



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL**

**Metodología kaizen y gestión de pedidos en la empresa
Greenberry Corporation SAC, Lima 2021**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Ingeniera Empresarial**

AUTORA:

Sánchez Madrid, Nancy Lucía (ORCID: 0000-0002-1633-6612)

ASESOR:

Mag. Cubas Valdivia, Oscar (ORCID: 0000-0003-3222-1062)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Estrategia y Planeamiento

LIMA - PERÚ

2021

Dedicatoria

A mi madre y a mi hermana por su amor y apoyo incondicional en mis proyectos y en la vida diaria. A mi familia por su cariño y apoyo emocional en cada etapa de la vida.

Agradecimiento

A Dios por guiar mi camino brindarme salud y los medios para poder salir adelante, a la Universidad Cesar Vallejo por darme la oportunidad y a todos los docentes que me ayudaron en el proceso.

Índice de contenido

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	13
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	13
3.2. Variables y operacionalización.....	14
3.3. Población y muestra.....	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.5. Procedimientos.....	16
3.6. Método de análisis de datos.....	16
3.7. Aspectos éticos.....	18
IV. RESULTADOS	19
V. DISCUSIÓN.....	38
VI. CONCLUSIONES.....	40
VII. RECOMENDACIONES.....	42
REFERENCIAS.....	44
ANEXOS.....	58

Índice de tablas

Tabla 1. Estructura organizacional de las variables de estudio.....	16
Tabla 2. Categorías de valor en la escala de Likert.....	16
Tabla 3. Estadística de fiabilidad del instrumento.....	19
Tabla 4. Resumen de procesamiento de casos.....	20
Tabla 5. Frecuencia de la variable Metodología Kaizen.....	20
Tabla 6. Frecuencia de la Dimensión Desarrollo de un compromiso con las metas y gestión de pedidos.....	21
Tabla 7. Frecuencia de la dimensión Establecer incentivos con el personal.....	22
Tabla 8. Frecuencia de la dimensión Trabajo en equipo.....	22
Tabla 9. Frecuencia de la dimensión Liderazgo.....	23
Tabla 10. Frecuencia de la dimensión Medición.....	24
Tabla 11. Frecuencia de la variable Gestión de pedidos.....	25
Tabla 12. Frecuencia de la dimensión Recepción, validación y registro.....	26
Tabla 13. Frecuencia de la dimensión Selección y priorización.....	27
Tabla 14. Frecuencia de la dimensión Programación y cumplimiento.....	27
Tabla 15. Frecuencia de la dimensión Facturación.....	28
Tabla 16. Frecuencia de la dimensión Postventa.....	29
Tabla 17. Pruebas de normalidad.....	30
Tabla 18. Cuadro Rango relación de valores no paramétricos.....	32
Tabla 19. Prueba de correlación de variables de la Hipótesis general.....	33
Tabla 20. Prueba de correlación de Desarrollo de un compromiso con las metas y la gestión de pedidos.....	33
Tabla 21. Prueba de correlación de Establecer incentivos con el personal y la gestión de pedidos.....	34
Tabla 22. Prueba de correlación de Trabajo en equipos y la gestión de pedidos..	35
Tabla 23. Prueba de correlación de Liderazgo y gestión de pedidos.....	36
Tabla 24. Prueba de correlación de Medición y gestión de pedidos.....	36

Índice de figuras

Figura 1. Ciclo Deming o PHVA.....	7
Figura 2. Técnicas administrativas Kaizen.....	8
Figura 3. Interpretación de un coeficiente de confiabilidad.....	19
Figura 4. Frecuencia de las variables Metodología Kaizen.....	20
Figura 5. Frecuencia de la dimensión Desarrollo de un compromiso con las metas.....	21
Figura 6. Frecuencia de la dimensión Establecer incentivos con el personal.....	22
Figura 7. Frecuencia de la dimensión Trabajo en equipo.....	23
Figura 8. Frecuencia de la dimensión Liderazgo.....	24
Figura 9. Frecuencia de la dimensión Medición.....	25
Figura 10. Frecuencia de la variable Gestión de pedidos.....	26
Figura 11. Frecuencia de la dimensión Recepción, validación y registro del pedido.....	26.
Figura 12. Frecuencia de la dimensión Selección y priorización.....	27
Figura 13. Frecuencia de la dimensión Programación y cumplimiento.....	28
Figura 14. Frecuencia de la dimensión Facturación.....	28
Figura 15. Frecuencia de la dimensión Servicio Postventa.....	29
Figura 16. Histograma de la variable Metodología Kaizen.....	31
Figura 17. Histograma de la variable Gestión de pedidos.....	31

RESUMEN

La presente investigación titulada “Metodología Kaizen y la Gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC, Lima 2021” tuvo como objetivo principal determinar la relación que existe entre la Metodología Kaizen y el proceso de Gestión de pedidos de la empresa en estudio proponiendo así esta metodología japonesa para la mejora continua de los procesos. La investigación fue de tipo aplicada, de enfoque cualitativo con nivel descriptiva-correlacional siendo esta no experimental, la población fueron los colaboradores de la empresa, teniendo 54 personas, con un método censal. Como técnica de recolección de datos se usó la encuesta, teniendo como instrumento un cuestionario compuesto por 12 preguntas de la variable Metodología Kaizen y 10 preguntas de la variable Gestión de pedidos, validado previamente por el juicio de 3 expertos en la materia, para la medición de la encuesta se usó la Escala de Likert. Para el análisis de resultados y probar las hipótesis se usó el coeficiente de correlación de Spearman, con lo cual se concluyó que existe un nivel de correlación de 67% entre las dos variables estudiadas.

Palabras clave: Metodología Kaizen, gestión de pedidos, mejora continua.

ABSTRACT

The present research entitled "Kaizen Methodology and Order Management in the company Greenberry Corporation SAC, Lima 2021" had as its main objective to determine the relationship between the Kaizen Methodology and the order management process of the company under the study thus proposing this Japanese methodology for the continuous improvement of processes. The research was of an applied type, with a qualitative approach with a descriptive-correlational level, being this non-experimental, the population was the collaborators of the company, having 54 people, with a census method. The survey was used as a data collection technique, having as an instrument a questionnaire composed of 12 questions of the Kaizen Methodology variable and 10 questions of the Order Management variable, previously validated by the judgment of 3 experts in the field, for measurement of the survey, the Likert Scale was used. For the analysis of results and to test the hypotheses, the Spearman correlation coefficient was used, with which it was concluded that there is a correlation of 67% between the two variables studied.

Keywords: Kaizen methodology, order management, continuous improvement.

I. INTRODUCCIÓN

En el marco internacional encontramos a Caballero (2020), quien refiere en su artículo que una óptima gestión de pedidos tiene que ver tanto con la satisfacción que les das a tus clientes como con la organización de tu propia empresa, y estas dos son partes importantes del negocio. (p.1). Dicho esto podemos darnos cuenta la gran importancia de buscar herramientas que nos ayude a mejorar la organización y la gestión de procesos, lo que nos llevará a obtener un mejor nivel de satisfacción con los clientes.

El financiero (2021), nos cuenta sobre los efectos de la pandemia sobre las empresas, el frenesí está forzando a las cadenas de suministro al punto de la crisis por el déficit, los cuellos de botella en el transporte y la alza de precios se están acercando a los niveles más altos de la memoria reciente.(p.1) Además de lo dicho cada vez existe más competencia empresarial y nuevas tecnologías, hemos visto muchos cambios en las empresas y en las maneras de trabajar por lo que las empresas deben plantearse estrategias para mejorar la Calidad de los servicios en general.

A nivel nacional el diario GESTIÓN (2020), nos indica que muchos peruanos han escogido realizar las compras a través de internet para evitar posibles contagios del COVID-19, sin embargo el problema más notorio entre los consumidores es el retraso en las entregas.

Podemos agregar lo que se refiere en el estudio de Rojas y Campos (2014), presentada en Semana económica sobre las cadenas de suministros en las empresas de Perú y agregan que hay diferencias significativas entre las empresas con mayor número de SKU (Stock keeping unit) o lo que se llama en español Unidad de mantenimiento en almacén, en cuanto a sus sistemas de integración con proveedores, mientras que las empresas con mayor número de pedidos tienden a estar más automatizadas en su comunicación con clientes. (p.11)

A nivel local encontramos diferentes empresas enfrentando estos inconvenientes en su proceso de Gestión de pedidos como la empresa Greenberry Corporation SAC empresa comercializadora de productos y servicios de tecnología de la información y Comunicación. La empresa en estudio no tiene una cultura clara

sobre Calidad y Gestión de procesos, pero se encuentra en la necesidad de ser más competitiva en un sector en pleno crecimiento y por las dificultades que se están viviendo por la pandemia del Covid-19. Entre los problemas principales que se encuentran en la empresa por un lado está la baja de las ventas del año pasado esto debido a la pandemia, luego tenemos problemas más específicos en la Gestión de pedidos como Incumplimiento en los plazos de entrega, Inadecuada comunicación interna y bajo nivel de satisfacción al cliente.

Según lo referido líneas arriba para solucionar problemas del proceso de gestión de pedidos de la empresa nos planteamos lo siguiente: ¿Qué relación existe entre la Metodología Kaizen y la Gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC? Para determinar si estas dos variables tienen una correlación directa por lo tanto se puede aplicar dicha metodología para la mejora del proceso como de otros procesos de la empresa.

La justificación del problema es que debido al crecimiento económico que ha generado el ingreso de nuevas empresas al mercado, las actuales se ven en la obligación de mejorar su capacidad organizacional y gerencial, tener cultura de Calidad y mejora continua de sus procesos para ser más productivos y competitivos como es el caso de Greenberry Corporation SAC.

La justificación práctica, por la creciente demanda en el mercado de las TIC, la empresa Greenberry Corporation SAC apunta a un crecimiento sostenido pero a la vez enfrenta una alta competencia. Esto implica que la Gerencia se plantee mejorar sus procesos de la empresa para ser más eficientes y que los trabajadores se comprometan e involucren en el nuevo Plan estratégico.

Y con esta investigación se quiere comprobar la relación de la metodología Kaizen con el proceso de Gestión de pedidos, para reconocer su importancia y que la puedan aplicar para mejorar el proceso y/o solucionar los problemas encontrados en dicho proceso o cualquier otro proceso de la empresa.

Justificación teórica, la investigación se realiza con la finalidad de contribuir a las teorías existentes con un nuevo conocimiento sobre la importancia de aplicar la filosofía Kaizen en los procesos de empresas comerciales en este caso nos enfocaremos en el proceso de Gestión de pedidos.

Por último la justificación metodológica es que la metodología de investigación del presente informe en el cual se utilizará la técnica de la encuesta y comprobaremos a través de la estadística la relación de la metodología Kaizen con el proceso de gestión de pedidos, servirá de base o fuente de información para futuros estudios sobre calidad y mejora continua de procesos.

El objetivo principal del trabajo de investigación es determinar la relación que existe entre la Metodología Kaizen y la Gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC. De acuerdo con las dimensiones de la metodología Kaizen tenemos cinco objetivos específicos: El primero es determinar la relación que existe entre el compromiso con las metas y la Gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC, el segundo es determinar la relación que existe entre establecer incentivos para el personal y la Gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC, tercero es determinar la relación que existe entre el trabajo en equipo y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC, cuarto determinar la relación que existe entre el Liderazgo y la Gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC y quinto y último es determinar la relación que existe entre la medición y la Gestión de pedidos en la empresa Greenberry SAC.

La hipótesis general sería: Existe relación entre la Metodología Kaizen y la Gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC. Y tendríamos cinco hipótesis específicas: Existe relación entre el Compromiso con las metas y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC, existe relación entre establecer incentivos y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC, existe relación entre el trabajo en equipo y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC, existe relación entre el Liderazgo y la gestión de pedidos de la empresa en la empresa Greenberry Corporation SAC y existe relación entre La medición y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC.

II MARCO TEÓRICO

En el marco nacional encontramos a Armas Sairitupac, L. M. (2018) con su Tesis para optar el título de ingeniera industrial de la Universidad Cesar Vallejo cuyo objetivo fue determinar cómo la aplicación de la metodología Kaizen incrementa la productividad del área de ventas en la una librería - bazar en la distrito de Chorrillos. Su metodología de investigación fue aplicada, de enfoque cuantitativo, de diseño cuasi experimental y nivel de investigación explicativo. La población fueron los empleadores y las ventas de la librería, su muestra fueron las ventas de seis meses de desempeño. Se concluye que la aplicación de la metodología Kaizen incrementa la productividad del área de ventas en la empresa , con un nivel de significancia de 0,000, que logró un incremento en la productividad de 14.00%.

Encontramos diferentes propuestas de implementación del Kaizen como por ejemplo, Méndez Marcelo F.A. (2019) en su investigación como tesis de pregrado de la Universidad Norbert Wiener. Cuyo objetivo fue proponer la metodología Kaizen, para mejorar los procesos del área de laboratorio clínico, optimizar los procesos y estandarizar procedimientos. Su metodología fue investigación de tipo proyectivo, nivel comprensivo y de enfoque mixto. Se identificó la condición actual del área de laboratorio clínico gracias a herramientas cualitativas y cuantitativas como la encuesta, identificadas con el uso de Pareto, se encontró que las causas que crean problemas en la gestión por procesos del área de laboratorio clínico tuvieron relación con la información extraída de los entrevistados.

Además también encontramos un análisis del sistema Kaizen en una empresa comercial, Ticona (2017) con su tesis de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano, cuyo objetivo fue evaluar el sistema Kaizen como instrumento para obtener el mejoramiento continuo de la empresa. Se realizó una investigación de campo y documental. Su metodología fue descriptivo y cuantitativo. Su población y muestra fue de 16 colaboradores, a los cuales se aplicó un cuestionario, la información fue procesada con el SPSS Statistic versión 21. Su conclusión es que intervengan todos los colaboradores por igual, ya que la participación de estos permite ordenar los lugares de trabajo para así mantenerlos funcionales y ordenados.

En el marco internacional encontramos muchas investigaciones sobre la metodología Kaizen aplicada a todo tipo de empresas, por ejemplo Villacrés (2018), en su investigación que realizó como proyecto de investigación para el título de Ingeniero Comercial en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, tuvo como objetivo desarrollar la metodología Kaizen para la optimización del Proceso de Ventas de la empresa en estudio. Su metodología fue de enfoque cualitativo, tipo descriptiva. Utilizó como instrumento de medición la Entrevista. Los resultados encontrados son un proceso mal ejecutado y desordenado, tiempos muertos y un control inefectivo de inventarios, que genera desperdicio de bienes. La metodología Kaizen que se propone, permite el mejoramiento continuo a través de la planificación, ejecución, control y estandarización del proceso de ventas.

Tenemos también la tesis de grado de Martínez (2016) de la Universidad Católica de Pereira en Colombia, cuyo objetivo fue elaborar una propuesta para la implementación del KAIZEN en el proceso comercial de una constructora, con el objetivo de mejorar los indicadores de satisfacción del cliente. Su metodología fue de tipo exploratorio y descriptivo y trabajó con una entrada de 14 trabajadores. En esta investigación se trabaja con el sistema de sugerencias y labor en grupos pequeños, ahí se encontró que la metodología KAIZEN es de fácil implementación, de costo económico, por lo tanto es rentable a mediano y largo plazo y además involucra a los empleados con la constructora y el confort de ser tenido en cuenta para el crecimiento de la compañía.

Terraza (2019) con su propuesta de diseño bajo la metodología Kaizen como tesis de grado en la Institución Universitaria ESUMER, Colombia. Tuvo como objetivo prioritario proponer la implementación de la filosofía Kaizen en el área de postventa con el propósito de mejorar la calidad de los servicios de la empresa Speed Solutions, utilizando los procesos propuestos en el PMBOK del PMI. Fue de tipo de aplicada ya que la metodología que se aplicará será en base a los resultados de la encuesta de satisfacción de clientes del 2018. Se concluye que es de vital importancia el uso de una metodología de mejora continua para mejorar la calidad de los servicios, mejorar la productividad y eficiencia del área de postventa.

Gálvez (2015) en su tesis para obtener el grado de Ingeniera industrial en la Escuela Superior Politécnica del Litoral – Ecuador, cuyo objetivo fue la

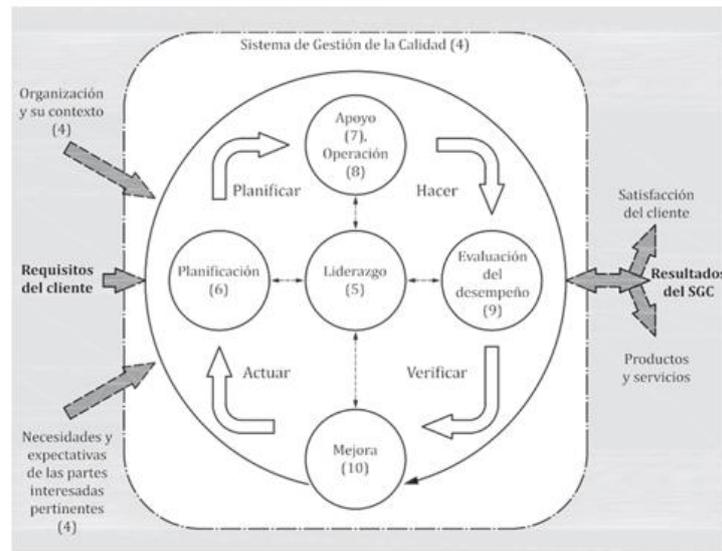
Implementación del método Kaizen en el área de Servicio de A&A para la Mejora Continua y aumentar la Satisfacción de los clientes. Su metodología fue enfoque cuantitativo, tipo aplicativo. Se concluye con el incremento del ISC de 88,04% a 88,57% cumpliendo con el objetivo planteado en el proyecto.

Como conceptos teóricos de la metodología Kaizen encontramos diferentes libros como el de Godínez (2018), donde afirma que el Kaizen es una herramienta que todos podemos implementar y para implementar mejoras pequeñas en el día a día la gente no necesita un Taller o un Curso de varios días y que además trae consigo muchos beneficios como en tiempo de respuesta, en reducción de inventarios, en reducción de espacios ocupados e incremento de la productividad. (p.32). Con esto deducimos que la Metodología Kaizen tiene diferentes beneficios para las empresas, básicamente en simplificar las cosas para una mejor eficiencia y es de fácil implementación.

Además Godínez (2018), también afirma en su libro que hay que definir que existen diferentes niveles de Kaizen. Hay algo que se llama Kaizen diario, donde rotan las personas que observan el proceso, y en base a sus observaciones van implementando mejoras y existe el Kaizen de proyectos, donde existe un Programa de talleres o Eventos Kaizen que se van mejorando, se va implementando, y se va monitoreando que todas estas mejoras duren a lo largo del tiempo. (p.33). Quiere decir que el Kaizen lo podemos usar para mejorar en el día a día, donde se verán las mejoras a diario y también lo podemos usar para proyectarnos metas a futuro.

Por su parte Antoine Delers (2016), indica en su libro que el Kaizen se basa en un hábito continuo de herramientas y de procedimientos existentes para mejorar el rendimiento final. Delers además indica que el Kaizen engloba otras herramientas que se pueden utilizar, como el círculo PDCA (ciclo de Deming), la gestión de la calidad total (Total Quality Management, TQM) o en Single Minute Exchange of Die (SMED). (p.11)

Figura 1. Ciclo Deming o ciclo PHVA.



Fuente: ISO 9001 (2015)

Según la imagen observamos que el ciclo de Deming consta de cuatro fases la primera significa Planificar, la segunda Hacer, tercera Verificar y la última es Actuar, el proceso lo podemos encontrar en la norma ISO 9001.

Encontramos la teoría de Vidal y Gisbert (2016), donde indican en su artículo que el Kaizen se basa en varios instrumentos que le permiten desarrollarse dentro de toda la organización en todas las áreas, con el objetivo de cumplir con las expectativas del cliente. Vidal y Gisbert refieren que esta metodología puede visualizarse como una sombrilla que engloba todas estas técnicas administrativas japonesas. (p.90)

Figura 2. Técnicas administrativas Kaizen.



Fuente: Vidal y Gisbert (2016). *Implementación de los Diez Principios del Kaizen para PYMES*

A partir de lo conceptualizado podemos deducir que el Kaizen se puede aplicar a todo tipo de empresas, tanto en grupos pequeños como en grupos grandes y de acuerdo a las necesidades de la empresa se debe plantear el proyecto de implementación Kaizen escogiendo las herramientas o técnicas que mejor se adecuen al logro de sus objetivos.

Para lograr los objetivos planteados en esta investigación se buscó los conceptos más generales de la implementación del Kaizen para así poder realizar un pequeño diagnóstico de la empresa en estudio y relacionarlo con el proceso de Gestión de pedidos.

Por lo cual describiremos el Programa de implementación del Kaizen de Vidal y Gisbert (2016) que consta en cinco etapas, la primera etapa es el “Desarrollo de un compromiso con las metas de la empresa” que consta en la definición clara de metas y objetivos, participación y compromiso de las personas y recompensas a los esfuerzos.(p.93). Agregamos que Correa (2012), afirma que la prosperidad de una empresa depende en gran parte de la dedicación que tienen los colaboradores con la organización y todo jefe o líder de un equipo desearía que los trabajadores entreguen una máxima labor, estén dispuestos a hacer horas extras si es necesario y estén contentos con su trabajo”.

La segunda etapa que indica Vidal y Gisbert (2016) se denomina “Establecer incentivos con el personal” e indica que además de los incentivos económicos también existan incentivos no económicos, debe darse al equipo completo y con reconocimiento al esfuerzo y mejoras. (p.94)

Por su parte Juárez y Carrillo (2014), refieren que un plan de incentivos incide en la paridad interna y la competitividad externa de los formatos de remuneraciones de la empresa. Juárez y Carrillo agregan que es muy importante, el monto del fondo de incentivos esperados que contempla el plan y el efecto que dicho monto tiene sobre la situación de paridad interna individual y los puestos de los colaboradores en el plan de incentivos.

Como tercera etapa Vidal y Gisbert (2016) la denominan “Trabajo en equipo” e indican que Kaizen promueve la participación de la labor en equipo, fija metas definidas a los equipos, todos participan por igual y todas las ideas son recibidas. (p.94)

Durán (2018), define al trabajo en equipo como el trabajo hecho por un grupo de individuos donde cada uno se encarga de realizar una actividad pero con la visión enfocada en el mismo objetivo, son conscientes de la personalidad de las otras, con sus rasgos positivos y negativos, se perciben a sí mismo y a los demás como miembros de una unidad. (p.7)

Como cuarta etapa Vidal y Gisbert (2016) la denominan “Liderazgo” e indica que el líder debe enfocarse y tener en cuenta los problemas. Debe saber escuchar, difundir actitudes e ideas positivas.

Podemos agregar que Gutiérrez (2020), define al liderazgo como el conjunto de habilidades clave para la supervivencia de cualquier empresa. También agrega que puede haber un negocio con la mejor planeación, pero si no cuenta con un líder para guiar al personal, este puede decaer. Por lo cual con estos dos últimos puntos se concluye que es muy importante incentivar y capacitar al personal en Liderazgo y trabajo en equipo de lo que últimamente se habla mucho.

Como última etapa Vidal y Gisbert (2016) la denominan “Medición” e indican que se realiza a través de esquemas, planes de acción, pizarrones de mejoras, etc. Este último punto es de suma importancia para la mejora continua del proceso.

Según un estudio sobre Metodología de medición y evaluación Crespo (2015), nos afirma que la medición y el seguimiento facilitan tener la base necesaria para la toma de decisiones y de acciones, y también para la mejora del desempeño institucional.

En un documento sobre la implementación de la gestión por procesos en las entidades públicas, la PCM (2015) nos afirma que una gestión por procesos, en la perspectiva de la gestión para resultados, debe estar destinada al cumplimiento de los objetivos y propósitos superiores de la entidad. Además la PCM agrega que para asegurar tal ejecución, es necesario medir y evaluar el rendimiento de toda la entidad, para identificar oportunidades de mejoras, medir indicadores de gestión, y así poder tomar mejores decisiones para los objetivos de la empresa.

Como marco teórico del proceso de Gestión de pedidos me parece interesante el aporte de Arenal (2019) en su libro donde dice que se debe hacer posible tomar pedidos a distancia, como por ejemplo a través de una llamada debe ser una situación fácil de realizar sin perder por ello la calidad de información que el comercial podrá manifestar a la hora de realizar el pedido, así como apoyar, también, la gestión de stock en el almacén, tarifas, ofertas, promociones, o cualquier observancia relacionada con entregas y facturación de cada cliente. (p.8)

Para poder definir a la Gestión de pedidos nos podemos basar en la definición de Sanchis y Poler (2018) donde indican en su artículo que la gestión de pedidos engloba las actividades referentes a la recepción, aceptación, consulta y archivado del pedido en cualquiera de sus fases del ciclo de vida.

Además Sanchis y Poler (2018), nos muestran ocho fases del Proceso de Gestión de pedidos e indican que este listado puede cambiar dependiendo de las necesidades de cada empresa, añadiendo o fusionando varias fases en una, según la política la empresa. En el presente informe de investigación se trabajará con seis de las ocho fases y dos de ellas fusionadas en una sola quedando así cinco fases del proceso de gestión de pedidos, de acuerdo al rubro y necesidades de la empresa Greenberry Corporation SAC, se presenta también el proceso actual de Gestión de pedidos de la empresa en el anexo 7.

La primera fase del proceso que usaremos será la Recepción, validación y registro del pedido. Según Viera, Izquierdo y Jiménez (2020), El registro de la propuesta de pedido y su documentación consiste en registrarla en el formato o aplicación que la empresa tenga para estandarizar procesos y poner en marcha la maquinaria productiva de preparación y recepción de pedidos. (p.435). Sobre la validación Sanchis y Poler (2018) nos indican que la validación consiste en realizar una análisis del pedido de forma que se compruebe la precisión, exactitud y legibilidad de los datos y la documentación que contiene el pedido. (p.4).

La segunda fase será Selección y priorización. Según Sanchis y Poler (2018) nos dicen que el pedido debe tomar su postura correcta respecto a los demás pedidos de productos que ya han sido recepcionados. (p.5). Iglesias (2010) nos dice que cuando se trata de compañías con multitud de referencias, existe siempre la amenaza de que no se entregue el pedido satisfactoriamente, para ellos la gestión de pedidos y distribución debe valerse de fehacientes sistemas que los ayude a rastrear los pedidos, envíen la información correcta a través de los canales establecidos y otorguen los recursos al cliente indicado”. A partir de ello deducimos que en esta fase siempre se debe respetar el orden en que los clientes han realizado sus pedidos.

La tercera fase será Programación y cumplimiento. Según Sanchis y Poler (2018) nos dicen que una vez que se ha realizado la selección y priorización de los pedidos, se debe planificar la cumplimentación de los mismos mediante la administración y asignación de recursos y capacidad, y la determinación de los procesos para poder proveer los bienes y servicios exigidos en el pedido”. (p.5) Se deduce que en esta fase es de vital importancia gestionar los recursos, procesos y la capacidad de la empresa para poder programar una fecha de entrega y esta sea cumplida.

La cuarta fase será la Facturación. Según Sachis y Poler (2018) indican que “la facturación es el proceso mediante el cual se realizan las facturas relativas a un pedido en particular. Agregan también Sachis y Poler que la factura es un documento indispensable que sirve como comprobante de la operación y en el cual queda reflejado toda la información de una compraventa”. (p.6).

La quinta y última fase del proceso de gestión de pedidos de la empresa sería el Servicio postventa. Según Martín, Ormeño, Sanz y Valverde (2019) el servicio postventa consiste en prolongar la atención que se presta al cliente una vez que se ha efectuado la venta y este servicio se puede ofrecer al comprador durante días, semanas, meses e incluso años. Además Sanchis y Poler (2018) refieren que en algunas oportunidades, las empresas brindan servicio postventa es decir como un servicio que da valor agregado a sus productos, también Sanchis y Poler refieren que algunas actividades postventa comprenden la instalación, mantenimiento y reparación de los bienes suministrados en el pedido. (p.6)

III METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación es Aplicada, ya que se busca demostrar que la metodología Kaizen se relaciona con el proceso de Gestión de pedidos de la empresa Greenberry Corporation SAC por lo cual ayudaría a la mejora del mismo.

Rivera (2019), en su publicación indica que la investigación aplicada tiene como finalidad el uso de toda la información accesible para elaborar nuevas tecnologías y métodos, transformando la sociedad en la que vivimos. Este tipo de investigación tiene efectos más tangibles muchas veces reconocidos por la población en común.

La investigación es de enfoque cuantitativo ya que se midió los indicadores de las dimensiones de las dos variables usando la estadística.

Hernández, Fernández y Baptista (2014), indican en su libro que el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis utilizando la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías. (p.4)

3.1.2. Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental porque se basa en la observación los hechos, por esto mismo viene hacer de nivel descriptivo y además de método deductivo.

Hernández, Fernández y Baptista (2014), definen a la Investigación no experimental como investigaciones que se ejecutan sin el manejo deliberado de variables y además sólo se contemplan los fenómenos en su ambiente nativo para examinarlos.

3.1.3. Nivel de investigación

El nivel de la investigación será descriptivo y correlacional por lo que se va a describir las teorías de mejora continua Kaizen y la Gestión de pedidos de la empresa y será correlacional por lo que el objetivo principal es identificar la

correlación de la variable independiente metodología Kaizen y la variable dependiente gestión de pedidos.

Hernández y Mendoza (2018), indica en su obra que los estudios descriptivos tienen como objetivo principal exponer propiedades y rasgos de términos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado. (p.105)

Hernández y Mendoza (2018), indica en su obra que el nivel correlacional tiene como objetivo identificar la relación o grado de vinculación que existe entre dos o más definiciones, categorías o variables en un ámbito en particular.

3.2. Variables y operacionalización

En la investigación se describen las variables: Metodología Kaizen y gestión de pedidos. Se procederá a definir las variables de forma conceptual, operacional, indicadores y la escala de medición a desarrollar (ver Anexo 1).

Variable independiente: Metodología Kaizen

Dimensión nro. 1: Desarrollo de un compromiso con las metas de la empresa.

Dimensión nro. 2: Establecer incentivos con el personal.

Dimensión nro. 3: Trabajo en equipo.

Dimensión nro. 4: Liderazgo.

Dimensión nro. 5: Medición.

Variable dependiente: Gestión de pedidos

Dimensión nro. 1: Recepción, validación y registro del pedido

Dimensión nro. 2: Selección y priorización

Dimensión nro. 3: Programación y cumplimentación

Dimensión nro. 4: Facturación

Dimensión nro. 5: Servicio postventa

3.3. Población y muestra

Población

Según Hernández (2014) se puede exponer población como el conjunto de personas, objetos, ideas o circunstancias que se someten a la observación de una o varias cualidades que tienen en común sus elementos y que permiten distinguirlos.

La población está compuesta por 54 personas que intervienen directa e indirectamente en el proceso de Gestión de pedidos de la empresa Greenberry Corporation SAC donde se cuenta con la autorización del gerente para el desarrollo de la tesis.

Muestra

Se aplicó el censo es decir se tomó como muestra al total de la población de la empresa Greenberry Corporation SAC, que vienen hacer 54 colaboradores que interviene directa o indirectamente en el proceso de gestión de pedidos.

Según Lopez y Fachelli (2015), indican que la clasificación de muestra censal se utiliza cuando la población es relativamente pequeña, quiere decir que la muestra es igual a la población. (p.10)

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnica

Para la medición de las variables de la investigación, se utilizó la técnica de la encuesta con el propósito de recoger datos muy específicos de la muestra. Pobeá (2018) refiere que la encuesta es un método de compilación de información mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas, a través de las cuales se pueden conocer opiniones, actitudes y conductas de los ciudadanos.

Tabla 1. Estructura organizacional de las variables de estudio

Variable	Dimensión	Ítem
Metodología Kaizen	Compromiso con las metas	P1, P2
	Establecer incentivos	P3, P4
	Trabajo en equipo	P5, P6, P7
	Liderazgo	P8, P9, P10
	Medición	P11, P12
Gestión de pedidos	Recepción, validación y registro del pedido	P13, P14
	Selección y priorización	P15, P16
	Programación y cumplimentación	P17, P18
	Facturación	P19, P20
	Servicio postventa	P21, P22

Fuente: Elaboración propia

3.4.2. Instrumentos

En esta investigación se utilizará el cuestionario como instrumento principal.

Hernández (2014) nos dice en su libro que los cuestionarios se sustentan en preguntas cerradas o abiertas y sus contextos pueden ser: autoadministrados, entrevista personal o telefónica y vía internet. (p.197)

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Categorías de valor en la escala de Likert

Puntuación	Categoría	Código
1	Nunca	N
2	Casi nunca	CN
3	A veces	AV
4	Casi siempre	CS
5	Siempre	S

Fuente: Elaboración propia

3.4.3. Validez

El instrumento de recolección de datos se aplicó a un proceso de validación mediante juicio de expertos, conformado por tres profesionales especialistas en la materia, el formato respectivo de revisión se encuentra en el Anexo 5.

Así mismo se desarrolló la prueba de V de Aiken a través de los mismos jurados para descubrir la relevancia que tiene cada ítem y su nivel de validez.

Según Hernández y Mendoza (2018), indican en su libro que la validez del contenido se consigue mediante los puntos de vista de expertos y al procurar que las dimensiones medidas sean características del universo o dominio de dimensiones de las variables de énfasis (p.365)

3.4.4 Confiabilidad

Según Hernández y Mendoza (2018), indican que la confiabilidad la identificas y examinas para todo el instrumento de medición utilizado, o bien, si aplicaste varios instrumentos, la estableces para cada uno de ellos. (p.323)

Existe un alto nivel de confiabilidad de acuerdo al resultado del análisis de Alfa de Cronbach que se realizó en el cual se observa un resultado del 91.6% según la Tabla 3 expuesta más adelante.

3.5. Procedimientos

En primer lugar se coordinó con el dueño de la empresa quien es CEO y Gerente de operaciones de la empresa para realizar un diagnóstico de los procesos misionales, encontrando a la Gestión de pedidos como el proceso con mayores debilidades por mejorar.

Se coordinó con la administración para solicitar permiso para la recolección de información de la empresa y para la realización de una encuesta al personal de la empresa, dicha encuesta tuvo cinco alternativas de respuesta tipo escala de Likert cuyos resultados se analizaron estadísticamente en el programa SPSS Statistic v.26.

3.6. Método de análisis de datos

Los datos obtenidos en la encuesta fueron trasladados a un archivo Excel para poderlos ingresar al programa SPSS statistics, donde se analizaron las variables cualitativas de Metodología Kaizen y Gestión de pedidos.

Las dos variables tanto independiente como dependiente se encuentran en la categoría cualitativa ordinal y se determinó su confiabilidad con el análisis de Alfa de Cronbach, se realizó la prueba de normalidad usando el método de Kolmogorov Smirnov de acuerdo a la muestra recogida mayor a 50 encuestados y utilizamos el estadístico Rho de Spearman para hallar la correlación de las variables.

3.7. Aspectos éticos

La presente investigación es original y auténtica, ha sido realizada siguiendo las normas establecidas por la oficina de grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo. Se adecuo el texto a las normas APA citando a cada uno de los autores de la información recopilada.

Para recoger la información de la empresa y la realización de la encuesta a los colaboradores, se pidió la autorización por parte de la administración de la empresa Greenberry Corporation SAC y se realizó la encuesta de manera confidencial.

IV. RESULTADOS

4.1 Fiabilidad del instrumento

Según Hernández y Mendoza (2018), indican que existen diversos métodos para estimar la confiabilidad de un instrumento de medición. Todos utilizan métodos y fórmulas que producen coeficientes de fiabilidad. La mayoría oscilan entre cero y uno, donde un coeficiente (0) significa nula confiabilidad y uno (1) representa un máximo de confiabilidad (fiabilidad total, perfecta). Cuanto más se aproxime el coeficiente a cero, más error habrá en la medición.

Para la presente investigación se utilizó el estadístico Alfa de Cronbach para comprobar la fiabilidad del instrumento.

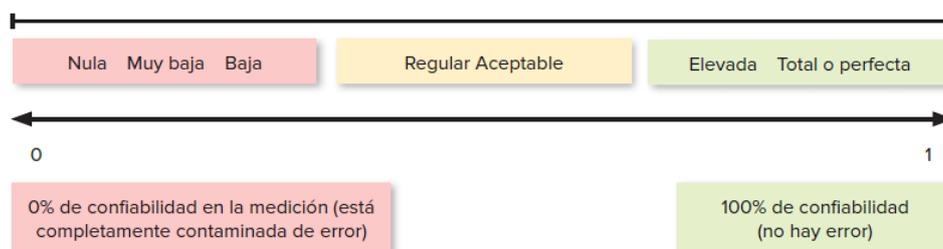
Tabla 3. Estadística de fiabilidad del instrumento

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.916	22

Fuente: Elaboración propia con el programa SPSS statistics 26

Según el resultado obtenido podemos observar que hay un alto nivel de confiabilidad en el instrumento ya que el resultado es de 0.916 que se acerca mucho al número 1.

Figura 3. Interpretación de un coeficiente de confiabilidad



Fuente. Hernández y Mendoza (2018) "Metodología de la investigación"

Tabla 4: Resumen de procesamiento de casos

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	54	100.0
	<u>Excluido^a</u>	0	.0
	Total	54	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia con el programa SPSS Statistics v.26

4.2. Análisis de los resultados

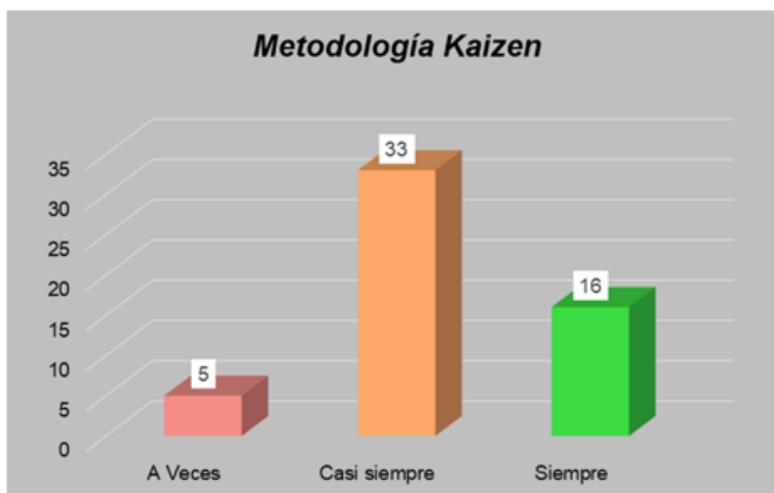
4.2.1. Variable 1: Metodología Kaizen

Tabla 5: Frecuencia de la Variable Metodología Kaizen

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A Veces	5	9.3%	9.3%	9.3%
	Casi siempre	33	61.1%	61.1%	70.4%
	Siempre	16	29.6%	29.6%	100.0%
Total		54	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 4. Frecuencia de la variable Metodología Kaizen



Fuente: Elaboración propia

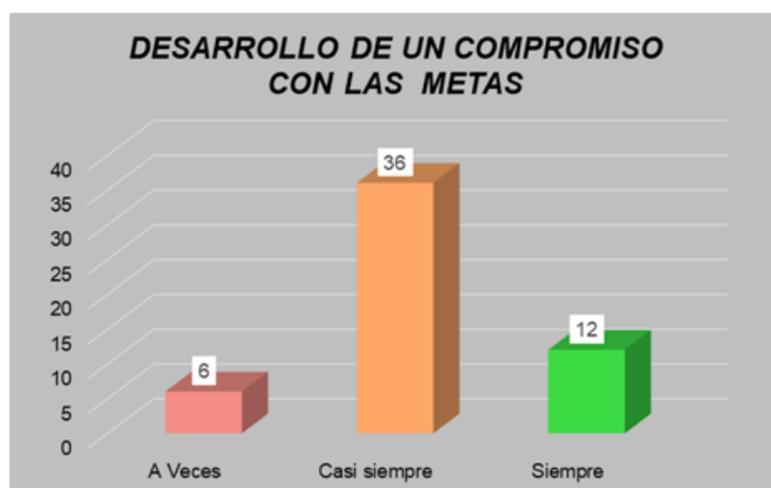
Interpretación: Según los resultados reflejados en la tabla 5 de la variable Metodología Kaizen el 29,6% respondieron que siempre se aplica la Metodología Kaizen en la empresa, el 61% respondió que casi siempre se aplica la metodología y el 9,3% respondió que a veces se aplica la metodología.

Tabla 6. Frecuencia de la dimensión Desarrollo de un compromiso con las metas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A Veces	6	11.1%	11.1%	11.1%
	Casi siempre	36	66.7%	66.7%	77.8%
	Siempre	12	22.2%	22.2%	100.0%
Total		54	100.0%	100.0%	

Fuente. Elaboración propia

Figura 5. Frecuencia de la dimensión Desarrollo de un compromiso con las metas



Fuente: Elaboración propia

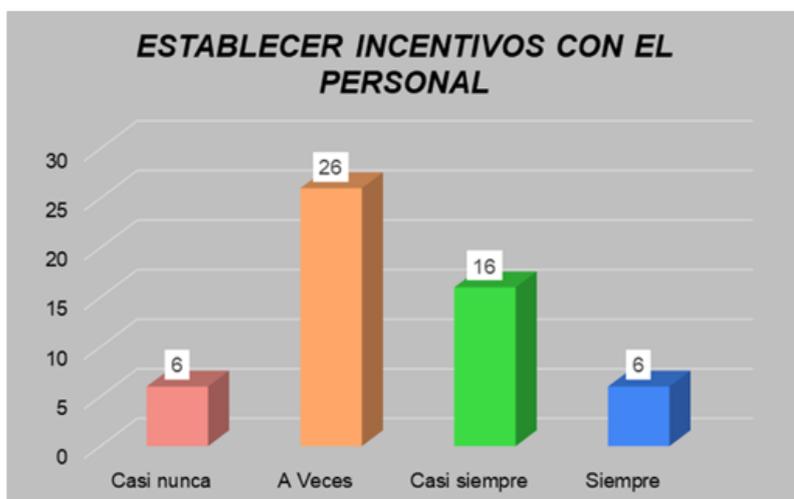
Interpretación: Según los resultados reflejados en la tabla 7, para la dimensión Desarrollo de un compromiso con las metas, el 22,2% de los encuestados respondieron que Siempre reconocen que existe un compromiso con las metas de la empresa, el 66,7% respondió que casi siempre reconoce que existe un compromiso con las metas de la empresa y el 11,1% respondió que a veces existe un compromiso con las metas de la empresa.

Tabla 7. Frecuencia de la dimensión Establecer incentivos con el personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi nunca	6	11.1%	11.1%	11.1%
	A Veces	26	48.1%	48.1%	59.3%
	Casi siempre	16	29.6%	29.6%	88.9%
	Siempre	6	11.1%	11.1%	100.0%
Total		54	100.0%	100.0%	

Fuente. Elaboración propia

Figura 6. Frecuencia de la dimensión Establecer incentivos con el personal



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los datos de la tabla 7, para la dimensión Establecer incentivos con el personal, el 11,1% de los encuestados respondieron que siempre hay incentivos económicos o no económicos para el personal, el 29,6% respondió casi siempre, 48,1% respondió a veces y un 11,1% casi nunca.

Tabla 8. Frecuencia de la dimensión Trabajo en equipo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A Veces	4	7.4%	7.4%	7.4%
	Casi siempre	29	53.7%	53.7%	61.1%
	Siempre	21	38.9%	38.9%	100.0%
Total		54	100.0%	100.0%	

Fuente. Elaboración propia

Figura 7. Frecuencia de la dimensión Trabajo en equipo



Fuente: Elaboración propia

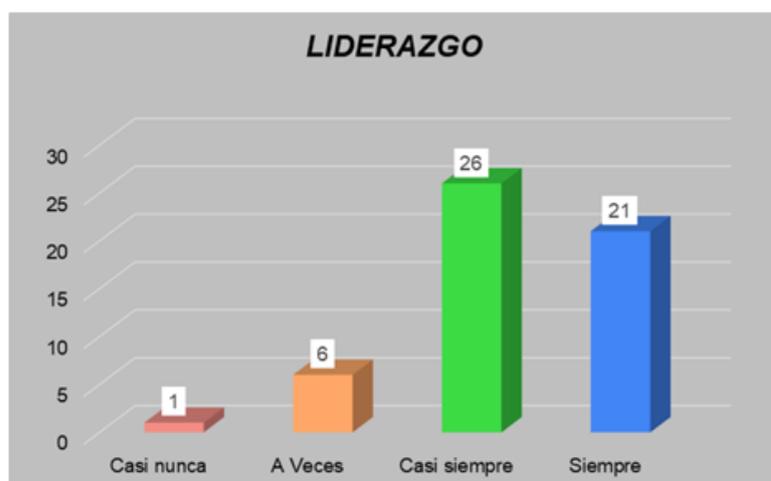
Interpretación: Según los datos reflejados en la tabla 8, el 38,9% de los encuestados respondieron Siempre para la dimensión Trabajo en equipo, 53,7% respondió Casi siempre y el 7,4% respondió A veces.

Tabla 9. Frecuencia de la dimensión Liderazgo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi nunca	1	1.9%	1.9%	1.9%
	A Veces	6	11.1%	11.1%	13.0%
	Casi siempre	26	48.1%	48.1%	61.1%
	Siempre	21	38.9%	38.9%	100.0%
Total		54	100.0%	100.0%	

Fuente. Elaboración propia

Figura 8. Frecuencia de la dimensión Liderazgo



Fuente: Elaboración propia

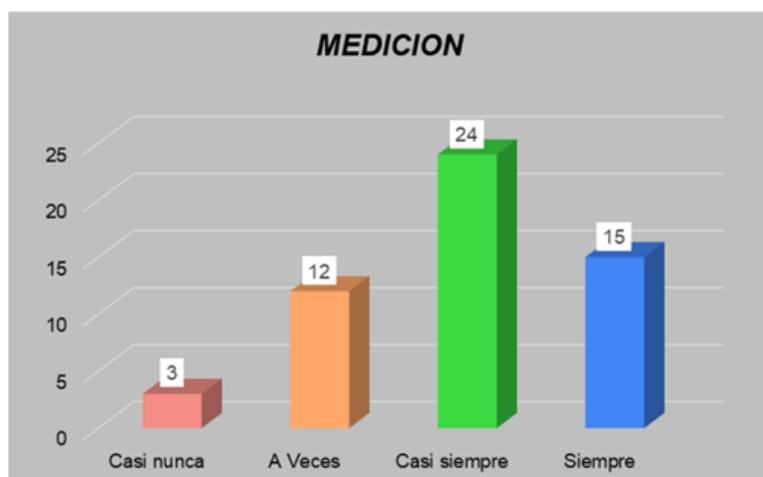
Interpretación: Según los datos reflejados en la tabla 9, el 38,9% de los encuestados respondió Siempre para la dimensión Liderazgo, el 48,1% Casi siempre, el 11,1% a veces y el 1,9% Casi nunca.

Tabla 10. Frecuencia de la dimensión Medición

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi nunca	3	5.6%	5.6%	5.6%
	A Veces	12	22.2%	22.2%	27.8%
	Casi siempre	24	44.4%	44.4%	72.2%
	Siempre	15	27.8%	27.8%	100.0%
Total		54	100.0%	100.0%	

Fuente. Elaboración propia

Figura 9. Frecuencia de la dimensión Medición



Fuente. Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos reflejados en la tabla 10, el 27,8% de los encuestados respondió Siempre para la dimensión Medición, el 44,4% respondió Casi siempre, 22,2% A veces y 5,6% respondió Casi nunca.

4.2.2. Variable dependiente Gestión de pedidos

Tabla 11. Frecuencia de la variable Gestión de pedidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A Veces	2	3.7%	3.7%	3.7%
	Casi siempre	24	44.4%	44.4%	48.1%
	Siempre	28	51.9%	51.9%	100.0%
Total		54	100.0%	100.0%	

Fuente. Elaboración propia

Figura 10. Frecuencia de la variable Gestión de pedidos



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los datos reflejados en la tabla 12, el 51,9% de los encuestados respondió que Siempre realizan de una manera correcta el proceso de Gestión de pedidos, el 44,4% respondió que casi siempre realiza bien el proceso y el 3,7% respondió que a veces realiza correctamente el proceso de Gestión de pedidos.

Tabla 12. Frecuencia de la dimensión Recepción, validación y registro del pedido.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A Veces	7	13.0%	13.0%	13.0%
	Casi siempre	24	44.4%	44.4%	57.4%
	Siempre	23	42.6%	42.6%	100.0%
Total		54	100.0%	100.0%	

Fuente. Elaboración propia

Figura 11. Frecuencia de la dimensión Recepción, validación y registro del pedido.



Fuente: Elaboración propia

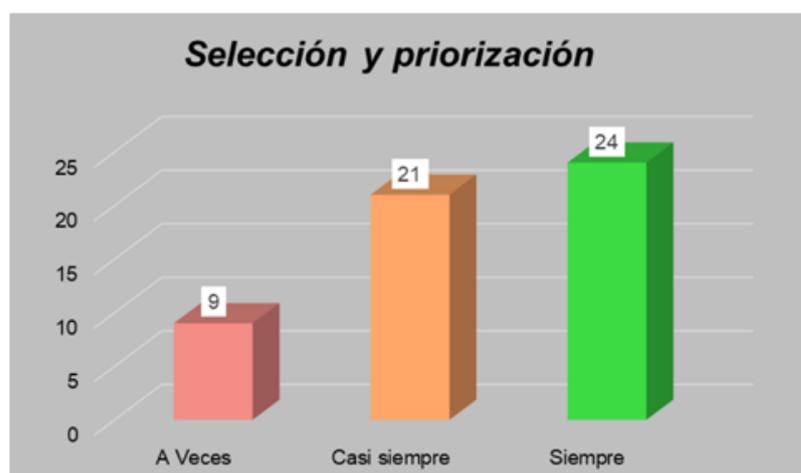
Interpretación: Según los datos reflejados en la tabla 13, el 42,6% de los encuestados respondió que siempre realizan bien la primera etapa del proceso de Gestión de pedido, el 44,4% respondió que casi siempre realiza bien la primera etapa.

Tabla 13. Frecuencia de la dimensión Selección y priorización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A Veces	9	16.7%	16.7%	16.7%
	Casi siempre	21	38.9%	38.9%	55.6%
	Siempre	24	44.4%	44.4%	100.0%
Total		54	100.0%	100.0%	

Fuente. Elaboración propia

Figura 12. Frecuencia de la dimensión Selección y priorización



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los resultados reflejados en la tabla 14, el 44.4% de los encuestados respondió que Siempre realiza de manera óptima la etapa de selección y priorización de pedidos, el 38.9% de los encuestados respondió que Casi siempre realiza de manera óptima la segunda etapa del proceso y el 16,7% respondió que A veces realiza de manera óptima la segunda etapa del proceso.

Tabla 14. Frecuencia de la dimensión Programación y cumplimiento.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A Veces	4	7.4%	7.4%	7.4%
	Casi siempre	25	46.3%	46.3%	53.7%
	Siempre	25	46.3%	46.3%	100.0%
Total		54	100.0%	100.0%	

Fuente. Elaboración propia

Figura 13. Frecuencia de la dimensión Programación y cumplimiento.



Fuente: Elaboración propia

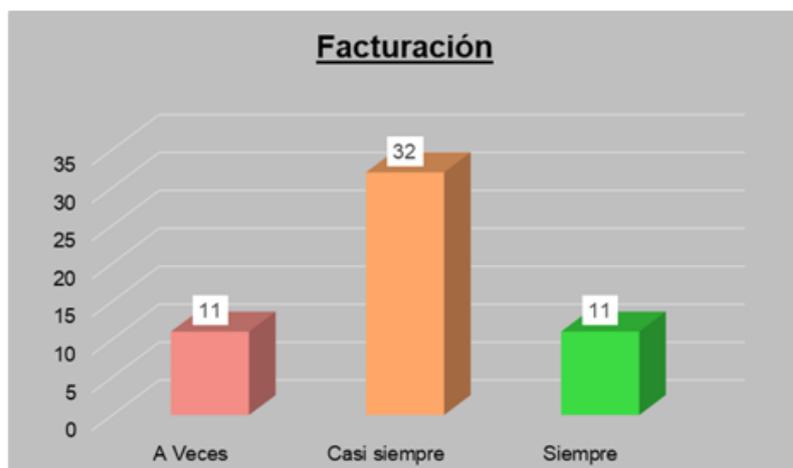
Interpretación: Según los resultados de la tabla 15, el 46,3% de los encuestados respondió que siempre desempeña correctamente la tercera etapa Programación y cumplimiento, el 46,3% respondió que casi siempre desempeña correctamente la tercera etapa y sólo el 7,4% respondió que desempeña correctamente el tercer paso.

Tabla 15. Frecuencia de la dimensión Facturación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A Veces	11	20.4%	20.4%	20.4%
	Casi siempre	32	59.3%	59.3%	79.6%
	Siempre	11	20.4%	20.4%	100.0%
Total		54	100.0%	100.0%	

Fuente. Elaboración propia

Figura 14. Frecuencia de la dimensión Facturación



Fuente: Elaboración propia

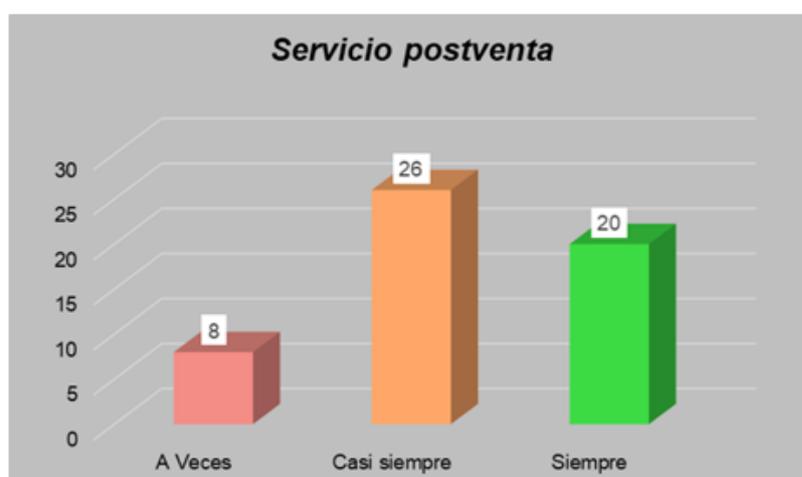
Interpretación: Según los datos reflejados en la tabla 16, apreciamos que el 20,4% de los encuestados respondió que Siempre realizan correctamente la etapa de facturación, 59,3% respondió que Casi siempre realizan correctamente la etapa de Facturación y 20,4% respondió que a veces realizan correctamente la cuarta etapa del proceso.

Tabla 16. Frecuencia de la dimensión Servicio de postventa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A Veces	8	14.8%	14.8%	14.8%
	Casi siempre	26	48.1%	48.1%	63.0%
	Siempre	20	37.0%	37.0%	100.0%
Total		54	100.0%	100.0%	

Elaboración propia

Figura 15. Frecuencia de la dimensión Servicio postventa



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los datos de la tabla 17, el 37% de los encuestados respondió que Siempre realizan correctamente el Servicio postventa, el 48.1% de los encuestados respondió que Casi siempre realizan correctamente el Servicio postventa y el 14.8% que a veces realizan correctamente el servicio postventa.

4.3. Prueba de normalidad

En la prueba de normalidad se determinará si se acepta la Hipótesis planteada en la investigación de acuerdo a los resultados del grado de significancia. En este caso

utilizaremos la prueba de Kolmogorov - Smirnov por tener más de 50 datos.

Planteamiento de la Hipótesis:

H₀: La distribución de la muestra sigue una distribución normal

H₁: La distribución de la muestra no sigue una distribución normal.

Criterio de decisión:

a. Sig < 0.05 entonces se rechaza H₀.

b. Sig > 0.05 entonces se acepta H₀.

Tabla 17. Pruebas de normalidad



	<u>Kolmogorov-Smirnov^a</u>			<u>Shapiro-Wilk</u>		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Metodología Kaizen	.078	54	.200*	.982	54	.571
Gestión de pedidos	.122	54	.045	.970	54	.198

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

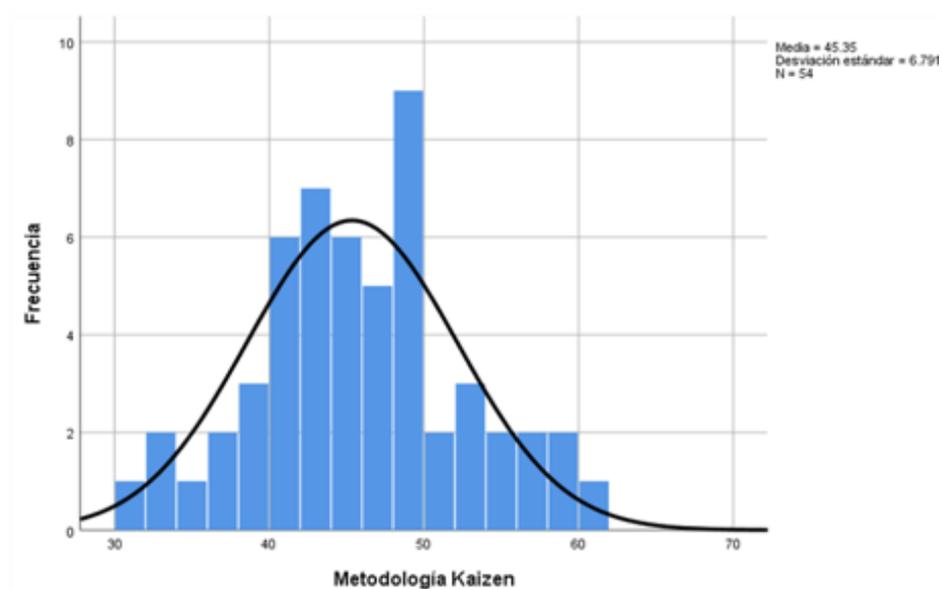
Fuente: Elaboración propia con el programa SPSS statistics v.26



Interpretación:

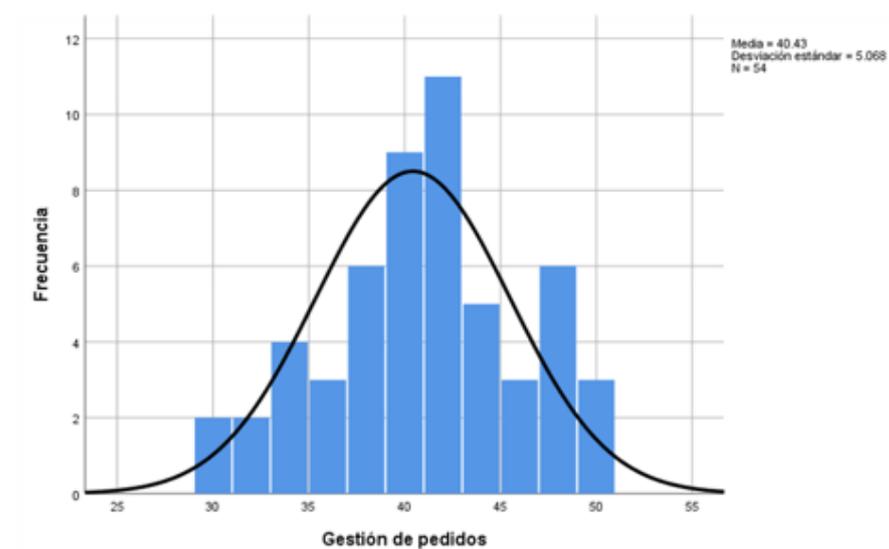
Según la prueba de Kolmogorov-Smirnov, nos indica que las variables presentan un nivel de significancia menor a 0.05, concluyendo que se rechaza la hipótesis nula (H₀) indicando que las variables no tienen una distribución normal.

Figura 16. Histograma de la variable Metodología Kaizen



Fuente: Elaboración propia con el programa SPSS statistics 26

Figura 17. Histograma de la variable Gestión de pedidos



Fuente: Elaboración propia con el programa SPSS statistics 26

4.4 Contrastación de hipótesis

Hipótesis General:

Existe relación entre la Metodología Kaizen y la Gestión de pedidos de la empresa Greenberry Corporation SAC

Planteamiento de la Hipótesis:

- Hipótesis Nula (H0): No existe relación entre la metodología kaizen y la gestión de pedidos de la empresa Greenberry Corporation SAC.
- Hipótesis alterna (H1): Existe relación entre la metodología kaizen y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC.

Si el valor de $p > 0.05$, se acepta la Hipótesis Nula (H0).

Si el valor de $p < 0.05$, se acepta la Hipótesis de Investigación (H1).

Tabla 18. Cuadro de rango relación de valores no paramétricos

RANGO	RELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Elaborado por Hernández y Mendoza (2018)

Tabla 19. Prueba de correlación de variables de la Hipótesis general

			Metodología Kaizen	Gestión de pedidos
Rho de Spearman	Metodología Kaizen	Coefficiente de correlación	1.000	.670**
		Sig. (bilateral)		.000
		N	54	54
	Gestión de pedidos	Coefficiente de correlación	.670**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	54	54

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

□

Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS v.26

Interpretación: Según los datos reflejados en la tabla 19, las variables presentan un grado de significancia de $0.000 < 0.05$, por esta razón se acepta la Hipótesis de investigación donde se confirma que “Existe relación entre la Metodología Kaizen y la gestión de pedidos”, también observamos que el coeficiente de correlación es de 0.670, lo que significa que es una correlación positiva considerable.

Hipótesis específica 1:

Existe relación entre el Desarrollo de un compromiso con las metas y la Gestión de pedidos de la empresa Greenberry Corporation SAC.

Tabla 20. Prueba de correlación de variables Desarrollo de un compromiso con las metas y Gestión de pedidos

			COMPROMISO CON LAS METAS	Gestión de pedidos
Rho de Spearman	COMPROMISO CON LAS METAS	Coefficiente de correlación	1.000	.464**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	54	54
	Gestión de pedidos	Coefficiente de correlación	.464**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	54	54

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

□

Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS statistic v.26

Interpretación: Según los datos reflejados en la tabla 20, las variables presentan un grado de significancia de $0.000 < 0.05$, por esta razón se acepta la Hipótesis de investigación donde se confirma que “Existe relación entre el compromiso con las metas y la gestión de pedidos”, también observamos que el coeficiente de correlación es de 0.464, esto significa que es una correlación positiva media.

Hipótesis específica 2:

Existe relación entre establecer incentivos con el personal y la Gestión de pedidos de la empresa Greenberry Corporation SAC

Tabla 21. Prueba de correlación de las variables Establecer incentivos con el personal y Gestión de pedidos.

			ESTABLECER INCENTIVOS	Gestión de pedidos
Rho de Spearman	ESTABLECER INCENTIVOS	Coefficiente de correlación	1.000	.493**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	54	54
	Gestión de pedidos	Coefficiente de correlación	.493**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	54	54

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

□

Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS Statistic v.26

Interpretación: Según los datos reflejados en la tabla 21, las variables presentan un grado de significancia de $0.000 < 0.05$, por esta razón se acepta la hipótesis de investigación donde se confirma que “Existe relación entre establecer incentivos y la gestión de pedidos”, observamos también que el coeficiente de correlación es de 0.493, significa que es una correlación positiva media.

Hipótesis específica 3:

Existe relación entre el trabajo en equipo y la gestión de pedidos de la empresa Greenberry Corporation SAC

Tabla 22: Prueba de correlación de las variables Trabajo en equipo y Gestión de pedidos.

			TRABAJO EN EQUIPO	Gestión de pedidos
Rho de Spearman	TRABAJO EN EQUIPO	Coefficiente de correlación	1.000	.570**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	54	54
	Gestión de pedidos	Coefficiente de correlación	.570**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	54	54

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS [Statistic v.26](#)

Interpretación: Según los datos reflejados en la tabla 22, las variables presentan un grado de significancia menor a 0.05, esto significa que se acepta la hipótesis de investigación donde se confirma que “Existe relación entre trabajo en equipo y gestión de pedidos”, observamos también que el coeficiente de correlación es de 0.570, esto nos dice que es una correlación positiva considerable.

Hipótesis específica 4:

Existe relación entre el Liderazgo y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC

Tabla 23. Prueba de correlación de las variables Liderazgo y Gestión de pedidos

			LIDERAZGO	Gestión de pedidos
Rho de Spearman	LIDERAZGO	Coeficiente de correlación	1.000	.659**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	54	54
	Gestión de pedidos	Coeficiente de correlación	.659**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	54	54

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS Statistic v.26

Interpretación: Según la tabla 23, las variables presentan un grado de significancia menor a 0.05 lo que significa que se acepta la hipótesis de investigación donde se confirma que “Existe relación entre el Liderazgo y la gestión de pedidos”, observamos también que el coeficiente de correlación es de 0.659 esto significa que es una correlación positiva considerable.

Hipótesis específica 5:

Existe relación entre la Medición y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC.

Tabla 24: Prueba de correlación de las variables Medición y Gestión de pedidos

			MEDICIÓN	Gestión de pedidos
Rho de Spearman	MEDICIÓN	Coeficiente de correlación	1.000	.593**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	54	54
	Gestión de pedidos	Coeficiente de correlación	.593**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	54	54

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS Statistic v.26

Interpretación: Según los datos de la tabla 24, presenta que las variables tienen un grado de significancia menor a 0.05 lo que indica que se acepta la hipótesis de investigación donde se confirma que “Existe relación entre la medición y la gestión de pedidos” además el coeficiente de correlación es de 0.593 esto significa que es una correlación positiva considerable.

V DISCUSIÓN

En relación al análisis descriptivo e inferencial que se ha realizado, se ha determinado que existe un nivel de correlación directa entre la variable Metodología Kaizen y la variable Gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC. La globalización y los retos relacionados básicamente con la tecnología han hecho que las empresas requieran mayores niveles de calidad, por lo que Vidal y Gisbert (2016) nos indican en su artículo que es indispensable disponer de una metodología de mejora continua de la calidad dentro de la empresa, con un esquema bien definido y establecido e identificando los pasos a seguir. Además Vidal y Gisbert refieren que las técnicas conocidas que están teniendo gran acogida, son: Reingeniería de Negocios, Gestión de Calidad total, Gestión de Procesos, Administración Total de la Mejora continua, el método Tomkins de Mejora continua, Seis Sigma, Teoría de las restricciones y Desarrollo Organizacional entre otros, pero por su carácter integrado y su desarrollo armónico que implica sobre todo el talento humano como pieza clave, se encuentra la metodología Kaizen.

Con respecto a la hipótesis primera encontramos un nivel de correlación directa entre el Desarrollo de un compromiso con las metas y la Gestión de pedidos, como nos explica en su artículo Correa (2012), que el rendimiento de los trabajadores tiene directa relación a que tan contentos están en sus puestos de trabajo, por lo que también es obligación de las empresas generar compromiso en sus trabajadores para que se cumplan las metas organizacionales.

Con respecto a la segunda hipótesis encontramos un nivel de correlación directa entre establecer incentivos con el personal y la gestión de pedidos, quiere decir que los incentivos ayudan a que el personal se desempeñe mejor por lo cual se llevaran a cabo de una manera más óptima los procesos de la empresa, lo que queda demostrado en las investigaciones de Juárez y Carrillo (2014), donde indican que en su experiencia profesional, han tenido la oportunidad de observar cómo, cuando los planes de incentivos son diseñados, comunicados y administrados de manera apropiada, pueden lograr cambios significativos en el dinamismo, los resultados y, en general, el funcionamiento de la empresa. (p.17)

Con respecto a la tercera hipótesis encontramos un nivel de correlación entre el trabajo en equipo y la gestión de pedidos, podemos agregar lo referido por Duran (2018) en su libro nos dice que todo se basara en el tipo de equipo, del tipo de metas a alcanzar y de las destrezas y competencias de cada uno de los participantes del equipo. (p.9)

Con respecto a la cuarta hipótesis encontramos un nivel de correlación entre el Liderazgo y la gestión de pedidos, como expresa en su artículo Gutiérrez (2020), la forma de ejercer el liderazgo tiene efectos directos sobre muchos aspectos del trabajo y psicológicos de los trabajadores. Además Gutierrez (2020) agrega que un liderazgo óptimo mejora la productividad de los subordinados, aumenta su bienestar, su afiliación al negocio y, en consecuencia, los beneficios empresariales.

Con respecto a la quinta hipótesis encontramos un nivel de correlación entre la Medición y la gestión de pedidos, podemos mencionar a Crespo (2015), quien indica en su artículo que la medición y el seguimiento permiten obtener información para la toma de decisiones y de acciones, así como para la mejora del desempeño institucional.

VI CONCLUSIONES

Primera

De acuerdo al objetivo principal de la investigación de determinar la relación entre las dos variables en estudio, se llega a la conclusión que realmente existe un nivel de correlación de 67% entre la variable Metodología Kaizen y la variable Gestión de pedidos de la empresa Greenberry Corporation SAC, eso nos demuestra que la empresa y todos los colaboradores tienen buena predisposición para aplicar las herramientas del Kaizen, empezar aplicar la mejora continua de procesos, poder resolver problemas y debilidades que se encuentren en la empresa.

Segunda

Con respecto al primer objetivo específico de determinar la relación entre el desarrollo de un compromiso con las metas y la gestión de pedidos, se concluye que existe un nivel de correlación de 46,4%, así mismo se demostró en las encuestas que un gran número de encuestados conoce las metas y se siente comprometido con las metas de la empresa.

Tercera

Sobre el segundo objetivo específico de determinar la relación que existe entre establecer incentivos con el personal y la gestión de pedidos, concluimos que existe un nivel de correlación de 49.3% y según las encuestas podemos observar que se está aplicando moderadamente incentivos para el personal y solo algunos colaboradores gozan de ello.

Cuarta

Sobre el tercer objetivo específico de determinar la relación que existe entre el trabajo en equipo y la gestión de pedidos, concluimos que existe un nivel de correlación del 57%, según las encuestas se concluye que la mayoría de los encuestados siente que hay una buena comunicación entre todos los colaboradores.

Quinta

Sobre el cuarto objetivo específico de determinar la relación que existe entre el

liderazgo y la gestión de pedidos, se concluye que existe un nivel de correlación de 65.9%, según las respuestas de las encuestas se deduce que todos los colaboradores sienten en cierto grado la presencia de un líder en el equipo de trabajo.

Sexta

Sobre el quinto objetivo específico de determinar la relación que existe entre la Medición y la gestión de pedidos, se concluye que existe un nivel de correlación de 59.3% y según las respuestas de las encuestas se puede afirmar que el líder del equipo con regularidad mide tanto las mejoras como la productividad de los procesos.

VII RECOMENDACIONES

Primera

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación, nos demuestra que la empresa va en buen camino para aplicar la metodología Kaizen y mejorar el proceso de Gestión de pedidos, por lo cual se recomienda utilizar las técnicas y herramientas del Kaizen como por ejemplo el ciclo de Deming o ciclo PHVA, lo cual ayudará a tener un mejor control y seguimiento del proceso para la toma de decisiones, poder subsanar debilidades en el proceso, mejorar dicho proceso y a su vez la satisfacción de los clientes.

Segunda

Para el desarrollo de un compromiso con las metas, se recomienda presentar constantemente las metas y nuevos objetivos a todo el personal y a su vez premiar el esfuerzo del personal por alcanzarlos, para así crear un mayor compromiso con las metas de la empresa.

Tercera

Se recomienda además establecer un nuevo plan de incentivos de preferencia no económicos que incluya a todos los colaboradores para aumentar su motivación y compromiso con los objetivos y metas de la empresa.

Cuarto

Se recomienda formar equipos de trabajo donde cada equipo tenga una meta específica las cuales en conjunto llevaran a lograr las metas planteadas por la gerencia y que se siga practicando la buena comunicación entre los colaboradores.

Quinta

Se recomienda seguir practicando el liderazgo en todos los equipos de trabajo y que el líder o los líderes sepan mantener la motivación de todos los colaboradores.

Sexta

Por último se recomienda que los jefes o líderes de los grupos de trabajo realicen seguimiento a las etapas del sistema Kaizen que se implemente en la empresa, así

como también realicen la medición de las mejoras de los procesos y la productividad de estos.

REFERENCIAS

- Arenal Lazo C. (2019) Preparación de pedidos. Mf1326, Editorial Tutor Formación. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&h>.
- Armas Sairitupac L.M. (2012). Aplicación del Kaizen para incrementar la productividad del área de ventas en la empresa Librería Bazar Don Pablo Choque EIRL. Tesis de Ingeniería industrial de la Universidad Cesar Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/37078>.
- Caballero M. (2020), *Gestión eficiente de pedidos en tu fábrica: ¿Cómo lograrlo?* Recuperado de: blog.wearedrew.co/gestión-eficiente-de-pedidos-en-tu-fabrica.
- Carvajal Martín L.G., Ormeño Alonso J., Sanz Sumelzo L.B. y Valverde A. (2019) *Seguimiento del servicio posventa (FPB Preparación de pedidos y venta de productos)* Editorial Editex. Recuperado de https://www.google.com/books/edition/Seguimiento_del_servicio_posventa_FPB_Pr/XFSkDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0.
- Comercio, E. (2016, Oct 29). *Kaizen, el arte de reinventar la gestión humana*. El Comercio Retrieved from <https://search.proquest.com/newspapers/kaizen-el-arte-de-reinventar-la-gestión-humana/docview/1833251558/se-2?accountid=37408>.
- Crespo, J. (2015). *Metodología de medición y evaluación —MESGC8+2— para seguimiento, análisis y mejora de los sistemas de gestión de calidad*. Signos, 7(1), 107-123. doi:<http://dx.doi.org/10.15332/s2145-1389.2015.0001.08>.
- Delers A. (2016), *La filosofía del Kaizen: Pequeños cambios con grandes consecuencias*. Editorial 50minutos.es. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=>.
- Durán Asencio A. (2018), *Trabajo en equipo* Editorial Elearning S.L. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=GG12DwAAQBAJ&printsec>.

- El financiero, (2021) *'Efecto secundario de pandemia': Nuevas compras de pánico (ahora de las empresas) agotan la economía mundial*. Retrieved from <https://www.proquest.com/newspapers/efecto-secundario-de-pandemia-nuevas-compras/docview/2529184074/se-2?accountid=37408>.
- Gálvez Arrobo M. L. (2015) *Implementación de la metodología Kaizen como herramienta de Mejora continua para incrementar la satisfacción de los clientes en una empresa automotriz*. Tesis de ingeniería industrial. Escuela politécnica del litoral, Ecuador. <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/31003?show=full&locale-attribute=en>.
- Gestión (2020) *Compras por internet, ¿qué hacer si tu pedido no llega en el plazo ofrecido?* <https://gestion.pe/tu-dinero/compras-por-internet-que-hacer-si-tu-pedido-no-llega-en-el-plazo-ofrecido-por-el-proveedor-noticia/>.
- Godinez Gonzales A. M. y Hernández Moreno G. (2018) *Poder KAIZEN: El método preferido de Mejora Continua para maximizar los resultados de toda organización*. Editorial Agnus Media Innovación. Guanajuato, México.
- Gutiérrez Tapia R. (2020, Nov 20). *Estos son los tipos de liderazgo empresarial que existen*. CE Noticias Financieras Retrieved from <https://search.proquest.com/wire-feeds/estos-son-los-tipos-de-liderazgo-empresarial-que/docview/2462744409/se-2?accountid=37408>.
- Hernández Sampieri R., Fernández Collado C. y Baptista L. M. (2014) *Metodología de la investigación*. Sexta edición. Mc Graw Hill/ Interamericana Editores S.A. Recuperado de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>.
- Iglesias López A. (2010). *La cadena de suministro, su gestión y la acción de marketing* ESIC Editorial. Recuperado de https://www.google.com/books/edition/La_cadena_de_suministro/55AFEAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0.

- Juárez Hernández J. O. y Carrillo Castro E.(2014) *Administración de la compensación, sueldos, salarios, incentivos y prestaciones* Grupo Editorial Patria S.A. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=>.
- Lopez P., Fachelli S. (2015) *Metodología de la Investigación social cuantitativa*. Recuperado de: <https://ddd.uab.cat./pub/caplli/2016/163564>.
- Martinez Zapata D.A. (2016). *Kaizen aplicado en el proceso de ventas de una empresa constructora*. Proyecto de grado de la Universidad Católica de Pereira. <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/2660599>.
- Méndez Marcelo F. A. (2019). *Propuesta de metodología Kaizen para mejorar la gestión por procesos del área de laboratorio clínico, de una clínica privada, Lima 2019. Tesis de ingeniero industrial y Gestión empresarial. Universidad Norbert Wiener*. <http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/3260>.
- PCM Presidencia del Consejo de Ministros (2015) *Documento orientador: Metodología para la implementación de la gestión por procesos en las entidades de la administración pública en el marco del D.S.N°004-2013-PCM-Política Nacional de modernización de la Gestión Pública*.
- Picard (2016) *El método de mejora continua de procesos de HEXPOL ayuda a los clientes a optimizar la calidad, la productividad y el rendimiento*. (2016, Oct 17). Business Wire En Español Retrieved from <https://search.proquest.com/wire-feeds/el-método-de-mejora-continua-procesos-hexpol/docview/1829604231/se-2?accountid=37408>.
- Pobea Reyes, M. (2018) LA ENCUESTA. Sala de lectura digital David Wald CNICM/ BMN Recuperado de <http://www.bmns.sld.cu/sala-de-lectura-digital-david-wald>.
- Rivera, C.. (2019). *Investigación básica e investigación aplicada*. Singer Island.: Newstex. Retrieved from <https://search.proquest.com/blogs,-podcasts,-websites/investigación-básica-e-aplicada/docview/2293905884/se-2?accountid=37408>.
- Rodrigo Correa (2012) *El compromiso organizacional es indispensable para alcanzar las metas* por Rodrigo Correa, Gerente de Pay Roll Capital

Humano. Recuperado de <https://mba.americaeconomia.com/articulos/columnas/el-compromiso-organizacional-es-indispensable-para-alcanzar-las-metas>.

Rojas p., Campos M.A. (2014). *Arreglando la cosa. Segundo estudio de la situación Supply Chain Management en el Perú*. Semana económica. Recuperado de: https://gs1pe.org/pdf_gs1pe/02_segundo_estudio_SC_Peru_gs1pe_web.pdf.

Romero, A. (2020, Jul 06). La 'nueva normalidad' digital: Gadgets la revista. aunque la principal tarea de los centros de datos ha sido conectar a los usuarios con los servicios digitales durante el aislamiento, la tecnología que incorporan es aprovechada por investigadores para aprender más del covid-19. Reforma Retrieved from <https://search.proquest.com/newspapers/la-nueva-normalidad-digital/docview/2420056586/se-2?accountid=37408>.

Sanchis Gisbert, R.; Poler Escoto, R. (2018). Las Fases del Proceso de Gestión de Pedidos según las Estrategias de Cumplimiento de Pedidos. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10251/104399>.

Terraza Torres C. (2019). Propuesta de diseño bajo la metodología Kaizen en el área de posventa de la empresa Speed Solutions. Institución ESUMER. <https://repositorio.esumer.edu.com>.

Ticona Escobar V.M. (2017) *Análisis del Sistema Kaizen como herramienta para el mejoramiento continuo en la empresa Distribuciones BOOKSHOP E.I.R.L Arequipa, 2017*. Tesis de Licenciado en Administración. Universidad Nacional del Altiplano. http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/7118/Ticona_Escobar_Valeria_Maribel.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Vidal Boluda M. A. y Gisbert Soler V. (2016). *Implementación de los Diez Principios del Kaizen para PYMES*. Editorial Área de Innovación y Desarrollo S.L. Valencia, España. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5859842>.

Viera Lara L., Izquierdo Carrasco F., Jiménez García A.(2020) *Técnicas de recepción y comunicación*. ADGG0208 IC Editorial. Recuperado de https://www.google.com/books/edition/T%C3%A9cnicas_de_recepci%C3%B3n_y_comunicaci%C3%B3n/v1IpEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0.

Villacrés Zuñiga M. B. (2018) *Desarrollo de la metodología Kaizen para la optimización del proceso de ventas en la empresa Distribuidora VIZU*. TESIS DE Ingeniero Comercial. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2484?locale=en>.

Anexo 1. Matriz de operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Metodología Kaizen	El Kaizen es un método de mejora continua aplicable en una cadena de fabricación. Es la contracción de las palabras KAI, que significa “cambio” y ZEN, es decir “bueno” o “mejor”. El Kaizen se basa en una adaptación continua de las herramientas y de los procedimientos existentes para mejorar el rendimiento final. Este método, en el que es necesaria la participación de todos los empleados y mánagers, está más considerado un estado de ánimo que un verdadero sistema. Antonie Delers (2016)	El Kaizen será analizado a través de sus dimensiones que vienen hacer los 5 pasos del programa de implementación Kaizen dicho por los autores Vidal y Gisbert (2016) y se determinaran los indicadores de las dimensiones para poderlos estudiar con el respectivo instrumento de investigación.	COMPROMISO CON LAS METAS	1. Nivel de compromiso con las metas y objetivos.	P1,P2	Ordinal
			ESTABLECER INCENTIVOS	1. Incentivo económicos 2. Incentivos no económicos.	P3,P4	
			TRABAJO EN EQUIPO	1. Objetivos y metas del equipo. 2. Comunicación efectiva. 3. Resolución de problemas.	P5,P6,P7	
			LIDERAZGO	1. Presencia de liderazgo. 2. Capacidad de expresar ideas. 3. Motivación	P8,P9,P10	
			MEDICIÓN	1. Medición de la mejora de los procesos. 2. Medición de la productividad de los procesos.	P11,P12	

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Gestión de pedidos	Una vez mostrada la importancia que poseen los pedidos, las empresas deben centrar sus esfuerzos en gestionarlos adecuadamente para satisfacer los requerimientos de los clientes. La gestión de pedidos engloba las tareas relativas a la recepción, aceptación, consulta y archivado del pedido en cualquiera de sus etapas del ciclo de vida. Sanchis y Poler (2018)	El proceso de gestión de pedidos está dividido en diferentes fases que se deben ir cumplimentando para una correcta gestión del pedido. "Este listado de fases se puede modificar dependiendo de las necesidades particulares de cada empresa, añadiendo o fusionando varias fases en una, según la política de la empresa". Sanchis y Poler (2018)	Recepción, validación y registro del pedido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Confirmación de haber recibido pedido 2. Validación del pedido 	P13,P14	Ordinal
			Selección y priorización	<ol style="list-style-type: none"> 1. Priorización de pedidos 2. Cálculo de tiempo de entrega 	P15,P16	
			Programación y cumplimentación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tiempo de entrega de pedidos 2. Daños o averías en la entrega 	P17,P18	
			Facturación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Errores en facturas 2. Pago a tiempo de facturas 	P19,P20	
			Servicio postventa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atención de consultas y reclamaciones 2. Servicio de mantenimiento y capacitación 	P21,P22	

ANEXO 2. Matriz de consistencia: Metodología Kaizen y la Gestión de pedidos

P.GENERAL	O.GENERAL	H.GENERAL	V 1 - V 2	DIMENSIONES	INDICADORES	IT.
<p>¿Qué relación existe entre la metodología Kaizen y la Gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>1. ¿Qué relación existe entre el desarrollo de un compromiso con las metas y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC?</p> <p>2. ¿Qué relación existe entre establecer incentivos con el personal y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC?</p>	<p>Determinar la relación que existe entre la Metodología Kaizen y la Gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>1. Determinar la relación que existe entre el desarrollo de un compromiso con las metas y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC.</p> <p>2. Determinar la relación que existe entre establecer incentivos y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC.</p>	<p>Existe relación entre la Metodología Kaizen y la Gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</p> <p>1. Existe relación entre el desarrollo de un compromiso con las metas y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC.</p> <p>2. Existe relación entre establecer incentivos y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC.</p>	<p>M E T O D O L O G Í A K A I Z E N</p>	<p>Compromiso con las metas de la empresa.</p> <p>Establecer incentivos.</p> <p>Trabajo en equipo.</p> <p>Liderazgo.</p> <p>Medición.</p>	<p>Nivel de compromiso con las metas y objetivos.</p> <p>Incentivo económicos Incentivos no económicos.</p> <p>Objetivos y metas del equipo Comunicación efectiva. Resolución de problemas.</p> <p>Presencia de liderazgo. Capacidad de expresar ideas. Motivación Clientes perdidos contra clientes nuevos. Tiempo de una etapa a otra del proceso de venta</p>	

<p>3. ¿Qué relación existe entre el trabajo en equipo y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC?</p>	<p>3. Determinar la relación que existe entre el trabajo en equipo y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC.</p>	<p>3. Existe relación entre el trabajo en equipo y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC.</p>	<p>G E S T I O N D E P E D I D O S</p>	<p>Recepción, validación y registro</p> <p>Selección y priorización</p> <p>Programación y cumplimiento.</p> <p>Facturación</p> <p>Servicio postventa</p>	<p>Confirmación de haber recibido pedido. Validación del pedido.</p> <p>Priorización de pedidos. Cálculo de tiempo de entrega.</p> <p>Tiempo de entrega de pedidos. Daños o averías en la entrega. Errores en facturas. Pago a tiempo de facturas. Atención de consultas y reclamaciones. Servicio de mantenimiento y capacitación</p>	
<p>4. ¿Qué relación existe entre el Liderazgo la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC?</p>	<p>4. Determinar la relación que existe entre el Liderazgo y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC.</p>	<p>4. Existe relación entre El Liderazgo y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC.</p>				
<p>5. ¿Qué relación existe entre la medición la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC?</p>	<p>5. Determinar la relación que existe entre la medición y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC.</p>	<p>5. Existe relación entre La medición y la gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC.</p>				

Anexo 3: Matriz metodológica

Tipo aplicada	Nivel Descriptiva - correlacional	Diseño No experimental	Enfoque Cuantitativo
<p>El tipo de investigación es Aplicada, ya que se busca demostrar que la metodología Kaizen puede ayudar a mejorar el proceso Gestión de pedidos de la empresa Greenberry Corporation SAC Rivera (2019), en su publicación indica que la investigación aplicada tiene como finalidad el uso de toda la información accesible para elaborar nuevas tecnologías y métodos, transformando la sociedad en la que vivimos. Este tipo de investigación tiene efectos más tangibles muchas veces reconocidos por la población en común.</p>	<p>Será descriptivo y correlacional por lo que se va a describir las teorías de mejora continua Kaizen y la Gestión de pedidos de la empresa y será correlacional por lo que el objetivo principal es identificar la correlación de la variable independiente metodología Kaizen y la variable dependiente gestión de pedidos. Hernández y Mendoza (2018), indica en su obra que los estudios descriptivos tienen como objetivo principal exponer propiedades y rasgos de términos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado. (p.105) Hernández y Mendoza (2018), indica en su obra que el nivel correlacional tiene como objetivo identificar la relación o grado de vinculación que existe entre dos o más definiciones, categorías o variables en un ámbito en particular.</p>	<p>El diseño de la investigación es no experimental porque se basa en la observación los hechos, por esto mismo viene hacer de nivel descriptivo y además de método deductivo. Hernández, Fernández y Baptista (2014), en su libro definen a la Investigación no experimental como investigaciones que se realizan sin el manejo deliberado de variables y en los que sólo se contemplan los fenómenos en su ambiente nativo para examinarlos.</p>	<p>La investigación es de enfoque cuantitativo porque vamos a medir los indicadores de las dimensiones de las dos variables. Hernández, Fernández y Baptista (2014), indican en su libro que el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías. (p.4)</p>

Técnica	Instrumento	Validez	Confiabilidad
<p>La técnica a utilizar para la recolección de datos es la encuesta con el propósito de recoger datos muy específicos de la muestra. Pobeá (2018) refiere que la encuesta es un método de compilación de información mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas. A través de las encuestas se pueden conocer opiniones, las actitudes y las conductas de los ciudadanos.</p>	<p>En esta investigación se utilizará el cuestionario como instrumento principal. Hernández (2014) nos dice en su libro que los cuestionarios se sustentan en preguntas cerradas o abiertas y sus contextos pueden ser: autoadministrados, entrevista personal o telefónica y vía internet. (p.197)</p>	<p>El instrumento de recolección de datos se aplicó a un proceso de validación mediante juicio de expertos, conformado por tres profesionales especialistas en la materia. Se desarrolló la prueba de V de Aiken a través de los mismos jurados para descubrir la relevancia que tiene cada ítem y su nivel de validez. Según Hernández y Mendoza (2018), indican en su libro que la validez del contenido se consigue mediante los puntos de vista de expertos y al procurar que las dimensiones medidas por el instrumento sean características del universo o dominio de dimensiones de las variables de énfasis (p.365)</p>	<p>Existe un alto nivel de confiabilidad de acuerdo al resultado del análisis de Alfa de Cronbach que se realizó en el cual se observa un resultado del 91.6% según la Tabla 3 expuesta más adelante. Según Hernández y Mendoza (2018), indican que la confiabilidad la identificas y examinas para todo el instrumento de medición utilizado, o bien, si aplicaste varios instrumentos, la estableces para cada uno de ellos. (p.323)</p>

Anexo 4: Instrumentos para la recolección de datos

CUESTIONARIO “Metodología Kaizen y Gestión de pedidos”

Objetivo: Determinar la relación que existe entre la Metodología Kaizen y la Gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC

Instrucciones: Marque con una X la alternativa que usted considere de acuerdo con el ítem en los casilleros siguientes.

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

Dimensiones	Indicador	N	CN	A	CS	S
Desarrollo de un compromiso con las metas	Nivel de compromiso con las metas de la empresa					
	P1 ¿Con qué frecuencia te sientes comprometido con las metas de la empresa?					
	P2 ¿Con qué frecuencia la empresa premia los esfuerzos del personal por alcanzar los objetivos y metas de la empresa?					
Establecer incentivos con el personal	Entrega de incentivos económicos					
	P3 ¿Con qué frecuencia recibes incentivos económicos en la empresa?					
	Entrega de incentivos no económicos					
	P4 ¿Con qué frecuencia recibes incentivos no económicos en la empresa?					
Trabajo en equipo	Objetivos y metas del equipo					
	P5 ¿A menudo persigues los mismos objetivos que todos para bien de la empresa?					
	Comunicación efectiva					
	P6 ¿A menudo sientes que hay buena comunicación entre todos los colaboradores?					
	Resolución de problemas					
	P7 ¿Con qué frecuencia se reúnen para tomar decisiones en conjunto y solucionar problemas?					
Liderazgo	Presencia de liderazgo					
	P8 ¿Con qué frecuencia sientes la presencia de un líder en tu equipo de trabajo?					
	Motivación					
	P9 ¿Con qué frecuencia te sientes motivado en el trabajo?					
	Capacidad de expresar ideas					

	P10 ¿Con qué frecuencia puedes expresar tus ideas al grupo de trabajo?					
Medición	Medición de las mejoras de procesos					
	P11 ¿Con qué frecuencia el líder o responsable del equipo mide las mejoras de los procesos?					
	Medición de la productividad					
	P12 ¿Con qué frecuencia el líder o responsable del equipo mide la productividad de los procesos?					

Dimensiones	Indicador	N	CN	A	CS	S
Recepción, validación y registro del pedido	Confirmación de haber recibido pedido					
	P13 ¿Con qué frecuencia se le comunica al cliente que se ha recibido su pedido y está priorizado para su atención?					
	Validación del pedido					
	P14 ¿Con qué frecuencia la orden de pedido se encuentra en orden para su validación?					
Selección y priorización	Priorización de pedido					
	P15 ¿Consideras que los pedidos se atienden siguiendo un adecuado orden de priorización de pedidos?					
	Cálculo de tiempo de entrega					
	P16 ¿Suelen contar con la suficiente información de parte del mayorista para calcular el plazo de entrega de los pedidos?					
Programación y cumplimiento	Tiempo de entrega de pedidos					
	P17 ¿Con qué frecuencia los pedidos se entregan en el plazo pactado con el cliente?					
	Daños o averías en la entrega					
	P18 ¿Con qué frecuencia los pedidos se entregan sin daños o averías?					
Facturación	Errores en facturas					
	P19 ¿Con qué frecuencia las facturas son emitidas sin errores?					
	Pago a tiempo de facturas					
	P20 ¿El cliente suele pagar a tiempo las facturas?					
Servicio postventa	Atención de consultas y reclamaciones					
	P21 ¿Las consultas o reclamos después de la entrega del pedido suelen ser contestadas a la brevedad?					
	Servicio de mantenimiento y capacitación					
	P22 ¿Consideras que el servicio postventa que se brinda al cliente es de calidad?					

Anexo 5. Revisión por juicio de expertos



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a):
Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la escuela de Ingeniería Empresarial en la UCV sede Lima norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recoger la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optar el título de Ingeniera Empresarial.

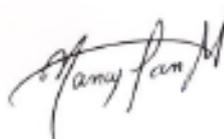
El título nombre de mi proyecto de investigación es: Metodología Kaizen y la Gestión de pedidos en la empresa comercial Greenberry Corporation SAC, Lima, 2021 y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en el tema a desarrollar.

El expediente de validación, que se le hace llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente

Atentamente,



Sánchez Madrid, Nancy
DNI: 47280174

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA RELACIÓN ENTRE LA METODOLOGÍA KAIZEN Y LA GESTIÓN DE PEDIDOS EN LA EMPRESA GREENBERRY CORPORATION SAC, LIMA, 2021

VARIABLE / DIMENSION		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
VARIABLE INDEPENDIENTE: METODOLOGÍA KAIZEN								
Dimensión 1: Desarrollo de un compromiso con las metas								
1.	Los colaboradores se sienten comprometidos con las metas de la empresa.	X		X		X		
2.	La empresa premia los esfuerzos del personal por alcanzar los objetivos y metas de la empresa	X		X		X		
Dimensión 2: Establecer incentivos con el personal								
3.	Los colaboradores reciben incentivos económicos en reconocimiento de su esfuerzo y mejoras	X		X		X		
4.	Los colaboradores reciben incentivos no económicos en reconocimiento de su esfuerzo y mejoras.	X		X		X		
Dimensión 3: Trabajo en equipo								
5.	Los colaboradores persiguen los mismos objetivos para bien de la empresa.	X		X		X		
6.	Los colaboradores sienten que hay buena comunicación entre todo el equipo.	X		X		X		
7.	Los colaboradores se reúnen para tomar decisiones en conjunto y solucionar problemas.	X		X		X		
Dimensión 4: Liderazgo								
8.	Los colaboradores sienten la presencia de un líder en el equipo de trabajo.	X		X		X		
9.	Los colaboradores se sienten motivados en el trabajo.	X		X		X		
10.	Los colaboradores pueden expresar sus ideas al grupo de trabajo.	X		X		X		
Dimensión 5: Medición								
11.	El líder o responsable del equipo mide las mejoras de los procesos.	X		X		X		

12.	El líder o responsable mide la productividad de los procesos.	X		X		X	
VARIABLE DEPENDIENTE: GESTIÓN DE PEDIDOS		Si	No	Si	No	Si	No
Dimensión 1: Recepción, validación y registro del pedido							
13.	La empresa comunica al cliente que se ha recibido el pedido.	X		X		X	
14.	Las órdenes de pedido se encuentran en orden para su validación.	X		X		X	
Dimensión 2: Selección y priorización							
15.	Los pedidos se atienden siguiendo adecuado orden de priorización de órdenes de pedidos.	X		X		X	
16.	Se cuenta con la suficiente información de parte del mayorista para poder calcular el plazo de entrega de los pedidos.	X		X		X	
Dimensión 3: Programación y cumplimiento							
17.	Los pedidos se entregan en el plazo pactado con el cliente.	X		X		X	
18.	Los pedidos se entregan sin daños ni averías	X		X		X	
Dimensión 4: Facturación							
19.	Las facturas por los pedidos son emitidas sin errores.	X		X		X	
20.	El cliente suele pagar a tiempo las facturas por sus pedidos.	X		X		X	
Dimensión 5: Servicio postventa							
21.	Las consultas o reclamos después de la entrega del pedido suelen ser contestadas a la brevedad	X		X		X	
22.	Los colaboradores consideran que el servicio postventa brindado al cliente es de calidad.	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: ~~Dr/~~ Mg: Mg. Jaime Leandro Madrid Casariego.

DNI: 02773132

Especialidad del validador: Administración de la educación

29 de abril del 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



Firma del Experto Informante.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: HECTOR PORTILLO RIOS

DNI: 255548961

Especialidad del validador: Ciencias Administrativas

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

27 de abril del 2021


Firma del Experto Informante.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Mg. Ing. Alfredo Fernando ~~Temoche~~ López.

DNI: 08616495

Especialidad del validador: Ingeniero Industrial con mención en gestión de operaciones y productividad.

08 de mayo de 2021.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



Firma del Experto Informante.

Anexo 6. Base de datos

	METODOLOGÍA KAIZEN											GESTIÓN DE PEDIDOS										
	Desarrollo de un compromiso con las metas		Establecer incentivos con el personal		Trabajo en equipo			Liderazgo			Medición		Recepción, validación y registro		Selección y priorización		Programación y cumplimiento		Facturación		Servicio postventa	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	
2	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	
3	4	3	3	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	4	5	3	5	4	3	4	4	
4	4	3	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
8	5	3	1	3	4	4	3	3	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
7	4	3	1	1	4	3	3	3	2	3	3	3	2	4	5	4	2	5	4	4	4	
8	5	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	
8	4	2	2	3	4	2	3	2	3	2	2	2	4	5	4	5	4	4	3	4	3	
10	5	2	1	3	5	3	3	2	4	5	2	2	4	4	4	2	4	4	5	4	4	
11	3	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	
12	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
13	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
14	4	5	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	4	
16	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	
18	4	4	5	1	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	
17	4	3	2	3	3	4	4	2	3	4	4	2	3	2	4	3	3	3	3	2	3	
18	3	3	1	1	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
18	4	3	3	2	3	3	1	1	3	2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	
20	4	3	3	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	
21	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	
22	4	2	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	
23	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	
24	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	2	1	4	3	5	
26	4	4	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	
28	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	4	5	
27	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	2	4	5	5	
28	5	4	1	4	5	4	5	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	
28	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	
30	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	
31	3	4	3	3	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	
32	3	4	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	
33	4	4	4	3	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	3	4	5	4	1	4	4	
34	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	
36	4	5	3	3	4	3	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	
38	5	5	3	2	4	4	3	4	3	3	2	4	4	4	3	4	5	4	3	5	5	
37	4	3	5	5	5	5	3	5	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	
38	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	
39	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	
40	3	3	3	2	4	3	4	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
41	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
42	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	
43	4	4	3	3	5	4	3	4	4	3	4	5	5	5	4	3	5	5	4	4	4	
44	5	5	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	
46	4	4	3	2	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
48	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	
47	4	3	1	1	5	4	3	3	4	3	5	5	3	3	3	3	4	4	1	4	3	
48	3	2	3	3	4	3	4	2	3	3	2	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	
49	5	4	4	2	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	
60	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	
61	4	3	2	3	4	3	3	4	3	4	2	3	4	3	4	3	3	5	4	2	5	
62	4	4	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	2	4	5	5	
63	5	2	4	2	5	5	3	2	4	5	2	2	4	4	3	5	5	4	4	4	4	
64	5	4	3	2	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	

Anexo 7. Pruebas de V de Aiken

PRUEBA DE V DE AIKEN DE LA VARIABLE METODOLOGÍA KAIZEN

		PERTINENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	PROMEDIO
VARIABLE: METODOLOGÍA KAIZEN	Preg. 1	1.0000	0.9167	0.9167	0.9444
	Preg. 2	0.9167	0.8333	0.8333	0.8611
	Preg. 3	0.9167	0.9167	1.0000	0.9444
	Preg. 4	0.7500	0.9167	0.9167	0.8611
	Preg. 5	0.8333	0.9167	0.8333	0.8611
	Preg. 6	0.9167	0.9167	1.0000	0.9444
	Preg. 7	0.8333	0.8333	0.9167	0.8611
	Preg. 8	0.9167	0.9167	0.8333	0.8889
	Preg. 9	0.9167	0.8333	0.8333	0.8611
	Preg. 10	0.9167	0.9167	0.9167	0.9167
	Preg. 11	0.9167	0.9167	0.9167	0.9167
	Preg. 12	0.8333	0.9167	0.9167	0.8889
PROMEDIO GLOBAL				0.8958	

PRUEBA DE V DE AIKEN DE LA VARIABLE GESTIÓN DE PEDIDOS

		PERTINENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	PROMEDIO
VARIABLE: GESTIÓN DE PEDIDOS	Preg. 13	0.9167	0.9167	1.0000	0.9444
	Preg. 14	0.8333	0.8333	0.9167	0.8611
	Preg. 15	0.9167	0.8333	0.9167	0.8889
	Preg. 16	0.8333	0.9167	0.8333	0.8611
	Preg. 17	0.8333	0.9167	0.9167	0.8889
	Preg. 18	0.9167	0.8333	0.9167	0.8889
	Preg. 19	0.8333	0.9167	0.9167	0.8889
	Preg. 20	0.9167	1.0000	0.8333	0.9167
	Preg. 21	0.9167	0.9167	0.9167	0.9167
	Preg. 22	1.0000	1.0000	0.9167	0.9722
PROMEDIO GLOBAL				0.9028	

Anexo 8. Carta de autorización de la empresa en estudio.

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Por medio de la presente se autoriza a la señorita Nancy Lucía Sánchez Madrid con DNI: 47280174 estudiante de la Universidad Cesar Vallejo sede Lima norte de la carrera de Ingeniería Empresarial, para obtener información necesaria para el desarrollo de su informe de investigación "Metodología Kaizen y Gestión de pedidos en la empresa Greenberry Corporation SAC, Lima 2021" y poder obtener su título profesional.

Se emite dicha carta para los fines pertinentes.

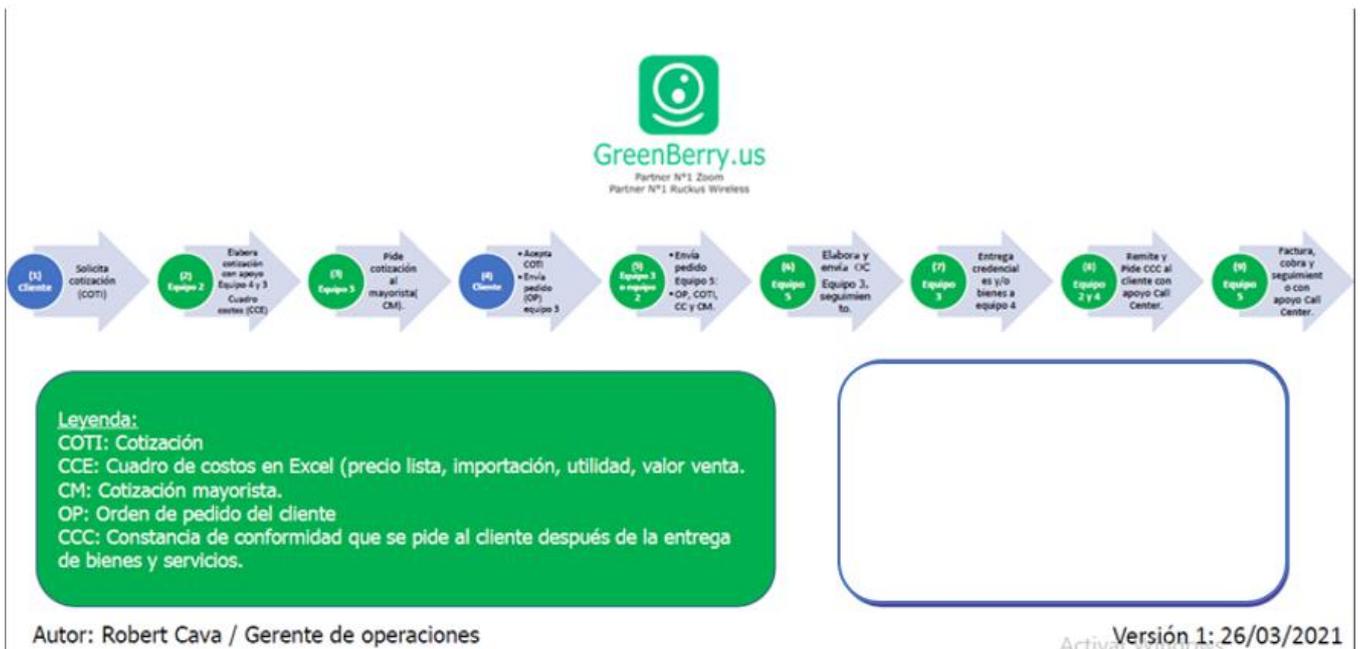
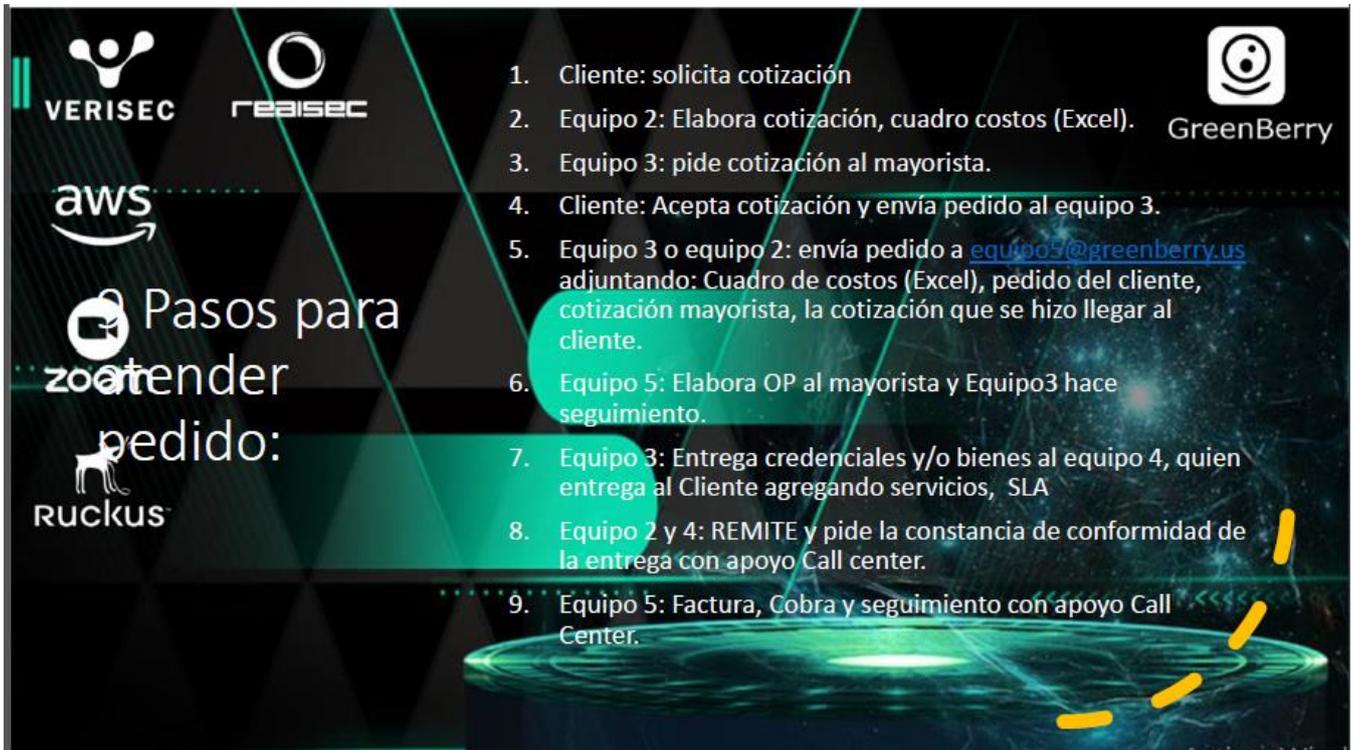
Atentamente,



GREENBERRY CORPORATION SAC
RUC: 20600574594
ANTONIETA PANDURO CASIQUE
GERENTE GENERAL
DNI: 20817088

Antonieta Panduro Casique
Gerente General
Greenberry Corporation SAC

Anexo 9. Proceso actual de Gestión de pedidos de la empresa GreenBerry Corporation SAC



Anexo 10. Prueba de TURNITIN

The image shows a Google Docs interface with a Turnitin Draft Coach overlay. The document text is as follows:

Se recomienda seguir practicando el liderazgo en todos los equipos de trabajo y que el líder o los líderes sepan mantener la motivación de todos los colaboradores.

Sexta

Por último se recomienda que los jefes o líderes de los grupos de trabajo realicen seguimiento a las etapas del sistema Kaizen que se implemente en la empresa, así como también realicen la medición de las mejoras de los procesos y la productividad de estos.

The Turnitin Draft Coach overlay displays the following information:

- Overall Similarity: 25%
- Last checked: Sep 27 4:03 PM -03
- What should I do with my score?
- Top match: 1 repositorio.ucv.edu.pe INTERNET (5%)
- Universidad Cesar Vallej...
- You can run 2 more similarity checks.
- Run New Similarity Check
- View Full Report
- How should I use these checks?