



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Sistema semáforo en la entrega de productos y ventas en un
supermercado, Barranco 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORAS:

Espichan Buendia, Zuliana Isabel (orcid.org/0000-0001-5688-6398)

Medina Calixto, Nancy Amelia (orcid.org/0000-0002-9147-4417)

ASESOR:

Mg. Nauca Torres, Enrique Santos (orcid.org/0000-0002-5052-1723)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo Económico, Empleo y Emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

Agradecer adiós y a nuestras familias, quienes nos motivaron a cumplir nuestras metas, por su comprensión, por su apoyo en todos estos 5 años.

Agradecimiento

A todos nuestros docentes de la universidad cesar vallejo, por ayudarnos a culminar nuestra carrera. Especialmente a nuestro asesor Mg. Nauca Torres, Enrique Santos, quien nos orientó a seguir adelante hasta culminar nuestra investigación científica.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III METODOLOGÍA.....	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	11
3.2. Variables Operacionalizacion.....	12
3.3. Población, muestra, muestreo.....	12
3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos	13
3.5. Procedimiento	14
3.6. Métodos de análisis de datos.....	14
3.7. Aspectos éticos	14
IV. RESULTADOS.....	15
V. DISCUSIÓN	18
VI. CONCLUSIONES	21
VII. RECOMENDACIONES.....	22
REFERENCIAS.....	23
ANEXOS.....	29

Índice de tablas

Tabla 1: Validación de Instrumento.....	13
Tabla 2: Estadística de Fiabilidad del Sistema Semáforo.....	13
Tabla 3: Estadística de Fiabilidad de Ventas.....	14
Tabla 4: Tabla de frecuencias del Sistema Semáforo.....	15
Tabla 5: Tabla de frecuencias de Ventas.....	15
Tabla 6: Correlación de las dimensiones del Sistema Semáforo y Ventas.....	16
Tabla 7: Correlación del Sistema Semáforo y Ventas.....	17

Resumen

La investigación tuvo por objetivo determinar la relación del sistema semáforo en la entrega de productos y ventas en el supermercado Barranco, 2021. Para la metodología, se utilizó un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, el diseño fue no experimental, de corte transversal y alcance descriptivo. La población al igual que la muestra estuvo conformada por 25 colaboradores, la técnica empleada fue la encuesta, el instrumento empleado el cuestionario debidamente validado por el juicio de expertos. En los resultados se obtuvo una confiabilidad de 0,830 para el cuestionario del sistema semáforo y 0.778 para ventas. Así mismo luego de aplicarse la correlación de Pearson, se obtuvo un valor de significancia de 0,00, así como un coeficiente de correlación de 0,916 considerándose una correlación positiva muy fuerte entre las variables.

Palabras clave: Sistema semáforo, eficacia, eficiencia, ventas

Abstract

The objective of the research was to determine the relationship of the traffic light system in the delivery of products and sales in the Barranco supermarket, 2021. For the methodology, a quantitative approach was used, of an applied type, the design was non-experimental, cross-sectional and scope descriptive. The population, as well as the sample, consisted of 25 collaborators, the technique used was the survey, the instrument used was the questionnaire duly validated by expert judgment. In the results, a reliability of 0.830 was obtained for the traffic light system questionnaire and 0.778 for sales. Likewise, after applying the Pearson correlation, a significance value of 0.00 was obtained, as well as a correlation coefficient of 0.916, considering a very strong positive correlation between the variables.

Keywords: Traffic light system, effectiveness, efficiency, sales

I. INTRODUCCIÓN

En todo el mundo, las organizaciones buscan alcanzar el éxito al incrementar sus niveles de productividad del manejo de existencias, es por ello que se han realizado muchos estudios donde se ve reflejado esta problemática que existe sobre la distribución correcta de los almacenes y pisos de venta, estas investigaciones buscan estudios están tratando de optimizar sus procesos.

A nivel Internacional, cada vez es importante aumentar la gestión de inventarios con el uso de sistemas estándar de codificación y clasificación de productos se torna cada vez más relevante. Por ello, se viene analizando la gestión actual de estos sistemas por parte de diferentes empresas en los diferentes campos, a través de entrevistas, investigaciones, observaciones directas y revisión literaria con expertos, el grado de uniformidad de una información relevante para la identificación de cargas diagnosticadas y métodos de estandarización de sistemas de codificación y clasificación de productos. (Lopes et al. 2019). Asimismo, Orozco et al. (2020) indican que el tener un sistema semáforo dentro del diseño del almacén se ha convertido en un tema muy complejo, pero a la vez necesario especialmente debido al tamaño y las dimensiones de todas las áreas. Por ello, se diseñó el plano de distribución y el tamaño de todas las áreas para el almacén de producto terminado en la azucarera Imbabura en Ecuador. Jarlín (2021) señalan que, en la actualidad, la ejecución de las tareas de inventario y el pedido en el almacén son actividades altamente representativas en los costos logísticos de la compañía, por lo que cualquier decisión de incrementar el rendimiento y reducir los tiempos está relacionada con la alta dirección y la sostenibilidad financiera a largo plazo de la estrategia. Almendras (2018) señala que el nivel de la comunicación entre el vendedor y el cliente debe ser óptimo, pues dicha estrategia no solo permite la fidelización del cliente sino también el incremento de las ventas.

En Perú, las organizaciones que utilizan sistemas de información constituyen una gran parte del mundo empresarial. Pérez y Wong (2018) Indican que existe una mala gestión de inventarios en la compañía, donde se plantea la implementación del análisis ABC de la administración de inventarios de la compañía donde se observó el descuento de los costos laborales y el incremento de la producción, el progreso de la gestión y control de inventarios, y finalmente se transformó en un

aumento de la utilidad y potencial de la compañía. Para Chong (2018). La necesidad de optimizar el proceso operativo de un almacén para el envío de productos de una empresa exportadora motivada tiene tres objetivos de contenedores refrigerados vacíos: minimizar tiempo de envío, mejorar la calidad del estado de entrega del contenedor y lograr reducir los costos operativos de envío.

En un supermercado ubicado en el distrito de Barranco, presenta debilidades en la entrega de productos del área de almacén a piso de ventas, dado que no es fluida, debido a ello, se tiene reclamos de nuestros clientes, nos comentan que tenemos stock reducidos así como poca variedad de producto, lo cual genera en ellos desinterés en replicar su compra, afectando a las ventas, hemos visto la problemática de los almacenes de tienda y encontrábamos varias deficiencias, una de las causas es el desconocimiento de la ubicación de los productos, tener almacén desordenado, ocasiona no sacar la mercadería a tiempo a piso de venta en consecuencia se verá reflejado en ventas por debajo de la cuota de tienda, otra es tener alta cantidad de productos vencidos por una mala rotación en almacén, en consecuencia se vuelve mermas y por ende en una baja rentabilidad esto tiene concordancia con el trabajo de Ocaña y Tamay (2018) indican que uno de problemas de cualquier empresa de la industria de servicios se da en el almacén, donde siempre hay excedentes o escasez, hay cosas que no se venden ni se consumen, y mucha gente se queda sin productos que se venden o consumen, el fortalecimiento del sistema de gestión de almacenes es importante, para reducir el costo de almacenamiento y lograr una buena eficiencia en el almacén para ello la participación de los trabajadores, desarrollara un sistema de mejora de los procesos en almacén. De acuerdo a lo indicado en nuestra investigación se identificó los problemas encontrados en la empresa para así determinar la relación existente entre sistema semáforo y ventas. Para Yépez et al. (2019) en una organización la automatización de procesos es la estrategia básica para mantenerse dentro de su entorno de influencia y desplegar sus productos o servicios, la actualización constante de los datos se convierten en un activo importante para las empresas e instituciones.

La formulación del problema General de investigación se planteó de la siguiente manera: ¿Cómo se relaciona el sistema semáforo en la entrega de productos y las ventas en un supermercado de Barranco, 2021?, y las específica:

(1)¿Cuál es el nivel del sistema semáforo en la entrega de productos en un supermercado de Barranco, 2021?; (2)¿Cuál es el nivel de las ventas en un supermercado de Barranco, 2021?; (3)¿Cuál es la relaciona de las dimensiones del sistema semáforo y las ventas en un supermercado de Barranco, 2021?;

El estudio se justificó en lo teórico, porque el propósito de esta investigación es aportar conocimientos científicos para la implementación de los sistemas de semáforos con herramientas de entrega de pedidos y gestión de almacenes, pues todo administrador debe tomar en cuenta para hacer una clara distinción, para mejorar las metas de eficiencia y productividad, mejoran los indicadores establecidos y hacer la empresa con gran competitividad, gestión, mantenimiento y fuente de trabajo, En cuanto a la práctica, en la investigación es plantear una mejor entrega de pedidos en la zona de almacén de un supermercado de Barranco a través del sistema de semáforo, pues a través de la correcta gestión de los pedidos del ingreso y salida de mercadería registrada generará beneficios para la empresa, incluyendo los trabajadores y los clientes, De esta manera, la implementación de esta investigación hará que el campo de ventas sea más vigoroso. En términos de metodología, esta averiguación plantea aplicar la implementación y utilización del sistema de semáforo, que puede aumentar en la zona de almacén para cada pedido en ventas a través de estrategias competitivas.

Se planteó como objetivo general: Determinar la relación del sistema semáforo en la entrega de productos y las ventas en un supermercado de Barranco, 2021; siendo los específicos: (1) Identificar el nivel del Sistema Semáforo en la entrega de productos en un supermercado de Barranco, 2021. (2) Identificar el nivel de las ventas en un supermercado de Barranco, 2021. (3) Determinar la relación de las dimensiones del sistema semáforo y las ventas en un supermercado de Barranco, 2021.

La hipótesis general para este estudio fue: el sistema semáforo en la entrega de productos se relaciona significativamente con las ventas en un supermercado de Barranco, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Internacionalmente, Gallardo (2019) en su investigación, de la Provincia de Tungurahua, Ambato, tuvo por objetivo en determinar la importancia de la imagen empresarial como indicador determinante de las ventas de productos, el método científico fue utilizado así como la aplicación de un cuestionario a una población total de 77 personas, llegando a concluir que para aumentar las ventas, la imagen es el factor decisivo y debe mejorarse continuamente, así como una clasificación detallada de los clientes según su nivel de compra, comportamiento y poder adquisitivo.

Arciniega (2018) en su trabajo de investigación, en la ciudad de Ecuador, su objetivo fue analizar el sistema de gestión de inventario completo para el área de almacén; con el fin de recomendar un plan de mejoramiento basado en las políticas de salud, que permita operar con normas de calidad, minimizar errores y actualizar la información confiable para tomar decisiones. El estudio fue descriptivo en cuanto utiliza técnicas y procesos para diagnosticar el estado actual que mantiene el área de almacén su población estuvo compuesta por 36 funcionarios. Luego de realizar los respectivos análisis, se concluye que la implementación de un completo sistema de gestión de inventarios requiere el perfeccionamiento de todos los procesos del sistema, así como de los requerimientos. Se aplican requerimientos de recursos humanos, sistemas de información, sistemas informáticos, infraestructura, provisión del equipo necesario. A diversos campos relacionados con el hospital. En esta tesis proponen hacer un sistema de gestión integral de inventarios para el área de almacén y por eso fue relevante para nuestra investigación.

Muñoz (2018) en su tesis que fue desarrollada en el sistema de semáforo de productos en la provincia de Guayaquileño, su objetivo fue analizar la influencia del sistema del semáforo nutricional en productos alimenticios, utilizó un cuestionario para encuestar a 324 personas, en sus resultados 62% consideraron muy importante la presencia del sistema semáforo en el tratamiento de productos perecederos, concluyendo que es muy importante la presencia del semáforo nutricional no solo en el tratamiento de producto específico sino que dicho sistema debe extenderse a todo tipo de productos no solo por parte de los fabricantes de productos, sino hacer extensivo a todos los que manipulan alimentos.

Pomavilla (2018) en su investigación de propuesta y mejorara en la ciudad de Ecuador, tiene la finalidad de elaborar una propuesta para implementar un sistema, utilizando el método de análisis descriptivo- observacional, se realizó una encuesta al personal; los resultados obtenidos se observó un incumplimiento de la normativa en un 72%, acerca de los procesos llevados a cabo en el área. Se concluyó plantear una propuesta de mejora que permitirán optimizar el funcionamiento de la bodega de almacenamiento y cumplir con las normas establecidas por el MSP. El presente trabajo, se relaciona con nuestro proyecto ya que nos dice que el autor quiere implementar un sistema para mejorar el funcionamiento de su almacén de la farmacia; donde sus resultados nos servirán para poder guiarnos de esa investigación.

Jiménez y Fernández (2017). En su tesis, se desarrolló en una comercializadora J & F en la ciudad de Colombia, su objetivo fue diseñar procesos de control para mejorar el inventario de la empresa. Se utilizó un método basado en la aplicación de la entrevista y análisis de los documentos de la empresa. Los resultados indican que la empresa tiene un control de inventarios informal, ya que se basa en la experiencia que tiene el gerente en esta área, lo que genera deficiencias en el control y registro de inventarios, concluyendo que la empresa debe establecer políticas de control interno para mejorar la planificación del área. En esta investigación el autor nos cuenta que van a diseñar los procesos de control donde nos ayudara a tener en cuenta que procedimientos han tomado para realizar nuestra investigación.

Pazos (2017) en su investigación, desarrollada en una microempresa la Casa Regulador en Ecuador, aplicó un cuestionario y una entrevista a 3 trabajadores. Los resultados indican que el control de inventario está desactualizado, dado que se presentaron diferencias de inventarios físicos. Concluyendo que el control debe comenzar con un registro adecuado para conocer el valor presente del inventario, para llevar a cabo la planificación de compras y crecimiento de la empresa., diseñar un sistema permitirá una adecuada gestión de inventarios, donde esta investigación nos ayudará a conocer y tener en cuenta de cómo llevar un mejor funcionamiento de inventarios a nuestro trabajo.

Viviant (2007) en su estudio, Tecnología Láctea Latinoamérica N.º 47 Control de fecha de vencimiento: una responsabilidad de todos, tuvo por objetivo crear conciencia sobre la importancia de la lectura de los rótulos de los alimentos para que estos resulten seguros desde el punto de vista microbiológico, concluyendo que si bien es cierto que hay obligación por parte de los elaboradores y comerciantes de cumplir con las normas y reglamentos, también los consumidores tienen la obligación y responsabilidad de cumplir con lo que indica el envase. Sin dudas, la responsabilidad es compartida entre fabricantes, comercios y consumidores, todas las partes tienen un rol clave en la seguridad alimentaria y la prevención de enfermedades.

A nivel nacional, Fiestas (2019) en su propuesta en ciudad Mercedes en Paita, tuvo por objetivo proponer el Diseño e Implementación del Sistema de Control de Inventario; con el fin de mejorar el control de ingreso y salida del almacén; así como los procedimientos operativos en el campo de la logística; con un diseño de tipo cuantitativo, descriptivo; utilizando un diseño no experimental, de corte transversal; su muestra estuvo constituida por 10 personas, se utilizó la encuesta, sus resultados fue que existe un 80% nivel de insatisfacción en el manejo de la información actual, concluyendo que la gerencia no ha tomado la información completa. Esta tesis nos ayudara en nuestra investigación para poder mejorar el sistema de control en la entrega de productos del supermercado.

Mogollón (2019). En su tesis, fue desarrollada en una constructora Heda Ingenieros E.I.R.L. provincia de Jaén, tuvo por objetivo proponer un sistema de control interno en el almacén, para mejorar la gestión de inventarios de la empresa. Su diseño fue no experimental; descriptiva; cuantitativa. Su población 7 colaboradores, a los que se les aplico el cuestionario, el resultado arrojó 0,729 y 0,753 de correlación. Concluyo que se encontró defectos en el control interno, por lo que formuló una propuesta de un sistema semáforo para mejorar el control del almacén, y espera que, a través de esta propuesta, pueda mejorar la gestión de inventarios, evitando mala gestión y pérdidas patrimoniales. El autor de esta investigación da una propuesta para el sistema y gestión de inventarios, nos ayudara a realizar una adecuada gestión para el área de almacenamiento.

Almendras (2018) tuvo como objetivo en su investigación determinar de qué manera las herramientas promocionales influyen en las ventas de la empresa de

Chimbote, se utilizó un cuestionario para encuestar a 30 personas, concluyendo que el nivel de la comunicación entre el vendedor y el cliente debe ser un nivel óptimo pues dicha estrategia no solo permite la fidelización del cliente sino también el incremento de las ventas.

García (2018) en su investigación, fue desarrollada en Promart S.A. en la ciudad de Trujillo, su objetivo fue mejorar la gestión de Inventarios mediante el Sistema Informático de Costos de almacén; El método utilizado fue aplicado; longitudinal y experimental con diseño pre experimental; su población fue de 40 trabajadores; el instrumento utilizado fue la encuesta; donde se concluyó que el sistema informático mejoró la gestión de inventarios en el 2018 en comparación al 2017. El autor nos dice que con el sistema semáforo mejoro la gestión de inventarios para reducir costos en el área de almacén y esta investigación nos ayudara a nosotras a reducir costos y mejorar nuestro sistema de almacenamiento

Salazar (2018). En su investigación que fue desarrollada en la ciudad de lima El objetivo fue mejorar el rendimiento del área de almacén mediante la implementación de software para mejorar la eficiencia del almacén. Los resultados mostraron que su relación alcanzó un nivel satisfactorio con puntaje promedio para la implementación del plan de 46,3 puntos y el puntaje promedio para el sistema de gestión de la eficiencia en el área de almacén fue de 60,4 puntos. Conformado por 62 estudiantes y trabajadores. Esta investigación nos ayudara con nuestro trabajo ya que nos plantea que van a implementar un sistema para el área de almacén donde ha dado buenos resultados.

Tineo (2018) en su propuesta se desarrolló en la empresa Agro veterinaria Sahual SAC, de Chachapoyas , Su objetivo fue proponer un sistema de control para mejorar el área de almacén; donde su diseño es no experimental; su población fue 10 trabajadores; el instrumento realizado fue el cuestionario donde el resultado fue que el 40% de los entrevistados manifestó que no logró un nivel de eficiencia suficiente por no haber control de riesgos, la conclusión fue que la solución propuesta para la gestión del área de bodegas por Agro veterinaria Sahual SAC mejoraría diversas deficiencias. En esta investigación el autor nos habla de una propuesta en un sistema para mejorar el área de almacén, esta investigación nos servirá para poder ver como mejoraron el área de almacén y así poder nosotros considerar los puntos que tomaron.

Ramírez (2017) En la tesis que fue desarrollada en el distrito de Chimbote señalo como objetivo, realizar una propuesta de implementación de un sistema semáforo; para automatizar el proceso de almacén; La investigación fue cuantitativa, no experimental y descriptiva; utilizó como instrumento el cuestionario para encuestar a su población de 20 personas, Resultados obtenidos: el 85% de trabajadores manifestó estar insatisfecho con el sistema actual; el 80% de los trabajadores indicó que se requiere de un sistema de control de mercaderías, concluyendo que los encuestados no estaban satisfechos con el proceso de almacén, por lo cual realizo la propuesta de implementación de un sistema de control de inventario para la empresa. En esta tesis nos habla como podemos implementar un sistema para el control del almacén y nos ayudara con nuestro trabajo de investigación ya que nosotros queremos implementar un sistema para el almacén

Las teorías realizadas de nuestra primera variable, podemos indicar que el Sistema Semáforo fue diseñado por la Food Standard Agency del Reino Unido para mejorar la comprensión del etiquetado nutricional en alimentos industrializados. El enfoque consiste en asignar un color de semáforo (rojo, ámbar o verde) a cada elemento de la información nutricional para facilitar la toma de decisiones de los compradores. (Realimento, 2017)

Según (Bautista Rojas, 2016). Antes de que existieran los semáforos para controlar el tráfico, Las luces rojas y verdes se utilizan para las señales ferroviarias, que a su vez se heredan de las señales marítimas, porque las banderas (ahora luces) usan estos colores para evitar que los barcos choquen.

Para Ejcalón (2015) El sistema de semáforo es un instrumento, donde se utiliza en el almacén para controlar la fecha de caducidad, puede clasificar cada insumo según la fecha utilizando colores, rojo; amarillo y verde; para identificar visualmente los suministros que están por caducar. Establecido por el fabricante. Su objetivo es asegurar el control del período eficaz de los productos relacionados para garantizar el uso correcto y la seguridad de los usuarios. Se emplea cuando recibe el producto hasta que se utiliza para tratar al paciente. Este control debe implementarse en todo almacén como parte de las buenas prácticas de almacenamiento para mantener un mejor control y evitar fechas de vencimiento y pérdidas. En la tienda de servicios, los colores utilizados en los semáforos según el

rango de fechas: Rojo: tienen una duración menor a 6 meses; Amarillo: tiene una duración entre 6 a 12 meses; Verde: tienen una duración mayor a 12 meses; Sus dimensiones son: Control de entrega, que es la evaluación de las operaciones y descubre posibles desviaciones del plan, que cuando superen los límites permisibles se corregirán mediante la implementación del sistema. Las dimensiones de la variable sistema semáforo que se ha considerado son: (a) Eficacia en la entrega, es el logro del objetivo y la conexión entre el resultado esperado y su efecto real; su indicador fue resultados alcanzados. (b) eficiencia en la entrega es una conexión que existe entre un producto y su proceso de producción (Rainer y Christian, 2005). Su indicador fue cumplimiento de pedidos y cumplimiento de objetivo (c) El control de fecha de vencimiento afecta a productos alimenticios, así como a medicamentos, cosméticos y químicos en general. Representa un límite temporal al consumo del producto en condiciones óptimas, ya que a partir de esa fecha el fabricante ha indicado que puede no ser seguro para su consumo. (Cáceres Marcela, 2021). Su indicador fue tiempo de vencimiento.

A continuación, se presentan las teorías de nuestra variable Ventas, según Jobber y Lancaster (2012), la define como diferentes acciones y situaciones que reflejan diferentes posiciones de venta entre representantes y consumidores, estas cambian con el tiempo con el intercambio de artículos específicos o aleatorios.

Escudero (2016) señala que la venta es el desarrollo de cambio de bienes o servicios, para que la lente del equipo satisfaga las necesidades del cliente en moneda, lo que se puede lograr a través de ventas directas y ventas indirectas.

Para Barreiros (2017) las ventas se definen como el factor principal de la empresa porque es una actividad que brinda productos y servicios para generar rentabilidad para la empresa a cambio de la satisfacción del cliente.

Según Navarro (2012), Considera que la venta es una función importante, es parte del proceso de la estrategia de marketing y se define como cualquier actividad que genere el último impulso de intercambio de mercancías entre los clientes. (Tangibles e intangibles) en base a dinero. La variable se desarrolla bajo tres dimensiones: (a) Ventas Directas, esta es una interacción entre vendedores y clientes que intercambian bienes comunes con valor monetario y deben establecerse dentro de la instalación. Esto se logra a través del contacto personal entre el vendedor y el cliente. Por lo general, este proceso tiene lugar fuera del

hogar, el lugar de trabajo o las instalaciones comerciales. Para esta dimensión se consideran los siguientes indicadores: (1) Tiempo de venta: el tiempo que lleva desarrollar o planificar efectivamente una venta. (2) Devoluciones: el proceso por el cual un cliente compra un producto y lo devuelve a la tienda a cambio; en algunos casos, se cobra efectivo a cambio, un crédito para usar en la tienda, entre otros. (b) Ventas Indirectas, Navarro (2012) las define como la ausencia de contacto físico entre el vendedor y el cliente, también pueden denominarse ventas por correo. Es un tipo de venta que implica la entrega de productos a los consumidores finales a través de uno o más intermediarios. Para esta dimensión se consideran los siguientes indicadores: (1) Línea de pedido: contienen información sobre cómo será sus anuncios en su sitio web o aplicación, junto con los precios y otros detalles de la entrega. (c) Fidelización, Navarro (2012) la define como una estrategia que permite a una organización adquirir clientes potencialmente fieles a su marca, no es lo mismo fidelizar que retener clientes o usuarios, Pues bien, para que un cliente sea leal a un producto o servicio, debe estar dispuesto a comprar ese producto o servicio sin ningún compromiso previo. Se considera fidelización cuando un cliente quiere comprar dicho producto porque considera que es de alta calidad. Para esta dimensión se consideran los siguientes indicadores: (1) Llamadas: es el proceso que nos permite entregar productos o mantenernos al día con los clientes y brindar servicios postventa. (2) Delivery: actividad o acción consistente en repartir con el único fin de colocar bienes tangibles e intangibles.

III METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

El enfoque tiene que ver con la naturaleza propia del estudio, para ello en nuestra investigación se utilizó un enfoque cuantitativo, estas investigaciones profundizan el estudio mediante la recolección de datos en una muestra representativa para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico (Hernández et al. 2014)

El tipo de la investigación se determinó como aplicada, el cual se fundamentó con la teoría de Sánchez, et al (2018), que a través de este tipo se indaga cualquier principio o ley científica que vincule las variables de la investigación; por lo tanto, es sustantiva ya que se sitúa al conocimiento primordial de la conducta al explicarse y puntualizarse; a la vez es de nivel explicativo la cual se exponen interrogantes respecto al origen del comportamiento en la investigación, tratando de reconocer un probable vínculo accidental de las variables.

Se estableció como diseño no experimental de corte transversal, dado que para la obtención de los resultados que se han obtenido no hubo manipulación de las variables y están fueron estudiadas en un periodo determinado. Según Hernández (2017) que tiene como característica principal, no establecer ni tocar las variables, sino conocer la situación actual de cómo se presenta el problema del estudio.

El alcance fue correlacional, según Navarro, et al (2017) es el grado en el que están vinculadas dos o más variables entre sí en un determinado momento.

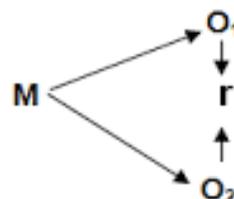
Dónde:

M = Muestra

O1 = Sistema semáforo

O2 = Ventas

r = relación entre variables



3.2 Variables, Operacionalización

Sistema semáforo

Ejcalón (2015) es un instrumento que se utiliza en el almacén para controlar la fecha de caducidad, puede clasificar cada insumo según la fecha utilizando colores, rojo; amarillo y verde; para identificar visualmente los suministros que están por caducar establecido por el fabricante.

Ventas

Navarro (2012), es una función importante, es parte del proceso de la estrategia de marketing y se define como cualquier actividad que genere el último impulso de intercambio de mercancías entre los clientes. (Tangibles e intangibles) en base a dinero.

3.3 Población, muestra, muestreo

Población: es el número de personas que conforman una porción de la investigación, los cuales representan similitudes a la cantidad de individuos que formaron parte del estudio, estos presentan características parecidas (Carrasco, 2017); Por lo tanto, en nuestro estudio la población es de 25 personas.

– **Criterios de inclusión:** los 25 trabajadores del área de almacén y piso de ventas a tiempo completo y parcial.

– **Criterios de exclusión:** fueron excluidos los trabajadores que no trabajan en la tienda.

Muestra: La muestra se realizó en base al total de trabajadores que están en el área de almacén y abarrotes. La muestra será censal. López y Fachelli (2015) Según autores, definen que el número de muestras censales es igual a la población, por lo que se utiliza esta clasificación cuando la población es relativamente pequeña, es decir, la relación exhaustiva de cada unidad en la población.

Muestreo: fue probabilístico. Sánchez y Reyes (2015) se calcula con anticipación, a la vez la probabilidad se puede alcanzar con la muestra iniciando con la población o universo” en esta investigación se estableció el Muestreo aleatorio simple.

Unidad de Análisis: Los colaboradores de las áreas de piso de ventas y almacén de un Supermercados en el distrito de Barranco.

3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos

Técnica: se aplicó la encuesta, dirigido a los trabajadores del área almacén y abarrotes, para lograr determinar el sistema semáforo y ventas de la empresa.

Instrumento: Se utilizó un cuestionario compuesto por 10 ítems, para la variable sistema semáforo y se utilizó un segundo cuestionario conformado por 10 ítems, para la segunda variable ventas.

Validez: La validez de los instrumentos estuvo a cargo de tres docentes en administración, quienes evaluaron cada uno de los enunciados de los cuestionarios.

Tabla: 1

Validación del Instrumento

Expertos	Criterio
Mg. Bulnes Zelada Manuel	conforme
Mg. Lozan Maykawa Guillermo Vicente	conforme
Mg. Quispe Hernández José Marco	conforme

Confiabilidad:

La investigación se realizó a través del coeficiente Alfa de Cronbach para determinar el nivel de los instrumentos desarrollados. Se realizó una prueba de piloto de 25 trabajadores para determinar los coeficientes de los instrumentos.

Tabla: 2

Estadística de Fiabilidad del Sistema Semáforo

Sistema semáforo	
Alfa de Cronbach	Preguntas
0,830	10

Luego de haberse aplicado la prueba piloto a 25 encuestados, el resultado de Alfa de Cronbach para el formulario del Sistema Semáforo conformado por 10 preguntas nos dio un resultado de 0,830, determinándose así que este instrumento fue confiable para su aplicación.

Tabla: 3

Estadística de Fiabilidad de Ventas

Ventas	
Alfa de Cronbach	Preguntas
0,778	10

Asimismo, el resultado de Alfa de Cronbach para el formulario de Ventas conformado por 10 preguntas, nos dio un resultado de 0,778, determinándose así que este instrumento fue confiable para su aplicación.

3.5. Procedimiento

Para este proyecto se pidió permiso a la empresa dando su aprobación para realizar el estudio, donde se aplicó el cuestionario a todos los trabajadores del área almacén y abarrotos con el fin de garantizar la confiabilidad de los instrumentos. La segunda parte se desarrolló la información en la base de datos para poder obtener las conclusiones y recomendaciones.

3.6. Métodos de análisis de datos

La información de las respuestas a la encuesta, se convirtió en una base de datos, el cual se aplicó el programa Excel, se alcanzaron tablas y gráficos estadísticos mediante el uso de la herramienta SPSS versión 26, además de las hojas nos permitió obtener tablas de distribución de frecuencias necesarias para el análisis descriptivo. En cuanto al análisis inferencial se aplicó las pruebas de normalidad de Shapiro Wilk, debido a que el tamaño de muestra fue de 25 colaboradores, por último, la relación de las variables se determinó con análisis e interpretación de datos estadísticos de los resultados de la prueba de hipótesis de Pearson.

3.7. Aspectos éticos

Esta investigación estará sometida a los aspectos éticos tanto nacionales como internacionales. Asimismo la investigación se desarrolló con principios y conductas, como es la aplicación de las normas APA 7°. De acuerdo con los criterios, se cumplió con las directivas, lineamientos y el código de ética en la investigación de la universidad cesar vallejo. Asimismo se respetó los criterios de los encuestados manteniendo en anonimato todos sus opiniones.

IV. RESULTADOS

Objetivo Especifico 1: Identificar el nivel del Sistema Semáforo en la entrega de productos en un supermercado de Barranco, 2021.

Tabla 4

Tabla de frecuencias del Sistema Semáforo

	Categoría	ni	%
Bajo	25 - 32	8	32
Moderado	33 - 40	13	52
Alto	41 - 48	4	16
Total		25	100.0%

Nota. ni: número de colaboradores encuestados

Las respuestas obtenidas en relación a la variable Sistema Semáforo se agruparon en 3 categorías como se visualiza en la tabla 4, para el 32% de encuestados el sistema semáforo de entrega de productos actual es bajo, así mismo el 52% lo considera moderada y solo para el 16% de encuestados el sistema semáforo es alto. Con dichos resultados obtenidos podemos afirmar que, existe un 32% de oportunidad de mejorar la venta si el sistema semáforo actual es corregido.

Objetivo Especifico 2: Identificar el nivel de las ventas en un supermercado de Barranco, 2021.

Tabla 5

Tabla de Frecuencias de Ventas

	Categoría	ni	%
Bajo	35 - 40	7	28
Moderada	41 - 46	9	36
Alto	47 - 52	9	36
Total		25	100.0%

Nota. ni: número de colaboradores encuestados

Las respuestas obtenidas en relación a las ventas fueron agrupadas en 3 categorías como se muestra en la tabla 5, evidenciándose que, el 28% de encuestados considera que las ventas están en un nivel bajo, el 36% de

encuestados lo considera moderada y para el 36% de encuestados las ventas se encuentran en un nivel alto. Con los resultados obtenidos de un 36% con nivel para las ventas, no hace más que afirmar nuestra posición, que el actual sistema semáforo podría ayudar a incrementar las ventas del supermercado si se considera las recomendaciones que se brinda en esta investigación.

Objetivo específico 3: Determinar la relación de las dimensiones del sistema semáforo y las ventas en un supermercado de Barranco, 2021.

Tabla 06

Correlación de las dimensiones del Sistema Semáforo y Ventas

Sistema Semáforo		Ventas
D1: Eficacia	Correlación de Pearson	.869
	Significancia (Sig.)	0.000
D2: Eficiencia	Correlación de Pearson	.880
	Significancia (Sig.)	0.000
D3: Control de Fecha de Vencimiento	Correlación de Pearson	.865
	Significancia (Sig.)	0.000

Nota. Elaboración propia considerando resultados de SPSS versión 25

En la tabla 6 puede evidenciarse que existe un nivel de Sig. = 0.00 por lo cual se aceptó las hipótesis específicas planteadas en nuestra investigación, dado que no supero el margen de error permitido (0,05).

Es decir, la eficacia del sistema semáforo se relaciona significativamente con las ventas en un supermercado de Barranco, con una relación positiva muy fuerte, al haberse obtenido una correlación de .869. Asimismo, la eficiencia del sistema semáforo se relaciona significativamente con las ventas en un supermercado de Barranco, con una relación positiva muy fuerte, al haberse obtenido una correlación de .880. Además, el control de la fecha de vencimiento del sistema semáforo se relaciona significativamente con las ventas en un supermercado de Barranco, con una relación positiva muy fuerte, al haberse obtenido una correlación de .865.

Objetivo general: Determinar la relación del sistema semáforo en la entrega de productos y las ventas en un supermercado de Barranco.

Tabla 07

Correlación del Sistema Semáforo y Ventas

		SISTEMA SEMAFORO	VENTAS
SISTEMA SEMAFORO	Correlación de Pearson	1	,916
	Sig. (bilateral)		,000
	N	25	25
VENTAS	Correlación de Pearson	,916	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	25	25

Nota. Elaboración propia considerando resultados de SPSS versión 25

De acuerdo a los resultados de la tabla 7, se pudo evidenciar que existe un nivel de Sig. = 0.00 por lo cual, por ello se acepta la hipótesis general, el sistema semáforo en la entrega de productos se relaciona significativamente con las ventas en un supermercado de Barranco, 2021, dado que no supero el margen de error permitido (0,05), asimismo al obtenerse una correlación de ,916 en la prueba estadística de Pearson, se interpreta que ambas variables tienen una relación positiva muy fuerte.

V. DISCUSIÓN

En nuestra investigación se planteó como primer objetivo específico, identificar el nivel del Sistema Semáforo en la entrega de productos en un supermercado de Barranco, 2021. Más aún si consideramos que un sistema semáforo correctamente implementado, nos permitirá ser eficaz a la hora de entregar productos, tal como lo afirma Rainer y Christian (2005) la eficacia en la entrega es el logro del objetivo y la conexión entre el resultado esperado y su efecto real. En los resultados obtenidos, podemos afirmar que el 52% no está conforme el sistema semáforo que tiene el almacén actualmente, es decir se reafirma la problemática planteada, el actual sistema semáforo no contribuye a las ventas del supermercado. Dichos resultados, denotan que existe un 32% de oportunidad de mejorar la venta si el sistema semáforo actual es corregido, para que la entrega de productos en almacén pueda ir de la mano con los resultados esperados, en relación a la venta que se desea alcanzar el supermercado. Asimismo, se desarrollado en nuestra investigación en relación con el estudio de Mogollón (2019) la formulación de una propuesta de un sistema semáforo para mejorar el control del almacén, permitió mejorar la gestión de productos, evitando mala gestión y pérdidas patrimoniales, el autor de esta investigación da una propuesta para el sistema y gestión de existencias, ello permitió ayudar a desarrollar una gestión eficaz para el área de almacén. En estas investigaciones los autores evidencian que solo no basta con tener el sistema semáforos implementados, sino que este debe generar eficacia no solo durante la entrega de productos sino durante todo el proceso que se desarrolla desde el ingreso al punto de venta hasta el consumidor final

El segundo objetivo específico fue, identificar el nivel de las ventas en un supermercado de Barranco, 2021, dado que las mejoras del nivel de ventas es lo que espera toda organización, ello fue refrendado por Barreiros (2017) las ventas se definen como el factor principal de la empresa porque es una actividad que brinda productos y servicios para generar rentabilidad para la empresa a cambio de la satisfacción del cliente. En los resultados el 28% de encuestados considero que las ventas están en un nivel bajo, el 36% de encuestados lo considera moderada y para el 36% de encuestados las ventas se encuentran en un nivel alto. Con los resultados obtenidos de un 36% con nivel para las ventas, el actual sistema

semáforo podría ayudar a las ventas del supermercado si se considera las recomendaciones que se brinda en esta investigación. Asimismo, el desarrollado en nuestra investigación guarda relación con el estudio de Almendras (2018) el nivel de la comunicación entre el vendedor y el cliente debe ser un nivel óptimo pues dicha estrategia no solo permite la fidelización del cliente sino también el incremento de las ventas. Dichos resultados, denotan que el éxito en las ventas, proviene de ser eficientes en todas las etapas del proceso de ventas, tal como lo afirman Jobber y Lancaster (2012) las diferentes acciones y situaciones que reflejan diferentes posiciones de venta entre representantes y consumidores, estas cambian con el tiempo con el intercambio de artículos específicos o aleatorios.

La investigación desarrollada tuvo por tercer objetivo específico, determinar la relación de las dimensiones del sistema semáforo y las ventas en un supermercado de Barranco, 2021, dado que en toda investigación es indispensable saber el grado de relación de las variables para tomar decisiones que mejoren el ámbito de estudio, si consideramos la definición según Navarro, et al (2017) es el grado en el que están vinculadas dos o más variables entre sí en un determinado momento. De los resultados obtenidos para este objetivo podemos señalar que, en ninguno de los casos se superó el margen de error permitido (0.05), dado que para todas las dimensiones del sistema semáforo se obtuvo un valor de significancia igual a 0.000, además podemos afirmar que la eficacia del sistema semáforo se relaciona significativamente con las ventas en un supermercado de Barranco, con una relación positiva muy fuerte, al haberse obtenido una correlación de 0.869. Asimismo, la eficiencia del sistema semáforo se relaciona significativamente con las ventas en un supermercado de Barranco, con una relación positiva muy fuerte, al haberse obtenido una correlación de 0.880. Además, el control de la fecha de vencimiento del sistema semáforo se relaciona significativamente con las ventas en un supermercado de Barranco, con una relación positiva muy fuerte, al haberse obtenido una correlación de 0.865. Asimismo, el objetivo desarrollado en nuestra investigación guarda relación con el estudio de Yumpo, (2018) se utilizaron los formatos de reporte de inventarios y reporte de despacho diario, para así poder analizar la eficiencia y eficacia de los despachos realizados. Para implementar la mejora utilizamos las herramientas de gestión de almacén para realizar una toma de inventario y de productos que encuentren con la ubicación ubicada, para así

poder identificar la mercadería con más demandas y poder ubicarlos en lugar codificando para su rápida búsqueda, se organizó las distintas área de recepción, almacén y despacho según el diseño.

La investigación tuvo por objetivo general, el determinar la relación del sistema semáforo en la entrega de productos y las ventas en un supermercado de Barranco. A su vez el objetivo denota la importancia de continuar y mejorar el sistema semáforo existente en el supermercado donde se realizó el estudio, tal como afirma Realimento (2017) el sistema semáforo permitirá mejorar la comprensión del etiquetado nutricional en alimentos industrializados. El método consiste en asignar un color de semáforo (rojo, ámbar o verde) a cada elemento de la información nutricional para facilitar la toma de decisiones a los vendedores., distribuidor y consumidor. Más aún si en los resultados se evidencio que ambas variables tienen una relación positiva muy fuerte, asimismo podemos afirmar que existe una oportunidad de continuar teniendo buenas ventas si el sistema semáforo actual es corregido con el involucramiento de todo el personal. Asimismo, nuestra investigación guarda concordancia con el estudio de Muñoz (2018) la presencia de un sistema de semáforo en el manejo de productos perecederos es muy importante, no solo en el manejo de un producto específico, sino que el sistema debe ser extendido no solo por el fabricante del producto a todo tipo de productos, sino a todos aquellos que manipulan alimentos. También está el estudio de Jiménez y Fernández (2017) mejorar los procesos de control no solo ayuda a tener en cuenta procedimientos sino optimizar recursos. Estas investigaciones evidencian que el tener sistemas semáforos en los procesos de control, permite tener oportunidades de mejora en los procedimientos del tratamiento de productos en el lugar de estudio.

VI. CONCLUSIONES

1. Tomando en consideración el objetivo general y resultados obtenidos, en función a la prueba de Pearson, un nivel de significancia es equivalente a $0.000 \leq 0.05$ se acepta el planteamiento de hipótesis general y al tener un valor de coeficiente de correlación equivalente a 0.916, estamos ante un nivel de correlación positiva considerable de nuestra variable sistema semáforo y ventas. Sí tenemos un buen sistema semáforo las ventas tendrán buenos resultados. Para ello se deberá trabajar en la organización y distribución de los productos dentro del almacén cumpliendo con el orden correcto.
2. EL Sistema Semáforo en la entrega de productos, tiene un nivel moderado del 52% lo que quiere decir que el almacén no se encuentra con el orden adecuado, y no llegan a cumplir con el llenado de la mercadería a piso de venta.
3. Se Identificó que las ventas en el supermercado son de nivel moderada con un 36 %, con una tendencia alta de 36%, por ello nos damos cuenta que el sistema semáforo nos ayuda a tener buenos resultados en la ventas, si la información de los inventarios dentro del almacén se actualiza de manera permanente, nos permitirá tener una reposición rápida de los productos.
4. Se logró determinar la relación de las dimensiones del sistema semáforo y las ventas en un supermercado, por ello concluimos que, la eficacia del sistema semáforo se relaciona significativamente con las ventas y poseen una relación positiva muy fuerte, al haberse obtenido una correlación de 0.869. Asimismo, la eficiencia del sistema semáforo se relaciona significativamente y poseen una relación positiva muy fuerte, al haberse obtenido una correlación de 0.880. Además, el control de la fecha de vencimiento del sistema semáforo se relaciona significativamente con las ventas y poseen una relación positiva muy fuerte, al haberse obtenido una correlación de 0.865, además en todas las dimensiones puede evidenciarse que existe un nivel de Sig. = 0.00 por lo cual se aceptó sus hipótesis planteadas en nuestra investigación, dado que no superaron el margen de error permitido (0,05).

VII. RECOMENDACIONES

Retomar el sistema semáforo en la entrega de los productos, permitiendo incrementar las ventas y lograr el presupuesto del supermercado, Para ello se deberá trabajar dentro del almacén la distribución, cumpliendo el orden correcto y obteniendo un flujo dinámico en el traslado de la mercadería.

Elaborar una estrategia de señalización con el encargado del área, donde nos permitirá tener un mejor control y ubicación de los productos para poder mejorar el tiempo de reposición y ubicación de la mercadería que va a piso de venta.

Sugerir a la gerencia del supermercado, que los productos con alto índice de rotación y de costo deberían colocarse en una zona destinada y exclusivamente para esos productos, llevando así un mejor control de los pedidos e inventario.

Recomendar al supermercado que los productos de alto quiebre de stock sea más rápido su reposición, para ser más eficiente y eficaz en el llenado de la mercadería, asimismo relevar o asignar a un personal para el mayor control de las fechas de vencimiento y mermas de los productos.

REFERENCIAS

- Almendras, J. (2018). *Influencia de las herramientas promocionales de ventas, en las ventas de la empresa Favi S.A.* (tesis pre grado) Universidad San Pedro, Chimbote.
http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/5988/Tesis_57403.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arciniega T, M. L. (2018) *Sistema de gestión integral de inventarios para el área de bodega del hospital general Ibarra.*
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/8691>
- Bautista R, C. (2016). *El origen del semáforo.* Recuperado el 2 de junio de 2018, de Algarabía: <https://algarabia.com/desde-la-redaccion/el-origen-del-semaforo>.
- Barreiros, Rafael, Rocha, Rafaela y Morais, Eluiza (2017). *The multilevel effect of marketing activities on sales, revenue and profitability in a micro-enterprise* [online]. Revista de Gestión Empresarial, São Paulo, Vol. 19, no. 65, p. 432-452 [accessed: September 04, 2019]. ISSN 19830807. Available at: https://www.scielo.br/pdf/rbgn/v19n65/en_1806-4892-rbgn-19-65-00432.pdf
- Cáceres Marcela (2021) *Regulación de la fecha de vencimiento en el etiquetado de productos alimenticios.* Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. Asesoría Técnica Parlamentaria
https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/32491/1/BCN_Regulacion_fecha_de_vencimiento__fecha_consumo_preferente_en_rotulacion_productos_alimenticios_MC___copia.pdf
- Castillo (2020) instrumentos <https://www.lifeder.com/instrumentos-investigacion-documental/>.
- Ejcalón (2015) Procedimientos de Logística de Medicamentos Y Productos Afines para Direcciones de Área de Salud 8-implementacion-del-sistema-de-semc3a1foro-para-control-de-fechas-de-vencimiento.pdf.

- Escudero J. (2016). *Técnicas de Venta y Negociación*. Madrid, España. Ediciones Paraninfo. <https://www.paraninfo.es/catalogo/9788428337373/tecnicas-de-venta-y-negociacion>.
- Fiestas R. J. C. (2019) Propuesta del diseño e implementación del sistema de control de inventario para la farmacia virgen de las Mercedes Paita. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/13975>.
- Gallardo R. (2019) *Medición del valor de la Imagen Empresarial como Factor determinante en la Venta de Productos del Sector Maderero de la Provincia de Tungurahua* (tesis pre grado) Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30035/1/047%20GMC.pdf>
- García Quispe, I. M. A. (2018). Sistema Informático de Costos de Almacén para Mejorar la Gestión de Inventario de Promart S.A. de Trujillo, Año 2018. *Universidad César Vallejo; Repositorio Institucional - UCV*. <https://cutt.ly/PGBAHDB>
- Guerrero, G. y Guerrero, M. (2014). *Metodología de la Investigación. Serie integral por competencias*. México. Grupo Editorial Patria, S.A. DE C.V. <https://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074384086.pdf>.
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Hernández, R., Méndez, S., Mendoza, P., y Cueva, A. (2017) *Fundamentos de investigación* (Primera ed.). Santa Fe, México: Mc GRAW-HILL Educación. <https://es.scribd.com/document/454886785/2017-Fundamentos-de-investigacion-Sampieri1-pdf>.
- Jiménez A, y Fernández Y. (2017) *Diseño de los procedimientos de control interno para la gestión de inventarios de la comercializadora J & F* (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana Cali. Cali – Colombia. <https://cpk-front-devel.mzk.cz:10002/Search/Results/?lookfor=Deleuze%2C+J.+F.&type=AU&filter=MoewrgTgxpggKgTWA4wFwCIAiBLAzrmCAFwEMjsQA7XdIA.&database=EDS>.

- Jobber y Lancaster (2012). *Administración de ventas*.
https://www.academia.edu/16436907/Administraci%C3%B3n_de_ventas_8_ed_Jobber.
- López P. y Fachelli S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*.
https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163564/metinvsocua_a2016_cap1-2.pdf
- Lopes M, I., Padilla A, D., Paradela F, L., y Rodriguez R, G. (2019, January 1). *Diseño de una metodología para la estandarización de los sistemas de codificación y clasificación de productos en empresas Cubanas, 2019. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, 15(28)*.
<https://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=6c7a1095-9ebf-40b4-bbd5-2f0985ea3f5e%40sdc-v-sessmgr03&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=e-dsgcl.630066487&db=edsgii>.
- Mogollón Ad, E. R (2019) *Propuesta de un sistema de control interno en el almacén para mejorar la gestión de inventarios de la empresa constructora Heda Ingenieros E.I.R.L., Jaén*.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/36469>.
- Muñoz, D. (2018) *Análisis de la influencia del sistema de semáforo en productos alimenticios en la decisión de compra del consumidor Guayaquileño*. (Tesis de pregrado) Universidad de Guayaquil.
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/31254>
- Navarro M (2012). *Técnicas de ventas*. Tlalnepantla, México: Red Milenio sc.
http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Tecnicas_de_venta.pdf
- Navarro, Jiménez, Rappoport y Thoilliez. (2017). *Fundamentos de la investigación y la innovación educativa*. España: UNIR Editorial. https://www.unir.net/wp-content/uploads/2017/04/Investigacion_innovacion.pdf.
- Ocaña Vásquez, F. K., y Tamay Walter, E. (2018). *Implementación de un sistema de gestión de almacén para reducir costos de almacenaje de conservas de pescado en la empresa Inversiones Quiaza*
<http://revistas.ucv.edu.pe/index.php/UCV-SCIENTIA/article/view/1498>.

- Orozco C, E., Sablón C, N., Estefanía B. A. K., & Sánchez G. F. (2020). *Diseño de layout en un almacén del Ingenio Azucarero de Imbabura, Ecuador. Ingeniería Industrial*, 41(1), 1–17.
<https://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=93&sid=fceb8bcb-5428-4c3f-b033-0a5fe4f91894%40sessionmgr4008>.
- Pomavilla M, L. T. (2018). *Propuesta para optimizar el funcionamiento de la bodega de la farmacia del Hospital Andino Alternativo de Chimborazo, según las buenas prácticas de almacenamiento, distribución y transporte del ministerio de salud pública del Ecuador*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba.
<http://dspace.esoch.edu.ec/handle/123456789/8902>.
- Perez Hualtibamba, M. M., & Wong Aitken, H. G. (2018, July 1). *Gestión De Inventarios en La Empresa Soho Color Salón & Spa en Trujillo (Perú)*, en 2018. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 14(27).
<https://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=4&sid=affd2254-1ce6-485d-abd3-c9999429fcf2%40sdc-v-sessmgr01&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=e-dsgcl.630066491&db=edsgii>.
- Rainer, L. y Christian, G. (2005). *Selección de proveedores y control mediante análisis multivariado. Revista Internacional de Distribución Física y Gestión Logística*, 35 (6), 409-425.
<http://www.scielo.org.co/scieloOrg/php/reflinks.php?refpid=S0120-3592200900010000800057&lng=es&pid=S0120-35922009000100008>
- Ramírez A. R. N. (2017) *Propuesta de implementación de un sistema de control de inventario para la ferretería Quezada del distrito de Chimbote*.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/19187>.
- REPLY. (5 C.E. 2020). *REPLY: Gartner incluye a Reply entre los visionarios del Cuadrante Mágico para sistemas de gestión de almacenes de 2020. Business Wire (español)*.
<https://www.businesswire.com/news/home/20200527005417/es/>.
- Realimento. (8 de diciembre de 2017). *Semáforo Nutricional*.
<http://realimento.weebly.com/semaacuteforo-nutricional.html>

- Salazar E. I. (2018). *Implementación de un software para un sistema de gestión eficiente en el Área de Almacén del Instituto Tecnológico de Ayaviri – 2017*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima, Perú. <http://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/2561>
- Sánchez, Reyes y Mejía (2018) *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>
- Scriven, M. (1991). *Evaluation Thesaurus. Fourth Edition. Newbury Park: Sage Publications*.
[https://scholar.google.com.pe/scholar?q=Scriven,+M.+\(1991\).+Evaluation+Thesaurus.+Fourth+Edition.+Newbury+Park:+Sage+Publications.&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart](https://scholar.google.com.pe/scholar?q=Scriven,+M.+(1991).+Evaluation+Thesaurus.+Fourth+Edition.+Newbury+Park:+Sage+Publications.&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart).
- Sol Jarlín Ortiz, Andrés Mauricio Paredes-Rodríguez, y Bastidas R. (2021). *Evaluación sistémica de la implementación de un sistema de gestión de almacenes (WMS)*. Revista UIS Ingenierías, 20(4)
<https://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=33&sid=e8b40256-35cf-45bf-af16-236a89ad3332%40sessionmgr103&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGI2ZQ%3d%3d#AN=edsdoj.02101fe53544c63aa44e3e7a6054f53&db=edsdoj>
- Tineo T, D. L. (2018). *Propuesta de un sistema de control interno para mejorar el área de almacén de la empresa Agro veterinaria Sahuay SAC, Chachapoyas 2017*. Universidad César Vallejo; Repositorio Institucional - UCV.
<https://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=32&sid=49402bec-d510-4cb5-9996-e455d62c45d8%40sdc-vsessmgr02&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGI2ZQ%3d%3d#AN=edsbas.E9E78D22&db=edsbas>.

- Viviant, V. (2007) *Control de fecha de vencimiento: una responsabilidad de todos*. Tecnología Láctea Latinoamérica N.º 47. <http://bibliotecavirtual.corpmontana.com/bitstream/123456789/725/5/M000599.pdf>
- Yépez, R. L., Carozama C, M. J., & Caraguay, J. (2019). *E-Portafolio para la gestión y la toma de decisiones aplicado al eje de investigación de la Universidad Técnica del Norte*. <https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/2116>.
- Yumpo Chirinos, L. A. (2018). *Aplicación de gestión de almacén para mejorar la productividad en el área de almacén de la empresa Cousin Import S.A.C., Los Olivos, 2018*. Repositorio Institucional – UCV; Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/35945>

Anexos

Anexo 1 Operacionalización de la Variable
Tabla 12

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	NUMERO DE ITEMS	INSTRUMENTO
SISTEMA SEMAFORO	El sistema de semáforo es un instrumento, para controlar la fecha de caducidad, puede clasificar cada insumo según la fecha utilizando colores, rojo, amarillo y verde, para identificar visualmente los suministros que están por caducar. Ejcalón (2015)	La variable será medida considerando los aportes obtenidos por los instrumentos.	Eficacia	Resultados alcanzados	2	Encuesta
			Eficiencia	Cumplimiento de pedidos	1	
				Cumplimiento de objetivos	2	Encuesta
			Control de fecha de vencimiento	Tiempo de vencimiento.	1	Encuesta

Matriz de Operacionalización de las Variables

VENTAS	Según Navarro (2012), consideraron que vender es una funcionalidad vital que forma parte del proceso táctico de la mercadotecnia y se definen como: toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio entre bienes (tangibles e intangibles) en base a dinero.	La variable será medida considerando los aportes obtenidos por los instrumentos.	Directas	Tiempo de ventas	1	Encuesta
			Indirectas	Devoluciones	2	
					Líneas de pedidos	1
			Fidelización	Llamadas	1	Encuesta
	Delivery					

ANEXO N.º 2:

Instrumento de recolección de datos

Encuesta para evaluar un sistema semáforo en la entrega de productos y ventas en un supermercado en Barranco 2021

A continuación, marque los siguientes enunciados. Marque con un (x) la opción que considere la mejor

Preguntas	Respuestas	
	SI	NO
Brinda usted su consentimiento para que la información emitida por esta encuesta sea utilizada exclusivamente para la presente investigación.		

Género: Hombre Mujer Edad

1.- Nunca 2.- Casi Nunca 3.- A Veces 4.- Casi siempre 5.- Siempre

		Respuestas				
Nº	Sistema Semáforo	1	2	3	4	5
Eficacia						
1.-	La central de reparto cumple con los pedidos que se solicita para la tienda					
2.-	La organización y distribución de los productos en el almacén cumple con el orden					
3.-	Se realiza un seguimiento de los procesos de almacén para lograr los resultados					
4.-	Los inventarios que se realizan en el almacén son frecuentes.					
Eficiencia						
5.-	Los proveedores cumplen con todos los pedidos que se realiza en tienda.					
6.-	La tienda cuenta con un lineamiento sobre la verificación de la calidad de los productos que se recepción.					
7.-	¿Los procesos realizados en tienda cumplen con los objetivos?					

8.-	¿Se encuentra actualizada la información de los inventarios dentro almacén?					
Control de fecha de Vencimiento						
9.-	¿Se cumple con la buena rotación de los productos dentro del almacén?					
10.-	¿Se cuenta con un personal encargado para revisar las fechas de vencimientos dentro del almacén?					
Ventas						
Directas						
11.-	La mercadería que se solicita va de acuerdo a las ventas					
12.-	Se realiza siempre el etiquetamiento de los productos, a fin que su ubicación pueda ser factible para la venta.					
13.-	Al realizar los pedidos tenemos en cuentas las devoluciones					
14.-	Los clientes pueden realizar sus devoluciones de manera rápida					
Indirectas						
15.-	Al realizar los pedidos se toma en cuenta el stock que tenemos en piso de venta y almacén					
16.-	Los requerimientos que se solicita para la tienda se encuentran basado a las ventas y pedidos.					
Fidelización						
17.-	Se llaman a los clientes para informarle que no tenemos cierto producto en stock					
18	Con que frecuencia se llaman a los clientes para promocionar las ofertas que tenemos en tienda.					
19.-	Los clientes se encuentran satisfecho con contar con el servicio de Delivery en la tienda					
20.-	¿Cuándo nuestros clientes llegan a tienda a recoger sus pedidos se van conforme?					

Anexo 3: Análisis complementario

Prueba de Normalidad para la Hipótesis General

H₀: La distribución estadística de los datos es normal

H₁: La distribución estadística de los datos no es normal

Regla de interpretación:

Si Variables Sig.>0,05, datos normales, aceptamos la H₁ y rechazamos la H₀

Si Variables Sig.=<0,05, datos no normales, aceptamos la H₀ y rechazamos la H₁

Tabla 13

Prueba de Normalidad para el Sistema Semáforo y Ventas

	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
SISTEMA SEMAFORO	,123	25	,200*	,957	25	,354
VENTAS	,134	25	,200*	,938	25	,135

Nota. elaboración considerando resultados obtenidos del SPSS versión 25

Tabla 14*Distribución de los Ítems de la dimensión eficacia de la variable sistema semáforo*

Nro. Ítem	Dimensión 1: Eficacia Descripción del ítem	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre	
		ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
1	La central de reparto cumple con los pedidos que se solicita para la tienda					12	48%	9	36%	4	16%
2	La organización y distribución de los productos en el almacén cumple con el orden	7	28%	9	36%	9	36%				
3	Se realiza un seguimiento de los procesos de almacén para lograr los resultados	3	12%	5	20%	10	40%	6	24%	1	4%
4	Los inventarios que se realizan en el almacén son frecuentes					14	56%	10	40%	1	4%

*Nota: elaboración propia considerando los resultados de las tablas de frecuencia del SPSS***Interpretación:**

Según el 56% de colaboradores encuestados, Los inventarios que se realizan en el almacén no son tan frecuentes, el 40% indico que solo a veces se realiza seguimiento de los procesos de almacén para lograr los resultados, el 28% indicaron no se tiene organizado y distribuido los productos en el almacén cumple con el orden esperado, lo que no se estaría afectando la eficacia del sistema semáforo durante la entrega de productos.

Tabla 15*Distribución de los Ítems de la dimensión eficiencia de la variable sistema semáforo*

Nro. Ítem	Dimensión 2: Eficiencia Descripción del ítem	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre	
		ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
1	Los proveedores cumplen con todos los pedidos que se realiza en tienda					11	44%	11	44%	3	12%
2	La tienda cuenta con un lineamiento sobre la verificación de la calidad de los productos que se receptionan.			5	20%	5	20%	5	20%	10	40%
3	Los procesos realizados en tienda cumplen con los objetivos.	2	8%	5	20%	5	20%	10	40%	3	12%
4	Se encuentra actualizada la información de los inventarios dentro almacén	2	8%	5	20%	5	20%	11	44%	2	8%

*Nota: elaboración propia considerando los resultados de las tablas de frecuencia del SPSS***Interpretación:**

Según el 20 % de colaboradores, indico que la tienda cuenta con un lineamiento sobre la verificación de la calidad de los productos que se receptionan, el 20% indicaron que los procesos realizados en tienda no cumplen con los objetivos que se requiere, asimismo el 20% señalaron que casi nunca se encuentra actualizada la información de los inventarios dentro almacén, por lo que no se estaría afectando la eficiencia del sistema semáforo actual del área de almacén del supermercado.

Tabla 16*Distribución de los Ítems de la dimensión control de fecha de vencimiento de la variable sistema semáforo*

Nro. Ítem	Dimensión 3: Control de fecha de vencimiento Descripción del ítem	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre	
		ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
1	Se cumple con la buena rotación de los productos dentro del almacén	6	24%	6	24%	8	32%	4	16%	1	4%
2	Se cuenta con un personal encargado para revisar las fechas de vencimientos dentro del almacén	6	24%	5	20%	5	20%	7	28%	2	8%

*Nota: elaboración propia considerando los resultados de las tablas de frecuencia del SPSS***Interpretación:**

Según el 24% de colaboradores no se cumple con la buena rotación de los productos dentro del almacén, el 24% sostuvo que nunca se cuenta con un personal encargado para revisar las fechas de vencimientos dentro del almacén, por lo que no se estaría cumpliendo los valores de veracidad, responsabilidad y eficiencia en esta actividad.

Tabla 17*Distribución de los Ítems de la dimensión directas de la variable ventas*

Nro. Ítem	Dimensión 1: Directas Descripción del ítem	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre	
		ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
1	La mercadería que se solicita va de acuerdo a las ventas					11	44%	8	32%	6	24%
2	Se realiza siempre el etiquetamiento de los productos, a fin que su ubicación pueda ser factible para la venta			1	4%	5	20%	13	52%	6	24%
3	Al realizar los pedidos tenemos en cuentas las devoluciones			6	24%	2	8%	9	36%	8	32%
4	Los clientes pueden realizar sus devoluciones de manera rápida					4	16%	10	40%	11	44%

*Nota: elaboración propia considerando los resultados de las tablas de frecuencia del SPSS***Interpretación:**

Se aprecia que el 44% los clientes pueden realizar sus devoluciones de manera rápida, pero que al 24% al realizar los pedidos no tienen en cuenta las devoluciones. Pero para el 44% la mercadería que se solicita va de acuerdo a las ventas. El 52% señalo que casi siempre se realiza el etiquetamiento de los productos, a fin que su ubicación pueda ser factible para la venta, pero que al 24% al realizar los pedidos no tienen en cuenta las devoluciones. Lo que quiere decir que la empresa tiene valores de iniciativa y autonomía pero que no están siendo promovidos en su totalidad para el incremento de la venta

Tabla 18*Distribución de los Ítems de la dimensión indirectas de la variable ventas*

Nro. Ítem	Dimensión 2: Indirectas Descripción del ítem	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre	
		ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
1	Al realizar los pedidos se toma en cuenta el stock que tenemos en piso de venta y almacén			1	4%	9	36%	8	32%	7	28%
2	Los requerimientos que se solicita para la tienda se encuentran basado a las ventas y pedidos.					5	20%	13	52%	7	28%

*Nota: elaboración propia considerando los resultados de las tablas de frecuencia del SPSS***Interpretación:**

Según el 52% de colaboradores, los requerimientos que se solicita para la tienda casi siempre se encuentran basado a las ventas y pedidos el 40%, el 36% señalo que al realizar los pedidos a veces se toma en cuenta el stock que tenemos en piso de venta y almacén, por lo que estamos ante una oportunidad de mejorar las ventas del supermercado.

Tabla 19*Distribución de los Ítems de la dimensión fidelización de la variable ventas*

Nro. Ítem	Dimensión 3: Fidelización Descripción del ítem	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre	
		ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
1	Se llaman a los clientes para informarle que no tenemos cierto producto en stock	5	20%	5	20%	5	20%	6	24%	4	16%
2	Con que frecuencia se llaman a los clientes para promocionar las ofertas que tenemos en tienda	2	8%	10	40%	8	32%	5	20%		
3	Los clientes se encuentran satisfecho con contar con el servicio de Delivery en la tienda	1	4%	2	8%	4	16%	18	72%		
4	Cuando nuestros clientes llegan a tienda a recoger sus pedidos se van conforme					1	4%	19	76%	5	20%

*Nota: elaboración propia considerando los resultados de las tablas de frecuencia del SPSS***Interpretación:**

Para el 76% de encuestados, cuando nuestros clientes llegan a tienda a recoger sus pedidos se van conforme, el 72% indicaron que los clientes casi siempre se encuentran satisfecho con contar con el servicio de Delivery en la tienda, el 40% con poca frecuencia se llaman a los clientes para promocionar las ofertas que tenemos en tienda y casi nunca se llama a los clientes para informarle que no tenemos cierto producto en stock (20%) por lo que algunas actividades se estaría cumpliendo con, responsabilidad y eficiencia pero en otras existe la oportunidad de mejorar y con ello las ventas se incrementen

Anexo 4: Autorización para la Investigación

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"
15 de octubre de 2021



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

Facultad de Ciencias Empresariales

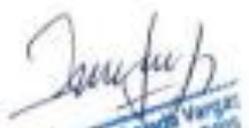
Universidad Cesar Vallejo – Lima – Norte

Mediante la presente se deja constancia que las srtas .Zuliana Espichan Buendía y Nancy Medina Calixto, Como proyecto.

"Sistema Semáforo en la entrega de productos y ventas en un Supermercado, Barranco 2021"

Cuenta con la autorización para realizar su investigación en nuestra representada empresa Cencosud Retail Perú S.A donde ha tenido acceso a la información correspondiente al proceso de entrega de folios del área de almacén y el tiempo que toma realizarlos.

Atentamente



Rodolfo Arborea Vargas
Gerente de Tienda S/01

Arborea Vargas, Rodolfo Ernesto
Gerente de Tienda

Anexo 5 : Validación de los Instrumentos de Medición

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Tema de Investigación: "Sistema Semáforo en la entrega de productos y ventas en un supermercado, Barranco 2021"

AUTOR (AS): Espichan Buendía, Zuliana Isabel

Medina Calixto, Nancy Amelia

TITULO DE INSTRUMENTO

Para la implementación de un "Sistema Semáforo en la entrega de productos y ventas en un supermercado, Barranco 2021"

CRITERIOS: (C): CORRECTO - (I): INCORRECTO - (D): DEJAR - (M): MODIFICAR - (E): ELIMINAR

N° Ítems	Presentación		Ortografía, redacción clara y precisa con los ítems.		Congruencia de las variables con los objetivos		Relevancia		Factibilidad		Observaciones D - M - E
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	X		X		X		X		X		
2	X		X		X		X		X		
3	X		X		X		X		X		
4	X		X		X		X		X		
5	X		X		X		X		X		
6	X		X		X		X		X		
7	X		X		X		X		X		
8	X		X		X		X		X		
9	X		X		X		X		X		
10	X		X		X		X		X		

Fecha: 02 de Diciembre 2021

DNI: 46066171

Evaluador: Mgtr. Bulnes Zelada Manuel Jesús David

Profesión : Magister en Administración y Marketing

Centro Laboral: Indecopi

Especialista en el área: Investigación

Observaciones: conforme



Firmado digitalmente por:
DAVID ZELADA Manuel
Jesús David FAU 2810846111
Fecha: 2021.12.02 10:12:05-0500

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Tema de Investigación: "Sistema Semáforo en la entrega de productos y ventas en un supermercado, Barranco 2021"

AUTOR (AS): Espichan Buendía, Zuliana Isabel

Medina Calixto, Nancy Amelia

TITULO DE INSTRUMENTO

Para la implementación de un "Sistema Semáforo en la entrega de productos y ventas en un supermercado, Barranco 2021"

CRITERIOS: (C): CORRECTO - (I): INCORRECTO - (D): DEJAR - (M): MODIFICAR - (E): ELIMINAR

N° ítem	Presentación		Ortografía, redacción clara y precisa con los ítems.		Congruencia de las variables con los objetivos		Relevancia		Facilidad		Observaciones D - M - E
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	X		X		X		X		X		
2	X		X		X		X		X		
3	X		X		X		X		X		
4	X		X		X		X		X		
5	X		X		X		X		X		
6	X		X		X		X		X		
7	X		X		X		X		X		
8	X		X		X		X		X		
9	X		X		X		X		X		
10	X		X		X		X		X		

Fecha: 02 de Diciembre 2021

Evaluador: MGTR. Quispe Hernández José Marco

Profesión : Magister en Administración

Centro Laboral: Universidad Cesar Vallejo

Especialista en el área: Investigación

Observaciones: conforme



FIRMA DEL EVALUADOR

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Tema de Investigación: "Sistema Semáforo en la entrega de productos y ventas en un supermercado, Barranco 2021"

AUTOR (AS): Espichan Buendía, Zuliana Isabel

Medina Calixto, Nancy Amelia

TITULO DE INSTRUMENTO

Para la implementación de un "Sistema Semáforo en la entrega de productos y ventas en un supermercado, Barranco 2021"

CRITERIOS: (C): CORRECTO - (I): INCORRECTO - (D): DEJAR - (M): MODIFICAR - (E): ELIMINAR

N° ítems	Presentación		Ortografía, redacción clara y precisa con los ítems.		Congruencia de las variables con los objetivos		Relevancia		Factibilidad		Observaciones D - M - E
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	X		X		X		X		X		
2	X		X		X		X		X		
3	X		X		X		X		X		
4	X		X		X		X		X		
5	X		X		X		X		X		
6	X		X		X		X		X		
7	X		X		X		X		X		
8	X		X		X		X		X		
9	X		X		X		X		X		
10	X		X		X		X		X		

Fecha: 02 de Diciembre 2021

Evaluador: Mgtr. Lozan Maykawa Guillermo Vicente

Profesión : Administración

Centro Laboral: Universidad Cesar Vallejo

Especialista en el área: Investigación

Observaciones: Conforme



FIRMA DEL EVALUADOR

Anexo 6 : Fotos de los encuestados





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, NAUCA TORRES ENRIQUE SANTOS, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Sistema Semáforo en la entrega de productos y ventas en un Supermercado, Barranco 2021", cuyos autores son ESPICHAN BUENDIA ZULIANA ISABEL, MEDINA CALIXTO NANCY AMELIA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 08 de Julio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
NAUCA TORRES ENRIQUE SANTOS DNI: 41657065 ORCID ORCID: 0000-0002-5052-17	Firmado digitalmente por: ENAUCA el 26-07-2022 11:27:26

Código documento Trilce: TRI - 0329072