones

			Escategramas	TOMA DE DECISIONES
Rho de Spearman	Escategramas	Coeficiente de correlación	1,000	,590**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	TOMA DE DECISIONES	Coeficiente de correlación	,590**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

Nota. Fuente: Elaboración propia

5. Criterio de decisión

Si el valor calculado de (p) es mayor que 0.05, no se rechaza la hipótesis nula.

Si el valor calculado de (p) es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula.

6. Decisión y conclusión

En la tabla 21 se muestra que el $p=0.000$ inferior a 0.05 por lo tanto se procede a rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis general), es decir, existe una relación entre los escategramas y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023. Además, la correlación de Rho de Spearman es 0.590 y siguiendo la escala de Bisquerra, dicha correlación es positiva y moderada.

Para apreciar de una mejor manera se muestra la siguiente figura

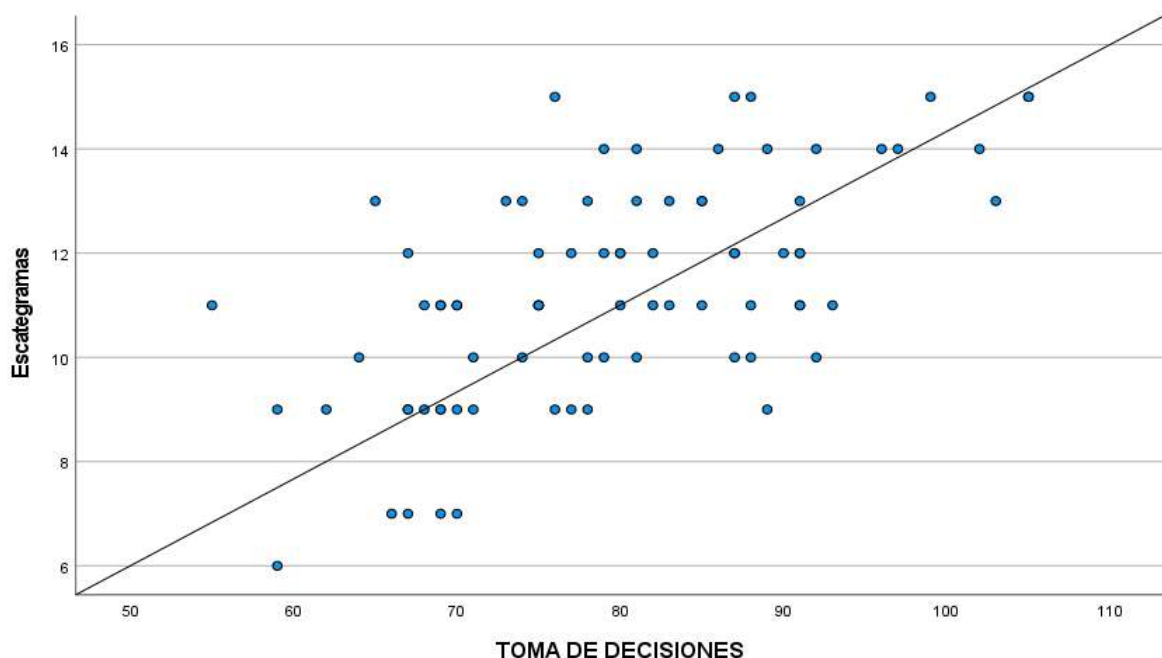


Figura 18 Correlación entre escategramas y toma de decisiones

En la figura 18, se observa que los puntos se aproximan a la recta, ello indica que la correlación entre los escategramas y la toma de decisiones es moderada y positiva.

4.2.4 Procedimiento para la contratación de la hipótesis específica 3

1. Formulación de la hipótesis general:

Ho: No existe una relación entre los medios electrónicos de control y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023.

Ha: Existe una relación entre los medios electrónicos de control y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023.

2. Nivel de significancia:

$p=0.05=5\%$

3. Elección del estadístico:

Los datos no son consistentes con el supuesto de normalidad, las variables son cualitativas ordinales y el objetivo es determinar cuál es la relación entre los medios electrónicos de control y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL Plaza autoservicios-2023. Por ello se utiliza el estadístico Rho de Spearman.

4. Cálculo del coeficiente de correlación y el nivel de significancia

Tabla 22

Correlación entre medios electrónicos de control y toma de decisiones

			Medios electrónicos de control	TOMA DE DECISIONES
Rho de Spearman	Medios electrónicos de control	Coeficiente de correlación	1,000	,645**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	TOMA DE DECISIONES	Coeficiente de correlación	,645**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

Nota. Fuente: Elaboración propia

5. Criterio de decisión

Si el valor calculado de (p) es mayor que 0.05, no se rechaza la hipótesis nula.

Si el valor calculado de (p) es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula.

6. Decisión y conclusión

En la tabla 22 se aprecia que el $p=0.000$ inferior a 0.05, por lo tanto, se procede a rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis general), es decir, existe una relación entre los medios electrónicos de control y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023. Además, la correlación de Rho de Spearman es 0.645 y de acuerdo con la escala de Bisquerra, dicha correlación es positiva y alta.

Para apreciar de una mejor manera se muestra la siguiente figura

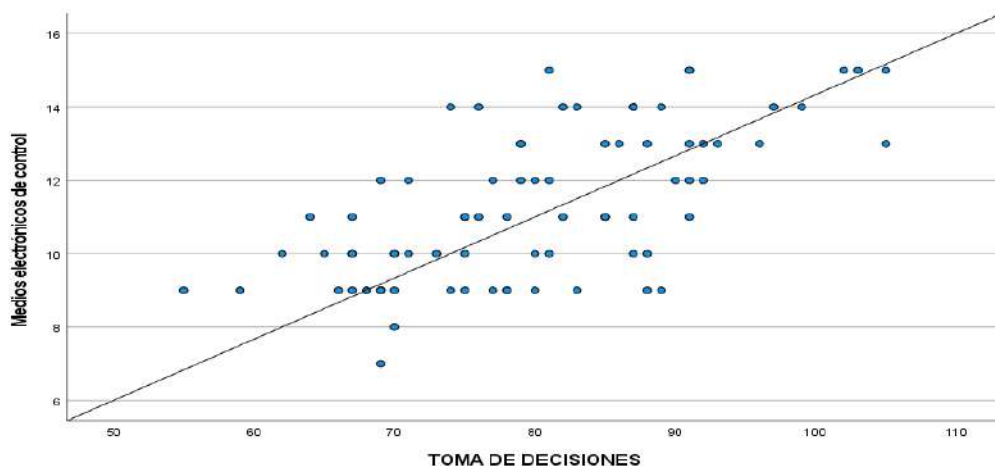


Figura 19 Correlación entre medios electrónicos de control y toma de decisiones

En la figura 19, se observa que los puntos se aproximan a la recta, ello indica que la correlación entre los medios electrónicos de control y la toma de decisiones es alta y positiva.

CAPITULO V. DISCUSIÓN

5.1 Discusión

- En esta investigación se logró demostrar que, Existe una relación entre el control de inventario y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicio – 2023, ya que se obtuvo una correlación de Rho de Spearman de 0,682 y siguiendo la escala de Bisquerra, dicha correlación es positiva y alta. El resultado obtenido tiene similitud con lo hallado por Juarez (2020) en su trabajo de investigación titulado “*Control de Inventarios y toma de decisiones en la empresa comercial Bitel –Sucursal Lima, año 2019*” en el cual concluyó que, el control de inventario sí tiene una relación con la toma de decisiones con una correlación moderada positiva (rho 0.414).
- Ortiz (2014) en su tesis titulada “*Control interno de inventarios y la toma de decisiones en la empresa vidriería 28 de julio SAC, La victoria, 2014*” obtuvo como resultados que existe una relación entre el control interno de inventarios y la toma de decisiones en la empresa Vidriería 28 de Julio SAC, La Victoria 2014 la cual es de carácter positivo, con una correlación positiva y alta (Rho de Spearman 0,904). Por ende, este resultado tiene similitud por lo encontrado en esta investigación, donde se identificó que existe una relación entre el método ABC y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023, con una correlación de Rho de Spearman de 0.371 siendo esta baja y positiva.
- Navarro y Vela (2020) realizaron una investigación la cual titula “*Mejoramiento del control de inventarios y su incidencia en la toma de decisiones en el área de almacén del hotel el gran marqués, Trujillo, año*

2020” donde concluyeron que mejorar el control de inventarios y sus respectivos procedimientos internos contribuye a que se tomen mejores decisiones relacionadas al área correspondiente, lo cual tiene similitud con lo hallado en esta investigación puesto que existe una relación entre los escategramas y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023 fundamentado con una correlación de Rho de Spearman de 0. 590 y de acuerdo con la escala de Bisquerra, dicha correlación es positiva y moderada.

- Por último, esta investigación ha demostrado existe una relación entre los medios electrónicos de control y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023 ya que ha obtenido como resultados una correlación de Rho de Spearman de 0. 645 y de acuerdo con la escala de Bisquerra, dicha correlación es positiva y alta, lo cual guarda relación con lo planteado por Casa y Villamarin (2020) en su tesis la cual titularon *“Control Interno de Inventarios y su Incidencia en la Toma de Decisiones del Almacén Casa Pica Megaplastic del cantón La Maná Provincia de Cotopaxi Año 2019”* donde concluyó que existe un control interno de los inventarios lo que fomenta una mejor toma de decisiones en dicha organización.

CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Tras haber realizado la comparación de hipótesis correspondiente, concluimos que:

- ✓ El resultado de aplicar el estadístico Rhode Spearman fue una significancia de $p=0.000$ el cual es inferior al margen de error dado (0.05) por lo que podemos rechazar la hipótesis nula y afirmar la hipótesis de que existe una relación entre el control de inventario y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicio – 2023. Además, se cuenta con una correlación Rho de Spearman de 0.682 lo que según indica la escala de Bisquerra esta correlación es alta y positiva. Es decir, los trabajadores toman mejores decisiones al llevar un buen control de los inventarios.
- ✓ El resultado de aplicar el estadístico Rhode Spearman fue una significancia de $p=0.001$ lo cual es inferior al margen de error dado (0.05) lo cual nos permite rechazar la hipótesis nula y es posible afirmar que existe una relación entre el método ABC y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023. Además, tenemos una correlación de Rho de Spearman de 0.371 que según indica la escala de Bisquerra es baja y positiva, es decir, los trabajadores muestran cierta mejora en la toma de decisiones al aplicar el método ABC para el control de inventarios.
- ✓ El resultado de aplicar el estadístico Rhode Spearman fue una significancia de $p=0.000$ lo cual resulta ser inferior al margen de error dado (0.05) lo cual nos permite rechazar la hipótesis nula y afirmar que existe una relación entre los escategramas y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023. Además, tenemos una correlación de Rho de Spearman de 0.590 la cual según la escala de Bisquerra es modera y positiva, es decir, los

trabajadores toman mejores decisiones al aplicar los escategramas para el control de los inventarios.

- ✓ El resultado de aplicar el estadístico Rhode Spearman fue una significancia de $p=0.000$ el cual es menor que el margen de error dado (0.05) lo que nos permite rechazar la hipótesis nula y afirmar que existe una relación entre los medios electrónicos de control y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023. Además, se cuenta con una correlación de Rho de Spearman de 0.645 lo que según indica la escala de Bisquerra es alta y positiva, por lo que podemos concluir que el uso de los medios electrónicos de control promueve una mejor toma de decisiones por parte de los trabajadores.

6.2 Recomendaciones

Tras haber obtenido los resultados de esta investigación, se plantean las siguientes recomendaciones:

1. Se recomienda capacitar a los trabajadores en control de inventarios, teniendo en cuenta el método ABC, los escategramas y los medios electrónicos de control y también en la toma de decisiones considerando la clasificación de decisiones (según niveles), la retroalimentación (Feedback), las etapas en el proceso de toma de decisiones, las decisiones financieras y las decisiones No financieras.
2. La parte directiva debe gestionar capacitaciones en el uso del método ABC en sus respectivos indicadores tales como: Clasificación de inventarios, la rotación de inventarios y la disminución de costos para que con estos conocimientos se logren tomar mejores decisiones.

3. Así mismo la empresa debe prestar atención a la capacitación en el uso de escategamas concentrándose en la mejora en la asignación de recursos y la organización de espacios ya que estos van a fomentar una mejor toma de decisiones por parte de los trabajadores.
4. Por último, se recomienda a la empresa capacitar a sus trabajadores en el uso de los medios electrónicos de control considerando la disponibilidad de la data actualizada para el control en tiempo real de la información para una toma de decisiones más acertada.

Referencias

7.1 Fuentes documentales

- Casa, E., y Villamarin, M. (2020). Control Interno de Inventarios y su Incidencia en la Toma de Decisiones del Almacén Casa Pica Megaplastic del cantón La Maná Provincia de Cotopaxi Año 2019. *Tesis de grado*. Universidad Técnica de Cotopaxi, Cotopaxi. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/6897/1/UTC-PIM-000245.pdf>
- Peña, B. (2016). Aplicación del proceso para la toma de decisiones en la alta gerencia. *Artículo*. Universidad militar Nueva Granada, Bogotá. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14477/Pe%C3%B1aNogueraBayardo2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castro, C. A., Uribe, D. C., y Castro, J. A. (2013). Marco de Referencia para el Desarrollo de un Sistema de Apoyo para la Toma de Decisiones para la Gestión de Inventarios. *Artículo de Investigación Científica*. Universidad EAFIT, Medellín. Obtenido de <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/1836/Marco%20de%20Referencia%20para%20el%20Desarrollo%20de%20un%20sistema%20de%20apoyo%20para%20la%20toma%20de%20decisiones%20para%20la%20gestion%20de%20inventarios.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chucos, E., y Chucos, A. (2016). Control de inventarios en la toma de decisiones de la empresa lubricantes victoria de la provincia de Huancayo. *Tesis de pregrado*. Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo. Obtenido de <https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/1614/TESIS%20%283%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guaigua, M., y Díaz, L. (2022). El control de inventarios y su incidencia en la toma de decisiones de la micro empresa créditos Sánchez del cantón Baños de Agua Santa 2022. *Tesis de grado*. Universidad regional autónoma de los andes Uniandes, Ambato. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/14960/1/UA-CYAL-EXC-008-2022.pdf>

- Hernández, A. G. (2006). La Decisión y su Relación con el Tiempo: Estrategia, Procesos e Identidad. *Artículo*. Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/909/90900104.pdf>
- Juarez, M. V. (2020). Control de Inventarios y toma de decisiones en la empresa. *Tesis de pre grado*. Universidad Cesar Vallejo, Lima. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/72758/Juarez_A_MV-SD.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Montoya, J. E. (2005). Información en el proceso de toma de decisiones estrategicas en las empresas colombianas del grupo empresarial ISA. *Tesis de postgrado*. Universidad EAFIT, Medellin. Obtenido de https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/1164/JorgeEduardo_MontoyaL%C3%B3pez_2005.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Navarro, C. M., y Vela, M. A. (2020). Mejoramiento del control de inventarios y su incidencia en la toma de decisiones en el área de almacén del hotel el gran marqués, Trujillo, año 2020. *Tesis de pre grado*. Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo. Obtenido de <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/6957>
- Ortiz, A. D. (2014). Control interno de inventarios y la toma de decisiones en la empresa vidriería 28 de julio SAC, La victoria, 2014. *tesis de pre grado*. Universidad Cesar Vallejo, La victoria. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/9216/Ortiz_UA_D.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Parrales, V., Aguirre, M., Gómez, D., y Merchán, V. (2021). Control de inventario para la acertada toma decisiones gerenciales en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Babahoyo. *tesis de grado*. Universidad Técnica de Babahoyo, Babahoyo. Obtenido de <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/1185>

7.2 Fuentes Bibliográficas

CH-RETAIL (2018). Reglamento interno de trabajo. Huacho: Ediciones del norte.

- Sierra, J., Guzmán, M., y Garcia, F. (2015). *Administración de almacenes y control de inventarios* (1era edición ed.). Ciudad de Mexico: Eumed.net.
- Vega , M. A., Montjo, F. A., y Montjoy, F. G. (2021). Tendencia del negocio retail nortechico caso Plaza del Sol Huacho. *ITrabajo Aplicativo Final*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Huacho. Obtenido de <https://docplayer.es/215162028-Tendencia-del-negocio-retail-norte-chico-caso-plaza-del-sol-huacho.html>
- Amaya, J. (2010). *Toma de decisiones gerenciales: Métodos cuantitativos para la administración*. Bogotá: ECOE EDICIONES.
- Carrasco, S. (2006). *Metodología de la investigación científica*. Lima: UNMSM.
- Guerrero, H. (2022). *Inventarios: Manejo y control* (3era edición ed.). Bogotá: Ecoediciones.
- Hernández, R y Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Saldarriaga, D. L. (2020). Metodología de clasificación de los stocks. *Nota técnica*. Virtual class zona logística, medellin.

7.3 Fuentes Electrónicas

- Guzmán, I. (24 de Enero de 2022). *Seidor*. Obtenido de Seidor: <https://www.seidor.com/es-es/blog-pyme/que-es-el-control-de-inventario-y-que-sistemas-de-inventarios-existen>
- SafetyCulture. (16 de Enero de 2023). *SafetyCulture*. Obtenido de SafetyCulture: <https://safetyculture.com/es/aplicacion/software-gestion-de-inventario/#:~:text=Zoho%20Inventario&text=El%20panel%20de%20control%20de,visitar%20cada%20uno%20de%20ellos>.
- Narvaez, M. (15 de abril del 2020). Investigación básica: Qué es, ventajas y ejemplos. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-basica/>

ANEXOS

Matriz de consistencia

TÍTULO: Control de inventarios para la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL Plaza autoservicios-2023

	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGIA
P R I N C I P A L	¿Cuál es la relación entre el control de inventarios en la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicio - 2023?	Determinar cuál es la relación entre el control de inventarios y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicio – 2023.	Existe una relación entre el control de inventario y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicio – 2023.	Control de inventarios	Método ABC Escategramas Medios electrónicos de control	Enfoque de la investigación: Cuantitativo Tipo de Investigación Básica Diseño de investigación: No Experimental (Transversal)
E S P E C I F I C O S	¿Cuál es la relación entre el método ABC y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL Plaza autoservicios-2023?	Determinar cuál es la relación entre el método ABC y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL Plaza autoservicios-2023.	Existe una relación entre el método ABC y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023.	Toma de decisiones	Clasificación de decisiones (según niveles) Retroalimentación (Feedback) Etapas en el proceso de toma de decisiones Decisiones financieras Decisiones No financieras	Nivel de investigación: Correlacional Población: 80 trabajadores de la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios. Muestra: 80 trabajadores de la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios. Técnicas de recolección de datos: Encuesta Instrumentos Cuestionario usando escala Likert Técnicas para el procesamiento de la información: ● Software Excel ● SPSS
	¿Cuál es la relación entre los escategramas y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL Plaza autoservicios-2023?	Determinar cuál es la relación entre los escategramas y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL Plaza autoservicios-2023.	Existe una relación entre los escategramas y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023.			
	¿Cuál es la relación entre los medios electrónicos de control y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL Plaza autoservicios-2023?	Determinar cuál es la relación entre los medios electrónicos de control y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL Plaza autoservicios-2023.	Existe una relación entre los medios electrónicos de control y la toma de decisiones en la empresa CH-RETAIL plaza autoservicios-2023.			



Universidad Nacional
José Faustino Sánchez Carrión
FACULTA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

ENCUESTA SOBRE CONTROL DE INVENTARIOS y LA TOMA DE DECISIONES

Buenos días, la presente encuesta tiene por objetivo conocer su opinión respecto al control de inventarios para la toma de decisiones en la empresa ch-retail plaza autoservicios-2023, por lo que agradeceremos que responda a las preguntas formuladas con mucha sinceridad, sus respuestas serán confidenciales y anónimas.

De antemano: ¡muchas gracias por su colaboración!

I. DATOS DEL ENCUESTADO

1. En qué área trabaja.

- a) Compras
- b) Comercial
- c) Operaciones

II. INSTRUCCIONES

Todas las preguntas tienen cinco opciones de respuesta. Elija la que mejor describa lo que piensa usted, Solamente una opción, Marque con claridad la opción elegida con un aspa "X"

1=Nunca; 2= Casi Nunca; 3=A veces; 4=Casi siempre; 5=Siempre

Si no puede contestar una pregunta o si la pregunta no tiene sentido para usted, por favor pregúntele a la persona que le entregó este cuestionario y le explicó la importancia de su participación.

CONTROL DE INVENTARIOS									
I. Método ABC (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)					Calificación				
					1	2	3	4	5
1.	Los productos se clasifican en base a sus características								
2.	Existe una rotación constante de productos								
3.	Se aplican estrategias para generar rentabilidad organizacional								
II. ESCATEGRAMAS (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)					Calificación				
					1	2	3	4	5
4.	Los datos son una herramienta para tomar decisiones								
5.	Se establece un plan operacional para los movimientos de los productos según sus características								
6.	Los espacios se encuentran bien organizados en base al aforo y dimensiones de los locales								
III. MEDIOS ELECTRONICOS DE CONTROL. (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)					Calificación				
					1	2	3	4	5

7.	Los datos están disponibles para su uso					
8.	Se actualiza constantemente la base de datos					
9.	Se controla los productos en todo momento					
TOMA DE DECISIONES						
IV.	Clasificación de decisiones (según niveles). (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	Calificación				
		1	2	3	4	5
10.	Existe un cronograma para realizar los inventarios cíclicos y generales					
11.	Las áreas de las categorías de productos brindan soporte táctico en los inventarios					
12.	El gerente toma acción inmediata en los resultados de cada inventario					
V.	Retroalimentación (Feedback). (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	Calificación				
		1	2	3	4	5
13.	Se comparte los resultados a todo el equipo de la tienda inventariada					
14.	El encargado de tienda realiza recuento pos inventario					
15.	El encargado de tienda reporta las observaciones de un mal inventario a sus jefes inmediatos					
VI.	Etapas en el proceso de toma de decisiones. (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	Calificación				
		1	2	3	4	5
16.	Se ejecuta un plan de acción a nivel cadena en base a los faltantes en productos y en soles					
17.	Se realiza una correcta recepción de mercadería e ingresos de facturas					
18.	Hay validación y correcto almacenaje de los productos					
19.	Existe una supervisión de ingresos y salidas de mercadería					
VII.	Decisiones financieras. (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	Calificación				
		1	2	3	4	5
20.	La empresa realiza compra de los activos para las tiendas de apertura					
21.	Se realiza mantenimiento a las cámaras de fríos y equipos eléctricos					
22.	La empresa innova en la adquisición de productos novedosos					
23.	Existe un correcto surtido de productos en las nuevas tiendas					
24.	La empresa cumple con los pagos puntuales a los proveedores que son al crédito y al contado					
25.	Existe sobre stock en las tiendas a nivel cadena					
VIII.	Decisiones no financieras. (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	Calificación				
		1	2	3	4	5
26.	El marketing de la empresa genera buenos resultados en las ventas					
27.	Los trabajadores ordenan, limpian y reponen los productos en pre inventario					
28.	Se realiza saneo correcto de todos los productos perecibles					
29.	El abastecimiento a las tiendas lo realizan según el cronograma					
30.	Existe orden, limpieza y un correcto almacenaje en los almacenes					

Muchas gracias por su participación ☐☐



UNIVERSIDAD NACIONAL
"José Faustino Sánchez Carrión"
FACULTA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
MÉTODO DE VALIDEZ: VALIDEZ DE CONTENIDO

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

CONTROL DE INVENTARIOS PARA LA TOMA DE DECISIONES EN LA EMPRESA CH-RETAIL PLAZA AUTOSERVICIOS-2023

APELLIDOS Y NOMBRES DEL INVESTIGADOR:

Loza Ortiz Aldo Joel
 Saldaña Ascate Ronald Steben

TÉCNICA: JUICIO DE EXPERTO:

1. La opinión que usted brinde es personal y sincera.
2. Marque con un aspa "X" dentro del Cuadro de Valoración, solo una vez por cada criterio, el que usted considere su opinión sobre el cuestionario.

- 1: Muy Malo
 2: Malo
 3: Regular
 4: Bueno
 5: Muy Bueno

N°	CRITERIOS	VALORES				
		1	2	3	4	5
1	Claridad: Esta formulado con el lenguaje apropiado y comprensible					X
2	Objetividad: Permite medir hechos observables					X
3	Actualidad: Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4	Organización: Presentación ordenada					X
5	Suficiencia: Comprende los aspectos en cantidad y claridad					X
6	Pertinencia: Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos					X
7	Consistencia: Permite conseguir datos basados en modelos teóricos					X
8	Coherencia: Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítems					X
9	Metodología: La estrategia responde al propósito de la investigación					X
10	Aplicación: Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente					X

Muchas gracias por su respuesta.

Febrero del 2023

Apellidos y Nombres del Juez Experto: GIORDANO CHUMBO LEONARDO ANTONIO

DNI: 15761789

Especialidad de Juez Experto: Lic. en Administración

Grado del juez experto: MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA

Firma del Juez Experto



UNIVERSIDAD NACIONAL
"José Faustino Sánchez Carrión"
FACULTA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
MÉTODO DE VALIDEZ: VALIDEZ DE CONTENIDO

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

CONTROL DE INVENTARIOS PARA LA TOMA DE DECISIONES EN LA EMPRESA CH-RETAIL PLAZA AUTOSERVICIOS-2023

APELLIDOS Y NOMBRES DEL INVESTIGADOR:

Loza Ortiz Aldo Joel

Saldaña Ascate Ronald Steben

TÉCNICA: JUICIO DE EXPERTO:

1. La opinión que usted brinde es personal y sincera.
2. Marque con un aspa "X" dentro del Cuadro de Valoración, solo una vez por cada criterio, el que usted considere su opinión sobre el cuestionario.

1: Muy Malo

2: Malo

3: Regular

4: Bueno

5: Muy Bueno

N°	CRITERIOS	VALORES				
		1	2	3	4	5
1	Claridad: Esta formulado con el lenguaje apropiado y comprensible				X	
2	Objetividad: Permite medir hechos observables			X		
3	Actualidad: Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4	Organización: Presentación ordenada				X	
5	Suficiencia: Comprende los aspectos en cantidad y claridad				X	
6	Pertinencia: Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos					X
7	Consistencia: Permite conseguir datos basados en modelos teóricos				X	
8	Coherencia: Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítems				X	
9	Metodología: La estrategia responde al propósito de la investigación			X		
10	Aplicación: Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente					X

Muchas gracias por su respuesta.

Febrero del 2023

Apellidos y Nombres del Juez Experto: Ramos y Fovera, Santiago G.

DNI: 1569716

Especialidad de Juez Experto: Administración

Grado del juez experto: SDCIDE

[Firma]
Firma del Juez Experto



UNIVERSIDAD NACIONAL
"José Faustino Sánchez Carrión"
FACULTA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
MÉTODO DE VALIDEZ: VALIDEZ DE CONTENIDO

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

CONTROL DE INVENTARIOS PARA LA TOMA DE DECISIONES EN LA EMPRESA CH-RETAIL PLAZA AUTOSERVICIOS-2023

APELLIDOS Y NOMBRES DEL INVESTIGADOR:

Loza Ortiz Aldo Joel

Saldaña Ascate Ronald Steben

TÉCNICA: JUICIO DE EXPERTO:

1. La opinión que usted brinde es personal y sincera.
2. Marque con un aspa "X" dentro del Cuadro de Valoración, solo una vez por cada criterio, el que usted considere su opinión sobre el cuestionario.

1: Muy Malo

2: Malo

3: Regular

4: Bueno

5: Muy Bueno

N°	CRITERIOS	VALORES				
		1	2	3	4	5
1	Claridad: Esta formulado con el lenguaje apropiado y comprensible				X	
2	Objetividad: Permite medir hechos observables				X	
3	Actualidad: Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología			X		
4	Organización: Presentación ordenada				X	
5	Suficiencia: Comprende los aspectos en cantidad y claridad				X	
6	Pertinencia: Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos			X		
7	Consistencia: Permite conseguir datos basados en modelos teóricos				X	
8	Coherencia: Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítems				X	
9	Metodología: La estrategia responde al propósito de la investigación				X	
10	Aplicación: Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente				X	

Muchas gracias por su respuesta.


Febrero del 2023

Apellidos y Nombres del Juez Experto: Lucy M. Quinteros V. / FERRADO A.

DNI: 16582864

Especialidad de Juez Experto: Lic. ADM

Grado del juez experto: M.C. ADM. ESTRATEGICO



Firma del Juez Experto

26	33	75	11	11	11	11	10	15	21	18	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular
27	30	75	9	11	10	10	10	15	22	18	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular
28	40	79	13	14	13	14	10	14	23	18	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Regular
29	40	86	13	14	13	13	15	17	23	18	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular
30	36	82	13	12	11	11	12	18	23	18	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular
31	32	80	8	12	12	11	13	14	24	18	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Regular
32	36	77	12	12	12	12	8	15	24	18	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Regular
33	32	67	10	12	10	10	8	13	17	19	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno
34	25	70	10	7	8	10	9	12	20	19	Regular	Regular	Regular	Deficiente	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno
35	31	75	11	11	9	12	11	13	20	19	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Regular	Regular	Bueno
36	33	80	12	12	9	11	11	18	21	19	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Bueno
37	38	78	14	13	11	14	12	11	22	19	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno
38	29	70	11	9	9	8	9	12	22	19	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno
39	31	78	12	10	9	10	12	15	22	19	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Regular	Bueno
40	42	81	14	13	15	13	12	15	22	19	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno
41	35	79	12	10	13	10	13	15	22	19	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Regular	Bueno
42	42	76	13	15	14	13	6	15	23	19	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Deficiente	Regular	Bueno	Bueno
43	36	87	10	12	14	14	12	18	24	19	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
44	39	88	11	15	13	13	12	19	25	19	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
45	39	91	14	13	12	12	15	19	26	19	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
46	36	85	12	13	11	12	14	13	27	19	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno
47	34	73	11	13	10	9	8	16	20	20	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Bueno
48	31	76	11	9	11	12	12	11	21	20	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno
49	38	81	14	14	10	12	11	16	22	20	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Bueno
50	37	83	10	13	14	11	13	16	23	20	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
51	29	78	11	9	9	10	10	14	24	20	Regular	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno
52	35	91	13	11	11	15	13	19	24	20	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
53	41	91	14	12	15	13	12	20	26	20	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
54	35	79	11	12	12	13	9	16	20	21	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Bueno
55	32	80	11	11	10	11	11	16	21	21	Regular	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Bueno
56	34	87	11	12	11	13	13	16	24	21	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno

Data de confiabilidad

N°	p 1	p 2	p 3	p 4	p 5	p 6	p 7	p 8	p 9	p1 0	p1 1	p1 2	p1 3	p1 4	p1 5	p1 6	p1 7	p1 8	p1 9	p2 0	p2 1	p2 2	p2 3	p2 4	p2 5	p2 6	p2 7	p2 8	p2 9	p3 0	
1	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	4	2	2	3	3	3	3	3	
2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4	3	3	4	5	4	5	4	5	5	5	
3	3	4	3	5	4	3	5	5	5	4	3	4	4	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	
4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	5	4	4	3	2	4	3	5	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	5	4	4	4
5	3	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4	1	5	4	5	
6	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	3	4	3	4	3	4	
7	3	4	3	5	3	3	4	4	5	3	4	5	3	5	5	3	5	5	5	3	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	
8	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	
9	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	
10	3	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	5	5	3	4	5	4	4	5	5	3	5	3	3	5	5	4	5	
11	3	3	4	4	3	5	3	5	3	2	3	4	3	4	2	3	4	5	3	2	5	2	2	4	4	3	5	5	5	5	
12	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	4	5	4	5	
13	4	4	3	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	
14	3	4	3	4	3	4	5	3	3	5	4	4	4	2	3	3	3	4	5	5	4	4	4	5	5	3	5	5	4	4	
15	4	4	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
16	4	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	2	2	5	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	
17	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
18	4	3	4	5	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	
19	4	3	3	5	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	2	3	4	4	4	4	
20	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	3	2	5	4	