



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Metodología ABC para incrementar la rentabilidad en el
Minimarket “Kiarita” del distrito La Victoria -Chiclayo - 2020

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORES:

Goicochea Neyra, Yahaira (ORCID: 0000-0003-3193-5186)

Tongo Herrera, Jair (ORCID: 0000-0002-7228-6680)

ASESOR:

Mg. Patricia Ivonne Chávez Rivas (ORCID:0000-003-4993-6021)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

CHICLAYO – PERÚ

2021

Dedicatoria

El presente trabajo está dedicado ante todo a Dios por darnos salud durante la emergencia sanitaria, a nuestros padres que nos guiaron y cuidaron durante nuestra formación profesional, finalmente a los docentes y expertos que estuvieron en nuestro camino hasta obtener nuestra carrera profesional.

Agradecimiento

En primer lugar, agradecer a Dios por darnos la vida, fortaleza y sabiduría para realizar la investigación en la mejor condición. Agradecer a nuestras Familias por cuidarnos y ser el pilar fundamental de nuestros logros, al minimarket “Kiarita” por la confianza y aportaciones dadas en el proceso de la investigación y a nuestros docentes por la formación en nuestras vidas universitarias.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
INDICE DE CONTENIDOS	iv
INDICE DE TABLAS	v
INDICE DE FIGURA.....	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEORICO	5
III. METODOLOGÍA.....	23
3.1 Tipo y diseño de investigación:	23
3.2 Variables y operacionalización: (ver anexo 01)	25
3.3 Población, muestra, muestreo y unidad de análisis:	26
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos: (ver anexo 02).....	27
3.5 Procedimientos:	33
3.6 Método de análisis de datos:.....	34
3.7 Aspectos éticos:	35
IV. RESULTADOS	37
V. DISCUSION.....	51
VI. CONCLUSIONES	55
VII. RECOMENDACIONES.....	56
VIII.PROPUESTAS	57
REFERENCIA	66
ANEXOS	70

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	30
Validación de la encuesta.....	30
Tabla 2	31
Validación de la entrevista	31
Tabla 3	32
Validación de análisis documental	32
Tabla 4	33
Cuadro de confiabilidad.....	33
Tabla 5	37
Guía de análisis documentario: Rentabilidad económica.....	37
Tabla 6	38
Guía de análisis documentario: rentabilidad financiera.....	38
Tabla 7	39
Cuadro para la identificación de los productos del minimarket.....	39
Tabla 8	43
Clasificación de productos con respecto a su venta según la metodología ABC.	43
Tabla 9	48
Plan de Acción de la Propuesta	48
Tabla 10	60
Plan de Acción de la Propuesta	60
Tabla 11	63
Financiamiento del Plan de Acción de la Propuesta	63
Tabla 12	64
Cronograma del Plan de Acción de la Propuesta.....	64

INDICE DE FIGURA

Figura 1: Representaciones graficas de la clasificación ABC.	12
Figura 2: Ejemplo de clasificación ABC.....	14
Figura 3: Comparativa de clasificación ABC.	15
Figura 4: Resumen de la clasificación ABC.....	16
Gráfico 1: Reorganización de acuerdo a su venta y cantidad por producto.	47

RESUMEN

La investigación titulada "La metodología ABC para incrementar la rentabilidad en el minimarket Kiarita La Victoria – Chiclayo en el año 2020", tuvo como objetivo proponer la metodología ABC para incrementar la rentabilidad en el minimarket "Kiarita" La Victoria – Chiclayo en el Año 2020. La metodología fue de enfoque mixto y diseño no experimental. Se encuestó a una muestra de 10 trabajadores. Además, se procedió a entrevistar a la propietaria de la empresa y al experto en gestión de inventarios, utilizando guía de análisis documental para analizar la rentabilidad. Los resultados indicaron que la rentabilidad de la empresa en el año 2019 fue superior en comparación al 2020, todo ello se debe a la crisis sanitaria y déficit económico que se presentó en ese año, dado que su debilidad se detectó en la organización y clasificación de los productos. Asimismo, debe evaluarse constantemente su estado económico- financiero de la empresa, donde la rentabilidad se mantenga favorable para ella. Se concluye que la propuesta de la metodología ABC para incrementar la rentabilidad es beneficioso, por consiguiente, se definen bien las estrategias adecuadas, aptas para el minimarket; de manera que cada estrategia pueda lograr sus objetivos y obtener resultados satisfactorios.

PALABRAS CLAVES

Rentabilidad, metodología ABC, productos y ventas.

ABSTRACT

The research entitled "The ABC methodology to increase profitability in the minimarket Kiarita La Victoria - Chiclayo in the year 2020" aimed to propose the ABC methodology to increase profitability in the minimarket "Kiarita" La Victoria - Chiclayo in the year 2020. The methodology was of mixed approach and non-experimental design. A sample of 10 workers was surveyed. In addition, the owner of the company and the inventory management expert were interviewed, using a documental analysis guide to check out the profitability. The results indicated that the company's profitability in 2019 was higher compared to 2020, all due to the health crisis and economic deficit that occurred in that year, given that its weakness was detected in the organization and classification of products. Likewise, the economic-financial status of the company should be constantly evaluated, where profitability remains profitable for the company. It is concluded that the proposal of the ABC methodology to increase profitability is beneficial, therefore, the ideal strategies suitable for the minimarket are well defined, so that each strategy can achieve its objectives and obtain satisfactory results.

KEYWORDS

Profitability, ABC methodology, products, and sales.

I. INTRODUCCIÓN

En el sector empresarial moderno, todas aquellas organizaciones se involucran con un sistema lógico que atienda este proceso de inventario para asistir a todas las funciones que están involucradas, en el Perú todas las empresas del sector mencionado son casos en la que no se invierten novedosas formas de ejecutar un procedimiento del buen control, los inventarios para que estos se realicen en orden y así poder obtener mejor rentabilidad.

Según La Razón (2020) en el análisis de Deloitte señaló que uno de los factores que permitiría a las PyMEs alargar su rango de vida e incrementar su rentabilidad es a través de la tecnología y la digitalización, ya que a medida que la empresa tenga más tecnología, sus costos bajarán, mejorarán su eficiencia y productividad. En suma, las Pequeñas y Medianas Empresas optimizarán sus sistemas de logística, ya sea en el control de inventarios o en las rutas de transporte, por mencionar algunos.

Según la revista el País (2020) Manifestó que todo comerciante debía realizar un análisis el cual le permitió entender el volumen de sus existencias en paridad con años anteriores. Se mostró también que se debe presidir de un stock juicioso, con afinidad entre las entradas y salidas, en otras palabras, las compras y las ventas, progresa la rentabilidad de una empresa y otorga reducir costes.

Sacal, D. (2020) Director general de Profesionales en Inventarios (PI) (2020) nos mencionó en la revista “Valor Compartido” que “Después de meses sin operaciones, la gestión precisa de inventarios en los negocios de comercio, consumo o retail es el activo primordial para que los empresarios eviten incertidumbre financiera y de control en sus puntos de venta o almacenes; además de prevenir el robo de mercancía, que, pueden llevar a la quiebra a las compañías por no tener un correcto control de sus productos”. La realización de

un inventario confiable y rápido se logra a través de procesos personalizados, capital humano capacitado con las mejores prácticas de ejecución y de la mano de herramientas tecnológicas, que permiten tomar mejores decisiones en el negocio y a través de ello, mejorar el control de inventarios, reducción de mermas, eficiencia operativa, optimización en la cadena de suministro y mejorar la rentabilidad del negocio. No obstante, en ocasiones las organizaciones, particularmente pequeñas y medianas, no conocen cómo implementar un control de sus inventarios, los cuales son imprescindibles para el sostenimiento del negocio en cuanto a la correcta toma de decisiones y acciones.

Mendoza, G. (2019) expresó que, en el Perú, de cada 10 empresas, 5 son las que pertenecieron al sector industrial entre ellas el comercio, la minería, agricultura, energía, el sector construcción y demás emplean tecnología para la gestión de inventarios”

Añadió también que la escasez de control de inventarios impactó en la rentabilidad de la empresa. En este caso puede provocar que las empresas no lleguen a contar con los productos ni cantidades útiles en el momento apropiado, dando resultados negativos en la rentabilidad.

El minimarket “Kiarita” es una microempresa en el cual se comercializa productos tales como víveres, verduras, carnes, lácteos, etc. propios de su rubro, la deficiencia que encontramos en la empresa se enfoca a la falta de gestión de inventarios, al no saber qué es lo que se tiene en almacén con productos stockeados, resulta grave para los mismos, puesto que tienen fecha de vencimiento a corto plazo y así genera pérdidas para la empresa.

La investigación radica en clasificar los productos que posee el minimarket, buscando aumentar la rentabilidad a través de una mejor gestión y así anhele ser una de las más requeridas de la ciudad.

La formulación del problema de investigación fue ¿De qué manera la metodología ABC incrementa la rentabilidad en el minimarket “Kiarita” La Victoria – Chiclayo en el año 2020?

En la justificación metodológica en busca de lograr los objetivos de nuestro estudio se generó la implementación de la metodología ABC, para incrementar su rentabilidad es necesario obtener instrumentos de recolección de datos, guía de análisis de documental, entrevista, encuesta, para la clasificación de materiales mediante la metodología, de esta manera se buscó mejorar la eficacia y eficiencia en el área de almacén, además se utilizó el tipo de investigación de forma aplicada, de enfoque cualitativo y cuantitativo (mixta).

Por lo tanto en la justificación teórica de dicha investigación se utilizó la metodología ABC propuesta por el autor Sebastián Flamarique en el año 2019, en su teoría, la metodología es la segmentación de productos de acuerdo a criterio preestablecidos como puede ser indicadores de costo, volumen o cantidad de movimiento, que facilitó una gestión diferenciada para cada rango y en rentabilidad los autores Santiesteban et al. (2011) manifestaron que es uno de los indicadores más fundamentales para establecer el logro de una empresa.

Para concluir en la justificación práctica del estudio se sostuvo que en el Minimarket “Kiarita” mediante la metodología ABC nos permitió reconocer todos los productos que tengan mayor demanda, así como mejoró la repartición en el almacén, por lo que se logró una mejor rentabilidad, acrecentando la efectividad de entrega y disminuyendo el costo de almacenamiento, es así como se obtuvo la sustentabilidad económica de la organización.

El objetivo general fue proponer la metodología ABC para incrementar rentabilidad en el minimarket “Kiarita” La Victoria – Chiclayo en el Año 2020.

Los objetivos específicos fueron: A) Evaluar el nivel de rentabilidad del minimarket “Kiarita” La Victoria – Chiclayo del año 2019 - 2020; B) Identificar y reorganizar la clasificación de los productos del minimarket “Kiarita” La Victoria – Chiclayo 2020; C) Diseñar la metodología ABC en el minimarket “Kiarita” La Victoria – Chiclayo 2020. D) Validar la propuesta metodología ABC para incrementar rentabilidad en el minimarket “Kiarita” La Victoria – Chiclayo en el Año 2020.

La hipótesis de la investigación fue: La metodología ABC incrementa la rentabilidad en el minimarket “Kiarita” en el distrito de La Victoria de Chiclayo 2020.

II. MARCO TEORICO

En la investigación se detalló los antecedentes de los siguientes autores internacionales, nacionales y locales.

Correa, C. (2018) cuya investigación tuvo como objetivo desarrollar la aplicación del método ABC en el control de existencias, en la organización Autos Box Cía. Ltda., se planteó con el fin de mejorar y aportar efectivamente en el control de inventarios en la entidad, brindando un implemento en la mejora de las decisiones al momento de adquirir, administrar y manejar los mismos. En este proyecto se aplicó un sistema de control basado en el método ABC en la empresa, tanto cualitativo como cuantitativo, por el lado cualitativo se procederá a realizar entrevistas de campos dirigidas al gerente, el cual maneja las decisiones de compra, nos proporcionará información acerca de la gestión de las mismas ; al vendedor, quien nos brindará información acerca de la gestión y rotación de los productos conjuntamente con el control de las ventas, por el lado cuantitativo se realizara levantamiento de información acerca de las compras y ventas de la entidad, esta nos ayudara a conocer la situación actual de la empresa ,utilizando base de datos podemos comparar cifras en los movimientos de los diferentes meses. Se concluyó que el autor implementó esta metodología para obtener resultados de productos con mayor acogida en el mercado y así tomar decisiones al momento de adquirirlos o volver a hacer una orden de pedido así lograr mayor rentabilidad en la empresa.

Conza,C (2018) cuya investigación tuvo como objetivo la implementación de metodología ABC de inventarios para el cumplimiento de los objetivos organizacionales del sector electrónico cantón Santo Domingo de los Tsáchilas, año 2018, estuvo basado en un diseño cuantitativo y cualitativo, donde el cualitativo se realizó una observación directa, para obtener información histórica y el seguimiento de entrevistas al personal que la labora en la empresa y del tipo cuantitativa porque se realizó una encuesta al personal para

obtener información respecto al control de inventarios. En los instrumentos de medición metodológicos se llevó a cabo las encuestas y entrevistas se consideró la población total de la empresa que consiste en todo el personal que labora en ella y todos los productos o artículos que oferta en la organización, se concluyó que el sistema ABC es una buena herramienta para el control de inventarios con demanda independiente o dependiente y que a medida que se logre implementarlo, la generación de éxito, para las mejoras en la empresa y busque un manejo adecuado en ella y la empresa incremente su competitividad y crecimiento .

Carrillo, K (2019) cuya investigación tuvo como fin, el manejo del control en las deficiencias que se encuentran en la empresa “Alcides Mosquera e hijos Almogas Cía. Ltda.”, ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. Dicha investigación es de diseño exploratorio y descriptivo. Para el proyecto se utilizó técnicas de recolección de datos que busquen a los empleados administrativos mediante la encuesta y la observación un detallado de las categorías de productos que se necesita por todo los controles y los niveles de ventas generando el 80%, 15%, y 5% de las ventas entre todos los stock, por lo cual la clasificación se determinó que los productos Paretos de esta empresa están dando resultados en 23 referencias que hacen el 80% de sus ventas y por la cual se optimiza todo tipo de inventarios en el proceso de la cadena de producción para ampliar el negocio . Se concluyó que a través de método ABC permite tener una adecuada clasificación de los productos textiles para así poder determinar ciertos puntos de re orden que se genera la minimización de productos que logren mayor rentabilidad y por la cual busque maximizar todo tipo de utilidades que se puedan dar en la empresa al entregar pedidos a tiempo.

Reátegui, K. (2018) Cuya investigación tuvo como fin poder manejar la metodología ABC en los inventarios de la empresa Grupo Hecaliro Jia SAC – 2018, dado por un diseño de investigación de no experimental, a un nivel propósito- descriptivo. Por ende se elabora y se da una investigación para llevar a cabo un muestra a los 3 colaboradores, en la medición de recolección de datos que se genere a partir de ello una serie de preguntas que permitan obtener los resultados en las 14 preguntas se presentaron que el control de existencias por la cual utiliza la organización donde generalizando todo tipo de experiencia laboral y de forma empírica, y que se pueda dar realmente el buen empleo el control de inventarios en la organización . Al terminar el proyecto se propone y se da a conocer una propuesta para la clasificación del método ABC, donde permita establecer políticas y todo tipo del manejo de control, que se dé como indicador de medición la planificación y monitorear el control de mercadería en los almacenes; teniendo en cuenta la demasiada que se genera por año, en las condiciones de los pedidos, y que conlleve el punto de reordenar y la seguridad de los productos que se encuentran stockeados. Finalizando que la metodología ABC se aplicó en la empresa, para de alguna manera puedan controlar y manejar sus inventarios y así obtener mayor rentabilidad con mejores beneficios económicos en la empresa.

Rodríguez, M.; Villar, D. (2018) cuyo objetivo del estudio fue analizar de qué manera la actual gestión de inventarios afecta la rentabilidad de la empresa Convexus S.A.C. En los periodos 2016 – 2017, el desarrollo del estudio comprende dentro el nivel de investigación realizado fue descriptivo, explicativo y correlacional ya que se describió el fenómeno en la realidad económica, las deficiencias de la gestión de inventado. Para el desarrollo de la investigación la población está conformada por la empresa, en la investigación se tomó como muestra los siguientes datos como los estados financieros, información financiera del área de compras y logística. Tuvo como resultado que en los años 2016 y 2017 se obtuvo un porcentaje de valor económico del inventario de 16.02%% y 13.27% respectivamente; ello se debe a que el almacén presenta

un stock elevado de ciertos productos a causa de las compras innecesarias de materiales que fueron realizadas sin tomar en cuenta el nivel de inventarios que se debe mantener, también se debe a la presencia de productos obsoletos y dañados. Se concluyó que en el análisis documental aplicado a la empresa en el año 2016 y 2017 se encontraron deficiencias en la actual gestión de inventarios donde se analizó que implementar el método ABC, obtendría mayor rentabilidad en la empresa.

Ocas, E, (2019) cuya investigación tuvo como finalidad poder determinar la incidencia de la gestión de inventarios en la rentabilidad de la empresa Soluciones Técnicas Industriales S.R.L. Cajamarca 2018, para dar conocer la minimización del problema que se genera en la empresa, y por la cual el personal de tener la función en el almacén, las cantidades y las variedades de materiales que se encuentran y se manejan por cada nivel de sección, generalmente es muy difícil dar a conocer con mucha certeza la demanda de todos los materiales que más rotan y son de mayor utilización en la empresa. El tipo de diseño manejado y empleado en este estudio fue no experimental – transversal – correlacional, donde permite que todas las variables no se generen por manipulación o se mantengan en sus áreas, por lo cual se generó un determinado periodo para poder llevar a cabo una mejor relación de sus variables. Dentro del margen de la población del estudio se llevó acabo la información financiera de la empresa, una de las cuales se genera como muestra a su rentabilidad de la empresa Soluciones Técnicas Industriales S.R., se determinó que la buena gestión de inventarios permitió manejar y procesar adecuadamente todo tipo de procesos de adquisición, en sus utilidades y el detallado inventario de los productos, y esto a su vez mediante la rentabilidad se concrete y se obtengas buenos resultados en la empresa, se concluyó que mediante este proyecto se logró manejar la gestión de inventarios de manera correcta donde repercute favorablemente en la rentabilidad y crecimiento económico de la empresa.

Albújar, K.; Zapata, W. (2014) cuya investigación tuvo como objetivo diseñar un sistema de gestión de inventario para reducir las pérdidas en la empresa Tai Loy S.A.C, en el estudio se utilizó métodos de pronóstico estacional o cíclico, lo que permitió determinar la demanda por temporada. Dentro de los resultados que se obtuvieron son: a) El diagnóstico nos permitió obtener y mostrar la situación de la empresa que se pueden dar en los sistemas de gestión de inventarios, sean de manera inadecuada, por ende, se determinó y se lleve a cabo el diagrama de Causa – Efecto que busquen obtener resultados adecuados. b) Determinado el buen procedimiento de las funciones respectivas de los involucrados en la empresa, permita planificarse y mejorar todos los registros del producto a almacén para brindar un buen pedido, maximizando todo tipo de pedido y minimizando perdidas. EL buen de la herramienta Excel ayudara a los encargados a investigación. c) Mediante este método se podrá manejar un adecuado control de existencias y así obtener resultados financieros y económicos para el crecimiento de la empresa d) En el matizado del procedimiento que se realizar en las áreas, se busca tener más participación de ellas. En este determinado proceso se obtuvo un buen manejo adecuado de todas las existencias perdidas en la empresa. Se concluyó que aplicando el método se podrá generalizar que el 80% de los materiales deben obtener una mejor ubicación dentro de la empresa, así permitir obtener una importancia relevante en el desarrollo de la investigación donde obtendremos con más facilidad la entrega de los productos que se encuentra en la tienda, y de esta manera manejar un correcto y detallado control de existencias para no, reportar perdidas a futuras en la empresa.

En la investigación mencionamos las siguientes teorías muy relevantes a la metodología ABC.

El autor Vilfredo Pareto pudo determinar en su estudio de cada 20% de las personas tenían el 80% de las consecuencias de la población, solo tenía el 20% del poder que son en su promedio y de la riqueza. Por lo general se lleva a cabo el sistema de 20/80 que se obtiene por un adecuado que busca de alguna otra

manera analizar nuestras prioridades que son varias y de menor relevancia dentro de los problemas fundamentales.

Esta ley se aplica a todos los entornos de empresas y particulares. A nivel organizacional, es especialmente adecuado para áreas personales. A nivel organizativo, es especialmente adecuado para áreas como control de calidad, entrada, salida, logística, distribución o gestión de inventarios. – Aproximadamente el 20% de los artículos en el almacén representa el 80% del stock o existencias. – Aproximadamente el 20 % de los productos representa el 80% de las entradas. –Aproximadamente el 20% de los artículos representa el 80% los movimientos en el almacén. (Flamarique, 2019, párr.47)

En cada empresa que se da a conocer de su producción, busca en ella todo tipo de beneficios y así dar por los segmentos de los clientes como de los productos tienen como finalidad llevar un buen control, manejar adecuadamente las entradas y salidas de los productos para así obtener una rentabilidad económica y financiera de la empresa.

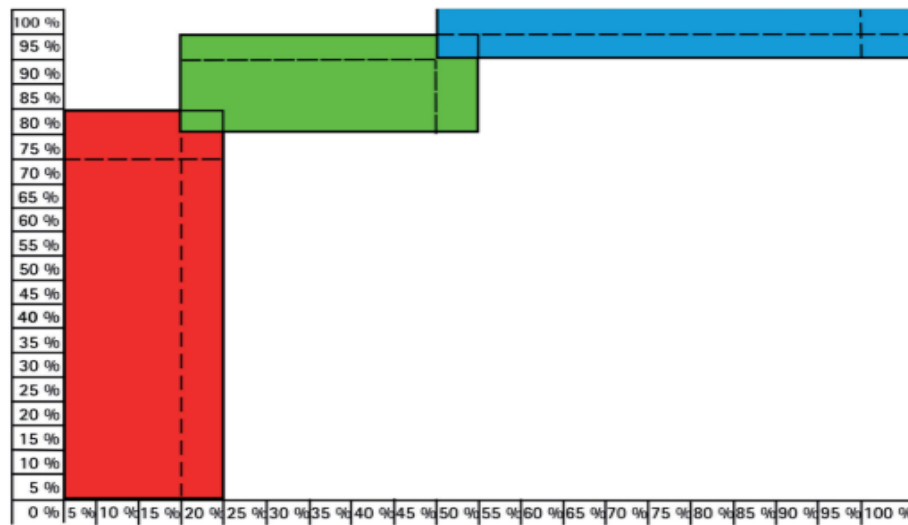
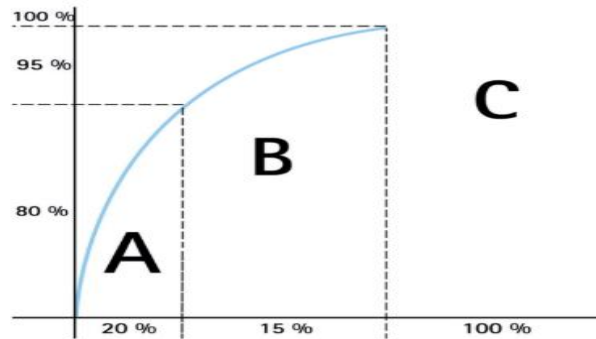
En permitir que la ley de Pareto ha derivado a nivel de la organización se adecue a una mejor y más eficaz segmentación, clasificación y análisis ABC. La clasificación ABC más común o base se divide de la siguiente forma: - Producto o artículo A, un producto con una rotación alta o muy alta. Por lo general, representan el 15-20% del material y el 60-80% del movimiento, las ventas, el costo y el inventario. – Producto o artículo B, un producto de facturación media. Por lo general, representan del 25% al 35% del producto y representan del 10% al 20% de los cambios, las ventas, los costos y el inventario– Producto o mercancía C, un producto con baja o muy baja rotación. Por lo general, representan del 40% al 60% del material y del 5% al 10% del movimiento, las ventas, el costo y el inventario. Dentro de las clasificaciones de la empresa se busca un manejo adecuado de los productos por lo que cada producto al ser distribuido o se encuentre en rotación se lleve a cabo una mejora en los resultados financieros de la empresa.

La clasificación ABC es una metodología donde se representa gráficamente como se ven en la figura 1. Cada día las empresas buscan una adecuada segmentación de los productos dentro de almacenaje y su producción y se ha aplicado en distintas variedades según sus necesidades. Por ejemplo, teniendo como modelo a las empresas que buscan una mayor segmentación por producto superior, inferior o ambos.

Es una metodología de segmentación de productos de acuerdo a criterios preestablecidos, como pueden ser indicadores de costo, volumen o cantidad de movimiento, especificaciones de seguridad o ventas. También facilitara una gestión diferenciada para cada rango. (Flamarique, 2019, p.47)

En conclusión, es una herramienta que permite mantener una adecuada gestión de los inventarios de la empresa, con ello podemos reunir todos los artículos que tienen más salida en cuestión de ventas, costes y así determinar categorías que se encuentren a la altura y el modo adecuado del impacto económico de la empresa.

Figura 1: Representaciones graficas de la clasificación ABC.



Nota: Explicaciones de los porcentajes en la gráfica de la clasificación ABC.

Adaptado de Flamarique, S. (2019). "Manual de gestión de almacenes",
consultado de <https://books.google.com.pe>

Los productos A: Se encuentran dentro de los movimientos y desplazamientos con menos recursos de las cuales el inventario y así tenemos como ejemplo los errores de servicio, perdida por caducidad u otros.

A su vez todo artículo debe ser sometido a un manejo de control de inventarios donde generen menos preocupación al cliente en el aumento excesivo de

inventarios que se encuentran sin rotación algunos y así poder tener de manera adecuada y sistemática todo proceso de los productos que se encuentran en la empresa.

Los artículos B: Se ubican muchos menos de la clasificación del grupo A y de esta manera la magnitud de compra en las negociaciones de los precios, se dan por un buen determinado atributo para la empresa, y se plantea de manera semestral, y conlleva a un buen control de todos los productos de acuerdo a su categoría A y con su consecuente C.

Los productos C: Estos productos están lejos de la exportación porque el movimiento es pequeño. En la gestión de compras y suministros, suele ser bajo, lo que casi no genera beneficios comerciales. En muchos casos, el proveedor marca los lotes de entrega y las piezas del sistema. (Flamarique, 2019, p.49)

Los de la categoría C son de menor y baja estabilidad en la empresa y por esta razón se genera pérdidas en la organización, dentro de ella se encuentra poca disponibilidad en cuanto a una venta real.

En la figura 3 Comparado con la facturación del proyecto, observe la clasificación ABC, su coste económico (en Euros) y movimiento (en kilogramos). Se extrajeron tres ejemplos: -El artículo 07 es un producto con niveles económicos, de facturación y de costos, que mueve C en kilogramos. -El artículo 23 es el producto A en la factura, el costo es el producto C y los kilogramos es el producto B. -El artículo 15 es el producto B en la factura y gastos, y A se mueve en kilogramos. (Flamarique, 2019, p.50)

Todo tipo de sistemas conllevan a obtener ciertos parámetros que a su vez logren de manera adecuada todo tipo de rotación de productos en cuanto a entrada y salida de los productos y así obtener de manera adecuada toda clasificación de los productos en programas que permitan ayudar a las empresas de manera sistemática todos los procesos en porcentajes adecuados y así facilitar el manejo correcto de las existencias de la empresa.

Figura 2: Ejemplo de clasificación ABC

Artículo	kg	kg (%)	Acumulado kg (%)	Artículo	kg	kg (%)	Acumulado kg (%)
05	1.527.040,12	26,173	26,173	24	22.268,18	0,382	95,383
09	1.244.219,73	21,325	47,498	37	21.577,96	0,370	95,752
01	570.599,32	9,780	57,277	40	20.927,50	0,359	96,111
04	353.104,22	6,052	63,329	48	19.535,00	0,335	96,446
02	207.266,86	3,552	66,882	17	19.390,42	0,332	96,778
15	189.874,56	3,254	70,136	16	16.862,44	0,289	97,067
22	144.514,05	2,477	72,613	25	16.543,73	0,284	97,351
08	121.539,71	2,083	74,696	07	14.472,54	0,248	97,599
18	113.801,99	1,950	76,647	35	14.221,25	0,244	97,843
06	107.406,53	1,841	78,488	13	12.564,75	0,215	98,058
10	99.052,74	1,698	80,185	29	12.436,20	0,213	98,271
23	96.903,92	1,661	81,846	32	12.139,20	0,208	98,479
03	96.034,89	1,646	83,492	19	11.164,69	0,191	98,671
30	89.493,75	1,534	85,026	47	11.073,12	0,190	98,860
26	86.075,00	1,475	86,501	27	10.849,22	0,186	99,046
44	85.714,00	1,469	87,970	45	10.224,48	0,175	99,222
39	84.105,00	1,442	89,412	43	7.372,80	0,126	99,348
21	79.408,47	1,361	90,773	49	6.985,00	0,120	99,468
36	71.706,00	1,229	92,002	42	6.050,38	0,104	99,571
20	37.630,70	0,645	92,647	50	4.920,00	0,084	99,656
12	36.040,68	0,618	93,265	33	4.778,00	0,082	99,738
31	28.380,99	0,486	93,751	38	4.664,00	0,080	99,818
34	25.726,95	0,441	94,192	28	4.434,00	0,076	99,894
11	24.009,96	0,412	94,604	46	4.102,00	0,070	99,964
14	23.191,27	0,397	95,001	41	2.111,16	0,036	100,000
				5.834.509,39		100 %	

Productos A
 Productos B
 Productos C

Flamarique, S. (2019) Ejemplo de clasificación ABC. “Manual de gestión de almacenes”, Consultado de <https://books.google.com.pe>

Figura 3: Comparativa de clasificación ABC.

Clasificación ABC				Clasificación ABC			
Artículo	Facturación (€)	Costo (€)	kg	Artículo	Facturación (€)	Costo (€)	kg
05	567.474,47	463.302,42	1.527.040,12	24	46.429,02	35.234,37	22.268,18
09	355.863,67	216686,83	1.244.219,73	37	26.959,61	20.680,67	21.577,96
01	929.860,39	772.545,16	570.599,32	40	25.153,08	17.078,42	20.927,50
04	771.374,56	575.889,53	353.104,22	48	22.469,03	14.369,90	19.535,00
02	878.770,74	668.461,00	207.266,86	17	50.222,32	35.434,15	19.390,42
15	51.216,33	40.856,27	189.874,56	16	50.806,21,	35.953,24	16.862,44
22	48.108,73	37.102,38	144.514,05	25	45.780,23	25.483,49	16.543,73
08	359.784,67	262.974,22	121.539,71	07	463.323,67	322.990,33	14.472,54
18	50.073,50	43.697,46	113.801,99	35	28.425,07	19.304,97	14.221,25
06	465.568,42	439.454,97	107.406,53	13	64.734,28	55.297,17	12.564,75
10	254.863,94	180.198,23	99.052,74	29	34.103,00	26.097,28	12.436,20
23	47.094,56	31.838,41	95.903,92	32	30.640,98	23.293,16	12.139,20
03	873.058,31	609.177,47	96.034,89	19	49.255,50	34.688,91	11.164,69
30	32.657,81	19.553,17	89.493,75	47	22.479,00	17.806,04	11.073,12
26	33.560,12	28.022,55	85.075,00	27	34.404,57	27.612,25	10.849,22
44	24.387,54	19.270,36	85.714,00	45	23.813,69	17.943,75	10.224,48
39	25.193,33	16.358,21	84.105,00	43	24.576,00	17.223,60	7.372,80
21	48.163,57	31.271,18	79.408,47	49	22.035,44	15.248,98	6.985,00
36	27.929,33	20.754,20	71.706,00	42	24.663,92	18.207,58	6.050,38
20	48.958,23	35.251,90	37.630,70	50	21.819,09	18.860,46	4.920,00
12	76.640,56	56.171,80	36.040,68	33	29.539,81	24.804,65	4.778,00
31	31.520,79	23.574,78	28.380,99	38	25.495,06	17.197,44	4.664,00
34	29.104,44	21.571,21	25.726,95	28	34.307,01	24.557,61	4.434,00
11	84.088,50	72.180,87	24.009,96	46	22.917,75	16.961,78	4.102,00
14	63.894,25	46.012,37	23.191,27	41	24.678,63	12.555,91	2.111,16
				7.430.242,73 € 5.727.068,08 € 5.834.509,39			

Productos A
 Productos B
 Productos C

Figura 3: Flamerique, S. (2019). “Manual de gestión de almacenes”, consultado de <https://books.google.com.pe>

Figura 4: Resumen de la clasificación ABC

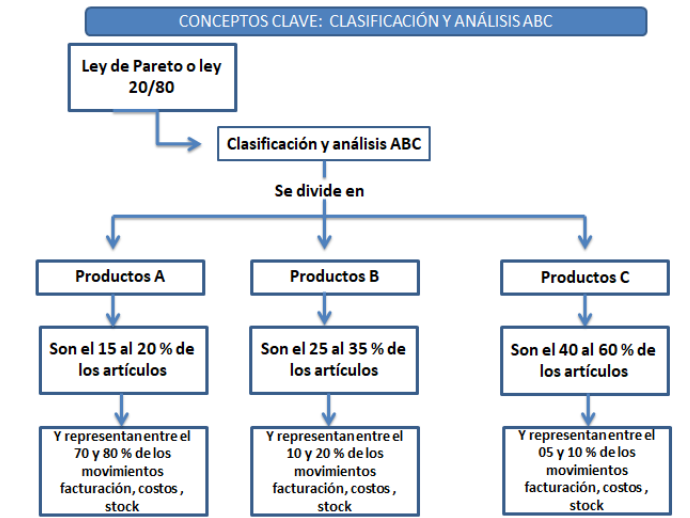


Figura 4: Flamerique, S. (2019). “Manual de gestión de almacenes”, consultado de <https://books.google.com.pe>

Según Santiesteban et al. (2011) que citó en Goldratt, E. E. y Cox, J. La meta (1993) “Manifiesta que al insertar este nuevo concepto de métodos en varias organizaciones ya existentes sostuvieron ciertos grados de inactividad por lo que se condujo a la derrota o a la angustia del mercado. Aquellas que llegaron a sobrevivir a los cambios, lidian por un fin, que te permita alcanzar más alta rentabilidad. Años después por este motivo quedaría especificado como la meta para todas las organizaciones de lucro”

Desde aquel momento la rentabilidad ha llegado a ser, más que en una fantasía puesto que es un indicador financiero en el cual la organización preside de manera diaria, manifiesta que es factible llegar a administrarlo de manera fácil y clara, es suficiente saber su naturaleza y los factores que la limitan, la importancia que se obtiene en el logro de su eficiencia económica, de la misma

manera las estrategias de las cuales se deben atacar en diferentes y determinadas situaciones para alcanzar el aumento.

Se toma también como un indicador relacionado con la medición del éxito de una empresa.

La rentabilidad permanente se determina en la permanencia del patrimonio de la empresa y así genere utilidades que permitan la expansión de la misma, y tengan una relación dentro de la medición que se da entre la utilidad o ganancia obtenida y se den resultados esperados con la condición de invertir y saber que se va a recuperar o ganar del capital generado en la empresa.

La rentabilidad siempre debe darse en una empresa que le permita conducir a la alta demanda de los productos, para así incrementar todo tipo de volumen de operaciones, donde siempre las ventajas competitivas son algo muy relevante y primordial para obtener mayor participación en el mercado, mejorando el lugar del sector a que se dedica. Por esta razón se dará a conocer todo lo referencial a la rentabilidad.

En la teoría básica, tenemos los conceptos de rentabilidad más comúnmente utilizados: - rentabilidad neta; ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (EBITDA), flujo de efectivo después de operaciones; retorno sobre el capital (ROE), valor económico agregado (EVA).

Rentabilidad es una noción utilizada en toda acción donde se desplazan todos los materiales, humanos y financieros con la finalidad de lograr resultados positivos. (Santiesteban et al. 2011, p.5-6)

Cada empresa que se involucre en la inversión debe siempre tener en cuenta que la rentabilidad es un mecanismo que permite evaluar todas las utilidades de una empresa para generar un rendimiento atractivo y se produzca mayor éxito en la empresa.

La rentabilidad estuvo siendo globalizada, por la serie de cambios que se generan en todo el mundo y a su vez siendo afectadas todas las empresas grandes, medianas y pequeñas donde se refleja en los estados financieros.

Los factores de la rentabilidad contribuyen atraer capitales a corto plazo y por lo general busca ser protagonistas para todas las empresas y luego seduzcan los capitales de largo plazo, o se referencie dentro de la rentabilidad relacionada con el grado de rentabilidad ajustada por riesgo.

La Rentabilidad en las empresas comerciales se da por procesos de continua mejora de la empresa, es importante decir que en algunos de los puntos clave sobre la importancia de la rentabilidad, determinar qué es y cómo se debe medir. En resumen, la rentabilidad es igual a la creación de riqueza es un período, pero las valoraciones de esta escala suelen ser inexactas y, en muchos sentidos, no se puede determinar el verdadero desempeño de la empresa. (Santiesteban et al. 2011, p.6)

Se considera lo equivalente de la rentabilidad, en el valor de las aplicaciones determinadas en las prácticas de carácter contable se obtengan resultados esperados, hoy las empresas se avalan del estado de ganancia y pérdidas, para tener noción de lo que se refleja en los objetivos planteados y los indicadores de gestión que conlleve a tener éxito.

Casi en la mayoría de las empresas, se adecuan a los determinados ajustes de resultados neto que analicen a la empresa en su rentabilidad como creación de su capital, dentro de los vinculados tenemos a la depreciación, gastos por reestructura, previsión de cobranzas, amortizaciones.

En el nivel de análisis de rentabilidad empresarial lo dividimos en dos niveles según los resultados y el tipo de inversión relacionada con el mismo -el primer nivel de análisis se denomina rentabilidad económica o de activos- el segundo nivel de rentabilidad financiera después de intereses El concepto de resultados conocidos o esperados de los fondos de la empresa, que corresponde a los mismos. (Santiesteban et al. 2011, p.7)

Toda conexión que hay entre los tipos de rentabilidad son dadas por sus indicadores que conllevan a actuar de manera reductora y amplificadora con respecto a la situación económica de la empresa, el apalancamiento, tiene como finalidad obtener mejores beneficios o pérdidas en el capital de inversión de una empresa.

Dentro de los más desarrollados tenemos a la rentabilidad de análisis contable, que se ejerce por una variedad de objetivos, que se basan a su vez en el beneficio o pérdidas para el crecimiento de la empresa, de esta manera los análisis de las empresas se centran en la rentabilidad y la solvencia económica que son de mucha determinación las variables en las actividades de la empresa.

Cada vez, las empresas se generalizan por objetivos contrapuesto por un lado nos vamos a la rentabilidad que se implica demasiado en tener mayor sostenibilidad de la empresa y por otro lado tenemos la seguridad que son parte de la retribución del riesgo para así sea necesario en el futuro de toda empresa.

Los indicadores de rentabilidad se basan en una expresión analítica, que puede generarse un resultado a partir de un buen capital invertido y así obtengan resultados adecuados. Es necesario manejar un adecuado indicador o ratio de la rentabilidad dentro ellos tenemos los porcentajes de las inversiones, el margen sobre las ventas y el margen de beneficio. Es por ello que todo tipo de indicador debe ser reflejado en dinero, para así tener relación de los recursos o la inversión como determinante en los resultados que va a enfrentar la empresa.

El grado de los inversionistas que buscan aumentar la rentabilidad en sus empresas, se basan en el promedio de periodo del resultado de una variable fija, que, al comparar con su inversión, se obtenga resultados adecuados y así poder determinar en un periodo concreto. Pero también se puede generar una desventaja de lo que se está haciendo en su medición de la rentabilidad

Los resultados de la investigación de rentabilidad económica no solo están restringidos por la precisión de los expertos involucrados en el trabajo o las herramientas de cálculo utilizadas, sino también por la confiabilidad y precisión

de la información contable utilizada para realizar el trabajo contable. Porque los factores que interfieren con la escala de rentabilidad están completamente resumidos de los registros históricos que llevará la institución. Estas cuentas se resumen en los estados financieros básicos (como el estado de resultados) al final del período contable, capital y balances, Diseñado para proporcionar a inversores y acreedores información útil para pronosticar, comparar y estimar estados financieros. (Santiesteban et al. 2011, p.8)

Se determinan que el éxito de toda empresa se conlleva a través de la rentabilidad que permite tener relación de las ventas con sus utilidades y se vea reflejado en los estados de la situación económica de la empresa, por la cual mientras la producción sea alta y las ventas se incrementen, se podrá obtener mejores resultados. también refleja el grado de existencias que existen en ella o de otra forma se identifica los déficits para impulsar el futuro de las empresas.

Ratios de Rentabilidad

Rentabilidad económica

Margen de ganancia o de ventas:

Según Ares, B.; Brenes, P. (2014, p. 252) Indica la rentabilidad de un producto, servicio o negocio. Expresado como porcentaje, cuanto mayor sea la cantidad, más rentable será el negocio.

PV: Precio de venta

PC: Precio de compra

MARGEN DE GANANCIA: $PV - PC$

Margen de beneficio:

Según Ares, B.; Brenes, P. (2014, p. 252) El margen es simplemente la diferencia entre el precio minorista y el costo de producir o comprar el producto o servicio.

PV: Precio de venta

PC: Precio de compra

$$\text{MARGEN DE BENEFICIO: } \left(\frac{PV - PC}{PV} \right)$$

Costo de venta:

Según Ponce et al. (p. 29 et. at 2019) La cifra del costo de ventas consiste principalmente en costos variables que aumentan y disminuyen en función de los niveles de producción. Todo lo que necesitas recordar es que tus ganancias brutas se determinan restando el costo de ventas de tus ingresos totales.

PV: Precio de venta

PC: Precio de compra

$$\text{COSTO DE VENTA: } \left(\frac{PC}{PV} \right) * 100$$

Rentabilidad financiera

Margen de beneficio de utilidad bruta:

Según Ponce et al. (p. 58 et at 2019) El margen de beneficio bruto es un índice financiero que se utiliza para medir el porcentaje de beneficio que obtiene una empresa después de pagar los costos operativos.

V: ventas

CV: costo de ventas

$$\text{MARGEN DE BENEFICIO DE UTILIDAD BRUTA: } \frac{V - CV}{V}$$

Margen de utilidad operativa o margen bruto:

Según Ponce et al. (p. 28 et at 2019) El margen de utilidad operativa representa la acidez mayor que el margen de utilidad bruta, y el índice financiero representa el porcentaje de utilidad que obtiene la empresa luego de cancelar los costos y gastos operativos actuales.

V: ventas

$$\text{MARGEN DE UTILIDAD OPERATIVA: } V - CV$$

CV: costo de ventas

ROE: (Return on Assets)

Según Ponce et al. (p. 58 et at 2019) Esta relación muestra qué parte de las ganancias de la empresa se traspasarán a los propietarios, es decir, cuántas acciones paga cada accionista.

$$\text{ROE: } \left(\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}} \right)$$

ROA: (Return on Equity)

Según Ponce et al. (p. 58 et at 2019) Esta relación representa el rendimiento de los activos (rendimiento de los activos), también llamado ROI (rendimiento de la inversión). Este indicador es crucial porque puede calcular el rendimiento total de los activos de la empresa, que es la tasa de rendimiento. Generalmente, para que una empresa se "beneficie", el ROA debe superar el 5%.

V: ventas

$$\text{ROA: } \left(\frac{V}{AT} \times \frac{U}{V} \right)$$

AT: activo total

U: utilidad

III. METODOLOGÍA.

3.1 Tipo y diseño de investigación:

Tipo de investigación:

Según Otero, A. (2018) La investigación fue de tipo enfoque Mixta, puesto que la característica del método híbrido es propicia para la observación amplia y profunda del fenómeno del objeto de investigación. Asimismo, permitió al investigador plantear con claridad el problema y formular objetivos de investigación adecuados, y hacer una concepción teórica justa del fenómeno del objeto de investigación. (p.19) Esta investigación es de enfoque mixto donde domina los enfoques cualitativos y cuantitativos, que se asuma el estudio en particular.

El tipo de investigación que se utilizará es Aplicada, según Baena G. (2017) Dado que la investigación puede integrar teorías preexistentes, se centra en las posibilidades concretas de poner en práctica teorías generales y se compromete a resolver las necesidades de la sociedad y los seres humanos. Este tipo de investigación, también llamada utilitarismo, plantea problemas específicos que requieren soluciones inmediatas e igualmente específicas, esta investigación se selecciona a futuro para plantear de forma inmediata soluciones a resolver las necesidades del problema a investigar.

De acuerdo con la evolución del fenómeno estudiado se eligió de corte transversal, según Manterola et al. (2019) mencionó que su característica básica es que todas las mediciones se realizan a la vez, por lo que no hay un ciclo posterior. En otras palabras, con este diseño, la investigación se puede realizar en un punto específico del desarrollo de la enfermedad o evento de interés. De esta forma, no se puede distinguir si la exposición determina el desarrollo de la enfermedad o solo afecta el nivel de exposición del individuo.

Diseño de Investigación:

Diseño no experimental- diseños transversales, descriptivo-propositivo explicativa.

Según Hernández et al., (2018): Para estudiar el fenómeno cuando ocurre en el medio natural, describir o analizar las variables y las posibles relaciones entre ellas, pero no provocarán ningún cambio a los investigadores. (p.87,88) El diseño que se aplicó en este proyecto es no experimental porque las variables no son manipuladas deliberadamente.

Según Hernández et al., (2018): “Es el diseño más sencillo de utilizar, y su ventaja es que se basan en la simple observación o medición, y también se basan en la aplicación de tecnología, entrevistas o encuestas o una combinación de ellas para obtener datos sobre el nivel, estado o determinadas características o algunas de ellas. (p. 88). El tipo de diseño que se aplicó es no experimental transversal porque se ha aplicado encuesta, entrevista o la combinación de las mismas para obtener datos en la investigación

Según Tantalean (como se citó en Estela, (2020)) mencionó que el diseño con propósito es el estudio de soluciones a problemas después del diagnóstico y evaluación de hechos o fenómenos. La propuesta es cambiar, agregar o eliminar, el producto del análisis y la base teórica necesaria y suficiente, enfocándose en variables diagnósticas (o variables dinámicas) y variables proposicionales (o variables estáticas), lo que dará lugar a un salto: el diseño de la propuesta en sí. Esta recomendación expresa la forma de interpretar, procesar y revertir el objeto de análisis). (p.6). La investigación tiene como propósito desarrollar una propuesta de solución a los problemas que han surgido en la empresa.

Según Arias F. (2012) Señaló que la investigación explicativa se encarga de encontrar la causa de los eventos mediante el establecimiento de relaciones causales. En este sentido, la investigación explicativa puede abordar la determinación de causas (investigación posterior al evento) y la determinación de resultados (investigación experimental) a través de la prueba de hipótesis. Los resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimiento. (p.26) La investigación que se realizó es de carácter explicativo por que busca investigar de forma puntual la problemática de la empresa para encontrar la relación de las variables y explicar porque se relacionan.

3.2 Variables y operacionalización: (ver anexo 01)

– Variable Independiente- Metodología ABC.

Definición conceptual: Es una metodología de segmentación de productos de acuerdo a criterios dados en sus indicadores de costos, volumen y distinción de las ventas o seguridad. (Flamarique, S.2019)

Definición operacional: La metodología ABC va a ser medida teniendo en cuenta las dimensiones de costos y de cantidad.

Indicadores: Dentro de la variable metodología ABC tenemos los siguientes indicadores: Ingresos y egresos de la mercadería, costo unitario de producto, CMV (costo de mercadería vendida), costo de ventas, cantidad de productos clase ABC, ratio de rotación, registro de entradas y salidas de los productos, número de oferta y demanda mensual.

Escala de medición: Ordinal y Nominal

– Variable dependiente- Rentabilidad.

Definición conceptual: Es una noción se aplica a todas las acciones económicas en las que se ajustan los medios cualitativos y los recursos financieros y humanos para lograr el éxito. (Santiesteban et al., 2011)

Definición operacional: La rentabilidad va a ser medida teniendo en cuenta las dimensiones económicas y financieras de la empresa

Indicadores: Dentro de la variable rentabilidad tenemos los siguientes indicadores: Porcentaje de las inversiones realizadas por la empresa, margen sobre ventas, margen de beneficios, margen utilidad bruta, margen de utilidades de operaciones, prestamos financieros, análisis de estados financieros.

Escala de medición: Ordinal y Nominal.

3.3 Población, muestra, muestreo y unidad de análisis:

Población

La población “es el conjunto de todos los elementos que desea obtener información y que comparten ciertas características que son objeto de estudio, por ejemplo, ser estudiantes universitarios, ser trabajadores en activo, etc.” (Portell y Vives et al 2019, p. 34). Para el estudio la población estuvo constituida por 10 trabajadores en el periodo lectivo 2019-2020 en el Minimarket “Kiarita” - La Victoria y un experto en la materia de gestión de inventarios

Muestra:

La muestra es un subconjunto de la población. A partir de los datos de las variables (estadísticas) que obtienen, calcule el valor estimado de estas mismas variables para la población. (Lerma, H. 2014) La muestra de estudio estuvo conformada por toda la población que son un total de 10 trabajadores del Minimarket “Kiarita” - La Victoria, aplicado para la variable metodología ABC.

Muestreo:

El muestreo aplicado es no probabilístico, en general procurando que la muestra sea representativa, no se selecciona la muestra al azar, sino que el investigar es el que define el muestreo (Costa, F., et al 2015, p.211)

Se utilizó el tipo de juicio o criterio puesto que es el tipo de muestreo basado en una razón fundada, donde el investigador, bajo su propia experiencia o juicio, decide quienes van a ser los elementos objeto de estudio.

Unidad de análisis:

Según Vilalta, C (2016) Las unidades de análisis son las que van a ser estudiados, es una definición abstracta, que se denomina como el tipo de objeto social al que hace referencia el atributo. Esta unidad se ubica en el tiempo, el espacio y define la población de referencia para el estudio. p.150. En nuestro proyecto tuvimos a nuestros colaboradores de la empresa, la dueña y los expertos que fueron nuestra unidad de análisis.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos: (ver anexo 02)

Técnicas

En la investigación se aplicaron 3 técnicas de recolección de datos, entre ellos:

Según López, P.; Fachelli, S. p. 8 (2015) En la investigación social, las encuestas se consideran primero como una técnica de recolección de datos, la cual se lleva a cabo interrogando a sujetos cuyo propósito es obtener de manera sistemática conceptos derivados de preguntas de investigación previamente construidas. medida. La recolección de datos se realizó a través de cuestionarios, herramientas de recolección de datos (medición) y la forma de un acuerdo para hacer preguntas (formulario de registro).

Una entrevista es una indagación que no es científicamente rigurosa (no es necesario obtener una muestra del entrevistado, no es necesario estudiar la pregunta en detalle y no es necesario probar el cuestionario antes de aplicarlo), lo que nos permitió obtener información sobre lo que estamos haciendo. Información general pero muy útil sobre el tema de la encuesta, cómo recibir un evento o cómo se comporta la gente ante un evento. (Baena G et al. 2017, p 79)

Análisis Documental, es una operación que implica examinar documentos para encontrar sus elementos básicos y las relaciones entre ellos. El análisis de documentos representa la información del documento en registros estructurados, reduciendo todos los datos físicos y descriptivos de contenido con un esquema unificado. (Lujardo Y. et al. 2016 p 15)

Según Salas, P.; Velastegui, J.; Salas, W. et p.100 (2019), El análisis documental permite la identificación de conceptos e indicadores en el contenido del informe de análisis y el establecimiento de hechos respaldados por documentos confiables y creíbles. El análisis documental es recopilar información acerca de los flujos de caja, de ingresos y egresos de la empresa y la relación de los productos con respecto a sus ganancias.

Instrumentos

En la investigación se aplicaron 3 instrumentos de recopilación de datos, que incluyeron:

El cuestionario es la herramienta básica de la tecnología de interrogatorio. A la hora de explicar la pregunta, debemos considerar algunos elementos, entre ellos el tipo de pregunta, la forma de redactarla y la forma de incluirla en el cuestionario. (Baena G et al. 2017, p 82) El cuestionario fue aplicado en la escala de Likert para los 10 colaboradores de la empresa "Minimarket Kiarita".

La guía de la entrevista fue la base de la entrevista. Incluso si la estructura es muy razonable, el entrevistador la controla. Por tanto, fue importante responder a las preguntas de forma clara y precisa, es decir, hacer las preguntas de forma que todas las personas a las que se les pregunte las interpreten de la misma forma. La guía de la entrevista es la base de la entrevista. Incluso si la estructura es muy razonable, el entrevistador la controla. (Baena G et al. 2017, p 79) La entrevista fue aplicada al dueño de la empresa y al experto en la materia de gestión de inventarios y así poder obtener información de la empresa.

Guía de análisis documental:

Según Muñoz, C. (2016) Registro o carnet de identidad. Como su nombre lo indica, estos archivos se utilizan para registrar datos y registrar o identificar la fuente o fuente de los documentos referenciados. El registro o la identificación es correspondiente a cada fuente de documento, bibliografía producida, hematología, etc. (ver anexo 05)

La validez, en términos generales, se refiere al grado en que la herramienta mide realmente la variable que está midiendo. Hernández, R; Fernández C; Baptista, P. et p.200 (2014). Para validar la eficiencia de los instrumentos empleados en la investigación se efectuó la recopilación de datos a través de la encuesta, cuestionario y análisis documental, estos instrumentos fueron validados por expertos que evaluaron los instrumentos de medición hacia nuestras variables. (ver anexo 03)

Validez interna: La validez se determina correlacionando la puntuación generada mediante el instrumento con la puntuación obtenida de otro estándar externo que pretende medir la puntuación. Hernández, R; Fernández C; Baptista, P. et p.202 (2014). Para la encuesta de la variable metodología ABC, se tuvo en cuenta el marco teórico y los objetivos de esta investigación, lo que la ha hecho válida internamente porque se ha utilizado teoría, dimensiones y estas dimensiones van a ser acoplados a los objetivos indicadores.

Validez de constructo: Debe explicar cómo la medida de un concepto o variable está vinculada exactamente a la medida de otros conceptos relacionados teóricamente. Hernández, R; Fernández C; Baptista, P. et p.203 (2014). La validez del constructo de los instrumentos para las variables y que fueron sometida a juicios de expertos.

Tabla 1

Validación de la encuesta

N°	Experto	Calificación del instrumento	Especialidad
Experto 1	Luis Enrique Panta Monteza	70	Mag. Administración financiera y logística
Experto 2	Alan Robert Ruiz Neira	95.70	Mag. Administración empresarial y Marketing
Experto 3	Sinthya Karina Rojas Paz	78.60	Mag. Administración empresarial y Marketing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2

Validación de la entrevista

N°	Experto	Calificación del instrumento	Especialidad
Experto 1	Luis Enrique Panta Monteza	70	Mag. Administración financiera y logística
Experto 2	Alan Robert Ruiz Neira	98.50	Mag. Administración empresarial y Marketing
Experto 3	Sinthya Karina Rojas Paz	78.90	Mag. Administración empresarial y Marketing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3

Validación de análisis documental

N°	Experto	Calificación del instrumento	Especialidad
Experto 1	Luis Enrique Panta Monteza	62	Mag. Administración financiera y logística
Experto 2	Alan Robert Ruiz Neira	86	Mag. Administración empresarial y Marketing
Experto 3	Sebastián Ramón Llontop	80	Dr. En Contabilidad y Finanzas

Fuente: Elaboración propia.

Según Ñaupas et al., (2018 *at. et.* p.277) La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que se aplica repetidamente a la misma persona u objeto para producir el mismo resultado.

Para la confiabilidad se aplicó una encuesta donde los resultados fueron interpretados por el coeficiente del alfa de Cronbach, cuyo coeficiente alfa es mayor a 0.9 que obtiene el grado de excelente, mientras más cerca este el valor a 1, la encuesta tendrá mayor consistencia. El resultado obtenido de la encuesta es de 0.94, es decir se obtuvo un grado de excelencia en confiabilidad. (ver anexo 04)

Tabla 4

Cuadro de confiabilidad

Rangos	Magnitud
0.53 a menos	Nula confiabilidad
0.54 a 0.59	Baja confiabilidad
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente Confiabilidad
1.00	Perfecta confiabilidad

Fuente: Según Ñaupas et al., (p. 279 at. et. 2018)

3.5 Procedimientos:

Según Ñaupas et al., (2014 at. et. p. 402) Se considera un programa que se puede ejecutar de forma manual, mecánica o electrónica. Las herramientas que contienen datos constituyen la fuente del inicio del proceso, que incluye principalmente tres etapas: revisión estricta, construcción de la base de datos y clasificación y ordenamiento de datos. En el procesamiento de datos, el propósito fue garantizar que los resultados sean precisos, oportunos y más confiables. El procesamiento así concebido permitió convertir los datos en información valiosa para el análisis de variables y conclusiones fiables.

La investigación inicia desde el momento que nos comunicamos con la dueña de la empresa, firmando el consentimiento informado al empresario que nos dió el acceso y facilidad para obtener la información necesaria para generar el proyecto en su empresa.

Recolección de información, para obtener la información requerida se solicitó información de balances económicos financieros, flujos de caja del presupuesto de compras y de ventas del periodo 2019-2020, de igual forma se obtuvo información por parte de sus colaboradores a través de encuestas que permitieron dar continuidad a la investigación que se estuvo realizando.

La recolección de datos se generó a través de encuestas, presentación oral realizada a la dueña de la empresa, documental que fue realizado por los investigadores, guía de entrevista de expertos, cuyos documentos de aceptación fueron incluidos en anexos.

3.6 Método de análisis de datos:

Según Ñaupas et al., (2014 *at.et.p.268*) El método de análisis de datos implicó analizar los datos describiendo, narrando y explicando. El análisis de datos incluye aclarar la estructura del significado y determinar su dominio y alcance social. Los investigadores no tienen procedimientos y normas estrictos para comprender la realidad social.

Así que, la finalidad de analizar los datos consistió en aplicar los programas de Microsoft Excel y SPSS Statistics 21, para el procesamiento de los datos recopilados se empleó el análisis descriptivo mediante gráficos y tablas.

Según López, R.; Fachelli S.; (2015) Statistics 21, es un sistema global para el análisis de datos. SPSS Statistics puede extraer datos de casi cualquier tipo de archivo y utilizarlos para generar informes tabulares, gráficos y tablas de distribución y tendencias, información estadística descriptiva y análisis estadístico complejo, haciendo que el análisis estadístico esté disponible para principiantes. Y muy útil para usuarios expertos. La selección de menú y los cuadros de diálogo le permiten realizar operaciones complejas sin ingresar ninguna sintaxis de comando. Al recopilar la información desde Microsoft Excel, se adjunta la tabla de datos al SPSS Statistics 21, obteniendo el análisis de fiabilidad de un instrumento de recolección de datos.

3.7 Aspectos éticos:

Según Ñaupas et al. (2018, p. 309): Si la investigación es una empresa social, entonces es razonable suponer que, si la sociedad sufre una enfermedad mental, puede infectar a investigadores y científicos.

No solo se preocupan por la dignidad de los sujetos involucrados en el proceso de investigación, sino también por las instituciones dedicadas a la investigación, y no hay que preocuparse por la política nacional de investigación, especialmente por los propios investigadores que deben acatar la normativa en el Código ético.

Integridad: Según Fontes, et al. (2020) (...) Se esforzará por cumplir sus promesas y evitará hacer promesas imprudentes o poco claras. Puede ser moralmente razonable engañar para maximizar los beneficios y minimizar los daños. (...) Se relaciona este principio con nuestro proyecto de investigación puesto que se buscó promover el compromiso con los trabajadores y la dueña de la empresa y así permitir lograr todos los objetivos trazados en el proyecto.

Justicia: Según Fontes et al. (2020) (...) Hará juicios razonables y tomará medidas preventivas para asegurarse de que sus posibles prejuicios, limitaciones de su capacidad y limitaciones de experiencia no causarán ni tolerarán prácticas desleales.

Este principio hace referencia a nuestro proyecto de investigación puesto que garantiza un adecuado servicio de calidad a la población y a su vez no perjudica a la empresa de posibles riesgos económicos o financieros que puedan suceder.

El proyecto de investigación es justo – la justicia no simplemente abarca la comprensión y reconocimiento de sus principios, por eso es necesario buscar eficazmente buenos resultados en las investigaciones.

Beneficencia y no maleficencia: Según Fontes et al. (2020) Cuando exista un conflicto entre las obligaciones o intereses de los profesionales, intentará solucionar estos problemas de forma responsable para evitar o minimizar las pérdidas.

Debido a que los juicios y comportamientos científicos y profesionales afectan la vida de los demás, debe permanecer alerta y protegerse de los factores personales, financieros, sociales, organizativos o políticos que pueden conducir al abuso de influencia (...) Dicho principio ético sobresalió en nuestro proyecto de investigación en una forma de beneficiar a la empresa y a su vez no perjudicar a la empresa.

IV. RESULTADOS

4.1 Objetivo específico: (a) Evaluar el nivel de rentabilidad del minimarket “Kiarita” La Victoria – Chiclayo del semestre 2019 al 2020

Tabla 5

Guía de análisis documentario: Rentabilidad económica

FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL					
Investigadores	• TONGO HERRERA JAIR ENRIQUE	Fecha de inicio	ENERO 2019		
	• GOICOHEA NEYRA YAHAIRA	Fecha de termino	DICIEMBRE 2020		
Empresa investigada	MNIMARKET KIARITA				
Investigar la causa	RENTABILIDAD ECONOMICA				
Proyecto de investigación	METODOLOGÍA ABC PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN EL MINIMARKET “KIARITA” DEL DISTRITO LA VICTORIA -CHICLAYO – 2020.				
RENTABILIDAD ECONOMICA					
Productos	VENTAS	COSTO DE VENTAS	UTILIDAD BRUTA	UTILIDAD OPERATIVA	UTILIDAD NETA
Precio					
Año 2019	S/57,600.00	S/44,352.00	S/13,248.00	S/7,248.00	S/12,848.00
Año 2020	S/57,160.00	S/44,013.20	S/13,146.80	S/7,146.80	S/11,646.80

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

Con respecto al objetivo específico (a) Evaluar el nivel de rentabilidad del minimarket “Kiarita” La Victoria – Chiclayo del semestre 2019 al 2020; analizaremos la rentabilidad económica en los estados de resultados de la empresa lo cuales nos permitieron obtener un saldo disponible del año 2019 de S/12,848.00 y del siguiente año que fue de S/11,646.80. Por ende, se determina ante los resultados obtenidos que en el año 2019 se obtuvo un nivel de rentabilidad superior al año 2020.

Tabla 6

Guía de análisis documentario: rentabilidad financiera

FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL						
Investigadores	• TONGO HERRERA JAIR ENRIQUE	Fecha de inicio.	ENERO	–	DICIEMBRE	2019
	• GOICOCHEA NEYRA YAHAIRA	Fecha de término.	ENERO-		DICIEMBRE	2020
Empresa investigada	MNIMARKET KIARITA					
Investigar la causa	RENTABILIDAD FINANCIERA					
Proyecto de investigación	METODOLOGÍA ABC PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN EL MINIMARKET “KIARITA” DEL DISTRITO LA VICTORIA -CHICLAYO – 2020.					
RENTABILIDAD FINANCIERA						
RATIOS FINANCIEROS PERIODO	Liquidez	Endeudamiento	Gestión	Rentabilidad	ROA	ROE
	AÑO 2019	S/ 2.60	S/0.23	S/1.47	S/0.22	S/0.10
AÑO 2020	S/1.92	S/0.32	S/1.09	S/0.20	S/0.11	S/0.47

*Fuente: Elaboración propia***INTERPRETACIÓN**

Con respecto al objetivo específico (a) Evaluar el nivel de rentabilidad del minimarket “Kiarita” La Victoria – Chiclayo del año 2019 - 2020; analizaremos ambos años, de esta manera el ROE es superior al ROA, siendo positivo para la empresa. En este caso, la financiación de parte del activo con deuda ha posibilitado el crecimiento de la rentabilidad financiera (ROE) en los resultados obtenidos.

4.2 Objetivo específico (b) Identificar y reorganizar la clasificación de los productos del minimarket “Kiarita” La Victoria – Chiclayo 2020

Tabla 7

Cuadro para la identificación de los productos del minimarket.

CATEGORIAS	PRODUCTOS	PRECIO	CATEGORIAS	PRODUCTOS	PRECIO	
ACEITE	ACEITE CAPRI DE 1L	S/ 7.01	COLONIAS	COLONIAS PARA ADULTOS	S/ 45.50	
	ACEITE COCINERO 1L	S/ 7.15		COLONIAS PARA NIÑOS	S/ 32.50	
	ACEITE CRISTALINO DE 500 ML	S/ 3.51	DESODORANTE	DESODORANTE EN FRASCO	S/ 31.20	
	ACEITE CRISTALINO DE 1L	S/ 7.01		DETERGENTE ACE DE 330G	S/ 3.25	
	ACEITE DELEITE DE 1L	S/ 5.50		DETERGENTE ACE 500 G	S/ 7.15	
	ACEITE FRIOL DE 250 ML	S/ 1.70		DETERGENTE ARIEL 500 G	S/ 7.15	
	ACEITE FRIOL DE 500 ML	S/ 3.51		DETERGENTE MARSELLA DE 500 G	S/ 3.90	
	ACEITE LA PTRONA DE 500 ML	S/ 3.51		DETERGENTE OPAL 500 G	S/ 5.20	
	ACEITE PRIMOR DE 1L	S/ 8.50		DETERGENTE OPAL DE 330 G	S/ 3.25	
	ACEITE TOTTUS DE 1L	S/ 5.50		DETERGENTE PATITO	S/ 1.20	
ACONCAGUA	ACONCAGUA	S/ 9.10		FIDEO	SEMOLA	S/ 1.50
AGUA	AGUA BENEDICTINO 3L	S/ 3.00			FIDEO DON VITTORIO DE 500 G	S/ 3.00
	AGUA CIELO 2.5L	S/ 3.00	FIDEO DON VITTORIO DE 1KG		S/ 6.01	
	AGUA CIELO 500ML	S/ 1.00	FILETE FANNY		S/ 5.50	
AGUA SAN BENEDICTINO 500ML	S/ 1.00	FILETE	FILETE PRIMOR	S/ 5.50		

	AGUA SAN CARLOS CON GAS 500 ML	S/	1.20		FILETE REAL	S/	5.50
	AGUA SAN CARLOS SIN GAS 500 ML	S/	1.20	BEBIDAS INSTANTÁNEAS	FRASCO DE KIRMA GRANDE	S/	13.00
	AGUA SAN LUIS 2.5L	S/	4.03		FRASCO DE ECCO GRANDE	S/	22.10
	AGUA SAN LUIS 675 ML	S/	1.50		GELATINA	S/	3.30
	AGUA SAN MATEO 2.5L	S/	4.03		COCOA GRANDE	S/	1.20
	AGUA SAN MATEO 500 ML	S/	1.50		COCOA PEQUEÑA	S/	0.60
AJINOMEN	AJINOMEN	S/	1.30		TABLETA DE SOL DE CUSCO	S/	1.00
ATUN	ATUN GRATED DOÑA GUMMY	S/	3.20		FRASCO DE MILO GRANDE	S/	18.20
	ATUN A1	S/	2.70	BEBIDAS ENERGIZANTES	POWERADE 500 ML	S/	2.47
CIGARROS	CAJETILLA DE CIGARRO CARIBE	S/	12.00		SPORADE 500 ML	S/	2.00
	CAJETILLA DE CIGARROS HAMILTON	S/	18.01		GATORADE 500ML	S/	2.00
	CAJETILLA DE CIGARROS LUCKIE	S/	22.00	HARINA	HARINA BENOTTI	S/	6.50
BEBIDAS REFRESCANTES	YOGURT GLORIA DE 1L	S/	6.01		HARINA BLANCA FLOR	S/	10.00
	YOGURT YOFRESH 1L	S/	6.50		HARINA GRANO DE ORO	S/	6.50
	FRUGO DE 1.5L	S/	5.50		HARINA TOTTUS	S/	6.01
	AKUARIUS DE 500 ML	S/	2.00	JUGUETES	JUGUETES	S/	32.50
	PULP DE 1L	S/	3.20	LECHE	LECHE ANCHOR	S/	3.50
	FRUGOS DE 500 ML	S/	1.20		LECHE CONDENSADA GRANDE	S/	5.85
	CIFRUT DE GRANADILLA 500 ML	S/	1.20		LECHE CONDENSADA PEQUEÑA	S/	2.20
	CIFRUT DE NARANJA DE 500 ML	S/	1.20		LECHE GLORIA AZUL CHICA	S/	2.00
BEBIDAS GASEOSAS	GASEOSA CRUSH DE 3L	S/	7.02		LECHE GLORIA AMARILLA CHICA	S/	2.00

GASEOSA BIG COLA DE 3L	S/	6.01		LECHE GLORIA AMARILLA GRANDE	S/	3.71
GASEOSA BIG COLA DE 500 ML	S/	1.04		LECHE GLORIA AZUL GRANDE	S/	3.50
GASEOSA COCA COLA 1 L	S/	3.00		LECHE GLORIA ROJA GRANDE	S/	3.71
GASEOSA COCA COLA 2.5 L	S/	7.01		LECHE IDEAL AMANECER GRANDE	S/	3.00
GASEOSA COCA COLA 500 ML	S/	2.00		LECHE IDEAL CREMOSITA GRANDE	S/	3.30
GASEOSA COCA COLA DE 3L	S/	10.53		LECHE NAN PARA 2 NIÑOS	S/	4.50
GASEOSA CONCORDIA 500ML	S/	1.50		LECHE NAN PARA 3 NIÑOS	S/	4.50
GASEOSA FANTA 500 ML	S/	1.95	MANTEQUILLA	MANTEQUILLA EN BARRA	S/	26.00
GASEOSA FANTA DE 3 L	S/	8.00		MANTEQUILLA EN POTE	S/	6.01
GASEOSA GUARANA 500 ML	S/	1.50	MAYONESA	MAYONESA GRANDE	S/	13.81
GASEOSA INCA COLA 500 ML	S/	2.02		MAYONESA PEQUEÑAS	S/	0.38
GASEOSA ORO DE 500 ML	S/	1.04		MAYONESA REGULAR	S/	3.80
GASEOSA PEPSI 500 ML	S/	1.81	MERMELA	MERMELADA GRANDE	S/	1.20
GASEOSA PEPSI DE 750 ML	S/	2.20		MERMELADA PEQUEÑA	S/	0.81
GASEOSA SPRITE 500 ML	S/	1.95	MOCHILAS	MOCHILAS PARA NIÑAS	S/	52.00
GASEOSA INCA COLA 1L	S/	3.00		MOCHILAS PARA NIÑOS	S/	52.00
GASEOSAINCA COLA 2.5 L	S/	7.01	ROPA	ROPA PARA NIÑOS	S/	23.01
GASEOSA INCA COLA DE 3L	S/	10.53		PANTALONES JEANS	S/	52.00
SIX PACK DE GUARANA 250	S/	16.90		POLOS CABALLEROS	S/	45.01
GASEOSA ORO DE 3L	S/	6.01		PISCO QUEIROLO	S/	27.30

	GASEOSA PEPSI DE 3L	S/	8.00		RON CARTAVIO DE 2L 750ML	S/	42.00
	GASEOSA SPRITE 2.5 L	S/	7.01		RON CARTAVIO CHATA	S/	8.50
	SAL DE 1K	S/	1.42		RON CARTAVIO DE 1L	S/	28.00
	POLVO DE HORNEAR	S/	1.20		RON CARTAVIO DE 750 ML	S/	23.01
PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL	SHAMP00 H&S EN FRASCO	S/	18.01	BEBIDAS ALCOHÓLICAS	SIX PACK DE CERVEZA CRISTAL	S/	24.70
	SHAMP00 PANTENE EN FRASCO	S/	18.01		SIX PACK DE CERVEZA NEGRA	S/	24.00
	SHAMPOO JHONSON	S/	18.01		SIX PACK DE CERVEZA PILSEN	S/	24.00
	JABONCILLO HENO PRAVIA	S/	3.51		SIX PACK DE CORONAS	S/	22.00
	JABONCILLO PROTEX	S/	3.20		VINO	S/	19.50
	PAPEL HIGIENICO X 2	S/	2.00		WISKY	S/	45.50
	PAPEL HIGIENICO X 4	S/	4.02		WISKY OLTIME DE 1L	S/	28.00
	KOLYNOS COLGATE	S/	5.01		WISKY OLTIME DE 750 ML	S/	23.01
	KOLYNOS DENTO TRIPLE ACCION	S/	3.51		CHAMPAGNE	S/	22.10
	KOLYNOS PEQUEÑO	S/	1.81				

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

En el análisis del cuadro de identificación del producto Se determinó los productos del minimarket en su totalidad, con sus respectivas categorías y sus precios establecidos en la empresa, respecto a los resultados obtenidos.

Tabla 8

Clasificación de productos con respecto a su venta según la metodología ABC aplicada en la empresa.

CLASIFICACION ABC	PRODUCTOS	VENTA	CLASIFICACION ABC	PRODUCTOS	VENTA
ARTICULOS CLASE A	MAYONESA PEQUEÑAS	S/ 0.38	ARTICULOS CLASE A	JABONCILLO PROTEX	S/ 3.20
ARTICULOS CLASE A	COCOA PEQUEÑA	S/ 0.60	ARTICULOS CLASE A	PULP DE 1L	S/ 3.20
ARTICULOS CLASE A	MERMELADA PEQUEÑA	S/ 0.81	ARTICULOS CLASE A	DETERGENTE ACE DE 330G	S/ 3.25
ARTICULOS CLASE A	AGUA CIELO 500ML	S/ 1.00	ARTICULOS CLASE A	DETERGENTE OPAL DE 330 G	S/ 3.25
ARTICULOS CLASE A	AGUA SAN BENEDICTINO 500ML	S/ 1.00	ARTICULOS CLASE A	GELATINA	S/ 3.30
ARTICULOS CLASE A	TABLETA DE SOL DE CUSCO	S/ 1.00	ARTICULOS CLASE A	LECHE IDEAL CREMOSITA GRANDE	S/ 3.30
ARTICULOS CLASE A	GASEOSA BIG COLA DE 500 ML	S/ 1.04	ARTICULOS CLASE A	LECHE ANCHOR	S/ 3.50
ARTICULOS CLASE A	GASEOSA ORO DE 500 ML	S/ 1.04	ARTICULOS CLASE A	LECHE GLORIA AZUL GRANDE	S/ 3.50
ARTICULOS CLASE A	AGUA SAN CARLOS CON GAS 500 ML	S/ 1.20	ARTICULOS CLASE A	ACEITE CRISTALINO DE 500 ML	S/ 3.51
ARTICULOS CLASE A	AGUA SAN CARLOS SIN GAS 500 ML	S/ 1.20	ARTICULOS CLASE A	ACEITE FRIOL DE 500 ML	S/ 3.51
ARTICULOS CLASE A	CIFRUT DE GRANADILLA 500 ML	S/ 1.20	ARTICULOS CLASE A	ACEITE LA PTRONA DE 500 ML	S/ 3.51
ARTICULOS CLASE A	CIFRUT DE NARANJA DE 500 ML	S/ 1.20	ARTICULOS CLASE A	JABONCILLO HENO PRAVIA	S/ 3.51
ARTICULOS CLASE A	COCOA GRANDE	S/ 1.20	ARTICULOS CLASE A	KOLYNOS DENTO TRIPLE ACCION	S/ 3.51
ARTICULOS CLASE A	DETERGENTE PATITO	S/ 1.20	ARTICULOS CLASE A	LECHE GLORIA AMARILLA GRANDE	S/ 3.71

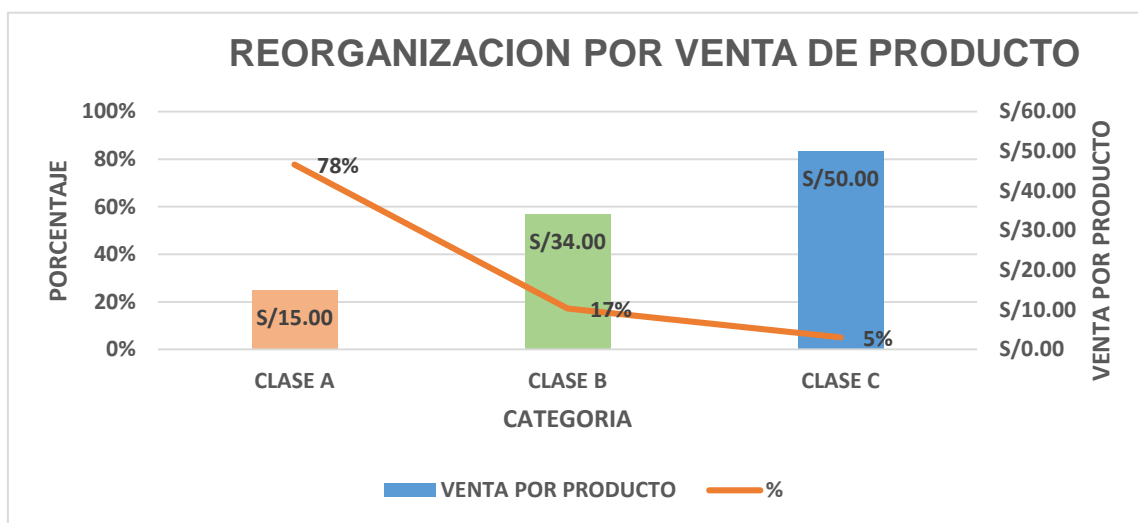
ARTICULOS CLASE A	FRUGOS DE 500 ML	S/	1.20	ARTICULOS CLASE A	LECHE GLORIA ROJA GRANDE	S/	3.71
ARTICULOS CLASE A	MERMELADA GRANDE	S/	1.20	ARTICULOS CLASE A	MAYONESA REGULAR	S/	3.80
ARTICULOS CLASE A	POLVO DE HORNEAR	S/	1.20	ARTICULOS CLASE A	DETERGENTE MARSELLA DE 500 G	S/	3.90
ARTICULOS CLASE A	AJINOMEN	S/	1.30	ARTICULOS CLASE A	PAPEL HIGIENICO X 4	S/	4.02
ARTICULOS CLASE A	SAL DE 1K	S/	1.42	ARTICULOS CLASE A	AGUA SAN LUIS 2.5L	S/	4.03
ARTICULOS CLASE A	AGUA SAN LUIS 675 ML	S/	1.50	ARTICULOS CLASE A	AGUA SAN MATEO 2.5L	S/	4.03
ARTICULOS CLASE A	AGUA SAN MATEO 500 ML	S/	1.50	ARTICULOS CLASE A	LECHE NAN PARA 2 NIÑOS	S/	4.50
ARTICULOS CLASE A	GASEOSA CONCORDIA 500ML	S/	1.50	ARTICULOS CLASE A	LECHE NAN PARA 3 NIÑOS	S/	4.50
ARTICULOS CLASE A	GASEOSA GUARANA 500 ML	S/	1.50	ARTICULOS CLASE A	KOLYNOS COLGATE	S/	5.01
ARTICULOS CLASE A	SEMOLA	S/	1.50	ARTICULOS CLASE A	DETERGENTE OPAL 500 G	S/	5.20
ARTICULOS CLASE A	ACEITE FRIOL DE 250 ML	S/	1.70	ARTICULOS CLASE A	ACEITE DELEITE DE 1L	S/	5.50
ARTICULOS CLASE A	GASEOSA PEPSI 500 ML	S/	1.81	ARTICULOS CLASE A	ACEITE TOTTUS DE 1L	S/	5.50
ARTICULOS CLASE A	KOLYNOS PEQUEÑO	S/	1.81	ARTICULOS CLASE A	FILETE FANNY	S/	5.50
ARTICULOS CLASE A	GASEOSA FANTA 500 ML	S/	1.95	ARTICULOS CLASE A	FILETE PRIMOR	S/	5.50
ARTICULOS CLASE A	GASEOSA SPRITE 500 ML	S/	1.95	ARTICULOS CLASE A	FILETE REAL	S/	5.50
ARTICULOS CLASE A	AKUARIUS DE 500 ML	S/	2.00	ARTICULOS CLASE A	FRUGO DE 1.5L	S/	5.50
ARTICULOS CLASE A	GASEOSA COCA COLA 500 ML	S/	2.00	ARTICULOS CLASE A	LECHE CONDENSADA GRANDE	S/	5.85
ARTICULOS CLASE A	GATORADE 500ML	S/	2.00	ARTICULOS CLASE A	FIDEO DON VITTORIO DE 1KG	S/	6.01
ARTICULOS CLASE A	LECHE GLORIA AZUL CHICA	S/	2.00	ARTICULOS CLASE A	GASEOSA BIG COLA DE 3L	S/	6.01
ARTICULOS CLASE A	LECHE GLORIA AMARILLA CHICA	S/	2.00	ARTICULOS CLASE A	HARINA TOTTUS	S/	6.01
ARTICULOS CLASE A	PAPEL HIGIENICO X 2	S/	2.00	ARTICULOS CLASE A	MANTEQUILLA EN POTE	S/	6.01
ARTICULOS CLASE A	SPORADE 500 ML	S/	2.00	ARTICULOS CLASE A	ORO DE 3L	S/	6.01

ARTICULOS CLASE A	GASEOSA INCA COLA 500 ML	S/	2.02	ARTICULOS CLASE A	YOGURT GLORIA DE 1L	S/	6.01
ARTICULOS CLASE A	GASEOSA PEPSI DE 750 ML	S/	2.20	ARTICULOS CLASE A	HARINA GRANO DE ORO	S/	6.50
ARTICULOS CLASE A	LECHE CONDENSADA PEQUEÑA	S/	2.20	ARTICULOS CLASE A	YOGURT YOFRESH 1L	S/	6.50
ARTICULOS CLASE A	POWERADE 500 ML	S/	2.47	ARTICULOS CLASE A	HARINA BENOTTI	S/	6.50
ARTICULOS CLASE A	ATUN A1	S/	2.70	ARTICULOS CLASE A	ACEITE CAPRI DE 1L	S/	7.01
ARTICULOS CLASE A	AGUA BENEDICTINO 3L	S/	3.00	ARTICULOS CLASE A	ACEITE CRISTALINO DE 1L	S/	7.01
ARTICULOS CLASE A	AGUA CIELO 2.5L	S/	3.00	ARTICULOS CLASE A	GASEOSA COCA COLA 2.5 L	S/	7.01
ARTICULOS CLASE A	FIDEO DON VITTORIO DE 500 G	S/	3.00	ARTICULOS CLASE A	INCA COLA 2.5 L	S/	7.01
ARTICULOS CLASE A	GASEOSA COCA COLA 1 L	S/	3.00	ARTICULOS CLASE A	SPRITE 2.5 L	S/	7.01
ARTICULOS CLASE A	INCA COLA 1L	S/	3.00	ARTICULOS CLASE A	GASEOSA CRUSH DE 3L	S/	7.02
ARTICULOS CLASE A	LECHE IDEAL AMANECER GRANDE	S/	3.00	ARTICULOS CLASE A	ACEITE COCINERO 1L	S/	7.15
ARTICULOS CLASE A	GRATED DOÑA GUMMY	S/	3.20	ARTICULOS CLASE A	DETERGENTE ACE 500 G	S/	7.15
ARTICULOS CLASE A	DETERGENTE ARIEL 500 G	S/	7.15	ARTICULOS CLASE A	HARINA BLANCA FLOR	S/	10.00
ARTICULOS CLASE A	GASEOSA FANTA DE 3 L	S/	8.00	ARTICULOS CLASE A	GASEOSA COCA COLA DE 3L	S/	10.53
ARTICULOS CLASE A	PEPSI DE 3L	S/	8.00	ARTICULOS CLASE A	INCA COLA DE 3L	S/	10.53
ARTICULOS CLASE A	ACEITE PRIMOR DE 1L	S/	8.50	ARTICULOS CLASE A	CAJETILLA DE CIGARRO CARIBE	S/	12.00
ARTICULOS CLASE A	RON CARTAVIO CHATA	S/	8.50	ARTICULOS CLASE A	FRASCO DE KIRMA GRANDE	S/	13.00
ARTICULOS CLASE A	ACONCAGUA	S/	9.10	ARTICULOS CLASE A	MAYONESA GRANDE	S/	13.81
ARTICULOS CLASE B	SIX PACK DE GUARANA 250	S/	16.90	ARTICULOS CLASE B	FRASCO DE ECCO GRANDE	S/	22.10
ARTICULOS CLASE B	CAJETILLA DE CIGARROS HAMILTON	S/	18.01	ARTICULOS CLASE B	RON CARTAVIO DE 750 ML	S/	23.01
ARTICULOS CLASE B	SHAMP00 H&S EN FRASCO	S/	18.01	ARTICULOS CLASE B	ROPA PARA NIÑOS	S/	23.01

ARTICULOS CLASE B	SHAMP00 PANTENE EN FRASCO	S/	18.01	ARTICULOS CLASE B	WISKY OLTIME DE 750 ML	S/	23.01
ARTICULOS CLASE B	SHAMPOO JHONSON	S/	18.01	ARTICULOS CLASE B	SIX PACK DE CERVEZA NEGRA	S/	24.00
ARTICULOS CLASE B	FRASCO DE MILO GRANDE	S/	18.20	ARTICULOS CLASE B	SIX PACK DE CERVEZA PILSEN	S/	24.00
ARTICULOS CLASE B	VINO	S/	19.50	ARTICULOS CLASE B	SIX PACK DE CERVEZA CRISTAL	S/	24.70
ARTICULOS CLASE B	CAJETILLA DE CIGARROS LUCKIE	S/	22.00	ARTICULOS CLASE B	MANTEQUILLA EN BARRA	S/	26.00
ARTICULOS CLASE B	SIX PACK DE CORONAS	S/	22.00	ARTICULOS CLASE B	PISCO QUEIROLO	S/	27.30
ARTICULOS CLASE B	CHAMPAGNE	S/	22.10	ARTICULOS CLASE B	RON CARTAVIO DE 1L	S/	28.00
ARTICULOS CLASE B	COLONIAS PARA NIÑOS	S/	32.50	ARTICULOS CLASE B	WISKY OLTIME DE 1L	S/	28.00
ARTICULOS CLASE B	JUGUETES	S/	32.50	ARTICULOS CLASE B	DESODORANTE EN FRASCO	S/	31.20
ARTICULOS CLASE C	RON CARTAVIO DE 2L 750ML	S/	42.00	ARTICULOS CLASE C	MOCHILAS PARA NIÑAS	S/	52.00
ARTICULOS CLASE C	POLOS CABALLEROS	S/	45.01	ARTICULOS CLASE C	MOCHILAS PARA NIÑOS	S/	52.00
ARTICULOS CLASE C	COLONIAS PARA ADULTOS	S/	45.50	ARTICULOS CLASE C	PANTALONES JEANS	S/	52.00
ARTICULOS CLASE C	WISKY	S/	45.50				

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 1: Reorganización de acuerdo a su venta y cantidad por producto.



CATEGORIA	VENTA POR PRODUCTO	ROTACION DE PRODUCTOS	CANTIDAD DE PRODUCTOS	%
CLASE A	S/0.50 - S/15.00	1DIA A 2 MESES	108	78%
CLASE B	S/16.00 – S/34.00	3 MESES - 11 MESES	24	17%
CLASE C	S/35.00 – S/50.00	1 AÑO A MÁS	7	5%
TOTAL			139	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

Se organizó los productos de acuerdo a su venta con respecto a su clasificación ABC, el valor entre S/.0.50 a S/15.00 en la categoría A (78%), luego en su valor de S/.16.00 a S/.34.00 soles en la categoría B(17%) y como por último su valor en el intervalo de S/.35.00 a S/.50.00 soles la categoría C (5%), respecto a los resultados obtenidos.

c) Objetivo Específico 3: Diseñar la metodología ABC en el minimarket “Kiarita” La Victoria – Chiclayo 2020.

Acciones a desarrollar

Tabla 9

Plan de Acción de la Propuesta

Estrategia	Objetivo	Actividad	Recursos y Materiales	Responsable
Estrategia 1: Creación de una nueva base de datos en la empresa.	Recopilar la información en el minimarket a mejorar su clasificación y orden de los productos en la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Reunión con la dueña del minimarket • Solicitar información a la empresa • Recolectar la información. • Recopilar información de los productos a través de la encuesta. • Ingresar información a una nueva base de datos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apuntes • ficha de datos • Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • Herrera Horna Doris. (dueña) • Empleadores. • Goicochea Neyra Yahaira • Tongo Herrera Jair.

Estrategia 2:

Elaboración de un cuadro financiero a ordenar la lista de productos según categoría, precio y clasificación ABC.	Obtener un orden de los productos para analizar su clasificación según la información recopilada.	<ul style="list-style-type: none">• Organizar los productos por su precio de compra• Categorizar los productos.• Clasificación de productos según su precio de venta por Productos.• Establecer los productos según precio de compra, margen de ventas.	<ul style="list-style-type: none">• Cuadro de apuntes.• Excel versión 2019.• Formulas financieras.	<ul style="list-style-type: none">• Herrera Horna Doris. (dueña)• Goicochea Neyra Yahaira• Tongo Herrera Jair.
--	---	--	--	--

Estrategia 3:

Creación del análisis de nivel de rentabilidad económica.	Plasmar los datos a establecer un cuadro con la información	<ul style="list-style-type: none">• Identificación del precio de compra del producto.• Obtener el margen de ventas.	<ul style="list-style-type: none">• Libro de rentabilidad económica.• Drive.	<ul style="list-style-type: none">• Goicochea Neyra Yahaira• Tongo Herrera Jair.
---	---	--	---	---

	económica recopilada.	<ul style="list-style-type: none"> • Calcular el precio de venta • Analizar el porcentaje de costo de ventas • Examinar el porcentaje de margen de beneficio. 	<ul style="list-style-type: none"> • MG. Baca Razuri Luis (experto)
--	-----------------------	--	--

Estrategia 4

Realización de análisis de indicadores en los datos según su rentabilidad financiera.	Estimar los datos proporcionados en la empresa a su análisis financiero.	<ul style="list-style-type: none"> • Calcular la liquidez • Enunciar el endeudamiento de la empresa. • Evaluar la Gestión de rotación de los productos. • Interpretación de la rentabilidad. (ROA y ROE) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fichas de análisis • Estados de resultados • Balance general • Base de datos Excel. 	<ul style="list-style-type: none"> • CPC. Sernaqué Cruz Tatiana (Contadora) • Goicochea Neyra Yahaira • Tongo Herrera Jair.
---	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

V. DISCUSION

Al proponer la metodología ABC para incrementar rentabilidad en el minimarket “Kiarita” La Victoria – Chiclayo en el Año 2020, se toma en cuenta los datos obtenidos por la dueña tales como: Información de la mercadería según su venta por producto, data económica y financiera; por lo que:

En relación al objetivo general de proponer la metodología ABC para incrementar rentabilidad en el minimarket “Kiarita” La Victoria – Chiclayo en el Año 2020. Este trabajo propone diferentes estrategias de control de inventarios tanto a nivel de problemas como de teoría, coincidiendo con la base científica del autor Reátegui (2018) cuya investigación “Método de clasificación ABC para mejorar la gestión de inventarios de la Empresa Grupo Hecaliro Jia SAC – 2018”. El autor propone mejorar y promover eficazmente el control de inventarios en las entidades, planificando las bases técnicas del método utilizando técnicas (entrevista y análisis documental) que permitirán demostrar el número de pedidos óptimos que debe tener la empresa debe ser adecuado con la demanda, con el objetivo de mejorar la gestión de inventarios y de seleccionar de forma adecuada los productos de los inventarios mediante la Metodología ABC.

Comparando con Correa, en su investigación titulada “Aplicación del método ABC en el control de existencias, en la organización Autos Box Cía. Ltda” tuvo como propósito mejorar y promover eficazmente el control de inventarios en las entidades, es por ello que el autor recomienda utilizar el método de clasificación ABC como herramienta al realizar pedidos, manteniendo un inventario manejable y efectivo desde una perspectiva monetaria.

Por consiguiente, en el objetivo específico (a) evaluar el nivel de rentabilidad del minimarket “Kiarita” La Victoria – Chiclayo del año 2019 – 2020, se obtuvo que la rentabilidad económica generó un saldo disponible positivo en año 2019

a diferencia del 2020, en la rentabilidad financiera se analizó el ROE del 2019 (S/0.51) y del 2020 (S/0.47) con un ROA del 2019 (S/0.10) y del 2020 (S/0.11), obteniendo al ROE superior, es decir la financiación de parte del activo con deuda ha posibilitado el crecimiento de la rentabilidad financiera, estos resultados guardan relación con lo que sostiene Ocas (2019), en su investigación "La gestión de inventarios y su impacto en la rentabilidad de Soluciones Técnicas Industriales SRL ". En ella analizó la gestión de inventarios y la rentabilidad de su empresa a través de documentos de observación con base en la rentabilidad económica, rentabilidad financiera y se asignó una escala de calificación para determinar el grado de cumplimiento de su inventario, estando relacionado con su rentabilidad, por lo que logró un 77% de cumplimiento, lo que demuestra que Soluciones Técnicas Industriales SRL, cuenta con un manejo de inventarios satisfactorio, pero debido a que la empresa no consideró este proceso, el programa de control de manejo de inventarios es defectuoso, por lo que se considera más importante la realización de actividades de investigación, y se obtuvo en el análisis la rentabilidad económica del 2,78%. La rentabilidad es del 10,5% y la tasa de beneficio es del 0,79%, lo que indica que estas actuaciones son rentables de acuerdo con los activos de la empresa y sus propios recursos.

A comparación del autor Rodríguez y Villar (2018), en su investigación Gestión de inventarios método ABC y la rentabilidad de la empresa Convexus comunicaciones redes y sistemas SAC- periodo 2016-2017. Los resultados obtenidos muestran que la actual gestión de inventarios reduce la rentabilidad, lo cual se comprueba en el análisis del índice de aceptación perfecta de la orden de compra del índice de utilidad neta de ventas en 2016 y 2017, y corrigió su hipótesis mediante una prueba de muestra única observado negativo del 2016. El coeficiente de es de -0.0017 centavos, y el coeficiente de ganancia por ventas de sol en 2017 es de -0.005 centavos.

En el objetivo específico (b), identificar y reorganizar la clasificación de productos del minimarket "Kiarita" La Victoria-Chiclayo 2020 se realizaron

cuadrantes que permitieron identificar y reorganizar productos de manera específica. Esta investigación está en línea con Conza (2018) en su investigación "Implementación de Metodología de Inventario ABC para la Empresa Mundo Electrónico, estado Santo Domingo de los Tsáchilas, 2018" nos dice que implementemos la clasificación ABC de productos, organicemos los porcentajes de valoración de mayor a menor, determinando así el monto acumulado de la clasificación y el porcentaje de participación de cada producto en el acumulado. La divulgación de que el porcentaje de talento del 100% de la empresa, está de acuerdo con que la clasificación sea una de las mejores medidas de control de inventario interno. Por lo tanto, la empresa debe considerar el sistema de control de inventario ABC como una de las mejores medidas. Si se aplica correctamente, puede permitir un control más estricto manteniendo el capital mínimo invertido en acciones.

Por otro lado, Flamarique (2019) en su libro de gestión de almacenes nos interpreta que, en cualquier organización dedicada a la producción de productos, se debe subdividir para poder controlar, administrar y promover su negocio de movimiento, entrada, almacenamiento y salida de manera beneficiosa. También hace mención que, de acuerdo con los resultados de clasificación, según el producto A se da entre el 60-80% del movimiento, las ventas, el costo y el inventario; producto B que representan del 10% al 20% de los cambios, las ventas, los costos y el inventario y producto C, lo cual representan entre el 5% al 10% del movimiento, las ventas, el costo; puede mejorar el desempeño financiero de la empresa en un 100% mediante una adecuada gestión de la distribución, categoría, ventas o inventario de los productos.

En el objetivo específico (c), diseñar la metodología ABC en el minimarket "Kiarita" La Victoria – Chiclayo 2020. Se realizó una hoja de ruta, es decir, a través de un plan de acción se plasmaron estrategias, objetivos, actividades, recursos y materiales junto a los responsables de cada estrategia, ello nos

ayudó a cumplir los objetivos y lograr resultados. Lo cual guarda relación a lo mencionado por Carrillo (2018) en su análisis "La empresa Alcides Mosquera e hijos Almogas Cía. Ltda", recomienda utilizar el método ABC para clasificar los grupos de productos aplicando políticas, adquisiciones y procedimientos de ventas que ayudan a mantener un control adecuado, con el fin de determinar el nivel de control de acuerdo con la inversión y reducir el tiempo, esfuerzo, costo de procesamiento y almacenamiento del inventario. La conclusión es que la empresa no posee un sistema, lo que genera altos costos de almacenamiento y afecta en el adecuado control de inventarios. Este estudio utiliza herramientas de encuesta para 6 trabajadores (gerente general, contadora, auxiliar contable y 3 vendedores). El 83% de los encuestados dijeron que la empresa no tiene un sistema que ayude a controlar adecuadamente el inventario de productos y el 17% de los trabajadores manifestó que sí tienen un sistema de control de inventarios, pero este no puede realizar eficazmente el trabajo correspondiente, es por ello que, el autor busca controlar el inventario con el diseño de la metodología ABC para evitar daños, pérdidas y deterioro. Esto es lo mismo que Albújar y Zapata (2014) puesto que, en su análisis, "diseñar un sistema de gestión de inventarios para reducir Pérdidas de la empresa Tai Loy S.A.C" usó métodos de pronóstico estacional o cíclico que le permitieron determinar la demanda por temporada, al tiempo que se determina el flujo de proceso que el gerente de ventas podrá utilizar, y poder enviar datos al almacén para generar el mejor lote de pedidos. Asimismo, Albújar y Zapata utilizó el método ABC para determinar los productos con mayor demanda.

Para concluir, en el objetivo final validar la propuesta metodología ABC para incrementar rentabilidad en el minimarket "Kiarita" La Victoria – Chiclayo en el Año 2020, según la teoría mencionado por Hernández; Fernández y Baptista (2014) explica cómo la medida de un concepto o variable está vinculada exactamente a la medida de otros conceptos relacionados. Como resultado se obtuvo la validez del constructo de la propuesta, que fueron sometida a juicio de 3 expertos.

VI. CONCLUSIONES

1. La metodología de clasificación ABC que se va aplicar en el minimarket sirve para determinar la demanda de los productos, su cantidad y sus costos; donde esta determinación se muestra el grado de intensidad y el control de los artículos clasificados, para así obtener mayor rentabilidad con mejores beneficios en la empresa.
2. La rentabilidad del minimarket generó un déficit económico en el año 2020, la diferencia fue de S/1,201.20 de ganancia a comparación del 2019, esto debido a la crisis sanitaria del año 2020, donde las pérdidas de mercadería, se dieron, al sobre stock de productos próximos a vencer y el rechazo en los cambios de los mismos por parte de los proveedores y así generando una decreciente rentabilidad en el último año.
3. En el minimarket Kiarita permitirán reconocer y detallar los productos de acuerdo a sus categorías, clasificación y precio, que le permita a la empresa manejar correctamente su gestión de inventarios; cumpliendo un stock con un control más riguroso, rápido y beneficioso para todas las empresas en tomar decisiones a futuro.
4. Al diseñar la metodología ABC, se elaboró un plan de estrategias, plasmado por los datos requeridos y la información proporcionada por el minimarket; con la finalidad de lograr los objetivos y las metas dadas en la propuesta, así de esta manera permita unificar la información para la investigación.
5. La validación de nuestra propuesta de investigación deber ser concreta en su eficacia y utilidad de los elementos que introduce en el sistema propuesto, para la comprensión y análisis del problema de la empresa, es por ello que se realizó un análisis y verificación de la misma, que, a través de las experiencias y conocimientos actuales por parte de los especialistas en su materia, se determine aplicar esta propuesta.

VII. RECOMENDACIONES

1. Aplicar la metodología ABC en el manejo de inventario, ello permitirá saber cuándo, cuánto y cada que tiempo adquirir mercadería con el único fin de incrementar los beneficios económicos y financieros de la empresa.
2. El minimarket Kiarita debe realizar una evaluación de nivel de rentabilidad en las ventas obtenidas cada 6 meses puesto que ello será favorable siempre y cuando se realice en ese tiempo, para así mantener constantemente un nivel de rentabilidad beneficioso.
3. Al tener una clasificación y orden establecido de los productos en la empresa, se puede manejar correctamente el valor de precio del producto y así se establezcan por categorías y con un margen factible para la empresa.
4. Utilizar los formatos del programa Excel 2019 a investigaciones a futuro aplicados en esta investigación, que a través de la guía documentaria se logró obtener la información precisa y exacta en su análisis de rentabilidad (económica /financiera) de la empresa.
5. A futuras investigaciones avocadas a rentabilidad, deben utilizar siempre la guía documentaria a través de una encuesta, entrevista o un análisis documental, para evaluar su estado actual de la empresa y así permita obtener mejores beneficios económicos y financieros.

VIII. PROPUESTAS

i. Presentación

La metodología aplicada sirve para determinar la ubicación de la mercadería en la empresa, con ello podemos reunir todos los artículos que tienen más salida en cuestión de ventas por productos y así determinar categorías que se encuentren a la altura y el modo adecuado del impacto económico de la empresa. Es por ello que la presente propuesta está diseñada en la clasificación de productos según su venta, con el objetivo de incrementar la rentabilidad de la empresa Kiarita.

Las deficiencias de la empresa son la falta de gestión de inventario y no manejar con precisión el inventario disponible. Esto es muy grave para ello porque su fecha de vencimiento es muy corta, lo que trae pérdidas a la empresa. La investigación es categorizar los productos en el minimarket y buscar mejorar la rentabilidad a través de una mejor gestión.

Adicional a ello, para formular una estrategia, es necesario considerar los resultados de las herramientas utilizadas en esta investigación, tales como encuestas aplicables a trabajadores, entrevistas aplicables a propietarios y expertos, y finalmente el análisis documentario recolectado para evaluar la rentabilidad de la empresa.

ii. Generalidades de la empresa.

2.1 Breve Reseña Histórica

Fue fundada el 15 de enero de 2011 por la dueña de la empresa Doris María Herrera Horna. La empresa surgió como una alternativa a las grandes cadenas comerciales, que buscaban expandirse y asegurar la calidad de sus productos y servicios. La empresa para el año 2015 constó en su equipo de trabajo de 5 empleados y actualmente consta de 10 trabajadores y una contadora publica colegiada externa.

2.2 Descripción

La empresa Kiarita es una microempresa familiar que vende abarrotes, lácteos y otros productos. Específicamente para su negocio, proporciona a los clientes una serie de productos de consumo masivo.

El rubro de la empresa se dedica a vender la calidad, frescura y variedad de nuestros productos, así como los valiosos vínculos que hemos establecido con nuestros clientes.

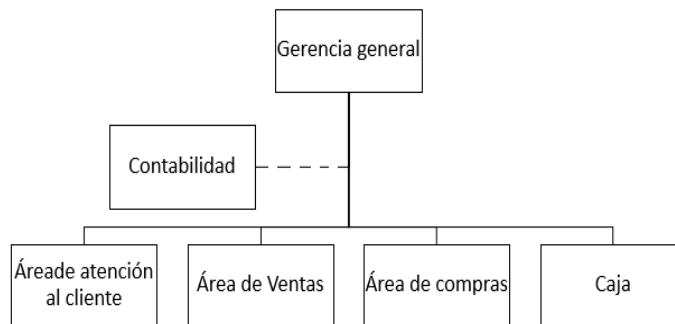
2.3 Misión

Somos una empresa que comercializa bienes de consumo masivo de alta calidad a los mejores precios del mercado, brindando las mejores opciones de productos, con el objetivo de satisfacer las necesidades del cliente, acompañado de un buen servicio y atención.

2.4 Visión

Para el 2024, convertirnos en una de las empresas líderes en el país, siempre brindando productos de calidad a los mejores precios, con una tienda amplia, cómoda y moderna, y brindando a nuestros clientes seguridad y confianza, esta es nuestra razón de ser.

2.5 Organigrama



iii. Justificación

Es justificable porque debido a nuestra carrera queremos que el minimarket, sea la preferencia de los clientes recurrentes, a su vez gestionando o clasificando los productos ordenadamente para mejorar la rentabilidad en la empresa, esta ventaja permite llamar la atención de la competencia, dando a conocer que las pequeñas empresas saben posicionarse en el mercado gracias a su crecimiento gradual y modernización.

Su importancia radica en que mejore la clasificación de los productos que posee el minimarket, así organizándola de la mejor manera, buscando aumentar la rentabilidad a través de una mejor gestión y pueda anhelar ser una de las más requeridas de la ciudad.

iv. Objetivos:

4.1 Objetivo general:

Implementar un cuadro financiero en la clasificación de los productos de acuerdo a sus categorías para incrementar la rentabilidad en el año 2020.

4.2 Objetivos Específicos:

- Acopiar la información requerida para la clasificación de los productos.
- Aplicar a la mercadería el precio de venta por producto en el minimarket.
- Examinar los datos recopilados de la información económica y financiera de la empresa.

v. Metas

- Registrar el 100% de los productos a través de una base de datos.
- Entablar cada producto con su precio de venta de manera ordenada en un plazo de 7 días.
- Incrementar el 20% en las ventas para obtener mayor rentabilidad en la empresa.

vi. Acciones a desarrollar

Tabla 10

Plan de Acción de la Propuesta

Estrategia	Objetivo	Actividad	Recursos y Materiales	Responsable
Estrategia 1: Creación de una nueva base de datos en la empresa.	Recopilar la información en el minimarket a mejorar su clasificación y orden de los productos en la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Reunión con la dueña del minimarket • Solicitar información a la empresa • Recolectar la información (anexo 6) • Recopilar información de los productos a través de la encuesta (anexo 7) • Ingresar información a una nueva base de datos. (anexo 8) 	<ul style="list-style-type: none"> • Apuntes • Ficha de datos • Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • Herrera Horna Doris. (dueña) • Empleadores. • Goicochea Neyra Yahaira • Tongo Herrera Jair.

<p>Estrategia 2:</p> <p>Elaboración de un cuadro financiero a ordenar la lista de productos según categoría, precio y clasificación ABC</p>	<p>Obtener un orden de los productos para analizar su clasificación según la información recopilada.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Categorizar los productos. (anexo 9) • Organizar los productos por su precio de compra. (anexo 10) • Clasificación de productos según su precio de venta por Productos. (anexo 11) • Establecer los productos según precio de compra, margen de ventas. (anexo 12) 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuadro de apuntes. • Excel versión 2019. • Formulas financieras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Herrera Horna Doris. (dueña) • Goicochea Neyra Yahaira • Tongo Herrera Jair.
<p>Estrategia 3:</p> <p>Creación del análisis de nivel de rentabilidad</p>	<p>Plasmar los datos a establecer un cuadro con la información</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación del precio de compra del producto. • Obtener el margen de ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de rentabilidad económica. • Drive. 	<ul style="list-style-type: none"> • Goicochea Neyra Yahaira • Tongo Herrera Jair.

económica. (anexo 13)	económica recopilada.	<ul style="list-style-type: none"> • Calcular el precio de venta • Analizar el porcentaje de costo de ventas • Examinar el porcentaje de margen de beneficio. 	<ul style="list-style-type: none"> • MG. Baca Razuri Luis (experto)
Estrategia 4 Realización de análisis de indicadores en los datos según su rentabilidad financiera. (anexo 14)	Estimar los datos proporcionados en la empresa a su análisis financiero.	<ul style="list-style-type: none"> • Calcular la liquidez • Enunciar el endeudamiento de la empresa. • Evaluar la Gestión de rotación de los productos. • Interpretación de la rentabilidad. (ROA y ROE) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fichas de análisis • Estados de resultados • Balance general • Base de datos Excel. • CPC. Sernaqué Cruz Tatiana (Contadora) • Goicochea Neyra Yahaira • Tongo Herrera Jair.

Fuente: *Elaboración propia*

vii. Financiamiento

Tabla 11

Financiamiento del Plan de Acción de la Propuesta

Materiales			
N°	Descripción	Cantidad	Costo (S/)
1	Programa de Excel	1	50.00
2	Asesoría de experto	1	30.00
3	Validez de la propuesta	2	150.00
4	Libros	2	50.00
5	Servicio (internet por entrevistas)	1	20.00
6	Lapiceros	2	1.00
7	Pasajes	10	40.00
8	Cuaderno anillado	1	8.00
Total (S/)			349.00

Fuente: Elaboración propia

viii. Cronograma

Tabla 12

Cronograma del Plan de Acción de la Propuesta

Estrategia	Fecha:	Lugar:	Responsable	Presupuesto
<i>Estrategia 1:</i> Creación de una nueva base de datos en la empresa.	15/12/2020	Minimarket "Kiarita"	<ul style="list-style-type: none"> • Goicochea Neyra Yahaira • Tongo Herrera Jair. 	S/ 49.00
<i>Estrategia 2:</i> Elaboración de un cuadro financiero a ordenar la lista de productos según categoría, precio y clasificación ABC	18/01/2021	Minimarket "Kiarita"	<ul style="list-style-type: none"> • Goicochea Neyra Yahaira • Tongo Herrera Jair. 	S/200.00
<i>Estrategia 3:</i> <i>Creación del análisis de nivel</i>	18/02/2021	Minimarket "Kiarita"	<ul style="list-style-type: none"> • Goicochea Neyra Yahaira 	S/50.00

*de rentabilidad
económica*

- Tongo
Herrera Jair.

Estrategia 4:

Realización de
análisis de
indicadores en
los datos según
su rentabilidad
financiera

05/05/2021

Minimarket
"Kiarita"

- Goicochea
Neyra Yahaira S/50.00
- Tongo
Herrera Jair.

Fuente: Elaboración propia

REFERENCIA

- Ares, B., & Brenes, P. (2014). *Métodos de control de las acciones de merchandising (Dinamización del punto de venta)*. Pozuelo de Alarcon (Madrid): Editex S.A. Recuperado el 05 de Enero de 2015, de https://books.google.com.pe/books?id=C7_KBAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- (21 de Setiembre de 2020). Recuperado el 6 de Setiembre de 2020, de Diario "La razón": <https://www.razon.com.mx/negocios/digitalizacion-paso-esencial-pymes-406037#:~:text=Un%20an%C3%A1lisis%20de%20Deloitte%20se%C3%B1ala,mejorar%C3%A1n%20su%20eficiencia%20y%20productividad.>
- Albújar Aguilar, K. J., & Zapata Molla, W. O. (2014). *Diseño de un sistema de gestión de inventario para reducir las pérdidas en la empresa "Tai Loy S.A.C "*. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/2294/ALBUJAR%20AGUILAR%20y%20ZAPATA%20MOYA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arias Odón, F. G. (2012). *El proyecto de investigación - Introducción a la metodología científica - 6 edición*. Caracas: Editorial Episteme. Recuperado el 20 de Setiembre de 2020, de https://www.researchgate.net/publication/301894369_EL_PROYECTO_DE_INVESTIGACION_6a_EDICION
- Baena Paz, G. (30 de Julio de 2018). *Metodología de la investigación- Serie integral por competencias*. Obtenido de http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Carrillo Solis, K. (08 de Noviembre de 2019). *"Diseño de un sistema de control de inventarios ABC para la empresa "Alcides Mosquera e hijos Almogas cia. Ltda.", ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua"*. Obtenido de <https://docplayer.es/194162162-Escuela-superior-politecnica-de-chimborazo.html>
- Conza Jaramillo, C. (25 de Enero de 2019). *"Implementación de metodología abc de inventarios para la empresa "mundo electrónico", cantón santo domingo de los tsáchilas, año 2018"*. Obtenido de <http://190.57.147.202:90/xmlui/bitstream/handle/123456789/1827/21.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Correa López, S. M. (2018). *"Aplicación del método ABC para la gestión de Inventarios en la empresa Autos Box Cía.LTDA"*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/8453/1/14169.pdf>
- Costa Choibi., F. (14 de Enero de 2019). *Investigación y recogida de información de mercados*. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=8bpWDwAAQBAJ&pg=PA227&dq=segun+autor+costa+2015+muestreo&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjMwfa5x67tAhXUGbkGHelmAggQ6AEwAXoECAAQAg#v=onepage&q=segun%20autor%20costa%202015%20muestreo&f=false>
- El País. (s.f.). Cómo dar salida al 'stock' acumulado durante el confinamiento. *El país*. Obtenido de <https://elpais.com/economia/estar-donde-estes/2020-05-29/como-dar-salida-al-stock-acumulado-durante-el-confinamiento.html>
- Estela Paredes, R. (21 de Febrero de 2020). *Investigación propositiva- Modulo 1*. Obtenido de <https://es.calameo.com/read/006239239f8a941bec906>
- Fernandez, C., Hernández, R., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Interoamerica editores, S.A.DE C.V. Recuperado el 15 de Octubre de 2020, de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Flamarique, S. (2019). *Manual de Gestion de Almacenes*. Valencia-Barcelona: Marge Books.
- Fontes, S., García, C., Quintanilla, L., Rodríguez, R., & Sarria, E. (Setiembre de 2020). *Fundamentos de investigación de la psicología*. (2. Edición, Ed.) Obtenido de www.net.es/publicaciones
- Gestión, D. (4 de Julio de 2019). Recuperado el 05 de Setiembre de 2020, de Gestión.pe: <https://gestion.pe/economia/empresas/empresas-elevan-ventas-25-automatizar-gestion-inventarios-272267-noticia/?ref=gesr>
- Hernandez, A., Ramos, M., Placencia, B., Indacochea, B., Quimis, A., & Moreno, L. (2018). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Metodologia-de-la-investigacion-Arturo-Andres-Hernandez-Escobar.pdf>
- Lerma Gonzáles, H. (s.f.). *Metodología de la investigación. Propuesta, anteproyecto y proyecto*. Obtenido de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/04/Metodolog%C3%ADa-de-la-investigaci%C3%B3n-5ta-Edici%C3%B3n.pdf>
- López Roldán, P., & Fachelli, S. (18 de Febrero de 2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Obtenido de <http://ddd.uab.cat/record/129382>

- Lujardo Escobar, Y. (18 de Octubre de 2016). *Análisis Documental: ¿Normas establecidas?* . Obtenido de <https://files.sld.cu/bmn/files/2016/10/An%C3%A1lisis-Documental.-Normas-establecidas-el-de-la-ksa.pdf>
- Manterola , C., Quiroz, G., Salazar, P., & García, N. (05 de Noviembre de 2018). *Methodology of study designs most frequently used in clinical research*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864019300057>
- Mendoza Mannucci, G. (2019). Empresas elevan ventas en 25% al automatizar gestión de inventarios. *Gestión*. Recuperado el 12 de Octubre de 2020, de <https://gestion.pe/economia/empresas/empresas-elevan-ventas-25-automatizar-gestion-inventarios-272267-noticia/>
- Muñoz Rocha, C. (s.f.). *Metodología de la Investigación*. Recuperado el 15 de Abril de 2020, de <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2019/08/56-Metodologia-de-la-investigacion-Carlos-I.-Munoz-Rocha.pdf>
- Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, R., Palacios Vilela, J., & Romero Delgado, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Bogotá: 5a. Edición- Ediciones de la U. Recuperado el 25 de Setiembre de 2019, de <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2019/03/Metodologia-de-la-investigacion-Naupas-Humberto.pdf>
- Ocas Huaman, E. G. (2019). *La gestión de inventarios y su incidencias en la rentabilidad de la empresa " soluciones técnicas industriales S.R.L"*. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/21185/Ocas%20Huam%20c3%a1n%20Elizabeth%20Geraldine.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Otero Ortega, A. (15 de Agosto de 2018). *Métodos para diseño del proyecto de Investigación*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION
- Ponce Cedeño, S., Morejon Santistevan, E., Salazar Pin, E., & Baque Sánchez, R. (2019). *Introducción a las finanzas*. Manabi: Editorial Área de Innovación y Desarrollo,S.L. Recuperado el 09 de Setiembre de 2020, de <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2019/09/Introducci%C3%B3n-a-las-finanzas.pdf>
- Portell Vidal, M., & Vives Brosa , J. (2019). *Introducción a los diseños experimentales, cuasiexperimentales y ex post facto*. Barcelona: Servei de

publicacions de la UAB. Recuperado el 18 de Setiembre de 2020, de https://books.google.com.pe/books/about/Investigaci%C3%B3n_en_Psicolog%C3%ADa_y_Logopedi.html?id=r0WuDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=true

Reategui Reategui, K. J. (15 de Julio de 2019). *Metodo de Clasificación ABC para mejorar la gestión de inventarios de la empresa "Grupo Hecalero Jía" S.A.C.* Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38944>

Rodriguez Trujillo, M. A., & Villar Ozorio, D. A. (15 de Enero de 2019). *La gestión de inventarios método ABC y la rentabilidad de la empresa Convexos comunicaciones, redes y sistemas S.A.C periodo 2016-2017.* Obtenido de <https://1library.co/document/yj7l8e2y-gestion-inventarios-metodo-rentabilidad-empresa-convexus-comunicaciones-sistemas.html>

Sacal Rayek, D. (26 de Setiembre de 2020). Empresas requieren inventarios precisos ante la nueva normalidad. *Valor Compartido*. Recuperado el 08 de Octubre de 2020, de <https://valor-compartido.com/empresas-requieren-inventarios-precisos-ante-la-nueva-normalidad/>

Salas Medina, P., Velastegui Sánchez, J., & Salas Álvarez, W. (2019). Análisis documental sobre calidad y seguridad turística en las festividades de Tungurahua. *Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación.*, 100. Obtenido de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:HI2TBFTOUGsJ:45.238.216.13/ojs/index.php/EPISTEME/article/download/1172/546+&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>

Santiesteban Zaldivar, E., Leyva Cardeñosa, E., Lozada Nuñez, D., & Cantero Cora, H. (2016). *Análisis de la Rentabilidad Económica. Tecnología Propuesta para incrementar la eficiencia empresarial.* Habana-Cuba: Universitaria, 2011.

Vilalta Perdomo, C. (13 de Noviembre de 2016). *Análisis de Datos.* Obtenido de <https://zbukarf1.ga/book.php?id=9W84DgAAQBAI>

ANEXOS

ANEXO 01: Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	INSTRUMENTOS	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE INDEPENDIENTE	Es una metodología de segmentación de productos de acuerdo a criterios dados en sus indicadores de costos, volumen y distinción de las ventas o seguridad. Flamerique, S. (2019)	La metodología ABC va a ser medida teniendo en cuenta las dimensiones de costos y de cantidad.	Costos	-Ingresos y egresos de la mercadería -Costo unitario de producto -Precio de venta -Costo de ventas	Encuesta	Ordinal
METODOLOGÍA ABC			Cantidad	-Cantidad de productos clase ABC -Ratio de rotación -Registro de entradas y salidas de los productos. -Número de oferta y demanda mensual	Entrevista	Nominal

VARIABLE DEPENDIENTE	<p>Es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, tanto, así como financieros y humanos con el fin de alcanzar éxito.</p> <p>La rentabilidad va a ser medida teniendo en cuenta las dimensiones económicas y financieras de la empresa</p>	Económica	<p>-Porcentaje de costos de ventas</p> <p>-Margen sobre ventas</p> <p>-Margen de beneficios</p> <p>-Margen utilidad bruta</p>	Guía de Entrevista	Ordinal
RENTABILIDAD	<p>Santiesteban, E; Fuentes, V; Leyva E; Lozada, D; Cantero, H (2011)</p>	Financiera	<p>-Ratios Financieros</p> <p>-Margen de utilidades de operaciones</p> <p>-Prestamos financieros</p> <p>-Análisis de Estados financieros</p>	Ficha de Análisis documental	Nominal

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 02: Instrumentos de recolección de datos

Encuesta

VARIABLE: Metodología ABC

CUESTIONARIO

Objetivo

Recopilar información con el propósito de desarrollar el proyecto de investigación titulada: metodología ABC para incrementar la rentabilidad en el minimarket “Kiarita” del distrito la victoria -Chiclayo - 2020

INSTRUCCIONES:

La siguiente guía contiene preguntas básicas que debes leer detenidamente, recuerda contestar de manera clara y concisa.

1. Nunca 2. Rara vez 3. Ocasionalmente 4. Frecuentemente 5. Muy frecuentemente

DIMENSIÓN	INDICADORES	METODOLOGÍA ABC ITEMS	Escala de medición				
			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
COSTOS	Ingresos y egresos de la mercadería	1. De acuerdo a su nivel de salida ¿Se clasifican los productos de forma ordenada en la empresa?					
	Costo unitario	2. ¿El costo unitario obtenido por producto es apropiado para la empresa?					

	Precio de venta	3. ¿El precio de venta es accesible para los consumidores?					
	Costo de ventas	4. ¿Se maneja un registro de costo de ventas de los productos en la empresa?					
CANTIDAD	Cantidad de productos de clases ABC	5. ¿Se registra la mercadería de la empresa?					
	Ratio de rotación	6. ¿La rotación de los productos es constante en la empresa?					
	Número de oferta y demanda mensual	7. ¿Se cuantifica de manera anual la demanda de los productos en la empresa?					
		8. ¿Se compra productos de manera semanal en la empresa?					
		9. ¿Se registran los productos en stock semanalmente en la empresa?					

Registro de entradas y salidas de los productos	10. ¿Se clasifican los productos de acuerdo a su precio?					
	11. ¿Los productos perecibles salen de manera inmediata en la empresa?					
	12. ¿Los productos vencidos son cambiados en su totalidad por los proveedores?					
	13. ¿Se maneja un stock adecuado por producto en las ventas diarias?					
	14. ¿Se realiza un control de los pedidos de los proveedores?					
	15. ¿Con que frecuencia se rige la necesidad de implementar un sistema de registro de entradas y salidas de los productos en la empresa?					

Instrumento: Guía de entrevista

Entrevista realizada para el área estratégica de la empresa:

NOMBRES DEL ENTREVISTADO: Doris María Herrera Horna

VARIABLE: Rentabilidad

FECHA:

INTRODUCCIÓN: La presente entrevista nos permitirá recopilar información importante con la cual lograremos analizar los datos respecto a la mejora de la rentabilidad del minimarket “Kiarita” del distrito la victoria -Chiclayo - 2020

1. ¿Los productos se encuentra almacenados de forma ordenada en la empresa?

2. ¿Crees que con un mayor capital aumentaría la rentabilidad de la empresa con respecto al año anterior?

3. ¿Considera Ud. que el margen de beneficio permitirá obtener mayor rentabilidad en la empresa?

4. ¿Crees que con los ingresos fijos incrementaría la rentabilidad con el año anterior?

5. ¿Cuenta Ud. actualmente con un préstamo financiero?

6. En su opinión, ¿Los préstamos financieros logran obtener liquidez en la empresa?

7. ¿Se generan pérdidas por productos vencidos en la empresa?

8. ¿Las empresas proveedoras facilitan los cambios de productos cuando estos vencen?

9. ¿Cree Ud. que el margen de ganancia sobre ventas es rentable en la empresa?

10. ¿Se cuantifica la ganancia del margen del beneficio en la empresa?

11. ¿El % de costo de ventas de los productos es rentable para la empresa?

12. ¿Se genera margen de utilidad bruta por cada producto vendido en la empresa?

13. ¿Se realiza anualmente los estados financieros en la empresa?

14. ¿El margen de utilidad operativa es beneficioso para la empresa?

15. ¿La empresa sería más eficiente con un sistema de gestión de inventario?

Instrumento: Guía de entrevista

Entrevista realizada para el experto

NOMBRES DEL ENTREVISTADO: CARLOS BACA RAZURI

VARIABLE: Metodología ABC

FECHA:28/04/21

INTRODUCCIÓN La presente entrevista nos permitirá recopilar, analizar y complementar información importante para la clasificación de los productos del minimarket “Kiarita” del distrito la victoria -Chiclayo - 2020

1. En su opinión ¿Cómo definiría la metodología ABC?

2. Con respecto a su clasificación y a su nivel de importancia, ¿Qué productos son los que se ubicarían en la clase A?

3. Con respecto a su clasificación y a su nivel de importancia, ¿Qué productos son los que se ubicarían en la clase B?

4. Con respecto a su clasificación y a su nivel de importancia, ¿Qué productos son los que se ubicarían en la clase C?

5. A su opinión ¿Qué ventajas se obtendrían al implementar esta metodología en una micro empresa?

6. Con respecto a su experiencia laboral. ¿La metodología es factible en las empresas que Ud. ha evaluado?

7. ¿Qué beneficios se obtendrían al proponer la metodología ABC en una microempresa?

8. ¿Cabe la posibilidad que la metodología ABC nos permita obtener mayor rentabilidad en una microempresa?

9. ¿Qué desventajas se pueden obtener en la metodología ABC de una pequeña empresa?

10. ¿Cuáles son los requisitos para implementar la metodología ABC en las empresas?

Instrumento: Guía de análisis documentaria

Objetivo: Agregar datos de documentos del flujo de caja de la empresa.

Guía de análisis documentario: Rentabilidad económica

FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL					
Investigadores	• TONGO HERRERA JAIR ENRIQUE		Fecha de inicio	ENERO 2019	
	• GOICOCHEA NEYRA YAHAIRA		Fecha de termino	DICIEMBRE 2020	
Empresa investigada	MNIMARKET KIARITA				
Investigar la causa	RENTABILIDAD ECONOMICA				
Proyecto de investigación	METODOLOGÍA ABC PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN EL MINIMARKET "KIARITA" DEL DISTRITO LA VICTORIA -CHICLAYO – 2020.				
RENTABILIDAD ECONOMICA					
Productos / Precio	VENTAS	COSTO DE VENTAS	UTILIDAD BRUTA	UTILIDAD OPERATIVA	UTILIDAD NETA
Año 2019					
Año 2020					

Instrumento: Guía de análisis documentaria

Objetivo: Agregar datos de documentos del balance de resultados de la empresa.

Guía de análisis documentario: Rentabilidad financiera

FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL						
Investigadores	• TONGO HERRERA JAIR ENRIQUE	Fecha inicio.	de ENERO – DICIEMBRE 2019			
	• GOICOCHEA NEYRA YAHAIRA	Fecha término.	de ENERO- DICIEMBRE 2020			
Empresa investigada	MNIMARKET KIARITA					
Investigar la causa	RENTABILIDAD FINANCIERA					
Proyecto de investigación	METODOLOGÍA ABC PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN EL MINIMARKET “KIARITA” DEL DISTRITO LA VICTORIA -CHICLAYO – 2020.					
RENTABILIDAD FINANCIERA						
RATIOS FINANCIEROS	Liquidez	Endeudamiento	Gestión	Rentabilidad	ROA	ROE
PERIODO						
AÑO 2019						
AÑO 2020						

ANEXO 03: Calculo del tamaño de la muestra.

Análisis de fiabilidad

[Conjunto_de_datos0]

Escala: TODAS LAS VARIABLES

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	10	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,942	15

Análisis de fiabilidad

[Conjunto_de_datos0]

Escala: TODAS LAS VARIABLES

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,942	15

ANEXO 4 Validez y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos.

Encuesta

1. DATOS GENERALES:

1.1 Título Del Trabajo De Investigación:

Metodología ABC para incrementar la rentabilidad en el Minimarket "Kiarita" del distrito La Victoria -Chiclayo – 2020.

1.2 Investigador (a) (es):

- Goicochea Neyra Yahaira Lizbeth.
- Tongo Herrera Jair Enrique.

2. ASPECTOS A VALIDAR:

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20	Baja 21-40	Regular 41-60	Buena 61-80	Muy buena 81-100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.	---	---	---	70	---
Objetividad	Está expresado en conductas observables.	---	---	---	75	---
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.	---	---	50	---	---
Organización	Existe una organización lógica.	---	---	60	---	---
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	---	---	---	70	---
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.	---	---	---	70	---
Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos	---	---	---	80	---
Coherencia	Existe coherencia entre los índices, dimensiones e indicadores.	---	---	---	75	---
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.	---	---	---	75	---
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación.	---	---	---	70	---

PROMEDIO DE VALORACIÓN

70

3. OPINION DE APLICABILIDAD:

La encuesta cubre pertinentemente las variables a aplicar en el estudio, sin embargo, debe ser estructurada de forma tal que fluya naturalmente ante el entrevistado, con la intención de obtener la mayor cantidad de información posible del participante.

4. Datos del Experto:

Nombre y apellidos: Luis Panta Monteza.

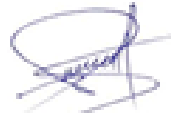
DNI:

16674495.

Grado académico: Magister

Centro de Trabajo:

Universidad de Chiclayo.


Firma

Chiclayo, 06 de noviembre de 2020

Fecha

Encuesta

1. DATOS GENERALES:

1.1 Título Del Trabajo De Investigación:

Metodología ABC para incrementar la rentabilidad en el Minimarket "Kiarita" del distrito La Victoria -Chiclayo – 2020.

1.2 Investigador (a) (es):

- Goicochea Neyra Yahaira Lizbeth.
- Tongo Herrera Jair Enrique.

2. ASPECTOS A VALIDAR:

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20	Baja 21-40	Regular 41-60	Buena 61-80	Muy buena 81-100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.					90
Objetividad	Está expresado en conductas observables.					90
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					90
Organización	Existe una organización lógica.					95
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					100
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					100
Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos					100
Coherencia	Existe coherencia entre los índices, dimensiones e indicadores.					97
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					95
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación.					100

PROMEDIO DE VALORACIÓN

95.70

3. OPINION DE APLICABILIDAD:

Buscar una comunicación flexible para poder comprender las deficiencias de la empresa.

4. Datos del Experto:



5. Datos del Experto:

Nombre y apellidos: Alan Robert Ruiz Neira

DNI: 71579751

Grado académico: Magister

Centro de Trabajo: Negocios

Encuesta

1. DATOS GENERALES:

1.1 Título Del Trabajo De Investigación:

Metodología ABC para incrementar la rentabilidad en el Minimarket "Kiarita" del distrito La Victoria -Chiclayo – 2020.

1.2 Investigador (a) (es):

- Goicochea Neyra Yahaira Lizbeth.
- Tongo Herrera Jair Enrique.

2. ASPECTOS A VALIDAR:

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20	Baja 21-40	Regular 41-60	Buena 61-80	Muy buena 81-100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.					85
Objetividad	Está expresado en conductas observables.				80	
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				75	
Organización	Existe una organización lógica.				75	
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				80	
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				80	
Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos				75	
Coherencia	Existe coherencia entre los índices, dimensiones e indicadores.				75	
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				80	
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación.					81

PROMEDIO DE VALORACIÓN

78.60

3. OPINION DE APLICABILIDAD:

Una encuesta con mucha claridad y con bastante potencial a desarrollar.

Datos del Experto.

Nombre y apellidos: Syntia Karina Rojas Paz

DNI: 46318062

Grado académico: Magister

Centro de Trabajo: GANDULES INC.

FIRMA

FECHA: 12.11.2020

Entrevista

1. DATOS GENERALES:

1.1 Título Del Trabajo De Investigación:

Metodología ABC para incrementar la rentabilidad en el Minimarket "Kiarita" del distrito La Victoria -Chiclayo – 2020.

1.2 Investigador (a) (es):

- Goicochea Neyra Yahaira Lizbeth.
- Tongo Herrera Jair Enrique.

3. ASPECTOS A VALIDAR:

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20	Baja 21-40	Regular 41-60	Buena 61-80	Muy buena 81-100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado	---	---	---	80	---
Objetividad	Está expresado en conductas observables	---	---	60	---	---
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología	---	---	50	---	---
Organización	Existe una organización lógica	---	---	---	70	---
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad	---	---	---	70	---
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de la estrategia.	---	---	---	75	---
Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos	---	---	---	80	---
Coherencia	Existe coherencia entre los índices, dimensiones e indicadores	---	---	---	65	---
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico	---	---	---	60	---
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación	---	---	---	70	---

PROMEDIO DE VALORACIÓN

70

5. OPINION DE APLICABILIDAD:

Lo rescatable es que el instrumento de entrevista está redactado en lenguaje sencillo y apropiado. Con la calidad de las preguntas el entrevistado no debe sentirse invadido.

Llega al objetivo de levantar información del negocio y el entorno.

7. Datos del Experto:

Nombre y apellidos: Luis Panta Monteza.

DNI: 16674495.

8. Grado académico: Magister

Centro de Trabajo: Universidad de Chiclayo.



Firma

Chiclayo, 06 de noviembre de 2020

Fecha

Entrevista

1. DATOS GENERALES:

1.1 Título Del Trabajo De Investigación:

Metodología ABC para incrementar la rentabilidad en el Minimarket "Kiarita" del distrito La Victoria -Chiclayo – 2020.

1.2 Investigador (a) (es):

- Goicochea Neyra Yahaira Lizbeth.
- Tongo Herrera Jair Enrique.

2. ASPECTOS A VALIDAR:

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20	Baja 21-40	Regular 41-60	Buena 61-80	Muy buena 81-100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado					100
Objetividad	Está expresado en conductas observables					100
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					100
Organización	Existe una organización lógica					100
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					95
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					95
Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos					100
Coherencia	Existe coherencia entre los índices, dimensiones e indicadores					100
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					95
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación					100

PROMEDIO DE VALORACIÓN

98.50

3. OPINION DE APLICABILIDAD:

Dar a conocer a los entrevistados sobre el tema y la finalidad que tiene la aplicación de la aplicación ABC.

4. Datos del Experto:

Nombre y apellidos: Alan Robert Ruiz Neira
Grado académico: Magister


DNI: 71579751
Centro de Trabajo: Negocios

Entrevista

1. DATOS GENERALES:

1.1 Título Del Trabajo De Investigación:

Metodología ABC para incrementar la rentabilidad en el Minimarket "Kjarita" del distrito La Victoria -Chiclayo – 2020.

1.2 Investigador (a) (es):

1.2.1 Goicochea Neyra Yahaira Lizbeth.

1.2.2 Tongo Herrera Jair Enrique.

2. ASPECTOS A VALIDAR:

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20	Baja 21-40	Regular 41-60	Buena 61-80	Muy buena 81-100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado					81
Objetividad	Está expresado en conductas observables				80	
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				75	
Organización	Existe una organización lógica				75	
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				80	
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de la estrategias				80	
Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos				80	
Coherencia	Existe coherencia entre los índices, dimensiones e indicadores				80	
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				78	
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación				80	

PROMEDIO DE VALORACIÓN

78.90

3. OPINION DE APLICABILIDAD:

Una encuesta clara y precisa a lo que se quiere investigar y obtener como datos aplicables para la investigación.

Datos del Experto:

Nombre y apellidos: Syntia Karina Rojas Paz

DNI: 46318062

Grado académico: Magister

Centro de Trabajo: GANDULES INC.


FIRMA

Análisis documental

1. DATOS GENERALES:

1.1 Título Del Trabajo De Investigación:

Metodología ABC para incrementar la rentabilidad en el Minimarket "Kiarita" del distrito La Victoria -Chiclayo – 2020.

1.2 Investigador (a) (es):

- Goicochea Neyra Yahaira Lizbeth.
- Tongo Herrera Jair Enrique.

2. ASPECTOS A VALIDAR:

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20	Baja 21-40	Regular 41-60	Buena 61-80	Muy buena 81-100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado	---	---	45	---	---
Objetividad	Está expresado en conductas observables	---	---	---	65	---
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología	---	---	50	---	---
Organización	Existe una organización lógica	---	---	---	65	---
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad	---	---	---	65	---
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de la estrategia.	---	---	---	65	---
Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos	---	---	---	65	---
Coherencia	Existe coherencia entre los índices, dimensiones e indicadores	---	---	---	65	---
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico	---	---	---	65	---
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación	---	---	---	65	---

PROMEDIO DE VALORACIÓN

62

3. OPINION DE APLICABILIDAD:

La información incluida en el desarrollo de la exposición debe ser reconsiderada en su revisión, con el objetivo de ser mejorada para su claridad y fácil entendimiento.
La organización de la información de sustento también debe ser revisada.

4. Datos del Experto:

Nombre y apellidos: Luis Panta Monteza. DNI: 16674495.
 Grado académico: Magister Centro de Trabajo: Universidad de Chiclayo


 Firma

Chiclayo, 06 de noviembre de 2020
 Fecha

Análisis documental

2. DATOS GENERALES:

a. Título Del Trabajo De Investigación:

Metodología ABC para incrementar la rentabilidad en el Minimarket "Kiarita" del distrito La Victoria -Chiclayo – 2020.

b. Investigador (a) (es):

- Goicochea Neyra Yahaira Lizbeth.
- Tongo Herrera Jair Enrique.

3. ASPECTOS A VALIDAR:

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20	Baja 21-40	Regular 41-60	Buena 61-80	Muy buena 81-100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado				80	
Objetividad	Está expresado en conductas observables				75	
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					95
Organización	Existe una organización lógica					90
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					85
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de la estrategia.				75	
Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos				80	
Coherencia	Existe coherencia entre los índices, dimensiones e indicadores					85
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					95
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación					100

PROMEDIO DE VALORACIÓN

86.00

4. OPINION DE APLICABILIDAD:

Dar a conocer a los entrevistados sobre el tema y la finalidad que tiene la aplicación de la aplicación ABC.

5. Datos del Experto:

Nombre y apellidos: Alan Robert Ruiz Neira

Grado académico: Magister

Centro de Trabajo: Negocios



DNI: 71579751

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Análisis documental.

1. DATOS GENERALES:

1.1 Título Del Trabajo De Investigación:

Metodología ABC para incrementar la rentabilidad en el Minimarket "Kiarita" del distrito La Victoria -Chiclayo – 2020.

1.2 Investigador (a) (es):

- Goicochea Neyra Yahaira Lizbeth.
- Tongo Herrera Jair Enrique.

2. ASPECTOS A VALIDAR:

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20	Baja 21-40	Regular 41-60	Buena 61-80	Muy buena 81-100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado				80	
Objetividad	Está expresado en conductas observables				80	
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				80	
Organización	Existe una organización lógica				80	
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				80	
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de la estrategias				80	
Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos				80	
Coherencia	Existe coherencia entre los índices, dimensiones e indicadores				80	
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				80	
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación				80	

PROMEDIO DE VALORACIÓN

80

3. OPINION DE APLICABILIDAD:

.....

4. Datos del Experto:

Nombre y apellidos: Sebastián Ramón LLontop

DNI 16628148

Grado académico: Doctor en Contabilidad y Finanzas **Centro de Trabajo:** Universidad Particular de Chiclayo

Firma:  Fecha: 11-11-2020

ANEXO 05: Autorización y aplicación del instrumento firmado por la respectiva autoridad



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

"AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD"

Pimentel, 3 de noviembre del 2020

CARTA N° 018-2020-UCV-CH-EPA

Señor (a):
DORIS MARÍA HERRERA HORNA
Representante de "MINIMARKET KIARITA"

ASUNTO: PERMISO PARA TRABAJO DE INVESTIGACION

De mi especial consideración:

Es grato expresarle mis saludos a nombre de la Universidad César Vallejo de Chiclayo y desearle todo tipo de éxitos en su gestión al frente de su representada.

A la vez presentarle a los estudiantes TONGO HERRERA JAIR ENRIQUE Y GOICOCHEA NEYRA YAHAIRA LIZBETH quienes son alumnos del IX ciclo de nuestra casa superior de estudios de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Empresariales; desea obtener información para su proyecto de investigación titulado "METODOLOGIA ABC PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN EL MINIMARKET KIARITA DEL DISTRITO LA VICTORIA CHICLAYO 2020".

En ese sentido, solicito a su despacho el permiso correspondiente, de ser así, sirvase comunicarnos por escrito o email a administración.civ@ucv.edu.pe.

Agradeciendo por anticipado la atención que brinde a la presente, me despido. |

Atentamente,

Mgtr. Cesar E. Pinedo Lozano
Coordinador de la Escuela de Administración



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

RESOLUCIÓN DE CARRERA PROFESIONAL N° 0204-2021-UCV-VA-P01-F02/

Chiclayo, 15 de julio de 2021

VISTO:

El informe de la asesora Mgtr. Patricia Ivonne Chavez Rivas sobre el registro de investigaciones presentado a la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo – Campus Chiclayo, el cual solicita se emita la Resolución de Aprobación de Proyecto de Investigación, y:

CONSIDERANDO:

Que, el artículo 31° del Reglamento de Investigación señala: SE ENTIENDE POR PROYECTO DE INVESTIGACIÓN EL PLAN QUE PRESENTA LA ELABORACIÓN SISTEMÁTICA DE UN PROBLEMA CIENTÍFICO CON UNA ESTRUCTURA TEÓRICA METODOLÓGICA EN LA CUAL SE DEFINE CLARAMENTE LOS COMPONENTES CIENTÍFICOS Y ADMINISTRATIVOS A PARTIR DE LOS CUALES SE PUEDE EVALUAR LA CALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.]

Que, en el artículo 6° del Reglamento de Investigación en su Capítulo I, señala: LAS INVESTIGACIONES QUE PUEDAN DESARROLLAR LAS FACULTADES DEBERÁN OBSERVAR LAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN ESTABLECIDAS POR LAS UNIDADES ACADÉMICAS ADSCRITAS A LA MISMA.

Que, el alumno (a) GOICOCHEA NEYRA YAHAIRA LIZBETH y TONGO HERRERA JAIR ENRIQUE , ha sustentado ante el (la) docente Mgtr. Patricia Ivonne Chavez Rivas, obteniendo nota aprobatoria y ha cumplido con los requisitos establecidos por la Ley Universitaria N° 30220 y el Reglamento de Investigación:

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO 1°: APROBAR el Proyecto de Investigación titulado Metodología ABC para incrementar la rentabilidad en el Minimarket "Kiarita" del distrito La Victoria -Chiclayo - 2020 cuya Línea de Investigación es: FINANZAS , a cargo del (la) alumno(s) GOICOCHEA NEYRA YAHAIRA LIZBETH y TONGO HERRERA JAIR ENRIQUE de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo – Campus Chiclayo.

ARTÍCULO 2°: DESIGNAR como docente asesor a la Mgtr. Patricia Ivonne Chavez Rivas, del proyecto de investigación mencionado en el Artículo Primero.

REGÍSTRESE, COMUNIQUESE Y ARCHÍVESE.



ANEXO 6

MINIMARKET KIARITA			MINIMARKET KIARITA			MINIMARKET KIARITA		
	PRODUCTOS	PRECIOS		PRODUCTOS	PRECIOS		PRODUCTOS	PRECIOS
1	ACEITE CAPRI DE 1L	7.01	31	COCOA GRANDE	1.20	61	GASEOSA FANTA 500 ML	1.95
2	ACEITE COCINERO 1L	7.15	32	COCOA PEQUENA	0.60	62	GASEOSA FANTA DE 3 L	8.00
3	ACEITE CRISTALINO DE 500 ML	3.51	33	COLONIAS PARA ADULTOS	45.50	63	GASEOSA GUARANA 500 ML	1.50
4	ACEITE CRISTALINO DE 1L	7.01	34	COLONIAS PARA NIÑOS	32.50	64	GASEOSA INCA COLA 500 ML	2.02
5	ACEITE DELEITE DE 1L	5.50	35	DESODORANTE EN FRASCO	31.20	65	GASEOSA ORO DE 500 ML	1.04
6	ACEITE FRIOL DE 250 ML	1.70	36	DETERGENTE ACE DE 330G	3.25	66	GASEOSA PEPSI 500 ML	1.81
7	ACEITE FRIOL DE 500 ML	3.51	37	DETERGENTE ACE 500 G	7.15	67	GASEOSA PEPSI DE 750 ML	2.20
8	ACEITE LA PTRONA DE 500 ML	3.51	38	DETERGENTE ARIEL 500 G	7.15	68	GASEOSA SPRITE 500 ML	1.95
9	ACEITE PRIMOR DE 1L	8.50	39	DETERGENTE MARSELLA DE 500 G	3.90	69	GATORADE 500ML	2.00
10	ACEITE TOTTUS DE 1L	5.50	40	DETERGENTE OPAL 500 G	5.20	70	GELATINA	3.30
11	ACONCAQUA	9.10	41	DETERGENTE OPAL DE 330 G	3.25	71	GRATED DONA GUMMY	3.20
12	AGUA BENEDICTINO 3L	3.00	42	DETERGENTE PATITO	1.20	72	HARINA	6.50
13	AGUA CIELO 2.5L	3.00	43	FIDEO DON VITTORIO DE 500 G	3.00	73	HARINA BLANCA FLOR	10.00

	BENEDICTINO 500ML	1.00	45	FILETE FANNY	5.50	75	HARINA TOTTUS	6.01
16	AGUA SAN CARLOS CON GAS 500 ML	1.20	46	FILETE PRIMOR	5.50	76	INCA COLA 1L	3.00
17	AGUA SAN CARLOS SIN GAS 500 ML	1.20	47	FILETE REAL	5.50	77	INCA COLA 2.5 L	7.01
18	AGUA SAN LUIS 2.5L	4.03	48	FRASCO DE KIRMA GRANDE	13.00	78	INCA COLA DE 3L	10.53
19	AGUA SAN LUIS 675 ML	1.50	49	FRASCO DE ECCO GRANDE	22.10	79	JABONCILLO HENO PRAVIA	3.51
20	AGUA SAN MATEO 2.5L	4.03	50	FRASCO DE MILO GRANDE	18.20	80	JABONCILLO PROTEx	3.20
21	AGUA SAN MATEO 500 ML	1.50	51	FRUGO DE 1.5L	5.50	81	JUGUETES	32.50
22	AJINOMEN	1.30	52	FRUGOS DE 500 ML	1.20	82	KOLYNOS COLGATE	5.01
23	AQUARIUS DE 500 ML	2.00	53	GASEOSA CRUSH DE 3L	7.02	83	KOLYNOS DENTO TRIPLE ACCION	3.51
24	ATUN A1	2.70	54	GASEOSA BIG COLA DE 3L	6.01	84	KOLYNOS PEQUEÑO	1.81
25	CAJETILLA DE CIGARRO CARIBE	12.00	55	GASEOSA BIG COLA DE 500 ML	1.04	85	LECHE ANCHOR	3.50
26	CAJETILLA DE CIGARROS HAMILTON	18.01	56	GASEOSA COCA COLA 1 L	3.00	86	LECHE CONDENSADA GRANDE	5.85
27	CAJETILLA DE CIGARROS LUCKIE	22.00	57	GASEOSA COCA COLA 2.5 L	7.01	87	LECHE CONDENSADA PEQUEÑA	2.20

28	CHAMPAGNE	22.10	58	GASEOSA COCA COLA 500 ML	2.00	88	LECHE GLORIA AZUL CHICA	2.00
29	CIFRUT DE GRANADILLA 500 ML	1.20	59	GASEOSA COCA COLA DE 3L	10.53	89	LECHE GLORIA AMARILLA CHICA	2.00
30	CIFRUT DE NARANJA DE 500 ML	1.20	60	GASEOSA CONCORDIA 500ML	1.50	90	LECHE GLORIA AMARILLA GRANDE	3.71
91	LECHE GLORIA AZUL GRANDE	3.50	110	PEPSI DE 3L	8.00	129	SIX PACK DE CERVEZA PILSEN	24.00
92	LECHE GLORIA ROJA GRANDE	3.71	111	PISCO QUEIROLO	27.30	130	SIX PACK DE CORONAS	22.00
93	LECHE IDEAL AMANECER GRANDE	3.00	112	POLOS CABALLEROS	45.01	131	SPORADE 500 ML	2.00
94	LECHE IDEAL CREMOSITA GRANDE	3.30	113	POLVO DE HORNEAR	1.20	132	SPRITE 2.5 L	7.01
95	LECHE NAN PARA 2 NIÑOS	4.50	114	POWERADE 500 ML	2.47	133	TABLETA DE SOL DE CUSCO	1.00
96	LECHE NAN PARA 3 NIÑOS	4.50	115	PULP DE 1L	3.20	134	VINO	19.50
97	MANTEQUILLA EN BARRA	26.00	116	RON CARTAVIO DE 2L 750ML	42.00	135	WISKY	45.50
98	MANTEQUILLA EN POTE	6.01	117	RON CARTAVIO CHATA	8.50	136	WISKY OLTIME DE 1L	28.00
99	MAYONESA GRANDE	13.81	118	RON CARTAVIO DE 1L	28.00	137	WISKY OLTIME DE 750 ML	23.01
100	MAYONESA PEQUEÑAS	0.38	119	RON CARTAVIO DE 750 ML	23.01	138	YOGURT GLORIA DE 1L	6.01
101	MAYONESA PEQUEÑAS	3.80	120	ROPA PARA NIÑOS	23.01	139	YOGURT YOFRESH 1L	6.50

102	MERMELADA GRANDE	1.20	121	SAL DE 1K	1.42			
103	MERMELADA PEQUEÑA	0.81	122	SEMOLA	1.50			
104	MOCHILAS PARA NIÑAS	52.00	123	SHAMPOO H&S EN FRASCO	18.01			
105	MOCHILAS PARA NIÑOS	52.00	124	SHAMPOO PANTENE EN FRASCO	18.01			
106	ORO DE 3L	6.01	125	SHAMPOO JHONSON	18.01			
107	PANTALONES JEANS	52.00	126	SIX PACK DE CERVEZA CRISTAL	24.70			
108	PAPEL HIGIENICO X 2	2.00	127	SIX PACK DE GUARANA 250	16.90			
109	PAPEL HIGIENICO X 4	4.02	128	SIX PACK DE CERVEZA NEGRA	24.00			

ANEXO 7

Encuesta para trabajadores del Minimarket "Kiarita"

OBJETIVO: Recopilar información con el propósito de desarrollar el proyecto.

***Obligatorio**

Variable a medir: Metodología ABC

Nombre *

Tu respuesta _____

1. De acuerdo a su nivel de salida ¿Se clasifican los productos de forma ordenada en la empresa?

- Nunca
- Rara vez
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

2. ¿El costo unitario obtenido por producto es apropiado para la empresa?

- Nunca
- Rara vez
- Ocasionalmente
- Frecuentemente

3. ¿Se maneja un registro por costo unitario de los productos en la empresa?

- Nunca
- Rara vez
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

4. ¿Se maneja un registro de costo de ventas de los productos en la empresa?

- Nunca
- Rara vez
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

5. ¿Se registra la mercadería de la empresa?

- Nunca
- Rara vez
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

6. ¿La rotación de los productos es constante en la empresa?

- Nunca
- Rara vez

ANEXO 8

BASE DE DATOS - Excel (Error de activación de productos) Yahaira Lizbeth Goicochea Neyra

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Programador Ayuda ¿Qué desea hacer? Compartir

Calibri 11 Fuente Alineación Número Estilos Celdas Edición

G40

MINIMARKET KIARITA							
PRODUCTOS	PRECIO DE COMPRA	PRODUCTOS	PRECIO DE COMPRA	PRODUCTOS	PRECIO DE COMPRA	PRODUCTOS	PRECIO DE COMPRA
MAYONESA PEQUEÑAS	S/ 0.29	LECHE NAN PARA 2 NIÑOS	S/ 3.46	LECHE GLORIA AZUL CHICA	S/ 1.54	RON CARTAVIO CHATA	S/ 6.54
COCOA PEQUEÑA	S/ 0.46	LECHE NAN PARA 3 NIÑOS	S/ 3.46	LECHE GLORIA AMARILLA CHICA	S/ 1.54	ACONCAGUA	S/ 7.00
MERMELADA PEQUEÑA	S/ 0.62	KOLYDOS COLGATE	S/ 3.85	PAPEL HIGIENICO X2	S/ 1.54	HARINA BLANCA FLOR	S/ 7.69
AGUA CIELO 500ML	S/ 0.77	DETERGENTE OPAL 500 G	S/ 4.00	SPORADE 500 ML	S/ 1.54	GASEOSA COCA COLA DE 3L	S/ 8.10
AGUA SAN BENEDICTINO 500ML	S/ 0.77	ACEITE DELEITE DE 1L	S/ 4.23	GASEOSA INCA COLA 500 ML	S/ 1.55	INCA COLA DE 3L	S/ 8.10
TABLETA DE SOL DE CUSCO	S/ 0.77	ACEITE TOTTUS DE 1L	S/ 4.23	GASEOSA PEPSI DE 750 ML	S/ 1.69	CAJETILLA DE CIGARRO CARIBE	S/ 9.23
GASEOSA BIG COLA DE 500 ML	S/ 0.80	FILETE FANNY	S/ 4.23	LECHE CONDENSADA PEQUEÑA	S/ 1.69	FRASCO DE KIRIMA GRANDE	S/ 10.00
GASEOSA ORO DE 500 ML	S/ 0.80	FILETE PRIMOR	S/ 4.23	POWERADE 500 ML	S/ 1.90	MAYONESA GRANDE	S/ 10.62
AGUA SAN CARLOS CON GAS 500 ML	S/ 0.92	FILETE REAL	S/ 4.23	ATUN A1	S/ 2.08	SIX PACK DE GUARANA 250	S/ 13.00
AGUA SAN CARLOS SIN GAS 500 ML	S/ 0.92	FRUGO DE 1.5L	S/ 4.23	AGUA BENEDICTINO 3L	S/ 2.31	CAJETILLA DE CIGARROS HAMILTON	S/ 13.85
CIFRUT DE GRANADILLA 500 ML	S/ 0.92	LECHE CONDENSADA GRANDE	S/ 4.50	AGUA CIELO 2.5L	S/ 2.31	SHAMPOO H&S EN FRASCO	S/ 13.85
CIFRUT DE NARANJA DE 500 ML	S/ 0.92	FIDE DON VITTORIO DE 1KG	S/ 4.62	FIDE DON VITTORIO DE 500 G	S/ 2.31	SHAMPOO PANTENE EN FRASCO	S/ 13.85
COCOA GRANDE	S/ 0.92	GASEOSA BIG COLA DE 3L	S/ 4.62	GASEOSA COCA COLA 1 L	S/ 2.31	SHAMPOO JHONSON	S/ 13.85
DETERGENTE PATITO	S/ 0.92	HARINA TOTTUS	S/ 4.62	INCA COLA 1L	S/ 2.31	FRASCO DE MILO GRANDE	S/ 14.00
FRUGOS DE 500 ML	S/ 0.92	MANTEQUILLA EN POTE	S/ 4.62	LECHE IDEAL AMANECER GRANDE	S/ 2.31	VINO	S/ 15.00
MERMELADA GRANDE	S/ 0.92	ORO DE 3L	S/ 4.62	GRATED DOÑA GUMMY	S/ 2.46	CAJETILLA DE CIGARROS LUCKIE	S/ 16.92
POLVO DE HORNEAR	S/ 0.92	YOGURT GLORIA DE 1L	S/ 4.62	JABONCILLO PROTEK	S/ 2.46	SIX PACK DE CORONAS	S/ 16.92
AJINOMEN	S/ 1.00	HARINA GRANO DE ORO	S/ 5.00	PULP DE 1L	S/ 2.46	CHAMPAGNE	S/ 17.00
SAL DE 1K	S/ 1.09	YOGURT YOFRESH 1L	S/ 5.00	DETERGENTE ACE DE 330G	S/ 2.50	FRASCO DE ECCO GRANDE	S/ 17.00
AGUA SAN LUIS 675 ML	S/ 1.15	HARINA BENOTTI	S/ 5.00	DETERGENTE OPAL DE 330 G	S/ 2.50	RON CARTAVIO DE 750 ML	S/ 17.70
AGUA SAN MATEO 500 ML	S/ 1.15	ACEITE CAPRI DE 1L	S/ 5.39	GELATINA	S/ 2.54	ROPA PARA NIÑOS	S/ 17.70
GASEOSA CONCORDIA 500ML	S/ 1.15	ACEITE CRISTALINO DE 1L	S/ 5.39	LECHE IDEAL CREMOSITA GRANDE	S/ 2.54	WISKY OLTIME DE 750 ML	S/ 17.70
GASEOSA GUARANA 500 ML	S/ 1.15	GASEOSA COCA COLA 2.5 L	S/ 5.39	LECHE ANCHOR	S/ 2.69	SIX PACK DE CERVEZA NEGRA	S/ 18.46
SEMOLA	S/ 1.15	INCA COLA 2.5L	S/ 5.39	LECHE GLORIA AZUL GRANDE	S/ 2.69	SIX PACK DE CERVEZA PILSEN	S/ 18.46
ACEITE FRIOL DE 250 ML	S/ 1.31	SPRITE 2.5L	S/ 5.39	ACEITE CRISTALINO DE 500 ML	S/ 2.70	SIX PACK DE CERVEZA CRISTAL	S/ 19.00
GASEOSA PEPSI 500 ML	S/ 1.39	GASEOSA CRUSH DE 3L	S/ 5.40	ACEITE FRIOL DE 500 ML	S/ 2.70	MANTEQUILLA EN BARRA	S/ 20.00

BASE DE DATOS

77%

ANEXO 9

MINIMARKET "KIARITA"							
CATEGORIAS	PRODUCTOS	CATEGORIAS	PRODUCTOS	CATEGORIAS	PRODUCTOS	CATEGORIAS	PRODUCTOS
ACEITE	ACEITE CAPRI DE 1L	COLONIAS	COLONIAS PARA ADULTOS	BEBIDAS GASEOSAS	GASEOSA CRUSH DE 3L	LECHE	LECHE ANCHOR
	ACEITE COCINERO 1L		COLONIAS PARA NIÑOS		GASEOSA BIG COLA DE 3L		LECHE CONDENSADA GRANDE
	ACEITE CRISTALINO DE 500 ML	DESODORANTE	DESODORANTE EN FRASCO		GASEOSA BIG COLA DE 500 ML		LECHE CONDENSADA PEQUEÑA
	ACEITE CRISTALINO DE 1L		DETERGENTE ACE DE 330G		GASEOSA COCA COLA 1L		LECHE GLORIA AZUL CHICA
	ACEITE DELEITE DE 1L	DETERGENTE	DETERGENTE ACE 500 G		GASEOSA COCA COLA 2.5L		LECHE GLORIA AMARILLA CHICA
	ACEITE FRIOL DE 250 ML		DETERGENTE ARIEL 500 G		GASEOSA COCA COLA 500 ML		LECHE GLORIA AMARILLA GRANDE
	ACEITE FRIOL DE 500 ML		DETERGENTE MARSELLA DE 500 G		GASEOSA COCA COLA DE 3L		LECHE GLORIA AZUL GRANDE
ACEITE LA PATRONA DE 500 ML	DETERGENTE OPAL 500 G		GASEOSA CONCORDIA 500ML		LECHE GLORIA ROJA GRANDE		
ACEITE PRIMOR DE 1L	DETERGENTE OPAL DE 330 G		GASEOSA FANTA 500 ML		LECHE IDEAL AMANECER GRANDE		
ACEITE TOTTUS DE 1L	DETERGENTE PATITO		GASEOSA FANTA DE 3L		LECHE IDEAL CREMOSITA GRANDE		
ACONCAGUA	ACONCAGUA	FIDEO	SEMOLA		GASEOSA GUARANA 500 ML		LECHE NAN PARA 2 NIÑOS
AGUA	AGUA BENEDICTINO 3L		FIDEO DON VITTORIO DE 500 G		GASEOSA INCA COLA 500 ML		LECHE NAN PARA 3 NIÑOS
	AGUA CIELO 2.5L	FIDEO DON VITTORIO DE 1KG	GASEOSA ORO DE 500 ML		SAL DE 1K		
	AGUA CIELO 500ML	FILETE	FILETE FANNY		PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL		POLVO DE HORNEAR
	AGUA SAN BENEDICTINO 500ML		FILETE PRIMOR	SHAMPOO H8S EN FRASCO			
	AGUA SAN CARLOS CON GAS 500 ML		FILETE REAL	SHAMPOO PANTENE EN FRASCO			
	AGUA SAN CARLOS SIN GAS 500 ML	BEBIDAS INSTANTÁNEAS	FRASCO DE KIRMA GRANDE	GASEOSA INCA COLA 1L		SHAMPOO JHONSON	
	AGUA SAN LUIS 2.5L		FRASCO DE ECCO GRANDE	GASEOSA INCA COLA 2.5L		JABONCILLO HENDI PRAVIA	
	AGUA SAN LUIS 675 ML		GELATINA	GASEOSA INCA COLA DE 3L		JABONCILLO PROTEX	
AGUA SAN MATEO 2.5L	COCCA GRANDE		SIX PACK DE GUARANA 250	PAPEL HIGIENICO X 2			
AGUA SAN MATEO 500 ML	COCCA PEQUEÑA		GASEOSA ORO DE 3L	PAPEL HIGIENICO X 4			
AGUA SAN MATEO 500 ML	TABLETA DE SOL DE CUSCO		GASEOSA PEPSI DE 3L	KOLYNDOS COLGATE			
AJINOMEN	AJINOMEN	FRASCO DE MILO GRANDE	GASEOSA SPRITE 2.5L	KOLYNDOS DENTO TRIPLE ACCION			
ATUN	ATUN GRATED DOÑA GUMMY	BEBIDAS ENERGIZANTES	BEBIDAS ALCOHÓLICAS	KOLYNDOS PEQUEÑO			
ATUN A1	POWERADE 500 ML			PISCO QUEIROLO		MANTEQUILLA EN BARRA	
CIGARROS	CAJETILLA DE CIGARRO CARIBE			SPORADE 500 ML		RON CARTAVIO DE 2L 750ML	MANTEQUILLA EN POTE
	CAJETILLA DE CIGARROS HAMILTON	GATOPRADE 500ML		RON CARTAVIO CHATA		MAYONESA GRANDE	
	CAJETILLA DE CIGARROS LUCKIE	HARINA BENOTTI		RON CARTAVIO DE 1L	MAYONESA PEQUEÑAS		
BEBIDAS REFRESCAN	YOGURT GLORIA DE 1L	HARINA BLANCA FLOR		RON CARTAVIO DE 750 ML	MAYONESA REGULAR		
	YOGURT YOPRESH 1L	HARINA GRAND DE ORO		MAYONESA	MERMELADA GRANDE		
	FRUGO DE 1.5L	HARINA TOTTUS			SIX PACK DE CERVEZA CRISTAL	MERMELADA PEQUEÑA	
	AKUARIUS DE 500 ML	JUGUETES		SIX PACK DE CERVEZA NEGRA	SIX PACK DE CERVEZA PILSEN		

ANEXO 10

Microsoft Excel - ¿Qué desea hacer?										
Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Programador Ayuda										
Portapapeles		Fuente		Alineación		Número		Estilos		
Pegar		Calibri 11	Ajustar texto		General		Formato condicional		Dar formato Est como tabla	
T30		X ✓ fx								
A	B	C	F	G	H	K	L	M		
CATEGORIAS	PRODUCTOS	PRECIO DE COMPRA	CATEGORIAS	PRODUCTOS	PRECIO DE COMPRA					
	ACEITE CAPRI DE 1L									
	ACEITE COCINERO 1L	SI 5.50	COLONIAS	COLONIAS PARA ADULTOS	SI 35					
	ACEITE CRISTALINO DE 500 ML	SI 2.70	DESODORANTE	COLONIAS PARA NIÑOS	SI 25.00					
	ACEITE CRISTALINO DE 1L	SI 5.39		DESODORANTE EN FRASCO	SI 24.00					
	ACEITE DE LENTE DE 1L	SI 4.23		DETERGENTE ACE DE 330G	SI 2.50					
	ACEITE FRIDL DE 250 ML	SI 1.31		DETERGENTE ACE 500 G	SI 5.50					
	ACEITE FRIDL DE 500 ML	SI 2.70	DETERGENTE	DETERGENTE ARIEL 500 G	SI 5.50					
	ACEITE LA PATRONA DE 500 ML	SI 2.70		DETERGENTE MARSELLA DE 500 G	SI 3.00					
	ACEITE PRIMOR DE 1L	SI 6.54		DETERGENTE OPAL 500 G	SI 4.00					
	ACEITE TOTTUS DE 1L	SI 4.23		DETERGENTE OPAL DE 330 G	SI 2.50					
	ACONCAGUA	SI 7.00		DETERGENTE PATITO	SI 0.92					
	AGUA BENEDICTINO 3L	SI 2.31	FIDEO	SEMOLA	SI 1.15					
	AGUA CIELO 2.5L	SI 2.31		FIDEO DON VITTORIO DE 500 G	SI 2.31					
	AGUA CIELO 500ML	SI 0.77		FIDEO DON VITTORIO DE 1KG	SI 4.62					
	AGUA SAN BENEDICTINO 500ML	SI 0.77	FILETE	FILETE FANNY	SI 4.23					
	AGUA SAN CARLOS CON GAS 500 ML	SI 0.92		FILETE PRIMOR	SI 4.23					
	AGUA SAN CARLOS SIN GAS 500 ML	SI 0.92		FILETE REAL	SI 4.23					
	AGUA SAN LUIS 2.5L	SI 3.10		FRASCO DE KIRMA GRANDE	SI 10.00					
	AGUA SAN LUIS 675 ML	SI 1.15		FRASCO DE ECCO GRANDE	SI 17.00					
	AGUA SAN MATEO 2.5L	SI 3.10		GELATINA	SI 2.54					
	AGUA SAN MATEO 500 ML	SI 1.15		COCOA GRANDE	SI 0.92					
	AJINOMEN	SI 1.00	BEBIDAS	COCOA PEQUEÑA	SI 0.46					
	ATUN GRATED DOÑA GUMMY	SI 2.46	INSTANTÁNEAS	TABLETA DE SOL DE CUSCO	SI 0.77					
	ATUN A1	SI 2.08		FRASCO DE MILO GRANDE	SI 14.00					
	CAJETILLA DE CIGARRO CARIBE	SI 9.23	BEBIDAS	POWERADE 500 ML	SI 1.90					
	CAJETILLA DE CIGARROS HAMILTON	SI 13.85	ENERGIZANTES	SPORADE 500 ML	SI 1.54					
	CAJETILLA DE CIGARROS LUCKIE	SI 16.92		GATORADE 500ML	SI 1.54					
	YOGURT GLORIA DE 1L	SI 4.62		HARINA BENOTTI	SI 5.00					
	YOGURT YOFRESH 1L	SI 5.00	HARINA	HARINA BLANCA FLOR	SI 7.69					
				HARINA GRAND DE ORD	SI 5.00					

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Programador Ayuda ¿Qué desea hacer?

Calibri 11 A A

N K S Fuente

Alineación

Ajustar texto

Combinar y centrar

General

Número

Formato De condicional

	A	B	C	F	G	H	K
39	BEBIDAS GASEOSAS	GASEOSA BIG COLA DE 500 ML	S/ 0.80	LECHE	LECHE GLORIA AZUL GRANDE	S/ 2.69	
40		GASEOSA COCA COLA 1L	S/ 2.31		LECHE GLORIA ROJA GRANDE	S/ 2.85	
41		GASEOSA COCA COLA 2.5 L	S/ 5.39		LECHE IDEAL AMANECER GRANDE	S/ 2.31	
42		GASEOSA COCA COLA 500 ML	S/ 1.54		LECHE IDEAL CREMOSITA GRANDE	S/ 2.54	
43		GASEOSA COCA COLA DE 3L	S/ 8.10		LECHE NAN PARA 2 NIÑOS	S/ 3.46	
44		GASEOSA CONCORDIA 500ML	S/ 1.15		LECHE NAN PARA 3 NIÑOS	S/ 3.46	
45		GASEOSA FANTA 500 ML	S/ 1.50	MANTEQUILLA	MANTEQUILLA EN BARRA	S/ 20.00	
46		GASEOSA FANTA DE 3L	S/ 6.15		MANTEQUILLA EN POTE	S/ 4.62	
47		GASEOSA GUARANA 500 ML	S/ 1.15	MAYONESA	MAYONESA GRANDE	S/ 10.62	
48		GASEOSA INCA COLA 500 ML	S/ 1.55		MAYONESA PEQUEÑAS	S/ 0.29	
49		GASEOSA ORO DE 500 ML	S/ 0.80		MAYONESA REGULAR	S/ 2.92	
50		GASEOSA PEPSI 500 ML	S/ 1.39	MERMELA	MERMELADA GRANDE	S/ 0.92	
51		GASEOSA PEPSI DE 750 ML	S/ 1.69		MERMELADA PEQUEÑA	S/ 0.62	
52		GASEOSA SPRITE 500 ML	S/ 1.50	MOCHILAS	MOCHILAS PARA NIÑAS	S/ 40.00	
53		GASEOSA INCA COLA 1L	S/ 2.31		MOCHILAS PARA NIÑOS	S/ 40.00	
54		GASEOSAINCA COLA 2.5 L	S/ 5.39	ROPA	ROPA PARA NIÑOS	S/ 17.70	
55		GASEOSA INCA COLA DE 3L	S/ 8.10		PANTALONES JEANS	S/ 40.00	
56		SIX PACK DE GUARANA 250	S/ 13.00		POLOS CABALLEROS	S/ 34.62	
57		GASEOSA ORO DE 3L	S/ 4.62	BEBIDAS ALCOHÓLICAS	PISCO QUEIROLO	S/ 21.00	
58		GASEOSA PEPSI DE 3L	S/ 6.15		RON CARTAVIO DE 2L 750ML	S/ 32.31	
59	GASEOSA SPRITE 2.5 L	S/ 5.39	RON CARTAVIO CHATA		S/ 6.54		
60	SAL DE 1K	S/ 1.09	RON CARTAVIO DE 1L		S/ 21.54		
61	POLVO DE HORNEAR	S/ 0.92	RON CARTAVIO DE 750 ML		S/ 17.70		
62	SHAMPOO H&S EN FRASCO	S/ 13.85	SIX PACK DE CERVEZA CRISTAL		S/ 19.00		
63	SHAMPOO PANTENE EN FRASCO	S/ 13.85	SIX PACK DE CERVEZA NEGRA	S/ 18.46			
64	SHAMPOO JHONSON	S/ 13.85	SIX PACK DE CERVEZA PILSEN	S/ 18.46			
65	JABONCILLO HENO PRAVIA	S/ 2.70	SIX PACK DE CORDONAS	S/ 16.92			
66	JABONCILLO PROTTEX	S/ 2.46	VINO	S/ 15.00			
67	PAPEL HIGIENICO X2	S/ 1.54	WISKY	S/ 35.00			
68	PAPEL HIGIENICO X4	S/ 3.09	WISKY OLTIME DE 1L	S/ 21.54			
69	KOLYNOS COLGATE	S/ 3.85	WISKY OLTIME DE 750 ML	S/ 17.70			
70	KOLYNOS DENTO TRIPLE ACCION	S/ 2.70	CHAMPAGNE	S/ 17.00			
71	KOLYNOS PEQUEÑO	S/ 1.39					

BASE DE DATOS CATEGORIZACION PRECIO DE COMPRA PRECIO DE VENTA

ANEXO 11

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Programador Ayuda ¿Qué desea hacer? Compartir											
Calibri 11 Fuente Alineación Número Estilos Celdas Edición											
N10											
A	B	E	F	G	J	K	L	M	N	O	
CATEGORIAS	PRODUCTOS	PRECIO DE VENTA	CATEGORIAS	PRODUCTOS	PRECIO DE VENTA						
ACEITE	ACEITE CAPRI DE 1L	S/ -	COLONIAS	COLONIAS PARA ADULTOS	S/ 45.50						
	ACEITE COCINERO 1L	S/ 7.15		COLONIAS PARA NIÑOS	S/ 32.50						
	ACEITE CRISTALINO DE 500 ML	S/ 3.51	DETERGENTE	DESODORANTE EN FRASCO	S/ 31.20						
	ACEITE CRISTALINO DE 1L	S/ 7.01		DETERGENTE ACE DE 330G	S/ 3.25						
	ACEITE DELEITE DE 1L	S/ 5.50		DETERGENTE ACE 500 G	S/ 7.15						
	ACEITE FRIOL DE 250 ML	S/ 1.70		DETERGENTE ARIEL 500 G	S/ 7.15						
	ACEITE FRIOL DE 500 ML	S/ 3.51		DETERGENTE MARSELLA DE 500 G	S/ 3.90						
	ACEITE LA PTRONA DE 500 ML	S/ 3.51		DETERGENTE OPAL 500 G	S/ 5.20						
	ACEITE PRIMOR DE 1L	S/ 8.50		DETERGENTE OPAL DE 330 G	S/ 3.25						
	ACEITE TOTTUS DE 1L	S/ 5.50		DETERGENTE PATITO	S/ 1.20						
ACONCAGUA	ACONCAGUA	S/ 9.10		FIDEO	SEMOLA	S/ 1.50					
	AGUA BENEDICTINO 3L	S/ 3.00			FIDEO DON VITTORIO DE 500 G	S/ 3.00					
AGUA	AGUA CIELO 2.5L	S/ 3.00	FIDEO DON VITTORIO DE 1KG		S/ 6.01						
	AGUA CIELO 500ML	S/ 1.00	FILETE	FILETE FANNY	S/ 5.50						
	AGUA SAN BENEDICTINO 500ML	S/ 1.00		FILETE PRIMOR	S/ 5.50						
	AGUA SAN CARLOS CON GAS 500 ML	S/ 1.20		FILETE REAL	S/ 5.50						
	AGUA SAN CARLOS SIN GAS 500 ML	S/ 1.20	FRASCO DE KIRMA GRANDE	S/ 13.00							
	AGUA SAN LUIS 2.5L	S/ 4.03	FRASCO DE ECCO GRANDE	S/ 22.10							
	AGUA SAN LUIS 675 ML	S/ 1.50	GELATINA	S/ 3.30							
	AGUA SAN MATEO 2.5L	S/ 4.03	COCOA GRANDE	S/ 1.20							
	AGUA SAN MATEO 500 ML	S/ 1.50	COCOA PEQUEÑA	S/ 0.60							

ANEXO 12

cuadrantes del listado de productos - Excel (Error de activación de productos) Yahaira

Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Programador Ayuda ¿Qué desea hacer?

Calibri 11 Ajustar texto General

N K S Combinar y centrar Formato condicional Dar formato como tabla Estilos de celda

PRODUCTOS	PRECIO DE COMPRA	PRECIO DE VENTA	PRODUCTOS	PRECIO DE COMPRA	PRECIO DE VENTA
MAYONESA PEQUEÑAS	Si. 0.29	Si. 0.38	JABONCILLO PROTEX	Si. 2.46	Si. 3.20
COCCA PEQUEÑA	Si. 0.46	Si. 0.60	PULP DE 1L	Si. 2.46	Si. 3.20
MERMELADA PEQUEÑA	Si. 0.62	Si. 0.81	DETERGENTE ACE DE 330G	Si. 2.50	Si. 3.25
AGUA CIELO 500ML	Si. 0.77	Si. 1.00	DETERGENTE OPAL DE 330 G	Si. 2.50	Si. 3.25
AGUA SAN BENEDICTINO 500ML	Si. 0.77	Si. 1.00	GELATINA	Si. 2.54	Si. 3.30
TABLETA DE SOL DE CUSCO	Si. 0.77	Si. 1.00	LECHE IDEAL CREMOSITA GRANDE	Si. 2.54	Si. 3.30
GASEOSA BIG COLA DE 500 ML	Si. 0.80	Si. 1.04	LECHE ANCHOR	Si. 2.69	Si. 3.50
GASEOSA ORD DE 500 ML	Si. 0.80	Si. 1.04	LECHE GLORIA AZUL GRANDE	Si. 2.69	Si. 3.50
AGUA SAN CARLOS CON GAS 500 ML	Si. 0.92	Si. 1.20	ACEITE CRISTALINO DE 500 ML	Si. 2.70	Si. 3.51
AGUA SAN CARLOS SIN GAS 500 ML	Si. 0.92	Si. 1.20	ACEITE FRIOL DE 500 ML	Si. 2.70	Si. 3.51
CIFRUT DE GRAMADILLA 500 ML	Si. 0.92	Si. 1.20	ACEITE LA PTRONA DE 500 ML	Si. 2.70	Si. 3.51
CIFRUT DE NARANJA DE 500 ML	Si. 0.92	Si. 1.20	JABONCILLO HENO PRAVIA	Si. 2.70	Si. 3.51
COCCA GRANDE	Si. 0.92	Si. 1.20	KOLYNOS DENTO TRIPLE ACCION	Si. 2.70	Si. 3.51
DETERGENTE PATITO	Si. 0.92	Si. 1.20	LECHE GLORIA AMARILLA GRANDE	Si. 2.85	Si. 3.71
FRUGOS DE 500 ML	Si. 0.92	Si. 1.20	LECHE GLORIA ROJA GRANDE	Si. 2.85	Si. 3.71
MERMELADA GRANDE	Si. 0.92	Si. 1.20	MAYONESA REGULAR	Si. 2.92	Si. 3.80
POLVO DE HORNEAR	Si. 0.92	Si. 1.20	DETERGENTE MARSELLA DE 500 G	Si. 3.00	Si. 3.90
AJINOMEN	Si. 1.00	Si. 1.30	PAPEL HIGIENICO X 4	Si. 3.09	Si. 4.02
SAL DE 1K	Si. 1.09	Si. 1.42	AGUA SAN LUIS 2.5L	Si. 3.10	Si. 4.03
AGUA SAN LUIS 675 ML	Si. 1.15	Si. 1.50	AGUA SAN MATEO 2.5L	Si. 3.10	Si. 4.03
AGUA SAN MATEO 500 ML	Si. 1.15	Si. 1.50	LECHE NAN PARA 2 NIÑOS	Si. 3.46	Si. 4.50
GASEOSA CONCORDIA 500ML	Si. 1.15	Si. 1.50	LECHE NAN PARA 3 NIÑOS	Si. 3.46	Si. 4.50
GASEOSA GUARANA 500 ML	Si. 1.15	Si. 1.50	KOLYNOS COLGATE	Si. 3.85	Si. 5.01
SEMOLA	Si. 1.15	Si. 1.50	DETERGENTE OPAL 500 G	Si. 4.00	Si. 5.20
ACEITE FRIOL DE 250 ML	Si. 1.31	Si. 1.70	ACEITE DELEITE DE 1L	Si. 4.23	Si. 5.50
GASEOSA PEPSI 500 ML	Si. 1.33	Si. 1.81	ACEITE TOTTUS DE 1L	Si. 4.23	Si. 5.50
KOLYNOS PEQUEÑO	Si. 1.33	Si. 1.81	FILETE FANNY	Si. 4.23	Si. 5.50
GASEOSA FANTA 500 ML	Si. 1.50	Si. 1.95	FILETE PRIMOR	Si. 4.23	Si. 5.50
GASEOSA SPRITE 500 ML	Si. 1.50	Si. 1.95	FILETE REAL	Si. 4.23	Si. 5.50
AQUARIUS DE 500 ML	Si. 1.54	Si. 2.00	FRUGO DE 1.5L	Si. 4.23	Si. 5.50
GASEOSA COCA COLA 500 ML	Si. 1.54	Si. 2.00	LECHE CONDENSADA GRANDE	Si. 4.50	Si. 5.85

Archivos Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Programador Ayuda ¿Qué desea hacer?

Calibri 11 A A Ajustar texto General

N K S A Combinar y centrar Formato Dar formato Estilos de celda Insertar Eliminar Formato

Portapapeles Fuente Alineación Número Estilos Celdas

	B	C	E	I	J	L	M	N		
33	GATORADE 500ML	SI	1.54	SI	2.00	FIDEO DON VITTORIO DE 1KG	SI	4.62	SI	6.01
34	LECHE GLORIA AZUL CHICA	SI	1.54	SI	2.00	GASEOSA BIG COLA DE 3L	SI	4.62	SI	6.01
35	LECHE GLORIA AMARILLA CHICA	SI	1.54	SI	2.00	HARINA TOTTUS	SI	4.62	SI	6.01
36	PAPEL HIGIENICO X 2	SI	1.54	SI	2.00	MANTEQUILLA EN POTE	SI	4.62	SI	6.01
37	SPORADE 500 ML	SI	1.54	SI	2.00	ORO DE 3L	SI	4.62	SI	6.01
38	GASEOSA INCA COLA 500 ML	SI	1.55	SI	2.02	YOGURT GLORIA DE 1L	SI	4.62	SI	6.01
39	GASEOSA PEPSI DE 750 ML	SI	1.69	SI	2.20	HARINA GRAND DE ORO	SI	5.00	SI	6.50
40	LECHE CONDENSADA PEQUEÑA	SI	1.69	SI	2.20	YOGURT YDFRESH 1L	SI	5.00	SI	6.50
41	POWERADE 500 ML	SI	1.90	SI	2.47	HARINA BENOTTI	SI	5.00	SI	6.50
42	ATUN A1	SI	2.08	SI	2.70	ACEITE CAPRI DE 1L	SI	5.39	SI	7.01
43	AGUA BENEDICTINO 3L	SI	2.31	SI	3.00	ACEITE CRISTALINO DE 1L	SI	5.39	SI	7.01
44	AGUA CIELO 2.5L	SI	2.31	SI	3.00	GASEOSA COCA COLA 2.5 L	SI	5.39	SI	7.01
45	FIDEO DON VITTORIO DE 500 G	SI	2.31	SI	3.00	INCA COLA 2.5 L	SI	5.39	SI	7.01
46	GASEOSA COCA COLA 1L	SI	2.31	SI	3.00	SPRITE 2.5L	SI	5.39	SI	7.01
47	INCA COLA 1L	SI	2.31	SI	3.00	GASEOSA CRUSH DE 3L	SI	5.40	SI	7.02
48	LECHE IDEAL AMANECER GRANDE	SI	2.31	SI	3.00	ACEITE COCINERO 1L	SI	5.50	SI	7.15
49	GRATED DOÑA GUMMY	SI	2.46	SI	3.20	DETERGENTE ACE 500 G	SI	5.50	SI	7.15
50	DETERGENTE ARIEL 500 G	SI	5.50	SI	7.15	HARINA BLANCA FLOR	SI	7.69	SI	10.00
51	GASEOSA FANTA DE 3L	SI	6.15	SI	8.00	GASEOSA COCA COLA DE 3L	SI	8.10	SI	10.53
52	PEPSI DE 3L	SI	6.15	SI	8.00	INCA COLA DE 3L	SI	8.10	SI	10.53
53	ACEITE PRIMOR DE 1L	SI	6.54	SI	8.50	CAJETILLA DE CIGARRO CARIBE	SI	9.23	SI	12.00
54	RON CARTAVIO CHATA	SI	6.54	SI	8.50	FRASCO DE KIRMA GRANDE	SI	10.00	SI	13.00
55	ACONCAGUA	SI	7.00	SI	9.10	MAYONESA GRANDE	SI	10.62	SI	13.81
56	SIX PACK DE GUARANA 250	SI	13.00	SI	16.90	FRASCO DE ECCO GRANDE	SI	17.00	SI	22.10
57	CAJETILLA DE CIGARROS HAMILTON	SI	13.85	SI	18.01	RON CARTAVIO DE 750 ML	SI	17.70	SI	23.01
58	SHAMPOO H&S EN FRASCO	SI	13.85	SI	18.01	ROPA PARA NIÑOS	SI	17.70	SI	23.01
59	SHAMPOO PANTENE EN FRASCO	SI	13.85	SI	18.01	WISKY OLTIME DE 750 ML	SI	17.70	SI	23.01
60	SHAMPOO JHONSON	SI	13.85	SI	18.01	SIX PACK DE CERVEZA NEGRA	SI	18.46	SI	24.00
61	FRASCO DE MILO GRANDE	SI	14.00	SI	18.20	SIX PACK DE CERVEZA PILSEN	SI	18.46	SI	24.00
62	VINO	SI	15.00	SI	19.50	SIX PACK DE CERVEZA CRISTAL	SI	19.00	SI	24.70
63	CAJETILLA DE CIGARROS LUCKIE	SI	16.32	SI	22.00	MANTEQUILLA EN BARRA	SI	20.00	SI	26.00
64	SIX PACK DE CORONAS	SI	16.32	SI	22.00	PISCO QUEIROLO	SI	21.00	SI	27.30
65	CHAMPAGNE	SI	17.00	SI	22.10	RON CARTAVIO DE 1L	SI	21.54	SI	28.00

CATEGORIZACION PRECIO DE COMPRA PRECIO DE VENTA Unid? Unid?

ANEXO 13

MODELOS FINANCIEROS (1) - Excel (Error de activación de productos) Yahaira Lizbeth Goicochea Neyra

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Programador Ayuda ¿Qué desea hacer?

Portapapeles Fuente Alineación Número Estilos Celdas Edición

MODELO DE LA EVALUACION DE LA RENTABILIDAD ECONOMICA DEL MINIMARKET					
FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL					
INVESTIGADORES	FECHA DE INICIO				
	FECHA DE TERMINO				
EMPRESA INVESTIGADA					
INVESTIGAR LA CAUSA					
TITULO DE INVESTIGACION					
RENTABILIDAD ECONOMICA					
CUENTAS	VENTAS	COSTOS DE VENTAS	UTILIDAD BRUTA	UTILIDAD OPERATIVA	UTILIDAD NETA
PERIODOS	INGRESO MENSUALES POR AÑO	VENTAS * %COSTO DE VENTAS	VENTAS - COSTO DE VENTAS	UTILIDAD BRUTA - GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	UTILIDAD OPERATIVA- OTROS INGRESOS
AÑO 2019					
AÑO 2020					

MODELO DE R.E DEL MM MODELO DE R.F DEL MM

ANEXO 14

MODELOS FINANCIEROS (1) - Excel (Error de activación de productos) Yahaira Lizbeth Goicochea Neyra

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar **Vista** Programador Ayuda ¿Qué desea hacer?

Normal Ver salt. Diseño Vistas
Pág. de página personalizadas Vistas de libro

Regla Barra de fórmulas Líneas de cuadrícula Encabezados

Zoom 100% Ampliar selección

Nueva ventana Organizar todo Inmovilizar

Dividir Ocultar Mostrar

Ver en paralelo Desplazamiento sincrónico Restablecer posición de la ventana

Cambiar ventanas Macros

D13 Activo Corriente / Pasivo Corriente

MODELO DE LA EVALUACION DE LA RENTABILIDAD FINANCIERA DEL MINIMARKET						
FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL						
INVESTIGADORES	FECHA DE INICIO					
	FECHA DE TERMINO					
EMPRESA INVESTIGADA						
INVESTIGAR LA CAUSA						
TITULO DE INVESTIGACION						
RENTABILIDAD FINANCIERA						
RATIOS FINANCIEROS	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	GESTION	RENTABILIDAD	ROE	ROA
PERIODOS	Activo Corriente / Pasivo Corriente	Pasivo Total / Patrimonio	Total de Activos corrientes/ costos de reposicion	Utilidad Disponible Total / Ventas	Utilidad Disponible Total / Activo Total	Utilidad Disponible Total / Pasivo Total
AÑO 2019						
AÑO 2020						

MODELO DE R.E DEL MM **MODELO DE R.F DEL MM**

ANEXO 15

GUIA DE ENTREVISTA REDACTADA APLICADA A LA DUEÑA DEL MINIMATKET KIARITA

NOMBRES DEL ENTREVISTADO: Doris Herrera

VARIABLE: Metodología ABC

FECHA:22/04/21

1. ¿Los productos se encuentran almacenados de forma ordenada en la empresa?

No se encuentran almacenado de forma correcta, puesto que no permite clasificarlo respecto al costo, fecha de entradas y salidas, es por ello que no permite obtener la rentabilidad deseada en la empresa.

2. ¿Crees que con un mayor capital aumentaría la rentabilidad de la empresa con respecto al año anterior?

Si, por que a su vez permitiría obtener más liquidez en la empresa al comprar productos, al pagar a los empleados, cubrir gastos y comprar herramientas tecnológicas actualizadas para la empresa.

3. ¿Considera Ud. que el margen de beneficio permitirá obtener mayor rentabilidad en la empresa?

El 30 % es un margen de beneficio nos permite de alguna otra manera incrementar nuestras ventas y así mantenernos rentables en nuestra localidad, ya que algunas empresas tienen que manejar correctamente sus costos y gastos

4. ¿Crees que con los ingresos fijos incrementaría la rentabilidad con el año anterior?

Si, porque de alguna manera los ingresos mensuales de cada año se reflejarían en las ventas mensuales que serán plasmados en los estados financieros en

cada año, y así permitiendo saber el porcentaje que se obtendría de rentabilidad en la empresa.

5. ¿Cuenta Ud. actualmente con un préstamo financiero?

Sí, en el año 2019 se generó un préstamo de S/25,000.00 soles para comprar productos y materiales (estantes, balanzas, etc.), respecto al año 2020 a causa de la pandemia se realizó un prestamos de S/25,000.00 para comprar equipos de frío y una laptop, de esta manera se logró reactivar la empresa con 3 empleados en suspensión perfecta y 3 laborando de manera presencial.

6. En su opinión, ¿Los préstamos financieros logran obtener liquidez en la empresa?

Si, a través de los prestamos financieros logramos pagar a los trabajadores, comprar mercadería, renovar la infraestructura de la empresa y el pago a los proveedores a corto plazo.

7. ¿Se generan pérdidas por productos vencidos en la empresa?

Sí, porque hay productos con fecha de vencimiento a corto plazo los cuales no logran tener salida rápida los cuales terminan vencidos y de esta manera sin desechados.

8. ¿Las empresas proveedoras facilitan los cambios de productos cuando estos vencen?

En su mayoría no nos facilitan el cambio de productos, aquellos productos como los detergentes y las gaseosas en tiempo de pandemia se estancó su salida (Fanta, Sprite, frugos, Sporade, etc) es por ello que se vencieron, sin embargo, hay productos que si se facilitó el cambio como por ejemplo la cerveza.

9. ¿Cree Ud. que el margen de ganancia sobre ventas es rentable en la empresa?

Claro que si porque los mayoristas y los proveedores nos permiten manejar un margen de ganancias favorables para las ventas de cada producto y así los clientes obtengan precios accesibles.

10. ¿Se cuantifica la ganancia del margen del beneficio en la empresa?

Si, porque de esta manera nosotros como empresa vamos a saber como obtendremos el porcentaje en nuestras ventas, actualmente se obtiene el margen de beneficio de 30% de los productos en su compra.

11. ¿El % de costo de ventas de los productos es rentable para la empresa?

Si es favorable para nosotros como empresa, ya que el 77 % es un indicador utilizado para determinar la cantidad de dinero que una empresa gasta para concretar una venta.

12. ¿Se genera margen de beneficio por cada producto vendido en la empresa?

Sí se genera un margen de beneficio por que nos permite diferenciar en el precio minorista y el costo de producir, que a su vez está representado en el 30% de cada producto en la empresa.

13. ¿Se realiza anualmente los estados financieros en la empresa?

Sí, porque de esta manera nos ayudará a tener una comprensión clara de la situación económica y financiera de la empresa.

14. ¿El margen de utilidad operativa es beneficioso para la empresa?

Sí, porque representa el porcentaje que tiene la empresa al cancelar sus costos y gastos operativos. De esta manera se puede obtener un saldo disponible positivo por cada año.

15. ¿La empresa sería más eficiente con un sistema de gestión de inventario?

Claro, sería factible implementar este sistema de gestión de inventarios para manejar los productos de entrada y salida, el cual no permitirá tener la mercadería clasificada y de esta manera los productos puedan salir más rápido para que se lleve un orden correspondiente en la empresa.

ANEXO 16

Instrumento: Guía de entrevista

Entrevista realizada para el experto de forma redactada

NOMBRES DEL ENTREVISTADO: MG. CARLOS BACA RAZURI

VARIABLE: Metodología ABC

FECHA:28/04/21

INTRODUCCIÓN La presente entrevista nos permitirá recopilar, analizar y complementar información importante para la clasificación de los productos del minimarket "Kiarita" del distrito la victoria -Chiclayo - 2020

1. En su opinión ¿Cómo definiría la metodología ABC?

Bueno yo creo que es una técnica muy buena, muy importante sobre todo en lo que se refiere a controles de inventarios, porque nos permite dosificar exactamente todos nuestros inventarios y tener un control más puntual, más fino (por decirlo de esa manera) de almacenes e inventarios. Definitivamente es una gran técnica y una muy buena herramienta que debería ser usada en creo que todo tipo de empresas, tanto en mediana, grande y microempresas (MYPES), en todo caso, en todo tipo de empresa debería usarse es muy muy buena la técnica de poder afinar con bastante precisión saber qué es lo más importante que tenemos o lo de más valor en los inventarios porque ustedes sabrán que tener inventarios muy altos que origina costos mayores.

2. Con respecto a su clasificación y a su nivel de importancia, ¿Qué productos son los que se ubicarían en la clase A?

Todo va a depender (desde mi punto de vista creo) del tipo de empresa que estemos manejando por ejemplo si estamos hablando de una empresa de automóviles lo más importante dentro de un stock para la fabricación de

automóviles tal vez sean las computadoras de automóvil, ustedes saben hoy día todos usan computadoras, CPU (así creo que se denomina esa parte) sería lo más importante y lo más costoso también, a lo cual tendríamos que mantener muy muy fino y mucho cuidado con eso, que no sería lo mismo en un producto cómo podría hacer un automóvil también lleva tuercas también lleva tornillos entonces eso lo podríamos derivar hasta el lado C, tal vez en el lado intermedio sé se me ocurre que podría ser tal vez llantas (son importantes) pero no tan importante como una computadora para un automóvil que podría ser del tipo B, va depender de la empresa que estamos tratando aplicar esta técnica.

3. ¿Qué productos son los que se ubicarían en la clase B?

Bueno, utilicemos el mismo criterio, por ejemplo, en base a los porcentajes los porcentajes hay alguna discusión, no existe un porcentaje oficial para decir algunos autores hablan del 20%, 30% para B y 50% para C, pero no necesariamente es exacto, otros podrían ser 15% para A, un 25% para B y el resto 60% para C. El mismo criterio tendríamos que utilizar, por que con este método vamos a saber el valor y la importancia que tienen los inventarios para nuestra gestión, entonces, los de mayor valor, los más finos tenemos que tener los con mucho cuidado en llevarlos con mucha más dedicación, como les vuelvo a repetir si hablamos de la fábrica de autos los tornillos no son tan importantes como un CPU, una computadora de auto.

4. Con respecto a su clasificación y a su nivel de importancia, ¿Qué productos son los que se ubicarían en la clase C?

Entiendo y si llevamos esto al ejemplo del minimarket, en un minimarket pues podemos tener una un sin número de Ítems y hay un sin número de productos, pero dentro de ese sin número de productos que vamos a atender hay algunos que van a representar mayor valor para nosotros. Valor uno podría ser: valor económico de inversión como inventario o también podría ser un valor o una

necesidad de rotación de ese producto (esa es otra importancia que no podemos dejar de lado que es la rotación). No es lo mismo almacenar una caja de caramelos que puede aguantar varios meses, que poner en el minimarket un área de carnes que eso tenemos que tener mucho cuidado con la venta del día para no tener pérdida de productos (yo colocaría esto en el área A, no tanto por su valor económico tal vez sino por la importancia en su rotación). También podríamos tener una botella y vender en el minimarket una botella de whisky (que cuesta muchísimo dinero obviamente) pero la podemos tener un año ahí y también representa para nosotros un valor de inversión como almacén. Siempre es importante llevar un balance entre valor económico, rotación e importancia que tiene ese producto en nuestro negocio.

Por ejemplo, si en el minimarket nuestro eslogan o nuestra política es vender productos frescos, ¡Ojo! los productos para nosotros de clasificación A tendrían que ser obviamente todos los productos que no tengan tanto de repente valor económico, pero si van a tener una importancia crucial por lo que es lo que nosotros ofrecemos, se dan cuenta, ¡vendemos productos frescos! esa sería nuestra bandera entonces. Hay que balancear un poco en lo que es valor de producto con la importancia del producto para nuestro negocio.

5. A su opinión ¿Qué ventajas se obtendrían al implementar esta metodología en una micro empresa?

De hecho muchas, porque hoy en día es muy importante saber controlar inventarios para poder mantener inventarios más justos de mejor rotación, les voy a mencionar por ejemplo lo que está pasando en la industria automotriz (esto difiere un poco del tema pero es un ejemplo, ustedes van a comprarse un automóvil y lo compran todavía por la computadora porque el auto todavía está en el océano viajando desde Japón o del país que venga hasta que llegue a la tienda, pero ellos ya lo están trabajando puesto que se maneja con gran cuidado de mantener niveles bajos de stock porque no es lo mismo mantener un

producto de no tanto valor económico, en el ejemplo de los autos no podemos tener 100, 200 o 300 autos en stock) compramos justo lo que vamos a estar vendiendo, es lo mismo y si lo llevamos esto a la micro empresa igual tenemos que tener mucho cuidado con estos elementos que serán de mayor utilidad y nos van a permitir tener unos costos de almacenamiento menores. Porque el almacenamiento origina un costo también, a mayor capacidad de almacenamiento nuestros costos también serán mayores, eso debemos cuidar

6. Con respecto a su experiencia laboral. ¿La metodología es factible en las empresas que Ud. ha evaluado?

Sí, sin duda dará buenos resultados , es algo que por ejemplo lo vemos en personas que no tienen mucha formación académica pero sí tienen ese sentir, si usted va donde un vendedor al mercado y el primero le vende lo que tenía de ayer, hace rotación de sus productos sin ninguna preparación académica yo lo saben porque no primero vendo este ya se me está marchitando no es decir por ejemplo si ven diéramos flores primero las flores que me quedaron de ayer yo la pondría en exhibición para venderla más rápidamente porque si voy a poner un poco los sistemas FEFO que ya deben haber leído acerca de eso no primero entrada primero en salir exacta no una cosa de esas sí es muy importante tener ese cuidado.

7. ¿Qué beneficios se obtendrían al proponer la metodología ABC en una microempresa?

Muchos beneficios, mantendríamos por ejemplo una buena rotación de nuestros productos, mantendremos una un stock controlado de inversión, mantendría unos costos bajos de almacenamiento y a su vez nos permitiría en detalle saber cuándo hacer nueva reposición, porque siempre hay que considerar costos de seguridad (perdón, stock de seguridad)siempre hay que considerar eso, no quedarnos sin el producto por ejemplo si somos una fábrica que vende un producto estrella y de repente nos quedamos un día sin ese

producto estrella pues estamos marchitando nosotros mismos nuestra organización, es muy importante es muy importante. Yo creo que tiene muchos beneficios esta clasificación ABC.

8. ¿Cabe la posibilidad que la metodología ABC nos permita obtener mayor rentabilidad en una microempresa?

Sí, de hecho, es el mejor control, claro que nos va ayudar a obtener una mejor rentabilidad por ejemplos con un adecuado movimiento de almacenes de inventarios no vamos a tener unas pérdidas tan dramáticas, supongamos que vendemos carnes frescas y de repente compramos demasiado se nos puede malograr y no podemos vender productos en mal estado, porque mataríamos y estaríamos perjudicando a nuestra organización, también tirarlos a la basura (genera perdida). Por ejemplo de una experiencia que tuve en Estados Unidos exactamente en Oklahoma estaba yo un tiempo por ahí trabajando en una empresa Ofstline(esta empresa vendía almuerzos, especie de buffet, pastelería y sándwich, etc.) todo lo que sería de la mañana era descartado (lo botaban), antes de botarlo decían a todo el personal “Señores, los que deseen pueden ir y recoger porque ya lo van a descartar) decía estaba en perfecto estado señores los que deseen pueden ir y recoger porque ya lo van a descartar la comida de hoy día” ,entonces todos los que trabajábamos ahí sacamos lo que queríamos, lo guardamos para el día siguiente y lo llevábamos a casa (todavía en buen estado). Pero este ejemplo se da porque son empresas que se daban ese lujo de poder descartar tan grandes cantidades de alimentos, una microempresa no puede hacer eso. Si comenzamos a botar y estamos en pleno crecimiento (es como pedirle a un niño si me permiten la comparación que por cierto es un poco lejana “A un niño no le podemos pedir ciertas cosas hay cosas que no puede hacer un bebé, un bebé no pueden ponerlo a saltar puesto que primero tiene que crecer”), entonces una microempresa no puede hacer cosas que podría hacer una empresa grande, porque para una microempresa eso sería fatal. Por eso categorizar bien, mantener stocks adecuados (clasificación adecuada con

el ABC) nos ayudará mucho a evitar este tipo de problemas. En resumen, en rentabilidad todo ahorro como ustedes saben es ganancia.

9. ¿Qué desventajas se pueden obtener en la metodología ABC de una pequeña empresa?

Bueno, en mi modo de ver las cosas yo no veo ninguna desventaja, forzando un poco la pregunta sería tal vez que tendríamos que dedicarle más tiempo, tener más cuidado no es desempacar y vender (hay que clasificar) o tal vez un poco a regañadientes porque no veo algo negativo ni una desventaja, por el contrario, lo veo como algo muy muy positivo lo único que nos va a quitar un poco más de tiempo. y tal vez algún empleado más ahí trabajando horas extras.

10. ¿Cuáles son los requisitos para implementar la metodología ABC en las empresas?

Bueno entre los requisitos hay varios, pero el más importante es la “decisión” tomar la decisión de llevar un adecuado control de inventarios de tus recursos, es la decisión de tomar y hacer las cosas bien hechas. Por ejemplo, yo tengo la escuela formativa de Backus donde trabajé 17 años en la división de mercadeo como jefe de ahí, pero la decisión era una.

¿Cuál era la decisión en mercadeo? Era siempre quedar bien con el cliente. Entonces eso nos permitió en su momento ganar a la competencia que primero fue Pilsen callao después fue Cusqueña después fue Pilsen Trujillo y todas terminaron en la bolsa de “Backus & Johnson” empresa donde yo trabajaba, lo principal fue la decisión (lo que prometas dalo) de hacer lo que se promete y algo que recuerdo haberles comentado en la universidad “nunca se gana un solo cliente ni se pierde un solo cliente” (existe el efecto multiplicador) si ustedes quedan mal con un solo cliente él lo va a comentar y va a llegar a su casa (él lo comentará con su mamá, con su hermano, con su tío, con todas las personas de su casa) esas personas cuando llegan a su trabajo van a comentarlo con su jefe, con su compañero de trabajo, les dirá “no vayas a tal sitio porque quedan mal o no cumplen” . Ese efecto multiplicador le hace un daño enorme a cualquier

organización de cualquier tamaño, por lo contrario, si ustedes hacen una buena acción a un cliente, ese mismo cliente llega su casa, recomendará con su familia la buena experiencia que tuvo con el producto o servicio. Lo que pasa es que nunca se gana un cliente ni se pierde un solo cliente, hay que respetar ese pensamiento que es la recomendación que se hace boca boca puesto que es muy importante y no cuesta nada tratar bien a los clientes. Es una especie de promotores gratuitos, cuando ustedes tratan bien a un cliente es cliente se siente satisfecho y vuelve “hincha nuestro” defender y pasar la voz sea cual sea el posicionamiento elegido para el negocio.

ANEXO 17 VALIDACIONES DE LA PROPUESTA

VALIDACIÓN DE PROPUESTA

Estimado: Dr Groover Valenty Villanueva Butrón

Solicito apoyo de su sapiencia y excelencia profesional para que emita juicios sobre la Propuesta que se ha elaborado en el marco de la ejecución de la tesis titulada **“Metodología ABC para incrementar la rentabilidad en el Minimarket “Kiarita” del distrito La Victoria -Chiclayo - 2020”**

Realizado por:

- Goicochea Neyra Yahaira Lizbeth.
- Tongo Herrera Jair Enrique

Para alcanzar este objetivo lo hemos seleccionado como experto en la materia y necesitamos sus valiosas opiniones. Para ello debe marcar con una (X) en la columna que considere para cada indicador.

Evalúe cada aspecto con las siguientes categorías:

- MA** : Muy adecuado.
BA : Bastante adecuado.
A : Adecuado
PA : Poco adecuado
NA : No Adecuado

N°	Aspectos que deben ser evaluados	MA	BA	A	PA	NA
I.	Redacción					
1.1	La redacción empleada es clara, precisa, concisa y debidamente organizada		X			
1.2	Los términos utilizados son propios de la especialidad.		X			
II.	Estructura de la Propuesta					
2.1	Las áreas con los que se integra la Propuesta son los adecuados.		X			
2.2	Las áreas en las que se divide la Propuesta están debidamente organizadas.		X			
2.3	Las actividades propuestas son de interés para los trabajadores y usuarios del área.	X				

2.4	Las actividades desarrolladas guardan relación con los objetivos propuestos.	X				
2.5	Las actividades desarrolladas apoyan a la solución de la problemática planteada.	X				
III	Fundamentación teórica					
3.1	Los temas y contenidos son producto de la revisión de bibliografía especializada.		X			
3.2	La propuesta tiene su fundamento en sólidas bases teóricas.		X			
IV	Bibliografía					
4.1	Presenta la bibliografía pertinente a los temas y la correspondiente a la metodología usada en la Propuesta.		X			
V	Fundamentación y viabilidad de la Propuesta					
5.1.	La fundamentación teórica de la propuesta guarda coherencia con el fin que persigue.		X			
5.2.	La propuesta presentada es coherente, pertinente y trascendente.		X			
5.3.	La propuesta presentada es factible de aplicarse en otras organizaciones.		X			

Mucho le agradeceré cualquier observación, sugerencia, propósito o recomendación sobre cualquiera de los propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

Validado por el Dr. Ing Groover V. Villanueva Butrón

Especializado: Administración de Operaciones y Gestión de Empresas

Tiempo de Experiencia en Docencia Universitaria: 21 años

Cargo Actual: DTC de la EP Administración de Empresas UCV Piura

Fecha: 05/07/2021

Dr Groover Valentín Villanueva Butrón

DNI 02842722

VALIDACION DE PROPUESTA

Estimado: Mg. Julio Cesar Sialer Robles

Solicito apoyo de su sapiencia y excelencia profesional para que emita juicios sobre la Propuesta que se ha elaborado en el marco de la ejecución de la tesis titulada "Metodología ABC para incrementar la rentabilidad en el Minimarket "Kiarita" del distrito La Victoria -Chiclayo - 2020"

Realizado por:

- Goicochea Neyra Yahaira Lizbeth.
- Tongo Herrera Jair Enrique

Para alcanzar este objetivo lo hemos seleccionado como experto en la materia y necesitamos sus valiosas opiniones. Para ello debe marcar con una (X) en la columna que considere para cada indicador.

Evalúe cada aspecto con las siguientes categorías:

- MA : Muy adecuado.
BA : Bastante adecuado.
A : Adecuado
PA : Poco adecuado
NA : No Adecuado

Nº	Aspectos que deben ser evaluados	MA	BA	A	PA	NA
I.	Redacción					
1.1	La redacción empleada es clara, precisa, concisa y debidamente organizada		X			
1.2	Los términos utilizados son propios de la especialidad.		X			
II.	Estructura de la Propuesta					
2.1	Las áreas con los que se integra la Propuesta son los adecuados.	X				
2.2	Las áreas en las que se divide la Propuesta están debidamente organizadas.	X				
2.3	Las actividades propuestas son de interés para los trabajadores y usuarios del área.	X				
2.4	Las actividades desarrolladas guardan relación con los objetivos propuestos.	X				
2.5	Las actividades desarrolladas apoyan a la solución de la problemática planteada.	X				
III.	Fundamentación teórica					

3.1	Los temas y contenidos son producto de la revisión de bibliografía especializada.	X				
3.2	La propuesta tiene su fundamento en sólidas bases teóricas.	X				
IV	Bibliografía					
4.1	Presenta la bibliografía pertinente a los temas y la correspondiente a la metodología usada en la Propuesta.	X				
V	Fundamentación y viabilidad de la Propuesta					
5.1.	La fundamentación teórica de la propuesta guarda coherencia con el fin que persigue.		X			
5.2.	La propuesta presentada es coherente, pertinente y trascendente.		X			
5.3.	La propuesta presentada es factible de aplicarse en otras organizaciones.		X			

Mucho le agradeceré cualquier observación, sugerencia, propósito o recomendación sobre cualquiera de los propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

Sugiero que la propuesta es factible y ponerla en práctica en otras organizaciones, que permite determinar la viabilidad de una organización.
--

Validado por el Magister ...Julio Cesar Sialer Robles.....

Especializado: Administración Financiera

Tiempo de Experiencia en Docencia Universitaria: ...16...años

Cargo Actual: Magister en la Universidad Pedro Ruiz Gallo

Fecha: ...05 de Julio del 2021...



Mg.Julio Cesar Sialer Robles...

DNI N° 41300086

VALIDACIÓN DE PROPUESTA

Estimado Mg. ENRIQUE GAMARRA ROMERO

Solicito apoyo de su sapiencia y excelencia profesional para que emita juicios sobre la Propuesta que se ha elaborado en el marco de la ejecución de la tesis titulada "METODOLOGÍA ABC PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN EL MINI MARKET "KIARITA" DEL DISTRITO LA VICTORIA - CHICLAYO 2020"

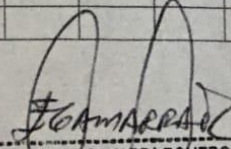
Realizado por: GOICOECHEA NEYRA YAHAIRA
TONGO HERRERA, JAIR

Para alcanzar este objetivo lo hemos seleccionado como experto en la materia y necesitamos sus valiosas opiniones. Para ello debe marcar con una (X) en la columna que considere para cada indicador.

Evalúe cada aspecto con las siguientes categorías:

- MA : Muy adecuado.
- BA : Bastante adecuado.
- A : Adecuado
- PA : Poco adecuado
- NA : No Adecuado

N°	Aspectos que deben ser evaluados	MA	BA	A	PA	NA
I.	Redacción					
1.1	La redacción empleada es clara, precisa, concisa y debidamente organizada			X		
1.2	Los términos utilizados son propios de la especialidad.			X		
II.	Estructura de la Propuesta					
2.1	Las áreas con los que se integra la Propuesta son los adecuados.			X		
2.2	Las áreas en las que se divide la Propuesta están debidamente organizadas.			X		
2.3	Las actividades propuestas son de interés para los trabajadores y usuarios del área.			X		
2.4	Las actividades desarrolladas guardan relación con los objetivos propuestos.			X		
2.5	Las actividades desarrolladas apoyan a la solución de la problemática planteada.			X		
III	Fundamentación teórica					


 CPC. ENRIQUE GAMARRA ROMERO
 MATRÍCULA N° 1157
 MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA

3.1	Los temas y contenidos son producto de la revisión de bibliografía especializada.			X		
3.2	La propuesta tiene su fundamento en sólidas bases teóricas.			X		
IV	Bibliografía					
4.1	Presenta la bibliografía pertinente a los temas y la correspondiente a la metodología usada en la Propuesta.			X		
V	Fundamentación y viabilidad de la Propuesta					
5.1.	La fundamentación teórica de la propuesta guarda coherencia con el fin que persigue.			X		
5.2.	La propuesta presentada es coherente, pertinente y trascendente.			X		
5.3.	La propuesta presentada es factible de aplicarse en otras organizaciones.			X		

Mucho le agradeceré cualquier observación, sugerencia, propósito o recomendación sobre cualquiera de los propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

Validado por el Magister ...ENRIQUE GAMARRA ROMERO.....

Especializado: Proyectos y desarrollo de trabajos de investigación

Tiempo de Experiencia en Docencia Universitaria: 13 años

Cargo Actual:

Fecha: 29 JUNIO 2021

ENRIQUE GAMARRA ROMERO
CPC. ENRIQUE GAMARRA ROMERO
MATRÍCULA N° 1157
MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA

Mg. ENRIQUE GAMARRA ROMERO

DNI N° 16426035

ANEXO 18 Documentos financieros de la empresa.

PRESUPUESTO DE INVERSIONES					
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR VENTA	IGV	PRECIO DE VENTA
ACTIVOS TANGIBLES					
MUEBLES Y ENSERES			S/. 2,593.22	S/. 466.78	S/. 3,060.00
EQUIPOS			S/. 8,059.32	S/. 1,450.68	S/. 9,510.00
VEHICULOS	1	S/. 45,000.00	S/. 38,135.59	S/. 6,864.41	S/. 45,000.00
ACTIVOS INTANGIBLES					
INTANGIBLES		0	0	0	0
OTROS					
TOTAL DE INVERSION			S/. 48,788.14	S/. 8,781.86	S/. 57,570.00
MUEBLES Y ENSERES					
MUEBLE FRUTERO Y VEDURERO DE 4 NIVELES	1	2100.00	1779.66	320.34	2100.00
SILLA GIRATORIA	3	80.00	203.39	36.61	240.00
SILLA PARA CAJERO	1	80	67.80	12.20	80.00
MODULO DE COMPUTO	1	300	254.24	45.76	300.00
RELOJ DE PARED	1	80	67.80	12.20	80.00
UTENSILIOS PARA PORCIONAMIENTOS CARNES Y POLLOS	5	20	84.75	15.25	100.00
TACHOS DE BASURA	4	15	50.85	9.15	60.00
BOTIQUIN	1	100	84.75	15.25	100.00
TOTAL			2593.22	466.78	3060.00
EQUIPOS					
REFRIGERADORA INDURAMA	1	2100	S/ 1,779.7	S/ 320.3	S/ 2,100.0
CONGELADORA COLDEX 17000 L	1	1700	S/ 1,440.7	S/ 259.3	S/ 1,700.0
BALANZA ELECTRONICA CON IMPRESORA PARA ETIQUETAS	2	180	S/ 305.1	S/ 54.9	S/ 360.0
MOSTRADOR	5	180	S/ 762.7	S/ 137.3	S/ 900.0
TELEVISOR	1	1500	S/ 1,271.2	S/ 228.8	S/ 1,500.0
LAPTOP DELL INSPIRION	1	2800	S/ 2,372.9	S/ 427.1	S/ 2,800.0
TELEFONO INALAMBRICO	1	150	S/ 127.1	S/ 22.9	S/ 150.0
TOTAL			S/ 8,059.3	S/ 1,450.7	S/ 9,510.0

Flujo de caja del Minimarket Kiarita del año 2019.

	FLUJO DE CAJA ENERO 2019 - DICIEMBRE 2019											
	Ene-19	Feb-19	Mar-19	Abr-19	May-19	Jun-19	Jul-19	Ago-19	Set-19	Oct-19	Nov-19	Dic-19
INGRESOS												
BALDO INICIAL	S/ 80,000.00	S/ 99,650.00	S/ 91,760.17	S/ 83,870.34	S/ 75,980.51	S/ 68,090.68	S/ 60,200.85	S/ 52,311.02	S/ 44,421.19	S/ 36,531.36	S/ 28,641.53	S/ 20,751.70
VENTAS	S/ 4,500.00	S/ 4,700.00	S/ 4,800.00	S/ 4,800.00	S/ 4,900.00	S/ 4,850.00	S/ 4,700.00	S/ 4,850.00	S/ 4,700.00	S/ 4,900.00	S/ 4,900.00	S/ 5,000.00
PRESTAMOS	S/25,000.00											
TOTAL DE INGRESOS	S/ 109,500.00	S/ 104,350.00	S/ 96,560.17	S/ 88,670.34	S/ 80,880.51	S/ 72,940.68	S/ 64,900.85	S/ 57,161.02	S/ 49,121.19	S/ 41,431.36	S/ 33,541.53	S/ 25,751.70
EGRESOS												
COMPRAS	S/ 4,300.00	S/ 4,500.00	S/ 4,600.00	S/ 4,600.00	S/ 4,700.00	S/ 4,650.00	S/ 4,500.00	S/ 4,650.00	S/ 4,500.00	S/ 4,700.00	S/ 4,700.00	S/ 4,800.00
CONSUMOS DE LUZ	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00
CONSUMO DE AGUA	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00
CONSUMO DE INTER-CABLE - TEL.	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00
CAJANILLA	S/ 5,220.00	S/ 5,220.00	S/ 5,220.00	S/ 5,220.00	S/ 5,220.00	S/ 5,220.00	S/ 5,220.00	S/ 5,220.00	S/ 5,220.00	S/ 5,220.00	S/ 5,220.00	S/ 5,220.00
IMPUESTO MENSUAL (NRUS)		S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00
IVA A PAGAR		S/ 19.83	S/ 19.83	S/ 19.83	S/ 19.83	S/ 19.83	S/ 19.83	S/ 19.83	S/ 19.83	S/ 19.83	S/ 19.83	S/ 19.83
PAGO DE PRESTAMOS		S/ 2,500.00	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00
TOTAL DE EGRESOS	S/ 9,850.00	S/ 12,589.83	S/ 12,689.83	S/ 12,689.83	S/ 12,789.83	S/ 12,739.83	S/ 12,589.83	S/ 12,739.83	S/ 12,589.83	S/ 12,789.83	S/ 12,789.83	S/ 12,889.83
BALDO DE CAJA ACUMULADA	99,650.00	91,760.17	83,870.34	75,980.51	68,090.68	60,200.85	52,311.02	44,421.19	36,531.36	28,641.53	20,751.70	12,861.87