



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y  
Sabor Piura 2023

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Administración de Empresas**

**AUTOR:**

García More, Piero Leonel ([orcid.org/0000-0002-1299-3690](https://orcid.org/0000-0002-1299-3690))

**ASESORA:**

Mg. Gómez Zuñiga Cecilia Paula ([orcid.org/0000-0001-7986-7608](https://orcid.org/0000-0001-7986-7608))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**PIURA - PERÚ**

**2023**

## **DEDICATORIA**

A una persona muy especial en mi vida, mi querida madre, Karla Maiela More Astudillo, quien ha sido mi inspiración constante y mi apoyo incondicional a lo largo de mi carrera académica, a toda mi familia, y todos aquellos que han contribuido de alguna manera en mi camino como futuro profesional, les dedico este logro con profundo agradecimiento y cariño.

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por darme la fuerza necesaria para poder alcanzar mis metas trazadas, al gerente general del restaurante Jorge Garcia Garcia por su valioso aporte para poder realizar mi tesis y a mis profesores por sus enseñanzas a lo largo de este camino educativo.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

**Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, GOMEZ ZUÑIGA CECILIA PAULA LUISA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "Gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023", cuyo autor es GARCIA MORE PIERO LEONEL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20.00%, 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.

PIURA, 13 de Diciembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
GOMEZ ZUÑIGA CECILIA PAULA LUISA <b>DNI:</b> 03490490 <b>ORCID:</b> 0000-0001-7986-7608	Firmado electrónicamente por: PGOMEZZU el 13- 12-2023 00:40:48

Código documento Trilce: TRI - 0694959



**Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, GARCIA MORE PIERO LEONEL estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
GARCIA MORE PIERO LEONEL : 73017038 <b>ORCID:</b> 0000-0002-1299-3690	Firmado electrónicamente por: PIEROGARCIA el 27- 02-2024 23:41:47

Código documento Trilce: INV - 1510162

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS .....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DE LOS ASESORES .....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
INDICE DE TABLAS .....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT .....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEORICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	13
3.1. Tipo y diseño de la investigación.....	13
3.2 Variables y operacionalización .....	14
3.3. Población .....	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.5. Procedimientos.....	16
3.6. Método de Análisis de datos.....	17
3.7. Aspectos éticos .....	17
IV. RESULTADOS .....	18
4.2. INFORME DE ENTREVISTA.....	28
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	31
VI. CONCLUSIONES .....	35
VII. RECOMENDACIONES .....	36
REFERENCIAS .....	37
ANEXOS .....	46

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> <i>Validez por juicio de expertos</i> .....	16
<b>Tabla 2.</b> <i>Confiabilidad con el coeficiente de Alfa de Cronbach</i> .....	16
<b>Tabla 3.</b> <i>Resultados descriptivos de la dimensión planificación y competitividad</i> .....	18
<b>Tabla 4.</b> <i>Correlación de Spearman entre la planificación y la competitividad</i> .....	20
<b>Tabla 5.</b> <i>Relación entre la organización y la competitividad del restaurante</i> .....	21
<b>Tabla 6.</b> <i>Correlación de Spearman entre la organización y la competitividad</i> .....	22
<b>Tabla 7.</b> <i>Relación entre el control y la competitividad</i> .....	23
<b>Tabla 8.</b> <i>Correlación de Spearman entre el control y la competitividad</i> .....	25
<b>Tabla 9.</b> <i>Relación entre las variables Gestión del inventario y la Competitividad</i> .....	25
<b>Tabla 10.</b> <i>Correlación de Spearman entre la gestión del inventario y la competitividad</i> ....	27
<b>Tabla 11.</b> <i>Tabla de la prueba piloto</i> .....	92
<b>Tabla 12.</b> <i>Pruebas de normalidad de Shapiro-Wilk</i> .....	95

## RESUMEN

La presente investigación, tuvo como objetivo general determinar la relación entre la gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023. El estudio fue de tipo correlacional, aplicada, de diseño no experimental con corte transversal y enfoque mixto, con una población de 16 colaboradores del restaurante. Las técnicas de recolección de datos fue la encuesta la cual contó con 36 ítems, siendo dirigida a los colaboradores internos y la entrevista con 10 preguntas abiertas enfocadas a la problemática, al gerente del restaurante; los instrumentos de investigación aplicados fueron el cuestionario y la guía de entrevista. Entre los principales hallazgos se obtuvo que la gestión del inventario se correlaciona con la competitividad, mediante el método no paramétrico siendo un Sig. de 0,007 (Sig. < 0,05) y un Rho de 0,642, a partir de ello se indica que existe una relación significativa, entre la variable gestión de inventario y competitividad habiendo una correlación positiva con intensidad considerable. Se concluyó en la necesidad de mejorar la eficiencia operativa en la gestión del inventario, ya que éste se hace de forma tradicional para de esta manera tener un impacto positivo en la competitividad.

**Palabras clave:** Gestión del inventario, eficiencia operativa, competitividad



## **ABSTRACT**

The general objective of this research was to determine the relationship between inventory management and the competitiveness of the Gusto y Sabor Piura 2023 restaurant. The study was correlational, applied, with a non-experimental design with a cross-sectional and mixed approach, with a population of 16 restaurant employees. The data collection techniques were the survey which had 36 items, being directed to internal collaborators and the interview with 10 open questions focused on the problem, to the restaurant manager; The research instruments applied were the questionnaire and the interview guide. Among the main findings, it was obtained that inventory management is correlated with competitiveness, through the non-parametric method, with a Sig. of 0.007 (Sig. < 0.05) and a Rho of 0.642, from this it is indicated that there is a significant relationship between the inventory management variable and competitiveness, there being a positive correlation with considerable intensity. It was concluded that there was a need to improve operational efficiency in inventory management, since this is done in a traditional way in order to have a positive impact on competitiveness.

**Keywords:** Inventory management, operational efficiency, competitiveness

## I. INTRODUCCIÓN

En todo tipo de organizaciones, el inventario es una inversión importante que debe manejarse con mucho cuidado porque si los niveles de sus existencias son demasiados altos, puede causar pérdidas de dinero debido a los costos asociados a los mismos, como el de su almacenamiento y otros costos relacionados con la operación, manejo y disposición (Rojas, et al. 2018). La gestión de existencias es un tema complicado, su aplicación no siempre es satisfactoria por lo que muchas veces no se toma en cuenta las fluctuaciones en la demanda, así como los desequilibrios existentes en la cadena de suministro y el desbalanceo en el inventario (Balugani, et al. 2018).

A nivel internacional, Beverage Technology and Inventory Management Company BarTrack (2022) expresa que en Sterling Virginia la empresa BarTrack ha revolucionado la forma en que restaurantes y bares gestionan sus inventarios y eliminan costosos desperdicios tanto de materia prima como de efectivo, implementando una plataforma tecnológica para administrar eficazmente el inventario con integración de sensores para un mayor control de materiales, por otra parte, Gonzales et al. (2021) manifiestan que en Venezuela las industrias del sub- sector lácteo del estado de Zulia analizan la gestión del inventario como estrategia financiera con el fin de mejorar su aplicabilidad en un entorno tecnológico, teniendo que reducir aún más el abastecimiento de estos productos en los mercados nacionales; asimismo en Bogotá Colombia, una empresa productora de vino desarrolla un sistema de gestión de almacenamiento ya que la compañía manejaba un sistema de forma manual, luego la herramienta Excel; sin embargo esto ha ocasionado errores al controlar el inventario y almacenar los productos generando incumplimientos a la clientela (Gonzales, et al 2019).

Salazar et al. (2022) explican que, en una empresa constructora española se implementó el desarrollo de aplicaciones y herramientas tecnológicas que automatizan los procesos de programación operativa y seguimiento de las actividades productivas en la construcción de proyectos, siendo vital que asuma el reto de adaptarse a las constantes tecnologías, cambios para seguir siendo competitivos en el mercado. Es necesario transformar las nuevas tecnologías en herramientas útiles para consolidar la competitividad de las empresas en este

sector. Por otra parte, en el ámbito de la industria automotriz, la apertura al libre comercio ha posibilitado que el mercado mexicano se enfrente a la competencia de fabricantes asiáticos y europeos. Esta dinámica ha tenido repercusiones en el crecimiento de las ventas de marcas ya arraigadas en el mercado, llevándolas a buscar estrategias innovadoras para destacar frente a la competencia (Ríos et al 2020).

En Puerto Nuevo, México debido a la fuerte competencia de restaurantes se han desarrollado estrategias para fidelizar clientes en la zona además de atraer consumidores que pueden estar informados a través de medios digitales; se analizan áreas de oportunidad y factores clave que los restaurantes de este sector deben tomar para aumentar su competitividad utilizando la tecnología (Miranda, et al. 2019).

A nivel nacional, Pérez y Wong (2018) afirman que en Soho Color Salón y Spa en Trujillo, carece de un adecuado manejo de inventario, el almacén se encuentra desordenado que conduce a retrasos en el servicio y pérdida de ingresos, esto impide comprobar los productos disponibles en ese momento; se busca proporcionar una mejor gestión del inventario para reducir costos y medir cuánto dinero se puede ahorrar o ganar al saber exactamente cuánto inventario está disponible sin exceso o escasez de existencias.

Campó (2020) explica que en una empresa manufacturera de productos de limpieza en los Olivos al cono Norte de la provincia de Lima no se tiene una adecuada gestión de inventarios en donde se realice un seguimiento, control y monitoreo a las cantidades de las existencias que se tiene; en el sistema tampoco estaban registradas las cantidades reales de los productos; como sucede en Tarapoto donde la gran mayoría de las compañías automotrices carecen de sistemas automatizados en gestión de inventario, solo controlan el inventario manualmente, lo que genera desequilibrios y errores en el informe de inspección física de repuestos, accesorios y lubricantes que venden (Flores, 2022).

En la ciudad de Huánuco, una empresa constructora desconocía el proceso de control interno en curso para el manejo adecuado del inventario; eso significa una escasa práctica de gestión de existencias, llevando a una desventaja competitiva frente a otras compañías que se han interesado en mejorarlo (Angulo, 2019). Asimismo, Garcia (2021) expone que en la provincia de San Martín

necesitan insertar un sistema de innovación organizacional debido a la competitividad conformado en su gran mayoría por mypes del sector y así sobresalir mucho mejor en comparación de su competencia; del mismo modo en la provincia de Huaral, las MYPES realizan una planificación estratégica en línea con la misión y visión de la organización para diferenciarse de la dura competencia de varias organizaciones que ofrecen los mismos servicios, como salud, restaurantes y hoteles (Baldeos, 2020).

En el centro de la ciudad de Piura se ubica el restaurante Gusto y Sabor, el cual tiene aproximadamente 3 años en el mercado compitiendo en el exigente sector gastronómico, teniendo como ventaja competitiva la innovación de platos típicos con lo que hace frente a la competencia manteniéndose firme en el mercado.

Su problema radica en la demora al atender los pedidos por la falta de gestión en el inventario lo que ha repercutido seriamente en los clientes, quienes cuando escogen de la carta lo que van a consumir deben esperar al no encontrarse los insumos o ingredientes necesarios. No se percibe una planificación de las compras, en este proceso se observa improvisación porque en su afán de atender al cliente no revisan las existencias en el almacén, adquiriendo insumos en el momento, luego en los excesos que le pueden generar pérdida al desperdiciarse la materia prima y a la vez incrementarse el presupuesto establecido para el área. Se presume una falta de organización del almacén por parte del dueño, quien se hace cargo de verificar las existencias para realizar las compras del producto faltante, esto debido a sus múltiples ocupaciones; así también desconocimiento de la importancia de gestionar eficazmente el inventario por parte de los colaboradores. En sí, el restaurante no cuenta con una gestión de existencias que abarque tanto la recepción como la permanencia y salida de productos en el almacén, no pudiendo optimizar los costos, el uso de existencias y la atención al cliente.

Si el personal del restaurante no adquiere conocimiento y responsabilidad sobre lo que representa la gestión del inventario es muy probable que a un corto plazo sea irreparable la pérdida de clientes, debido a las improvisaciones de materia prima en el inventario, las cuales deberían ser monitoreadas para no tener productos en stock y en mal estado; asimismo, el esmero por atender al

cliente debe mejorar sobre todo tener en cuenta los tiempos de entrega del pedido caso contrario el cliente buscaran un mejor servicio en la competencia.

Ante lo expuesto, se formula como problema general de esta investigación ¿Qué relación existe entre la gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023? además, como problemas específicos: ¿Cuál es la relación entre la planificación y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023?, ¿Cuál es la relación entre la organización y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023?, y ¿Cuál es la relación entre el control y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023?

La presente investigación, en el ámbito práctico pretende realizar cambios en la investigación a través de los resultados encontrados, de la misma forma se evalúa a través del uso de tecnologías modernas para resolver la problemática ayudando en el ámbito logístico a muchas empresas del sector (Álvarez, 2020). En la justificación económica está orientado a incrementar las ganancias de la empresa conforme se lleguen a interpretar los resultados obtenidos de los problemas que se ha dan a conocer; hace alusión a la rentabilidad y a un estudio para fines económicos (Baena 2017 Citado por Fernandez, 2020)

El objetivo general de este estudio es determinar la relación entre la gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023, como objetivos específicos demostrar la relación entre la planificación y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023; definir la relación entre la organización y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023 y finalmente identificar la relación entre el control y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023.

Por otra parte, la presente investigación tiene como hipótesis general existe una relación significativa entre la gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023, como específicas existe una relación significativa entre la planificación y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023; existe una relación significativa entre la organización y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023, y por último, existe una relacion significativa entre el control y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023.

## II. MARCO TEORICO

En base a los antecedentes de carácter internacional, Muñoz y Toapanta (2022), en su estudio tuvo como objetivo, brindar un modelo mejorado de gestión de inventarios que garantice un correcto almacenamiento, entrega, mantenimiento y distribución con el fin de lograr un control estricto, la investigación es cuantitativa, descriptiva y las herramientas utilizadas para la recopilación de información fue la encuesta que se realizó con 28 empleados de la empresa. Se ha comprobado que el enfoque adoptado permitirá mantener un suministro adecuado minimizando los costes para mejorar el servicio y la rentabilidad de la empresa.

Según Aguilar (2022) en su investigación tuvo como propósito analizar la gestión de inventarios como factor competitivo en las empresas del mismo rubro, la metodología es descriptiva, transaccional, no experimental y la población comprende 20 empresas del sector de producción de máquinas, limitadas a la región occidental de Venezuela. Sobre la base de los resultados obtenidos por el análisis estadístico, se concluye que la gestión de inventarios en la industria no es un factor de competitividad en las compañías del sector.

Según Dávila y Salcedo (2018) en su investigación se tuvo como finalidad analizar el proceso de gestión de existencias y se puede afirmar que actualmente la empresa enfrenta algunos problemas en el control, se han utilizado métodos de recolección de datos e información, obteniendo ventas, gastos e inventarios actuales e históricos, que ayudan a validar los resultados obtenidos en el estudio.

Se tiene a Vivanco et al (2018) en su investigación, el objetivo fue determinar el nivel de innovación y competitividad donde las empresas de Aguascalientes están más presentes y ver si hay diferencias entre sectores económicos; se realizó un estudio descriptivo, no experimental correlacional, del cual entre las principales conclusiones se puede observar que la competitividad de estas empresas está representada principalmente por el desarrollo tecnológico y la actividad de innovación.

Respecto a los antecedentes nacionales, Meneses y Tineo (2022), se planteó como objetivo principal evaluar la influencia de la gestión empresarial en la competitividad del sector Mype dentro de Gamarra, específicamente en el rubro textil. El enfoque metodológico utilizado fue cuantitativo y descriptivo, con un

diseño correlacional, caracterizado por no involucrar experimentación directa; para recopilar la información requerida, se empleó una encuesta que constó de 24 preguntas. Los resultados de esta investigación indicaron la existencia de una relación significativa y positiva entre la gestión empresarial y la competitividad, respaldada por un coeficiente de calificación de Pearson de 0,719, en base a estos hallazgos, se enfatizó la importancia de brindar capacitación a los empleados con el propósito de mejorar su desempeño en las actividades laborales y alcanzar los objetivos a medio plazo.

Asimismo, Correa y Diaz (2022) en su tesis, su objetivo principal consistió en examinar la competitividad y el nivel de calidad del servicio al cliente en el contexto del sector de almacenaje, se empleó un enfoque cuantitativo de naturaleza aplicado, optando por un diseño no experimental de tipo transversal, en la población se incluyó clientes de dicha empresa utilizándose la encuesta e instrumento un cuestionario estructurado siendo verificado por expertos. El resultado predominante se da en la calidad del servicio a los clientes y en cuanto a la competitividad se encontró que el 100% de los encuestados están satisfechos con la competitividad de la compañía, destacando sus ventajas competitivas en el sector.

En la investigación realizada por Paredes (2021), el propósito del estudio consistió en analizar la relación entre la gestión de inventarios y la productividad en el ámbito del almacenaje, se optó por un enfoque cuantitativo de tipo aplicado y correlacional, utilizando un diseño no experimental de corte transversal. La muestra incluyó a 70 trabajadores del almacén, y se llevaron a cabo dos encuestas para la medición de variables: una encuesta de 36 ítems para evaluar la gestión de inventarios y otra con 27 ítems para evaluar la productividad; ambos cuestionarios fueron validados por especialistas, y los resultados indican una confiabilidad del 0.910 para el cuestionario de gestión de inventarios y del 0.919 para el de productividad, además, en la prueba de hipótesis, se observó un coeficiente de correlación de Pearson (R) de 0.783 con una significancia de 0.000, lo que indica que existe una correlación entre las variables investigadas.

El estudio de Pendola y Reyes (2021), tuvo como finalidad explicar la relación entre el control interno y gestión de Inventarios en la organización. La metodología es descriptiva, tipo aplicada, transversal, no experimental,

correlación descriptivo y cuantitativo, para ello se desarrolló y utilizó la encuesta elaborada específicamente para los colaboradores de la organización, como instrumento se utilizó un cuestionario cuya confiabilidad se determinó en base a los resultados estadísticos del Alfa de Cronbach, introducidos en el programa SPSS, se puede concluir que un 30% de las personas encuestadas sienten que han alcanzado un progreso en la gestión de inventarios. Además, se observará un coeficiente de evaluación de Spearman (coeficiente de Rho) del 80% ( $r = 0,802$ ), lo que indica una fuerte y significativa relación positiva entre las variables evaluadas.

Otero y Pingo (2021), en su tesis tuvo como objetivo general analizar la influencia de la gestión empresarial en la competitividad de las pequeñas y medianas empresas en el distrito de Sullana, especialmente en el sector comercial. En términos metodológicos, la investigación se clasificó como aplicada, correlacional, no experimental y de alcance transversal. Los resultados principales señalan que la gestión empresarial ejerce un impacto considerable en la competitividad de las empresas, respaldado por un análisis no paramétrico con un valor de  $Rho=0.904$ . Estos resultados muestran que la mayoría de los negocios comerciales carecen de objetivos claramente definidos, además se destacó la falta de medidas correctivas ya que la mayoría de las empresas no cuentan con una infraestructura tecnológica adecuada y no realizan inversiones en equipamiento moderno.

En el estudio de Bautista y Romero (2021), se realizó proponer una estrategia para mejorar la competitividad y satisfacción del cliente. El estudio se aplicó utilizando métodos cuantitativos, de diseño no experimental de corte transversal y descriptivo; para la variable competitividad se tomó una muestra de 18 empleados de cada sucursal de la empresa, y para la variable satisfacción del cliente la población fueron sus clientes, con una muestra de 384. Se recopiló la información mediante la técnica de observación y la encuesta para las variables competitividad y satisfacción del cliente. Se concluyen que el nivel de competitividad de la empresa Pizza Hut es buena, con un 56% de la opinión manifestaron que la empresa reúne las condiciones para ser competitiva y mantenerse en el mercado. Además, se identificó que el nivel de Satisfacción del Cliente es bajo, puesto que el 38% de los encuestados manifestó no sentirse



cómodo en las instalaciones debido a la nueva disposición de mesas y muebles por la pandemia que limitó la capacidad y mantener un mayor distanciamiento.

Finalmente, la investigación de Villanueva (2019), tuvo como propósito determinar la influencia de la gestión de inventarios en la competitividad de las organizaciones ferreteras, su diseño es no experimental con enfoque cuantitativo, descriptivo y correlacional. Para recopilar información se usó como método la entrevista y la encuesta haciéndose preguntas relacionadas con las dimensiones de las variables, y luego se analizó los resultados para rechazar o validar la hipótesis planteada, la cual la gestión del inventario si influye de manera significativa en la competitividad de las empresas ferreteras del sector.

Por otra parte, se identificó a diversos autores para un enfoque conceptual a las variables de estudio; en cuanto a Gestión del inventario se tiene a Pavón et al (2019) quien manifiesta que la gestión de inventario está orientada a la planificación y el control, sirve como una herramienta para que una empresa logre sus objetivos sin problemas, puede implementarse como un recurso competitivo y su finalidad requiere de métodos para verificar los productos adquiridos a través de una orden de compra, recibir y almacenar los artículos del inventario, revisar los comprobantes de pago, contabilizarlos y controlarlos.

De acuerdo a Lopez et al. (2020) menciona que la gestión de inventarios implica gastos necesarios desde el almacenamiento hasta la prevención de pérdidas, entrega valor a partir de adquisiciones, conversiones y adicionales puestos a la venta, ayuda a las empresas a controlar y administrar adecuadamente sus productos al establecer claramente reglas, métodos y procedimientos. La fabricación implica la utilización de materias primas y trabajo en proceso para generar productos acabados, que se almacenan como inventario o se comercializan, algunos de estos productos también pueden ser empleados en operaciones subsiguientes, el inventario constituye el activo más significativo para numerosas organizaciones, representando a veces hasta la mitad de los gastos totales de la empresa o incluso la mitad de la inversión de capital global; las últimas dos décadas han visto un aumento en el interés por la investigación de gestión de inventario, la publicación de artículos sobre gestión de inventario ha experimentado un aumento de más del 525 %, con un aumento del número de

artículos publicados de 2 544 en 1998 a 13 381 en 2020 (Munyaka y Yadavalli, 2022).

Como primera dimensión de la variable Gestión del inventario, se tiene la planificación, que según Álvarez y Toledo (2018) es un conjunto de prácticas de gestión diseñadas para ayudar a las empresas a mantener niveles óptimos de stock en cualquier momento, a comprar la cantidad correcta de mercadería y decidir con qué regularidad volver a realizar pedidos, ayuda a reducir los costos de mantenimiento de existencias y garantizar suficiente inventario para la producción y venta de productos terminados, evita el desabastecimiento, por lo que puede mantener la producción en funcionamiento y ahorrar dinero en costosas compras de última hora.

Deslazando a los indicadores de la primera dimensión, se tiene políticas del inventario, para Westreicher (2021) son aquellas pautas y directivas instauradas por la administración de una organización para gestionar sus recursos, es decir, estas políticas se utilizan para determinar cómo se va a administrar el inventario, incluido los niveles, las ubicaciones y su valoración. Como segundo indicador, los objetivos, según Serna et al (s.f) afirman que el objetivo de un sistema de gestión de inventario es mantener el stock de tal manera que no haya exceso ni falta de existencias.

La finalidad de la administración de inventarios tiene dos aspectos, por un lado, es necesario minimizar la inversión en inventario y asignar recursos para inversiones y por otro lado, es indispensable asegurarse que la compañía cuente con el stock suficiente y adecuado para satisfacer las necesidades internas y externas, a fin de que la producción y ventas funcionen normalmente y el último indicador de la primera dimensión llamado estrategias, según Guzmán et al (2021), se hace referencia a un conjunto de estrategias diseñadas para la retención de clientes, las cuales se fundamentan en la gestión de inventarios. En este contexto, se considera todo el sistema logístico como punto de partida, con el propósito de abordarlo de manera integral. En consecuencia, la meta consiste en aprovechar el inventario para impulsar el desarrollo global de la empresa en su totalidad.

Como segunda dimensión de la variable gestión del inventario, el control de inventario es responsable del movimiento del inventario dentro del almacén, con

el control de stock, realiza un seguimiento de los bienes o materiales que tiene y en qué cantidades. También realiza un seguimiento de la condición y el estado de la materia prima (Jenkins, 2020). El primer indicador de la segunda dimensión es el sistema de registro de inventario, según Velez (2022) es una herramienta de gestión empleada para registrar la cantidad de existencias que se encuentran actualmente en el negocio y determinar el costo de venta de los bienes vendidos.

Para Ortega (2017) el segundo indicador el conteo físico, consiste en contar toda la mercancía que se tiene y compararlos con un registro de inventario para detectar si existe diferencias. Si las cantidades son diferentes, puede provocar la pérdida de ventas, problemas logísticos y por último la frustración para el cliente; el tercer indicador clasificación del inventario, es definido por Castro (2022) como un sistema de segmentación y organización de artículos en un almacén en función su importancia, su valor económico y sus beneficios e ingresos generados, pretende priorizar los artículos más importantes en stock y aquellos con las tasas de rotación más altas, en lugar de tratar a todos de la misma manera o clasificarlos por tamaño, peso o cantidad.

La tercera dimensión de la primera variable llamada organización, Garrido (2017) comenta que se refiere al seguimiento intensivo de los elementos o mercadería almacenada, esto a través de actividades específicas para una adecuada gestión del registro, compra y salida del inventario en el negocio y como indicadores de esta dimensión, se tiene la selección de personal, que Paredes (2019) la explica como un proceso complejo que permite distinguir desde el inicio el tipo de empleado que desea la empresa; además, a partir de la descripción y análisis de los puestos, se acomoda al perfil de la organización en función de las necesidades que requiere, el segundo indicador viene a ser la capacitación, inciden directamente en el trabajador, haciéndolo más cualificado y más dedicado a su puesto de trabajo. La capacidad de captación de talento humano es fundamental porque de esta forma se puede dar formación para conseguir que los trabajadores puedan realizar fácilmente el trabajo asignado (Obando, 2020).

Para terminar el tercer indicador vienen a ser los proveedores. Un buen proveedor no solo significa buenos recursos y la capacidad de suministrar un

buen producto, sino también la opción de bajo costo o la seguridad de tener siempre el mismo producto cuando se necesite (Ramos, 2021).

Como segunda variable se tiene a la competitividad, según Porter (2017 citado por Muñoz et al, 2021) es un conjunto de herramientas que combinadas simplifican la tarea de liderar el mercado y superar a los competidores. Su importancia radica en el incremento de la productividad mediante el aprovechamiento de los recursos, ya que saber gestionarlos eficazmente nos ayuda a estar siempre preparados para responder con prontitud a las demandas del mercado, la primera dimensión de esta variable se tiene la rotación de inventarios. Contreras et al (2022) se refiere a la frecuencia con la que se vende o se consume el inventario en un periodo específico, generalmente a lo largo de un año; comúnmente, la medición de la rotación de inventario se realiza a nivel de SKU (Unidad de Mantenimiento de Stock).

De esta dimensión se deslaza el primer indicador que es Costo de mercaderías vendidas, según Villafuerte y Ramírez (2019) incluye todos los costos directamente relacionados con la producción de los bienes o la prestación de los servicios prestados por la empresa, estos costos pueden incluir costos variables asociados con la producción del producto, como materiales y mano de obra. El segundo indicador es el inventario promedio es el valor promedio de un inventario durante un período de tiempo determinado, las cifras de inventario promedio se pueden usar como punto de comparación al observar el volumen de ventas general, lo que permite que una empresa realice un seguimiento de las pérdidas de inventario (Ortega, 2022); como tercer indicador se tiene el conocimiento de demanda, refiriéndose la Esan (2020) a la demanda de las mercancías en los inventarios que dependen directamente de varios factores internos. Aquellas que resultan de las políticas internas de gestión de inventarios se categorizan como demanda dependiente, mientras que las que provienen de clientes internos o externos se clasifican como demanda independiente.

Como segunda dimensión se tiene a la productividad, según Almrdo y Ahmed (2021) la productividad de una empresa es la medida global de la cantidad de trabajo a la que se somete la organización, teniendo en cuenta los procesos, para que una empresa aumente sus índices de productividad debe invertir en prácticas de gestión de inventarios. Para sus indicadores se tiene a eficiencia que

según Rojas (2018) se refiere a un criterio económico que evidencia la eficiencia administrativa al lograr los mejores resultados con la menor cantidad posible de recursos, por lo que se trata de un aprovechamiento óptimo de los bienes disponibles para obtener el resultado esperado y la eficacia como la medida en que se llevan a cabo las actividades planificadas y se logran los resultados propuestos. El último, indicador de esta dimensión se tiene la gestión de compras de mercaderías, según la UPN (2021) se define como el conjunto de procedimientos llevados a cabo para la adquisición de bienes y servicios esenciales para el funcionamiento de una empresa, se enfoca en la relación entre la empresa y proveedor, satisfaciendo sus necesidades con la cantidad correcta, la calidad precisa y en el momento y lugar oportunos.

Como última dimensión se tiene a la ventaja competitiva, Chuquimarca (2019) explica que es la ejecución de la estrategia la que crea valor al desarrollar habilidades internas y competitivas que están más allá del alcance de los competidores permitiendo que la organización se convierta en líder en su campo, administrar y lograr altos niveles de rentabilidad, deslazando los indicadores se tiene la relación con los clientes, donde Zambrano (2020) se refiere a todas aquellas estrategias que definen cómo atraer, retener y crecer la base de clientes, apoyándose en la segmentación, personalización del mensaje y generación de valor a través de los diferentes canales en los que está presente.

Se tiene el segundo indicador planeación de procesos según Marrero (2020) se refiere a una herramienta utilizada en el sector administrativo para fijar metas y así elegir los medios para alcanzarlas, mediante la cual se puede definir qué se hará, cómo se hará, donde, cuando y cuánto. Por último, indicador se tiene a la mejora continua siendo una cultura empresarial que alienta a todos los colaboradores a buscar formas de mejorar las operaciones de la empresa. Esto incluye sugerir ideas para mejorar la eficiencia, evaluar los procesos actuales y hallar oportunidades para reducir las ineficiencias en el trabajo (Kucinska, 2020).

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de la investigación**

##### **3.1.1 Tipo de investigación**

La investigación es de tipo aplicada se justifica debido a su estrecha vinculación con la investigación fundamental, ya que se deriva directamente del conocimiento y las ideas generadas en la investigación básica. En otras palabras, la investigación aplicada busca poner en práctica la teoría, la cual se sustenta en el análisis y la resolución de problemas de índole social (Petthey 2017).

Es de nivel correlacional pues involucran la evaluación de dos variables, su propósito es examinar el grado de asociación entre ellas; por lo tanto, los estudios de correlación intentan descubrir cómo cambia una variable y cómo cambia la otra (Supriyono, 2022).

##### **3.1.2 Diseño de la investigación**

Es no experimental, se implementa cuando los sujetos de estudio no pueden ser controlados, alterados o modificados durante el proceso de investigación, lo que implica que se debe depender de la interpretación o la observación para llegar a las conclusiones (Indu y Vidhukumar, 2020). Es de corte transversal, en donde Maguiña (2020) explica que, el aspecto fundamental es su enfoque en la evaluación de un momento particular, en contraposición a los estudios longitudinales que implican un seguimiento a lo largo del tiempo. Tienen la capacidad de analizar la relación entre dos o más variables, lo que los convierte en una opción interesante para explorar asociaciones de manera inicial o en situaciones donde los recursos son limitados.

La investigación se realizó mediante un enfoque mixto, según Nolasco et al. (2019), implica un conjunto de procedimientos para recopilar, combinar, analizar y organizar datos cuantitativos y cualitativos en un mismo contexto de investigación para resolver el problema encontrado.

## **3.2 Variables y operacionalización**

### **Variable 1: Gestión del inventario**

#### **Definición conceptual**

La gestión de inventarios se enfoca en la planificación y el control, sirve como herramienta indispensable para que la empresa logre sus objetivos sin problemas, puede implementarse como un recurso competitivo y su finalidad requiere de métodos para verificar los productos adquiridos a través de una orden de compra, recibir y almacenar los artículos del inventario, revisar los comprobantes de pago, contabilizarlos y controlarlos (Pavón et al 2019).

### **Variable 2: Competitividad**

#### **Definición conceptual**

Es un conjunto de herramientas que combinadas simplifican la tarea de liderar el mercado y superar a los competidores. Su importancia radica en el incremento de la productividad mediante el aprovechamiento de los recursos, ya que saber gestionarlos eficazmente nos ayuda a estar siempre preparados para responder con prontitud a las demandas del mercado (Porter 2017 citado por Muñoz et al, 2021).

## **3.3. Población**

### **3.3.1. Población:**

La población se refiere a un conjunto de individuos, objetos o medidas que comparten características específicas y comunes, ya sea en un lugar o período determinado. Por lo tanto, en una investigación, es esencial resaltar características fundamentales al seleccionar la población de estudio (Rojas, 2017). En el caso de esta investigación, la población fue finita, ya que se disponía de una base de datos que incluía información sobre los empleados del restaurante, totalizando 16 colaboradores.

#### **Criterios de inclusión:**

Todos los colaboradores del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023

### **Criterios de exclusión:**

Colaboradores externos del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023.

## **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **3.4.1. Técnicas:**

#### **Encuesta:**

Según lo indicado por Caro (2021), la encuesta representa un método que condensa información utilizada para recopilar diversos tipos de datos acerca de un grupo específico de individuos. En este contexto, se utilizará una encuesta con el propósito de recopilar información de los colaboradores del restaurante.

#### **Entrevista:**

Representa un método para recabar datos y obtener información que, además de ser una de las estrategias más empleadas en un proceso de investigación, aporta un valor significativo (Bertomeu, 2017). En la investigación se entrevistará al dueño del negocio Jorge Joel Garcia Garcia.

### **3.4.2. Instrumentos**

#### **Cuestionario:**

El cuestionario es una herramienta de adquisición de datos que se fundamenta en una secuencia ordenada y estructurada de preguntas (Etecé, 2021). En este sentido, constará de 36 preguntas cerradas con escalas de evaluación tipo Likert.

#### **Guía de Entrevista:**

La metodología que se empleará consistirá en una guía de entrevista que incluirá 10 preguntas abiertas relacionadas con las variables de estudio.

### **3.4.3. Validez del constructo**

La validez se refiere a una evaluación integral y un juicio que depende de diversas fuentes de información para su interpretación. No es una característica intrínseca del examen en sí, sino más bien una cualidad asociada al significado de los resultados en un contexto educativo particular y las conclusiones que pueden derivarse de ellos (Carrillo, et al. 2020).



**Tabla 1.***Validez por juicio de expertos*

Apellidos y nombres	Experiencia	Grado	Resultados
Mercedes Palacios de Briceño	Mas de 5 años	Doctor	4
Carlos Antonio Angulo Corcuera	Mas de 5 años	Magister	4
Bady Richard Reyes Mendoza	Mas de 5 años	Magister	4

Nota. Elaboración propia

**Confiabilidad**

Los hallazgos de una investigación se tornan confiables cuando exhiben un elevado nivel de validez, lo que significa que están libres de cualquier tipo de sesgo. Una vez que se establece que una escala es reproducible y consistente, entonces se concluye que es confiable (Villasís, 2018)

**Tabla 2.***Confiabilidad con el coeficiente de Alfa de Cronbach*

Cuestionario	Alfa de Cronbach	Nivel de consistencia
Gestión del inventario	0.741	74.1%
Competitividad	0.729	72.9 %

Nota: Resultados obtenidos del programa Spss 26

**3.5.Procedimientos**

En este contexto, se considerarán tres etapas fundamentales. La primera involucró la solicitud de autorización a la empresa objeto de estudio, con el propósito de llevar a cabo la investigación y publicar sus datos en el repositorio de la Universidad César Vallejo, los cuales serán tratados de manera confidencial. Después de obtener dicha aprobación, se pasó a la siguiente fase, que consistió en la aplicación del cuestionario a los empleados del restaurante en horarios previamente establecidos, así como en la realización de una entrevista con el propietario del negocio para recopilar la información necesaria. Por último, la tercera fase implicó la creación de una base de datos con la información

recopilada, la cual fue analizada posteriormente utilizando la herramienta estadística SPSS versión 28 para la interpretación de los resultados.

### **3.6. Método de Análisis de datos**

De acuerdo con Peña (2017), señaló que el análisis de datos tiene el potencial de revelar aspectos que podrían alterar el propósito inicial del estudio. En este sentido, se utilizará la herramienta estadística SPSS versión 26 para el análisis de los datos obtenidos a través de la encuesta realizada a los empleados del restaurante. Esta aplicación nos posibilitará recopilar información de manera visual mediante la presentación de gráficos y tablas.

Por otra parte, los datos proporcionados por el gerente del restaurante a través de la entrevista serán sometidos a un análisis cualitativo. En primer lugar, se llevará a cabo una síntesis de la información relevante obtenida en la entrevista, destacando los aspectos más relevantes para la investigación. Luego, se organizará la información recopilada y se presentará en un informe de la entrevista.

### **3.7. Aspectos éticos**

Según Talan et al. (2018) se destaca la importancia de abordar diversos enfoques de reflexión en las técnicas de investigación, con el propósito de otorgar significado a los conceptos a través de la experiencia. En este contexto, el presente estudio hace una contribución significativa al respetar rigurosamente los aspectos éticos establecidos en relación con las fuentes de información y los participantes involucrados. Se garantiza la preservación de la información personal y la identidad de los encuestados en el proceso de evaluación. Además, se sigue estrictamente la Norma APA para citar de manera precisa y verídica a los autores de diversas fuentes científicas, al mismo tiempo que se salvaguardan sus derechos.

Es importante señalar que toda la información presentada en este estudio se encuentra respaldada por Turnitin, con el objetivo de prevenir el plagio. En este sentido, se enfatiza que los resultados proporcionados son veraces y no han sido manipulados de ninguna manera.

## IV. RESULTADOS

En este capítulo, se han analizado los resultados estadísticos derivados de la encuesta dirigida a 16 empleados del restaurante. Con respecto a la variable de interés, se llevó a cabo una interpretación descriptiva mediante el uso de tablas de frecuencia en el sistema estadístico SPSS, con el propósito de evaluar la percepción de los trabajadores frente a la problemática planteada. Asimismo, se

llevó a cabo la contrastación de la hipótesis, permitiendo la aceptación o rechazo de la misma, para lo cual se empleó la tabla de correlación de Spearman.

### 4.1. Informe de aplicación de cuestionario

#### 4.1.1 Relación de la planificación con la competitividad

**Objetivo específico N°1:** Demostrar la relación entre la planificación y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023.

**Tabla 3.**

Dimensión 1: Planificación	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%
1. El restaurante tiene establecido políticas de inventario para gestionar correctamente los productos en el almacén.	1	6,3	6	37,5	2	12,5	1	6,3	6	37,5	16	100,0
2. Se examina con frecuencia las existencias que se tienen a disposición.	2	12,5	1	6,3	2	12,5	4	25,0	7	43,8	16	100,0
3. Se tiene establecido cuándo se hacen los pedidos y cuánto es la cantidad a pedir.	0	0,0	6	37,5	2	12,5	3	18,8	5	31,3	16	100,0
4. Se tienen las existencias en un lugar adecuado.	0	0,0	5	31,3	3	18,8	4	25,0	4	25,0	16	100,0
5. Hay un registro de las entradas y salidas de existencias.	2	12,5	5	31,3	4	25,0	1	6,3	4	25,0	16	100,0
6. El restaurante establece un nivel óptimo de inventario.	2	12,5	4	25,0	6	37,5	2	12,5	2	12,5	16	100,0
	0	0,0	3	18,8	6	37,5	4	25,0	3	18,8	16	100,0

En la tabla se aprecia que, acerca del primer ítem de la dimensión planificación, en relación a si el restaurante tiene establecido políticas de inventario para gestionar correctamente los productos en el almacén del restaurante, el 37,5% de los colaboradores encuestados se mostró en desacuerdo; el otro 37,5% se mostró totalmente de acuerdo y el 12,5% estuvo indeciso. Por otro lado, respecto del segundo ítem, acerca de si se examina con frecuencia las existencias que se tienen a disposición en el restaurante, el 43,8% de los colaboradores encuestados se mostró totalmente de acuerdo; y el restante 6,3% se mostró en desacuerdo. A su vez, en relación al tercer ítem, acerca de si se tiene establecido cuándo se hacen los pedidos y cuánto es la cantidad a pedir, el 37,5% de los colaboradores encuestados se mostró en desacuerdo y el 12,5% estuvo indeciso.

Por su parte, respecto del cuarto ítem, sobre si se tienen las existencias en un lugar adecuado dentro del restaurante, el 31,3% de los colaboradores encuestados se mostró en desacuerdo y el 18,8% estuvo indeciso. Por su lado, en relación al quinto ítem, sobre si hay un registro de las entradas y salidas de las existencias en el restaurante, el 31,3% de los colaboradores encuestados indicó estar en desacuerdo mientras que el 6,3% estuvo de acuerdo. A su vez, en cuanto al sexto ítem, acerca de si el restaurante establece un nivel óptimo de inventario, el 37,5% de los colaboradores encuestados se mostró indeciso, mientras que el otro 12,5% se mostró totalmente de acuerdo.

De acuerdo a los resultados indicados se aprecia que la planificación en el restaurante se basa principalmente en el establecimiento de políticas de inventario para gestionar adecuadamente los productos en el almacén, por lo que se suele examinar con frecuencia las entradas, salidas y existencias. No obstante, se detectaron inconveniente cuando se hacen los pedidos y la cantidad a solicitar de insumos. Probablemente debido al temor de quedarse sin insumos, se tiende a acumular inventario en exceso, provocando problemas de espacio y costes adicionales. Por lo tanto, la empresa debería de realizar un análisis de inventario para identificar productos obsoletos o de rotación lenta y reducirlos. También, establecer un punto de reorden para indicar cuándo es el momento de realizar un nuevo pedido.

### Contrastación de la hipótesis específica 1

**H1:** Existe una relación significativa entre la planificación y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor, Piura 2023.

**H0:** No existe una relación significativa entre la planificación y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor, Piura 2023.

**Tabla 4.**

*Correlación de Spearman entre la planificación y la competitividad*

			Dimensión 1: Planificación	Variable 2: Competitividad
Rho de Spearman	Dimensión 1: Planificación	Coefficiente de correlación	1,000	0,653**
		Sig. (bilateral)	.	0,006
		N	16	16
Variable 2: Competitividad	Variable 2: Competitividad	Coefficiente de correlación	0,653**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,006	.
		N	16	16

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

Según se aprecia en la tabla, hubo un valor de Sig. de 0,006 (Sig. < 0,05). Lo cual quiere decir que es adecuado el rechazo de la H0. En virtud a ello se permite indicar que existe una relación significativa entre la planificación y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor, Piura, 2023. A su vez, de acuerdo al coeficiente Rho de 0,653, entre la dimensión planificación y la variable competitividad hubo una correlación positiva, con intensidad considerable. En consecuencia, se acepta la hipótesis específica 1 debido a que la planificación se relaciona significativamente con la competitividad en la actual gestión del restaurante.

#### 4.1.2. Relación de la organización con la competitividad

Objetivo específico 2. Definir la relación entre la organización y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023.

**Tabla 5.***Relación entre la organización y la competitividad del restaurante*

Dimensión 2: Organización	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%
	7. Existe personal idóneo para el área de almacén.	0	0,0	4	25,0	0	0,0	2	12,5	10	62,5	16
8. Se evalúa al personal para mostrar los resultados generados en el área.	1	6,3	4	25,0	2	12,5	6	37,5	3	18,8	16	100,0
9. Se tiene personal capacitado para gestionar el inventario.	0	0,0	1	6,3	3	18,8	4	25,0	8	50,0	16	100,0
10. Se capacita periódicamente al personal para la mejora continua.	0	0,0	9	56,3	5	31,3	1	6,3	1	6,3	16	100,0
11. Cuentan con proveedores puntuales y en cantidades exactas para la entrega de productos.	0	0,0	7	43,8	1	6,3	0	0,0	8	50,0	16	100,0
12. Los proveedores brindan productos en condiciones óptimas y con fecha caducidad larga.	0	0,0	3	18,8	4	25,0	3	18,8	6	37,5	16	100,0
	0	0,0	1	6,3	3	18,8	11	68,8	1	6,3	16	100,0

Según se muestra en la tabla, al respecto del primer ítem de la dimensión organización, sobre si existe personal idóneo para el área de almacén, el 62,5% de los colaboradores encuestados se mostró totalmente de acuerdo y el 12,5% se mostró de acuerdo. Por su parte, en relación al segundo ítem, acerca de si se evalúa al personal para mostrar los resultados generados en el área, el 37,5% de los colaboradores se mostró de acuerdo y el 6,3% se mostró totalmente en desacuerdo. Al respecto del tercer ítem, se tiene personal capacitado para gestionar el inventario, el 50,0% de los colaboradores encuestados estuvo totalmente de acuerdo, mientras que el 6,3% se mostró en desacuerdo.

Concerniente al cuarto ítem, acerca de si se capacita periódicamente al personal para la mejora continua, el 56,3% de los colaboradores encuestados se mostró en desacuerdo, y el 6,3% estuvo totalmente de acuerdo. En lo concerniente al quinto ítem, sobre si se cuentan con proveedores puntuales y en cantidades exactas para la entrega de productos, el 50,0% de los colaboradores se mostró totalmente de acuerdo, mientras que 6,3% se mostró indeciso. A su vez, en relación al sexto ítem, sobre si los proveedores brindan productos en condiciones óptimas y con fecha de caducidad larga, el 37,5% se mostró totalmente de acuerdo, y un 18,8% estuvo en desacuerdo.

Según los resultados indicados se aprecia que la organización del inventario en el restaurante se basa principalmente en tener personal idóneo y contar con proveedores puntuales, que permitan atender eficientemente al cliente. Asimismo, se suele tener personal capacitado para gestionar el inventario. Sin embargo, hubo problemas en lo concerniente a la capacitación para el desarrollo de una mejor organización, debido a que el dueño del negocio asume múltiples responsabilidades; en ese sentido el restaurante debería definir objetivos claros de mejora en la gestión del inventario y utilizarlos como punto de partida para la capacitación periódica y el abastecimiento eficiente.

## Contrastación de la hipótesis específica 2

### Hipótesis específica 2

**H2:** Existe una relación significativa entre la organización y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor, Piura 2023.

**H0:** No existe una relación significativa entre la organización y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor, Piura 2023.

### Tabla 6.

*Correlación de Spearman entre la organización y la competitividad*

			Dimensión 2: Organización	Variable 2: Competitividad
Rho de Spearman	Dimensión 2: Organización	Coefficiente de correlación	1,000	0,747**
		Sig. (bilateral)	.	0,001
		N	16	16
	Variable 2: Competitividad	Coefficiente de correlación	0,747**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,001	.
		N	16	16

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

Según se evidencia en la tabla, hubo un valor de Sig. de 0,001 (Sig. < 0,05). Lo cual quiere decir que es adecuado el rechazo de la H0. En virtud a ello se permite indicar que existe una relación significativa entre la organización y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor, Piura, 2023. A su vez, de acuerdo al coeficiente Rho de 0,747, entre la dimensión organización y la variable

competitividad hubo una correlación positiva, con intensidad considerable. Esto quiere decir que, a una mayor organización en el restaurante, su competitividad aumenta considerablemente. En consecuencia, se acepta la hipótesis específica 2 debido a que la organización se relaciona significativamente con la competitividad en la actual gestión del restaurante.

#### 4.1.3. Relación del control con la competitividad

Objetivo específico 3: Identificar la relación entre el control y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023.

**Tabla 7.**

*Relación entre el control y la competitividad*

Dimensión 3: Control	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%
13. Se tiene registrado en un software todos los productos que se tienen en el almacén.	0	0,0	6	37,5	2	12,5	4	25,0	4	25,0	16	100,0
14. Se actualiza las entradas y salidas de productos en el inventario.	1	6,3	5	31,3	4	25,0	2	12,5	4	25,0	16	100,0
15. Se realiza un conteo físico del inventario periódicamente.	1	6,3	9	56,3	5	31,3	0	0,0	1	6,3	16	100,0
16. Compara el conteo físico de los productos con el registro a disposición.	0	0,0	4	25,0	7	43,8	0	0,0	5	31,3	16	100,0
17. Esta organizado el inventario por secciones.	0	0,0	3	18,8	1	6,3	4	25,0	8	50,0	16	100,0
18. Se mantienen los productos en un ambiente agradable.	0	0,0	0	0,0	2	12,5	3	18,8	11	68,8	16	100,0
	0	0,0	2	12,5	5	31,3	8	50,0	1	6,3	16	100,0

De acuerdo a la tabla se observa que, en relación al primer ítem de la dimensión control, sobre si se tiene registrado en un software todos los productos que se tienen en el almacén del restaurante, el 37,5% de los colaboradores encuestados estuvo en desacuerdo y el 12,5% se mostró indeciso. Por su parte, acerca del segundo ítem, acerca de si se actualiza las entradas y salidas de productos en el inventario, el 31,3% de los colaboradores encuestados se mostró en desacuerdo y el restante 6,3% se mostró totalmente en desacuerdo. Asimismo, en lo concerniente al tercer ítem, sobre si se realiza un conteo físico del inventario periódicamente, el 56,3% de los colaboradores encuestados se mostró en desacuerdo, mientras que el otro 6,3% se mostró totalmente en desacuerdo.



En lo correspondiente al cuarto ítem, acerca de si se compara el conteo físico de los productos con el registro a disposición, el 43,8% de los colaboradores se mostró indeciso y el restante 25,0% se mostró en desacuerdo. A su vez, en relación al quinto ítem, sobre si está organizado el inventario por secciones, el 50,0% de los colaboradores encuestados se mostró totalmente de acuerdo, y el restante 6,3% se mostró indeciso. Por su parte, en cuanto al sexto ítem, sobre si se mantienen los productos en un ambiente agradable, el 68,8% de los colaboradores encuestados se mostró totalmente de acuerdo y el restante 12,5% se mostró indeciso.

Conforme a los resultados descritos se aprecia que el control del inventario del restaurante se basa principalmente en el mantenimiento de los productos en un ambiente agradable, y en organizar el inventario en secciones. No obstante, el control del inventario tiene falencias en lo concerniente al conteo periódico del inventario físico, en la actualización de las entradas y salidas de productos, y en el registro en un software a todos los productos que se tienen en el almacén, es probable a una falta de un sistema de gestión de inventario eficiente, ya que, sin un sistema sólido para rastrear y administrar las existencias, es difícil llevar un registro preciso y mantener el inventario actualizado. Es recomendable implementar un software especializado en control de inventario, esto permitirá llevar un control adecuado de las entradas y salidas de productos, automatizar procesos de conteo físico y mantener actualizada la información de inventario en tiempo real en un enfoque más eficiente y tecnológico, el restaurante puede mejorar su control de inventario y reducir los problemas mencionados.

### **Contrastación de la hipótesis específica 3**

#### **Hipótesis específica 3**

**H3:** Existe una relación significativa entre el control y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor, Piura, 2023.

**H0:** No existe una relación significativa entre el control y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor, Piura 2023.

**Tabla 8.***Correlación de Spearman entre el control y la competitividad*

			Dimensión 3: Control	Variable 2: Competitividad
Rho de Spearman	Dimensión 3: Control	Coeficiente de correlación	1,000	0,582*
		Sig. (bilateral)	.	0,018
		N	16	16
Variable 2: Competitividad	Variable 2: Competitividad	Coeficiente de correlación	0,582*	1,000
		Sig. (bilateral)	0,018	.
		N	16	16

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Tal como se aprecia en la tabla hubo un Sig. de 0,018 (Sig. < 0,05). Por lo cual resulta adecuado dar rechazo a la H0. A partir de ello se permite indicar que existe una relación significativa entre el control y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor, Piura, 2023. Asimismo, según el coeficiente Rho de 0,582, entre la dimensión control y la variable competitividad hubo una correlación positiva, con intensidad considerable. En consecuencia, se acepta la hipótesis específica 3 debido a que el control se relaciona significativamente con la competitividad en la actual gestión del restaurante.

#### 4.1.4. Relación de la gestión del inventario con la competitividad

**Objetivo general:** Determinar la relación entre la gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023

**Tabla 5.***Relación entre las variables Gestión del inventario y la Competitividad.*

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%
	Dimensión: Planificación	0	0,0	3	18,8	6	37,5	4	25,0	3	18,8	16
Dimensión: Control	0	0,0	2	12,5	5	31,3	8	50,0	1	6,3	16	100,0
Dimensión: Organización	0	0,0	1	6,3	3	18,8	11	68,8	1	6,3	16	100,0
Dimensión: Rotación de inventarios	0	0,0	1	6,3	11	68,8	2	12,5	2	12,5	16	100,0
Dimensión: Productividad	0	0,0	0	0,0	7	43,8	6	37,5	3	18,8	16	100,0
Dimensión: Ventaja competitiva	0	0,0	1	6,3	5	31,3	5	31,3	5	31,3	16	100,0

En la tabla se observa que, sobre el primer ítem del objetivo general relacionado con la dimensión planificación, el 37,5% de los colaboradores encuestados se mostró indeciso, y el otro 18,8% se mostró en desacuerdo. Por su parte, al respecto del segundo ítem relacionado a la dimensión control, el 50,0% de los colaboradores encuestados se mostró de acuerdo y el 6,3% estuvo totalmente de acuerdo.

Asimismo, al respecto del tercer ítem relacionado a la dimensión organización, el 68,8% de los colaboradores encuestados se mostró de acuerdo, mientras que el otro 6,3% estuvo totalmente de acuerdo. Por su parte, en lo concerniente al cuarto ítem relacionado a la dimensión rotación de inventarios, el 68,8% de los colaboradores encuestados se mostró indeciso, y el 6,3% se mostró en desacuerdo. A su vez, respecto del quinto ítem relacionado con la dimensión productividad, el 43,8% de los colaboradores se mostró indeciso y el 18,8% se mostró totalmente de acuerdo. Por su parte, en cuanto al sexto ítem relacionado a la dimensión ventaja competitividad, el 31,3% de los colaboradores encuestados se mostró indeciso, mientras que el restante 6,3% estuvo en desacuerdo.

Conforme a los resultados indicados se evidencia que en el restaurante la gestión de inventarios se suele efectuar con una adecuada organización, y control, pero todavía se aprecian deficiencias en la planificación. Es así que, la empresa demuestra ser competitiva y productiva gracias a su ventaja competitiva; pero falta mejorar la rotación de inventario, siendo una posible causa las deficiencias en la planificación, la rotación de inventarios, análisis de datos exhaustivos y falta de proyecciones a largo plazo. Si el restaurante no está utilizando datos históricos y tendencias para anticipar la demanda de productos, es difícil prever adecuadamente las compras y evitar el exceso de inventario; se sugiere implementar un sistema de gestión de inventario que se base en datos y análisis.

### **Contrastación de la hipótesis general**

**HG:** Existe una relación significativa entre la gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor, Piura, 2023.

**H0:** No existe una relación significativa entre la gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor, Piura 2023.

**Tabla 6.***Correlación de Spearman entre la gestión del inventario y la competitividad*

			Variable 1: Gestión del inventario	Variable 2: Competitividad
Rho de Spearman	Variable 1: Gestión del inventario	Coeficiente de correlación	1,000	0,642**
		Sig. (bilateral)	.	0,007
		N	16	16
	Variable 2: Competitividad	Coeficiente de correlación	0,642**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,007	.
		N	16	16

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

Tal como se visualiza en la tabla hubo un Sig. de 0,007 (Sig. < 0,05). Por lo cual resulta adecuado dar rechazo a la H0. A partir de ello se permite indicar que existe una relación significativa entre gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor, Piura, 2023. Asimismo, según el coeficiente Rho de 0,642, entre la variable gestión del inventario y la variable competitividad hubo una correlación positiva, con intensidad considerable. En consecuencia, se acepta la hipótesis general debido a que la gestión del inventario se relaciona significativamente con la competitividad en la actual gestión del restaurante.

## 4.2. INFORME DE ENTREVISTA

Los resultados obtenidos durante la entrevista fueron de gran ayuda para la presente investigación, el cuestionario fue realizado al gerente del restaurante, el señor Jorge Yoel García García como conocedor de la gestión de inventario y la competitividad del restaurante en el mercado; el cuestionario estuvo estructurado con 10 preguntas, de las cuales se obtuvo información valiosa sobre los desafíos que enfrenta el restaurante en relación con la gestión de inventario y las estrategias implementadas para mantener y mejorar su posición competitiva en comparación con otros establecimientos similares en la zona.

En cuanto al primer objetivo específico relacionado a *demostrar la relación entre la planificación y la competitividad del restaurante*, comentó haber tenido dificultades para abastecer oportunamente el almacén debido a la falta de planificación en las compras, la improvisación y la falta de seguimiento lo cual ha llevado a retrasos en las entregas de productos, lo que afecta negativamente la atención al cliente.

Con respecto a la política de inventario en el almacén los productos se encuentran ordenados, ubicados estratégicamente; pese a ello no dejan de haber faltantes o excesos de insumo lo que lleva a realizar compras improvisadas o que algunos productos se descompongan. Con respecto al propósito del restaurante, éste es, ser competitivo en su rubro por lo que observan y evalúan las compras, los menús, los precios, ofertas y calidad de servicio que el restaurante ofrece de igual manera se le hace seguimiento a la competencia para medir los procesos, permitiendo identificar áreas en las que se destaca y en las que se debe mejorar; de esta manera el restaurante está atento de las tendencias gastronómicas y se esmera por ofrecer precios competitivos y ofertas atractivas. Con respecto a las estrategias manifestó haber implementado estrategias de innovación en la oferta de platos típicos y promovido la cultura gastronómica local. Además, se encuentra trabajando en mejorar la eficiencia del personal en la gestión de inventario, a través de las capacitaciones para brindar un servicio más rápido y de alta calidad.

Aunque es un hecho que el restaurante cuenta con una base de clientes fieles, es esencial introducir un sistema de gestión de inventario, ya que la ausencia de un sistema apropiado ha sido una de las principales razones que ha

ocasionado retrasos en la prestación de servicios a los clientes. Por lo que piensa se debería crear un software de gestión de inventario que permita mantener un registro preciso y actualizado de las existencias.

En cuanto al segundo objetivo específico relacionado a *definir la relación entre la organización y la competitividad del restaurante*, complacido manifiesta que sí existe un orden al momento de realizar cada tarea, siendo él quien realiza las compras y distribuyendo el quehacer entre sus colaboradores, considerando que cada día se deben enfrentar desafíos en términos organizacionales y competitividad.

Con respecto a selección del personal, reconoce que la gestión de personal es un aspecto crítico que debe abordarse en el contexto de las falencias mencionadas, dada la relevancia de perfeccionar la eficacia en las operaciones y la atención al cliente. A su vez indica estar trabajando en la contratación de personal adicional y capacitado. Con respecto a capacitación considera que el personal cumple con lo dispuesto pudiendo mejorar sus habilidades en beneficio del cliente y de la empresa, por lo cual él imparte su conocimiento a través de monitoreos los cuales no son frecuentes debido a su escaso tiempo. Con respecto a proveedores el manejo se basa en relaciones a largo plazo con aquellos que han demostrado ser confiables en cuanto a la calidad de los productos y la puntualidad en las entregas. Sin embargo, se reconoce la necesidad de diversificar fuentes de suministro para reducir riesgos.

Asimismo, expresó la necesidad de buscar candidatos que tengan experiencia en la gestión de inventario y que comprendan la importancia de mantener registros precisos y gestionar el flujo de productos. En relación a capacitación requiere programas de capacitación que garanticen la alineación del personal con los estándares y procesos operativos. Por otro lado, indicó el deseo en establecer acuerdos de suministro más sólidos y negociar mejores precios para garantizar la eficiencia en los costos, al tiempo que se mantienen altos estándares de calidad en los insumos y en el servicio ofrecido. Por lo expuesto se deduce la relación entre la organización y la competitividad en el restaurante.

En cuanto al tercer objetivo específico relacionado a *identificar la relación entre el control y la competitividad del restaurante*, mencionó que se aseguran de anotar manualmente en un libro de notas, las entradas y salidas de productos, las

fechas de nacimiento y las cantidades. Con respecto a sistema de registro de inventario reconoce que contar con un inventario bien gestionado es esencial para garantizar que tengan disponibles los ingredientes necesarios para preparar los platos de la carta y así evitar retrasos en el servicio a sus clientes.

En relación a conteo físico dijo que se ha hecho en pocas ocasiones, tratando de contabilizar el inventario de materia prima y no comparándolo con el registro que tiene en el libro de notas, por ello planea adoptar un enfoque tecnológico y eficiente el próximo año. Culminando con la Clasificación del inventario, categoriza por productos perecederos y no perecederos, productos como frutas y verduras frescas, carnes y lácteos, se almacenan y gestionan por separado de los productos como enlatados o productos secos. Es de vital importancia mantener una clasificación efectiva del inventario ya que permite optimizar el espacio de almacenamiento, agilizar la preparación de platos, garantizar la frescura de los productos perecederos y minimizar el desperdicio. La organización y la gestión adecuada del inventario son fundamentales para mantener la eficiencia operativa y proporcionar un servicio de alta calidad en los clientes. Por lo tanto, se debe mejorar y perfeccionar la clasificación de inventario, identificando áreas de oportunidad y ajustando procedimientos.

Con respecto al objetivo general, *determinar la relación entre la gestión del inventario y la competitividad del restaurante* el dueño del negocio menciona que la gestión del inventario se basa en métodos tradicionales, como el registro manual y un conteo físico convencional existiendo desafíos en la planificación de compras y la actualización de registros. Se está tomando medidas para mejorar la definición de puntos de reorden e implementar un software de gestión.

En cuanto a la competitividad, el restaurante se destaca por su enfoque en la innovación de platos típicos y la calidad de los alimentos. Sin embargo, se reconoce que hay margen para mejorar en términos de eficiencia operativa, especialmente en la gestión de inventario y la atención al cliente. Dado que el restaurante sigue un enfoque tradicional, es fundamental que continúe evolucionando y modernizando su gestión de inventario para optimizar costos y tiempos, lo que puede tener un impacto positivo en la competitividad. La inversión en tecnología y capacitación, junto con la retención de las fortalezas tradicionales, puede ayudar al restaurante a mantener y mejorar su posición en el mercado.

## V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Respecto del objetivo específico 1, se propuso demostrar la relación entre la planificación y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor. Para ello se utilizó la prueba de correlación de Spearman, obteniéndose un Sig. de 0,006 (Sig. < 0,05) y un Rho de 0,653. De acuerdo a esto existe una relación significativa, positiva, con intensidad considerable, entre la planificación y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor. Por lo cual la planificación debe trabajar lo concerniente a las políticas del inventario, objetivos empresariales y estrategias óptimas, enfocándose en alcanzar la competitividad. Este resultado es parecido al de Meneses y Tineo (2022). Estos autores hallaron que hubo relación significativa, positiva, con intensidad media, entre planificación y competitividad, con un Sig. de 0,000 (Sig. < 0,05) y un R de 0,500. También hay parecido con el resultado de Otero y Pingo (2021). Estos autores encontraron que hubo relación significativa, positiva, con intensidad muy fuerte, entre planeación y competitividad en las Mypes comerciales en la ciudad de Sullana, con un Sig. de 0,000 (Sig. < 0,05), y un Rho de 0,905.

De acuerdo a estas coincidencias se muestra que hay una situación de ligación entre la planificación y la competitividad. Por lo que un adecuado establecimiento de políticas de inventarios, examinación de las existencias, precisión de entrega de pedidos y cantidad solicitada, además de localización de las existencias, y registro de las entradas y salidas; garantizan la eficiencia del restaurante.

De acuerdo a la relación de la planificación de los inventarios con la competitividad hay coherencia con lo indicado por Alvarez y Toledo (2018). La planificación presenta un conjunto de acciones elaboradas para que las empresas mantengan niveles saludables de stock ante cualquier circunstancia, también permite aminorar los costos de mantenimiento de existencias, y favorece al suficiente inventario para generar productos terminados. De manera que se puede aminorar en costos de compras a última hora. En este contexto, se considera pertinente un análisis del sistema logístico como punto inicial para abordar de forma integral la planificación del sistema de inventarios en el restaurante, y de esta manera también procurar siempre un óptimo flujo de caja.



En lo concerniente al objetivo específico 2 se planteó definir la relación entre la organización y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor. De tal manera que se aplicó la prueba de correlación de Spearman. Esta prueba indicó un valor de Sig. de 0,001 (Sig. < 0,05) y un Rho de 0,747. Por lo cual se halló que existe relación significativa, positiva, con intensidad considerable, entre la organización y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor. Esto quiere decir que si la organización mejora en lo correspondiente a selección de personal idóneo, capacitación periódica, y proveedores eficientes, entonces la competitividad aumenta considerablemente.

De acuerdo a las semejanzas descritas se aprecia que hay relación entre la organización y la competitividad. Razón por la cual la organización de inventarios debe realizar supervisión a su personal y capacitación periódica, asegurando su producción; así como contar con proveedores puntuales, que entreguen productos en óptimas condiciones y en los plazos estipulados.

Considerando la relación entre organización de inventario y competitividad coincide con lo mencionado por Garrido (2017), quien manifiesta la necesidad de hacer un seguimiento adecuado de la mercadería almacenada, mediante actividades específicas que proporcionen una gestión pertinente del registro, compra y salida del inventario en la empresa a fin de lograr los índices de eficiencia. Por otro lado Obando (2020) indica lo favorable que es una organización de inventarios en la medida que se proveche las capacidades del personal sin dejar de lado la retroalimentación que indicará las medidas correctivas a tomar.

Así también, en cuanto al objetivo específico 3 se propuso identificar la relación entre el control y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor. Para ello se aplicó la prueba de correlación de Spearman de manera que se obtuvo un Sig. de 0,018 (Sig. < 0,05) y un Rho de 0,582. Lo cual indica que existe relación significativa, positiva, con intensidad considerable, entre control y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor. Este resultado indica que a un mejor control al respecto de sistema de registro de inventario, conteo físico y clasificación del inventario, implica que la competitividad aumenta considerablemente. Este resultado es similar al encontrado por Péndola y Reyes

(2021), los cuales hallaron que entre control interno y competitividad empresarial hubo relación significativa, positiva, con intensidad muy fuerte, habiéndose obtenido un Sig. de 0,005 (Sig. < 0,05) y un Rho de 0,802.

A su vez, también hay parecido con el resultado de Villanueva (2019). El cual halló que hubo relación significativa, positiva, con intensidad débil, entre control de inventarios y competitividad, con un Sig. de 0,048 (Sig. < 0,05) y un Rho de 0,103. Además, también hay similitud con lo hallado por Meneses y Tineo (2022). Estos autores denotaron que existe relación significativa, positiva, con intensidad considerable, entre control y competitividad, con un Sig. de 0,000 (Sig. < 0,05) y un R de 0,683. Considerando estos resultados semejantes en diferentes investigaciones se evidencia que hay relación mutua entre el control y la competitividad. De tal manera se hace necesaria la utilización de un software para registrar los productos que se tienen, además de manejar actualizaciones sobre las entradas y salidas de productos, mantener un conteo físico de inventario, y rotación oportuna del inventario.

Tomando en cuenta la relación del control de los inventarios con la competitividad se invita a Jenkins (2020), quien coincide con lo mencionado en el párrafo anterior e indica que el control del inventario ayuda a manejar responsablemente el movimiento del mismo dentro del almacén. De tal manera que se puede realizar un seguimiento de la cantidad de artículos que se tienen. También se puede conocer el estado y las condiciones de la materia prima, esto permite generar ventaja competitiva. Por lo que, utilizando dicho control de manera adecuada en el restaurante se conoce, evalúa y evita riesgos por errores en el registro de los elementos a almacenar, y por ende evita la acumulación y desperdicios de artículos.

El objetivo general de la presente investigación fue determinar la relación entre la gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor. En ese sentido, se aplicó la prueba de correlación de Spearman. Mediante la cual se halló un Sig. de 0,007 (Sig. < 0,05) y un Rho de 0,642. Esto indicó que existe una relación significativa, positiva, con intensidad considerable, entre gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor. Lo cual quiere decir que, al optimizarse la gestión del inventario, la competitividad aumentaría de

forma considerable. Este resultado es parecido al encontrado por Villanueva (2019). Este autor también encontró que hubo relación significativa, positiva, con intensidad débil, entre gestión de inventarios y la competitividad, con un Sig. de 0,026 (Sig. < 0,05) y un Rho de 0,165. Así también, hay similitud con el resultado de Paredes (2021), quien halló relación significativa, positiva, con intensidad muy fuerte entre gestión de inventarios y productividad, con un Sig. de 0,000 (Sig. < 0,05) y un R de 0,783.

Estas coincidencias muestran que existe una tendencia correlacional entre la gestión de inventarios y la productividad. De tal manera que buscan una adecuada gestión de inventarios en la planificación, organización y control de los artículos que se solicitan y recepcionan, atendiendo las particularidades del restaurante Gusto y Sabor que lo llevan a ser competitivos.

De acuerdo a estos resultados hay coherencia con lo indicado por Pavón et al (2019), quien considera la gestión de inventarios como herramienta para conseguir que la empresa logre sus objetivos. Para ello es adecuado utilizar estrategias de verificación de los productos adquiridos por medio de órdenes de compra, recepción y disposición del almacenamiento de los artículos del inventario. Asimismo, es conveniente la gestión de inventarios para maximizar la competitividad de acuerdo lo explicado por López et al (2020). De tal manera que para la gestión de inventarios resulta pertinente utilizar los gastos necesarios para prevenir pérdidas posteriores en cuanto al almacenamiento. Dicha gestión comprende procedimientos que van desde la adquisición de los artículos, la transformación de los mismos, y ciertos añadidos que se puedan presentar al momento de ponerlos a la venta.

## VI. CONCLUSIONES

1. Existe una relación significativa siendo un Sig. de 0,006 (Sig. < 0,05) y un Rho de 0,653, sin embargo, se puede concluir que la falta de un sistema adecuado en el inventario ha sido una de las principales causas de retrasos en los requerimientos del cliente, lo que dificulta al restaurante ser competitivo.
2. Existe una relación significativa con un valor de Sig. de 0,001 (Sig. < 0,05) y un Rho de 0,747, a la vez, se reconoce la necesidad de tener colaboradores con experiencia en esta área y la importancia de diversificar las fuentes de suministro como una estrategia fundamental para mitigar riesgos en la gestión de inventarios.
3. Existe una relación significativa con un valor de Sig. de 0,018 (Sig. < 0,05) y un Rho de 0,582, igual se concluye en lo importante de contar con un inventario bien gestionado y estructurado en un sistema, para afrontar eficazmente la problemática y asegurar un funcionamiento óptimo de las operaciones.
4. Existe una relación significativa entre las variables gestión del inventario y la competitividad, siendo un Sig. de 0,007 (Sig. < 0,05) y un Rho de 0,642. Se concluye en la necesidad de mejorar la eficiencia operativa en la gestión del inventario, debido a que éste se hace de forma tradicional obstaculizando la rentabilidad del restaurante.

## VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la gerencia:

1. Se recomienda a la gerencia la implementación de un software de gestión de inventarios, es decir realizar un seguimiento de las entradas y salidas de las compras de manera más efectiva para cumplir con los objetivos empresarial facilitando un seguimiento en tiempo real de las existencias y una programación más efectiva de compras.
2. Diversificar las fuentes de suministro, es decir cultivar relaciones con varios proveedores confiables y flexibles; reduciendo el riesgo de quedarse sin insumos y garantizando la calidad constante de los productos que ofrece. Además, capacitar al personal en monitorear constantemente los niveles de inventario y llevar un control preciso, manteniendo registros detallados y actualizados de las existencias para tomar decisiones inteligentes en cuanto a las compras.
3. Organizar los productos de acuerdo a su tipo, utilidad y con base en la frecuencia de uso. Esta clasificación no solo mantendrá un mayor control sobre el inventario, sino que también agilizará el servicio, permitiendo que funcione de manera más eficiente. Además, la implementación de un sistema de rotación garantizará que los productos más antiguos se utilicen primero, minimizando el desperdicio de productos perecederos.
4. El gerente debe establecer puntos de reorden, donde se recopilan y analizan datos relacionados con las ventas, las temporadas altas y bajas, las tendencias de consumo y las preferencias de los clientes. A partir de estos datos, se realizarán proyecciones de demanda, lo que permite ajustar las compras y el almacenamiento de manera más precisa; por último, introducir estrategias de rotación de inventarios, como la presentación de menús y promociones temporales, con el objetivo de agotar inventarios de productos con caducidad próxima.

## REFERENCIAS

- Álvarez, A. (2020). Justificación de la Investigación. Universidad de Lima. <https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10821/Nota%20Acad%C3%A9mica%205%20%2818.04.2021%29%20%20Justificaci%C3%B3n%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Álvarez Ojeda y Ramos Alfonso (2021). Selección de proveedores, factor de éxito en la gestión de compras del producto restauración: Artículo de investigación. *Revista Científica Arbitrada De Investigación En Comunicación, Marketing Y Empresa REICOMUNICAR*. ISSN 2737-6354., 4(7), 15-26. <https://doi.org/10.46296/rc.v4i7.0022>
- Álvarez Sánchez, M. Y., & Toledo Diez, M. M. (2018). Procedimiento metodológico para la planificación de inventarios: una propuesta para la enseñanza de la asignatura Administración financiera a corto plazo. *Revista Conrado*, 14(65), 201-210. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/836>
- Angulo-Rivera, R. J. (2019). Control interno y gestión de inventarios de la empresa constructora Peter Contratistas S.R. Ltda. *Gaceta Científica*, 5(2), 129–137. <https://doi.org/10.46794/gacien.5.2.696>
- Aguilar O, Gabriel J. (2022). Gestión de inventarios como factor de competitividad, en el sector metalmecánico de la región occidental de Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales*, 15(3), 509-518. [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182009000300012&lng=es&tlng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182009000300012&lng=es&tlng=es)
- Balugani, E, Lolli, F, Gamberini, R., Rimini, B, y Regattieri, A. (2018). Clustering for inventory control systems. *IFAC-PapersOnLine*, 51(11), 1174–1179. <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2018.08.431>
- Bertomeu, P. (2017). La entrevista. <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>

- Bautista y Romero (2021) Competitividad de la Empresa Pizza Hut y Satisfacción del Cliente Trujillo, Año 2021 [Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Universidad Cesar Vallejo]  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/66639/Bautista\\_HL-Romero\\_BK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/66639/Bautista_HL-Romero_BK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Baldeos Ardian, Lioo Jordan, & Vellon Flores (2020). Planeación estratégica y la competitividad de las MYPES en la provincia de Huaura del Perú. *Revista San Gregorio*, (43), 78-91. <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i43.1235>
- Beverage Technology and Inventory Management Company BarTrack, Inc., Completes \$10.5 Million Equity Financing: BarTrack is revolutionizing the way that bars, breweries, restaurants and stadiums manage their beverage alcohol inventory. (2022, Apr 28). NASDAQ OMX's News Release Distribution Channel <https://www.proquest.com/wire-feeds/beverage-technology-inventory-management-company/docview/2656116749/se-2>
- Cardona. T, Orejuela. C y Rojas. T (2018) Gestão de armazenamento e inventário para matérias-primas no sector da alimentação concentrada. *Revista EIA*, vol. 15 <https://doi.org/doi.org/10.24050/reia.v15i30.1066>
- Carhuancho. M, Nolazco. L, Sicheri M, Guerrero. B, Casana. J (2019) Metodología para la investigación holística.  
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3893/3/Metodolog%C3%ADa%20para%20la%20investigaci%C3%B3n%20hol%C3%ADstica.pdf>
- Contreras Rivadinayra, Polo Cueva, J. A., & Montoya Cárdenas, G. A. (2022). *Revisión de la Literatura sobre Gestión de Inventario en la Industria Textil. Qantu Yachay*, 2(1), 26–40.  
<https://doi.org/10.54942/qantuyachay.v2i1.19>
- Campó Quesquén, A. A. (2020). Gestión de almacén e inventarios para reducir los costos de inventarios en un almacén de productos terminados. *Revista De Investigación Multidisciplinaria CTSCAFE*, 4(12), 14. Recuperado a partir de <https://ctscafe.pe/index.php/ctscafe/article/view/133>

- Castro, J., & Salas Fariño, C. (2022). La gestión de las mercancías desde una perspectiva de los inventarios en prendas de vestir: Goods management from a clothing inventory Perspective. *REVISTA CIENTÍFICA ECOCIENCIA*, 9(2), 77–98. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.92.650>
- Carrillo-Avalos, B. A., Sánchez-Mendiola, M. y Leenen, I. (2020). El concepto moderno de validez y su uso en educación médica. *Revista de Investigación en Educación Médica*, 9(33), 98–106. <https://doi.org/https://doi.org/10.22201/facmed.20075057e.2020.33.19216>
- Correa. J y Diaz. P (2022) Competitividad y calidad del servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022 [Tesis para optar el título de Licenciado en Administración, Universidad Cesar Vallejo] <https://hdl.handle.net/20.500.12692/112419>
- Cvetković Vega, A., L. Maguiña, J., Soto, A., Lama-Valdivia, J., & Correa López, LE (2020). Estudios transversales: Estudios transversales. *Revista De La Facultad De Medicina Humana* , 21 (1). <https://doi.org/10.25176/RFMH.v21i1.3069>
- Chuquimarca. P, Lincango. Ñ y Taco. G (2019) Study Of The Importance Of Competitive Advantage In Organizations. *Revista electrónica TAMBARA*, ISSN 2588-0977 Edición 9, No. 52, pp. 718-731 [https://tambara.org/wp-content/uploads/2019/09/4.importa\\_ventaj\\_competit\\_organizac\\_FINAL.pdf](https://tambara.org/wp-content/uploads/2019/09/4.importa_ventaj_competit_organizac_FINAL.pdf)
- Dávila. M y Salcedo. C (2018) *Propuesta de mejora de la gestión de inventarios en la Empresa Fermagri S.A.* [Trabajo de titulación previo a la obtención del título de ingeniero en gestión empresarial internacional, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/10357>
- Díaz Muñoz, G. A., Quintana Lombeida, M. D., & Fierro Mosquera, D. G. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145-161.



<https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>

ESAN (2020) Demanda Independiente y Demanda Dependiente en La Gestión de Inventarios. Conexiones ESAN.

<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/demanda-independiente-y-demanda-dependiente-en-la-gestion-de-inventarios#:~:text=La%20demanda%20de%20los%20art%C3%ADculos,se%20conoce%20como%20demanda%20independiente.>

España. M, Gonzales. A y Vivanco. F (2018) *Competitividad e innovación en pequeñas y medianas empresas del Estado de Aguascalientes* [Universidad Autónoma de Aguascalientes, Centro de Ciencias Económicas y Administrativas]

[http://www.web.facpya.uanl.mx/Vinculategica/Vinculategica\\_4\\_2/9%20ESPA%C3%91A\\_GONZALEZ\\_VIVANCO.pdf](http://www.web.facpya.uanl.mx/Vinculategica/Vinculategica_4_2/9%20ESPA%C3%91A_GONZALEZ_VIVANCO.pdf)

Fátima Almrdo, & Ahmed Attia. (2021). THE EFFECT OF INVENTORY MANAGEMENT PRACTICES ON PRODUCTIVITY. PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology, 18(15), 256-265. Retrieved from <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/8332>

Fernandez, V. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. Revista Espiritu Emprendedor, 2, 65-76. <http://espirituemprededores.com/index.php/revista/article/view/207/275>

Flores Tananta, D. C. A., Arévalo Arévalo, M. J. G., Pérez Hidalgo, M. J., & Escalante Torres, M. J. A. (2022). Gestión del inventario y el rendimiento financiero en las empresas automotrices, Tarapoto, 2020. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 6(1), 2007-2027. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i1.1631](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i1.1631)

GABRIEL ESTEBAN GONZÁLEZ, E., KIMBERLY ALAMET FARFÁN, T., & EVER ÁNGEL, F. R. (2019). DESARROLLO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE ALMACENAMIENTO PARA EMPRESAS PRODUCTORAS DE VINO (CASO-BODEGAS AÑEJAS LTDA). *Revista De Ingeniería, Matemáticas y Ciencias De La Información*, 6(11)<https://doi.org/10.21017/rimci.2019.v6.n11.a56>

- García Monsalve, Jhenyfer Jhoana, Tumbajulca Ramírez, Isban Adilson, & Cruz Tarrillo, José Joel. (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. *Comuni@cción*, 12(2), 99-110.  
<https://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.12.2.500>
- Garrido Bayas, I. Y., & Cejas Martínez, M. (2017). La Gestión De Inventario Como Factor Estratégico En La Administración De Empresas. *Negotium*, 13(37), 109-129.  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78252811007>
- Guillermo Westreicher (23 de julio, 2021) Políticas de inventario.  
<https://economipedia.com/definiciones/politicas-de-inventario.html>
- Guzmán Segovia, M. A., Reyes Salvatierra, S. B., & Chan Yu Acebo, R. Y. (2021). Control eficiente de inventarios. *RECIAMUC*, 5(2), 121-130.  
[https://doi.org/10.26820/reciamuc/5.\(2\).abril.2021.121-130](https://doi.org/10.26820/reciamuc/5.(2).abril.2021.121-130)
- Indu, P. V., & Vidhukumar, K. (2020). Research designs- an Overview. *Kerala Journal of Psychiatry*, 32(1), 64–67.  
<https://doi.org/10.30834/KJP.32.1.2019.179>
- Isaac, C. E., & Miranda Zavala, A. M. (2019). La adopción de las TIC en restaurantes de Puerto Nuevo, Rosarito, Baja California. [ICT adoption in restaurants in puerto nuevo, rosarito, baja california A adoção das TIC em restaurantes de puerto nuevo, rosarito, baja california] *Innovar*, 29(72), 59-76. <https://doi.org/10.15446/innovar.v29n72.77932>
- Jenkins (2020) INVENTORY MANAGEMENT VERSUS INVENTORY CONTROL  
<https://www.netsuite.com/portal/resource/articles/inventory-management/inventory-management-inventory-control.shtml>
- Kucinska. L, Czabak. G Marcin. L (2020)," Improvement Projects - Characteristics and Classification", *The Journal of Organizational Management Studies*, Vol. 2020 <https://www.doi.org/10.5171/2020.145875>

- Lopez-Cajilima, N., Narvaez-Zurita, C. I., Erazo-Alvarez, J. C., & Torres-Palacios, M. M. (2020). Manejo contable de los inventarios retirados por deterioro. Caso de Estudio: Empresa Azendelog. 593 Digital Publisher, 5(4-1), 153-169. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.4-1.303>
- Machala. 593 Digital Publisher CEIT, 7(5-1), 315-327. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.5-1.1363>
- Marrero-Otero, B. A., Trujillo-García, L., Sánchez-Suárez, Y., & Santos-Pérez, O. (2022). Aplicación de procedimiento para la planificación de capacidad en los servicios. Ciencias Holguín, 28(3), <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181572159003>
- Marita Melissa, P. H., & Higinio Guillermo, W. A. (2018). Gestión de inventarios en la empresa SOHO color salón & spa EN TRUJILLO (Perú), en 2018. [Inventory management in the company SOHO color salon & spa in Trujillo (Peru), in 2018.] Cuadernos Latinoamericanos De Administración, 14(27) <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v14i27.2457>
- Meneses y Tineo (2022) Gestión empresarial y competitividad en el sector Mype del rubro textil de Lima Metropolitana 2021 [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas, Universidad Tecnológica del Perú] <https://hdl.handle.net/20.500.12867/5526>
- Muñoz. C y Toapanta. C (2022) *Propuesta de Mejora en la Gestión de Inventario en una Empresa de Consumo Masivo* [Trabajo de titulación previo al título de Ingeniero Industrial, Universidad Politécnica Salesiana Ecuador]. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/23938>
- Munyaka. B y Yadavalli. V (2022) Inventory Management Concepts And Implementations: A Systematic Review. *The South African Journal of Industrial Engineering* , 33 (2), 15–36. <https://doi.org/10.7166/33-2-2527>
- Obando. C (2020) Capacitación del talento humano y productividad: Una revisión literaria. Training of human talent and productivity: A literary review [https://doi.org/10.33936/eca\\_sinergia.v11i2.2254](https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v11i2.2254)

- Ortega. Blacio, Lopez. Monge y Eras.A (2022). Métodos de control y valoración de inventarios utilizados en empresas de electrodomésticos del cantón
- Otero y Pingo (2021) Gestión empresarial y su incidencia en la competitividad de las MYPES comerciales del distrito de Sullana, año 2019 [Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas, Universidad Cesar Vallejo]  
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/71574>
- Paredes, Borja, Santos, David, Olmo, Samuel del, Gandarillas, Beatriz, & Briñol, Pablo. (2019). La evaluación de candidatos en un proceso de selección de personal: preferencia por la experiencia sobre el potencial en contextos desfavorables. *Anales de Psicología*, 35(3), 514-520. Epub 30 de noviembre de 2020.<https://dx.doi.org/10.6018/analesps.35.3.334771>
- Paredes. M (2021) *Gestión de Inventarios y Productividad en el área de almacén de la empresa riple, Villa el Salvador – 2021* [Tesis para optar el Título de Licenciado en Administración de Empresas, Universidad Autónoma del Perú]  
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1384/Paredes%20Mestanza%2C%20Jeancar%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pavón Sierra, D. E., Villa Andrade, L. C., Rueda Manzano, M. C., & Lomas, E. X. (2019). Control interno de inventario como recurso competitivo en una PyME de Guayaquil. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(87), 860-873.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29060499014>
- Pendola y Reyes (2021) *Control interno y gestión de inventarios de la empresa constructora y servicios generales JAFER S.R.L., Bagua Grande, 2020* [Tesis para optar el título de Contadora Publica, Universidad Privada del Norte]  
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30009/Pendola%20Arevalo%20Daniela%20Yadira%20-%20Reyes%20Ascencio%20Hillary%20Antuanet.pdf?sequence=1>
- Peña, S. (2017). Análisis de datos. Bogotá, Colombia: AREANDINA  
<https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/1177>

- Petty, G., Bracken, C.C., & Pask, E.B. (2017). *Communication Research Methodology: A Strategic Approach to Applied Research* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203126349>
- Ramos, G., Ávila, L., Flores, V., y Rojas, C. (2017). *Análisis Del Consumidor*. <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/1935/n/>
- Rios, N, Contreras. A, Gonzáles.G. (2020). *La entrada de Hyundai-KIA en México, su competitividad desde una perspectiva sistémica y sus efectos en las empresas líderes*. Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8182>
- Rojas, M, Jaimes, L; Valencia, M (2018) *Efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo*. *Revista Espacios*. Issn 0798 1015 Vol. 39 (Nº 06) Index <https://www.revistaespacios.com/a18v39n06/a18v39n06p11.pdf>
- Rus, E. (2022). *Muestreo aleatorio*. <https://economipedia.com/definiciones/muestreo-aleatorio.html>
- Salazar. S, Augusto. S y Pellicer. E (2022) *Increase In Competitiveness In A Construction Company Through The Implementation Of The Collaborative Culture Area*. *Journal of Engineering Research* ISSN 2764-1317 <https://doi.org/10.22533/at.ed.317292207062>
- Serna et al (s.f) *Sistema de control de inventarios [Instituto universitario Tecnológico de Antioquia]* <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/tda/375/1/SISTEMA%20DE%20CONTROL%20DE%20INVENTARIO.pdf>
- Socorro González, C. C., Fernández, J. R., y Villasmil Molero, M. (2021). *Gestión del inventario como estrategia financiera en industrias del sub-sector lácteo del Estado Zulia - Venezuela*. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(97), 229- 243. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.97.16>
- Talan. A, Kaur. R, Tyagi, T y Zhang (2020) *Ethical Aspects of Sustainability*. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781119434016.ch19#:~:te>

xt=Ethics%20is%20connected%20to%20cultural,the%20development%20of%20sustainable%20society.

UPN (2021) Gestión De Compras: Funciones Y Procesos [Universidad Privada del Norte]<https://blogs.upn.edu.pe/posgrado/2021/08/17/que-es-la-gestion-de-compras-funciones-y-procesos/>

Vélez Vélez, S. M., & Pazmiño Linares, S. A. (2022). Importancia de los sistemas de inventarios en las organizaciones a través de una revisión bibliográfica. *Alfa Publicaciones*, 4(1.1), 342–357. <https://doi.org/10.33262/ap.v4i1.1.163>

Villafuerte. C y Ramírez. Y (2019) Inventarios y su incidencia en el costo de venta de la empresa VJ FEBRE. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/12/inventarios-costos-venta.html> [//hdl.handle.net/20.500.11763/oel1912inventarios-costos-venta](https://hdl.handle.net/20.500.11763/oel1912inventarios-costos-venta)

Villanueva. M (2019) *La Gestion De Inventarios Y La Competitividad en las empresas del sector ferretero en la ciudad de Tingo María – 2019* [Tesis para optar el Título Profesional de Contador Público, Universidad de Huánuco] <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2359/VILLANUEVA%20MORALES%2c%20Winny%20Thalia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Villasís-Keever, M. Ángel, Márquez-González, H., Zurita-Cruz, J. N., Miranda-Novales, M. G., & Escamilla-Núñez, A. (2018). El protocolo de investigación VII. Validez y confiabilidad de las mediciones. *Revista Alergia México*, 65(4), 414–421. <https://doi.org/10.29262/ram.v65i4.560>

Zambrano Verdesoto, G. J. (2020). La gestión de relación con los clientes (CRM) en el desarrollo comercial de las empresas. *Espíritu Emprendedor TES*, 4(3), 49–64. <https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.204>

## ANEXOS

### Anexo 1.

#### CONSENTIMIENTO INFORMADO

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°062-2023-V1-UCV

Título de la investigación: Gestión del inventario y la competitividad del restaurante

Gusto y Sabor Piura 2023

Investigador: Garcia More Piero Leonel

#### Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023", cuyo objetivo es determinar la relación entre la gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo del campus Piura aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución Gusto Y Sabor.

Describir el impacto del problema de la investigación.

Se brindará información novedosa sobre la relación que existe entre la gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023

#### Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: "Gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023".
2. Esta **encuesta** tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

#### Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

#### Riesgo (principio de no maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

#### Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzarán a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud

individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador Piero Leonel Garcia More email pierogarcia@ucvvirtual.edu.pe y Docentes asesores: Dra. Suysuy Chambergo Ericka Julissa email esuysuyc@ucvvirtual.edu.pe y la Mgtr. Gomez Zuñiga Cecilia Paula email cgomezz@ucv.edu.pe.

**Consentimiento:**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investi



Jorge José García García  
GERENTE  
SUSTO Y SABOR PERUANO E.L.R.L.  
RUC: 2060886027

[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar. Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google].



## Anexo 1.

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

#### RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°062-2023-V1-UCV

Título de la investigación: Gestión del inventario y la competitividad del restaurante

Gusto y Sabor Piura 2023

Investigador: Garcia More Piero Leonel

#### Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023", cuyo objetivo es determinar la relación entre la gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo del campus Piura aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución Gusto Y Sabor.

Describir el impacto del problema de la investigación.

Se brindará información novedosa sobre la relación existe entre la gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023

#### Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: " Gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023".
2. Esta **entrevista** tendrá un tiempo aproximado de 25 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de no maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador Piero Leonel Garcia More email [pierogarcia@ucvvirtual.edu.pe](mailto:pierogarcia@ucvvirtual.edu.pe) y Docentes asesores: Dra. Suysuy Chambergo Ericka Julissa email [esuysuyc@ucvvirtual.edu.pe](mailto:esuysuyc@ucvvirtual.edu.pe) y la Mgtr. Gomez Zuñiga Cecilia Paula email [cgomezz@ucv.edu.pe](mailto:cgomezz@ucv.edu.pe).

**Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investi



Jorge José García García  
GERENTE  
SUSTO Y SABOR PERUANO E.L.R.L.  
RUC: 2060888027

[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar. Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google].

## Anexo 2

### AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE  
INVESTIGACIÓN N°066-2023-VI-UCV Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20609990237
GUSTO Y SABOR	
Nombre del Titular o Representante legal: Jorge Joel Garcia Garcia	
Nombres y Apellidos: Jorge Joel Garcia Garcia	DNI: 45128188

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 8<sup>o</sup>, literal "c" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (RCU Nro. 0470-2022/UCV) ( \*), autorizo [ X ] no autorizo [ ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación: Gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023	
Nombre del Programa Académico:	Proyecto de Investigación
Autor: Garcia More Piero Leonel	DNI: 73017038

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio

Lugar y Fecha:



Jorge Joel Garcia Garcia  
GERENTE  
GUSTO Y SABOR PERUANO ELRL  
RUC: 20609990237

Firma y sello: \_\_\_\_\_  
(Titular o Representante legal de la Institución)

(\*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 8<sup>o</sup> literal "c" Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, **salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución**. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.

### Anexo 3.

## Ficha de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la EP Administración

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°155-2023-VI-UCV

Título del proyecto de Investigación: Gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023

Autor(es): Piero Leonel Garcia More

Especialidad del autor principal del proyecto: Gestión de organizaciones

Programa: Administración

Otro(s) autor(es) del proyecto:

Lugar de desarrollo del proyecto (ciudad, país): Piura, Perú


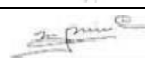


Código de revisión del proyecto: 2023 1\_PREGRADO\_PI\_PIU\_C1\_09

Correo electrónico del autor de correspondencia/docente asesor: esuysuyc@ucvvirtual.edu.pe

N.º	Criterios de evaluación	Cumple	No cumple	No corresponde
<b>I. Criterios metodológico</b>				
1	El título de investigación va acorde a las líneas de investigación del programa de estudios.			
2	Menciona el tamaño de la población / participantes, criterios de inclusión y exclusión, muestra y unidad de análisis, si corresponde.			
3	Presenta la ficha técnica de validación e instrumento, si corresponde.			
4	Evidencia la validación de instrumentos respetando lo establecido en la Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos (Resolución de Vicerrectorado de Investigación N°062-2023-VI-UCV, según Anexo 2 Evaluación de juicio de expertos), si corresponde.			
5	Evidencia la confiabilidad del(los) instrumento(s), si corresponde.			
<b>II. Criterios éticos</b>				
6	Evidencia la aceptación de la institución a desarrollar la investigación, si corresponde.			
7	Incluye la carta de consentimiento (Anexo 3) y/o asentimiento informado (Anexo 4) establecido en la Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos (Resolución de Vicerrectorado de Investigación N°062-2023-VI-UCV), si corresponde.			
8	Las citas y referencias van acorde a las normas de redacción científica.			
9	La ejecución del proyecto cumple con los lineamientos establecidos en el Código de Ética en Investigación vigente en especial en su Capítulo III Normas Éticas para el desarrollo de la Investigación.			

**Nota: Se considera como APTO, si el proyecto cumple con todos los criterios de la evaluación.**

Lima, 07 de julio de 2023

Nombres y apellidos	Cargo	DNI N.º	Firma
Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya	Presidente	44326351	
Dr. Miguel Bardales Cárdenas	Vicepresidente	08437636	
Dr. José German Linares Cazola	Miembro 1	31674876	
Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón	Miembro 2	43648948	
Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón	Miembro 3	06614765	




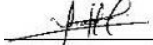

#### Anexo 4.

### Informe de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la EP Administración

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de la facultad de ciencias empresariales, deja constancia que el proyecto de investigación titulado “**Gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023**” presentado por el autor Garcia More Piero Leonel, ha pasado una revisión expedita por Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya, Dr. Miguel Bardales Cárdenas, Dr. José German Linares Cazola, Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón, Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón, y de acuerdo a la comunicación remitida el 09 de julio de 2023 por correo electrónico se determina que la continuidad para la ejecución del proyecto de investigación cuenta con un dictamen:

(X)favorable ( ) observado ( ) desfavorable.

Lima, 09 de julio de 2023

<b>Nombres y apellidos</b>	<b>Cargo</b>	<b>DNI N.º</b>	<b>Firma</b>
Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya	Presidente	44326351	
Dr. Miguel Bardales Cárdenas	Vicepresidente	08437636	
Dr. José German Linares Cazola	Miembro 1	31674876	
Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón	Miembro 2	43648948	
Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón	Miembro 3	06614765	

### Anexo 05. Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
V1: Gestion del inventario	La gestion de inventario se enfoca en la planeación y control, sirve como herramienta de soporte para que la empresa llegue a su propósito sin problemas. Puede implementarse como un recurso competitivo y su finalidad requiere de métodos para verificar los productos adquiridos a través de una orden de compra, recibir y almacenar los artículos del inventario, revisar los comprobantes de pago, contabilizarlos y controlarlos. (Pavón et al 2019)	Para analizar y medir la variable independiente gestion del inventario se ha utilizado 3 dimensiones, de las cuales se han identificado 9 indicadores y como instrumento se utilizará el cuestionario el cual está constituido por preguntas y se les aplicará a los 16 trabajadores y una guía de entrevista al gerente del restaurante Gusto y Sabor.	Planificación	Políticas del inventario	Ordinal
				Objetivos	
				Estrategias	
			Organización	Selección de personal	Ordinal
				Capacitación	
				Proveedores	
			Control	Sistema de registro de inventario	Ordinal
				Conteo físico	
				Clasificación del inventario	
V2: Competitividad	La competitividad es un conjunto de herramientas que combinadas simplifican la tarea de liderar el mercado y superar a los competidores. Su importancia radica en el incremento de la productividad mediante el aprovechamiento de los recursos, ya que saber gestionarlos eficazmente nos ayuda a estar siempre preparados para responder con prontitud a las demandas del mercado. Porter (2017 citado por Muñoz et al, 2021)	Para analizar la variable competitividad se ha utilizado 3 dimensiones de las cuales se han identificado 9 indicadores y como instrumento se utilizará una encuesta el cual está constituido por 36 preguntas y se les aplicará a los 16 trabajadores y una guía de entrevista al gerente del restaurante Gusto y Sabor.	Rotacion de inventarios	Costo de mercaderías vendidas	Ordinal
				Inventario promedio	
				Conocimiento de la demanda	
			Productividad	Eficiencia	Ordinal
				Eficacia	
				Gestion de compras de mercaderías	
			Ventaja Competitiva	Relación con los clientes	Ordinal
				Planeación de procesos	
				Mejora continua	

## Anexo 6. Matriz de consistencia

TITULO	FORMULACIÓN DE PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	METODOLOGÍA
Gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023	Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Población y muestra 16 trabajadores</li> <li>● Tipo de investigación Aplicada</li> <li>● Enfoque de la investigación Mixta</li> <li>● Diseño de la investigación No experimental de corte transversal</li> <li>● Nivel de investigación Correlacional</li> <li>● Alcance temporal de la investigación Transversal</li> </ul>
	¿Qué relación existe entre la gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023?	Determinar la relación entre la gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023	Existe una relación significativa entre la gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023	
	Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	
	<p>P1: ¿Cuál es la relación entre la planificación y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023?</p> <p>P2: ¿Cuál es la relación entre la organización y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023?</p> <p>P3: ¿Cuál es la relación entre el control y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023?</p>	<p>O1: Demostrar la relación entre la planificación y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023</p> <p>O2: Definir la relación entre la organización y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023</p> <p>O3: Identificar la relación entre el control y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023</p>	<p>H1: Existe una relación significativa entre la planificación y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023</p> <p>H2: Existe una relación significativa entre la organización y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023</p> <p>H3: Existe una relación significativa entre el control y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023</p>	

### Anexo 7. Instrumento de recolección de datos

Variables	Dimensiones	Indicadores		Instrumento (cuestionario, guía de entrevista, de observación, de pautas, de revisión documental)	
				N° de Ítems	Ítems
X: Gestion del inventario	X1: Planificación	X1.1	Políticas del inventario	1	El restaurante tiene establecido políticas de inventario para gestionar correctamente los productos en el almacén.
				2	Se examinan con frecuencia las existencias que se tienen a disposición.
		X1.2	Objetivos	3	Se tiene establecido cuándo se hacen los pedidos y cuánto es la cantidad a pedir.
				4	Se tienen las existencias en un lugar adecuado
		X1.3	Estrategias	5	Hay un registro de las entradas y salidas de existencias.
				6	El restaurante establece un nivel óptimo de inventario.



	X2: Organización	X2.1	Selección de personal	7	Existe personal idóneo para el área de almacén.
				8	Se evalúa al personal para mostrar los resultados generados en el área.
		X2.2	Capacitación	9	Se tiene personal capacitado para gestionar el inventario
				10	Se capacita periódicamente al personal para la mejora continua
		X2.3	Proveedores	11	Cuentan con proveedores puntuales y en cantidades exactas para la entrega de productos.
				12	Los proveedores brindan productos en condiciones óptimas y con fecha caducidad larga.
	X3: Control	X3.1	Sistema de registro de inventario	13	Se tiene registrado en un software todos los productos que se tienen en el almacén.
				14	Se actualiza las entradas y salidas de productos en el inventario.
		X3.2	Conteo físico	15	Se realiza un conteo físico del inventario periódicamente.
				16	Compara el conteo físico de los productos con el registro a disposición.
		X3.3	Clasificación del inventario	17	Esta organizado el inventario por secciones
				18	Se mantienen los productos en un ambiente agradable.

Y: Competitividad	Y1: Rotación de inventarios	Y1.1	Costo de mercaderías vendidas	19	La estipulación de los costos de mercadería durante el mes es fija.
				20	Existe conocimiento de los bienes vendidos durante el mes.
		Y1.2	Inventario promedio	21	Se registra la cantidad de cada producto que llega al inventario
				22	Se realiza un seguimiento a los productos que están en almacén
		Y1.3	Conocimiento de la demanda	23	Se conoce con exactitud cuántos clientes llegan por día al restaurante.
				24	Se tiene una base de datos de los clientes que recurren con más frecuencia.
	Y2: Productividad	Y2.1	Eficiencia	25	Se llegan los pedidos a los clientes en un tiempo prudencial.
				26	Existen reclamos por parte de clientes.
		Y2.2	Eficacia	27	Se ha logrado atender a todos los clientes que llegan al restaurante.
				28	Mantienen la calma al trabajar bajo presión cuando están las mesas llenas.
		Y2.3	Gestión de compras de mercaderías	29	Comparan los mejores precios de mercado para abastecerse de mercadería.

				<b>30</b>	Se prioriza los productos en los que hay mayor demanda.
Y3: Ventaja Competitiva	Y3.1	Relación con los clientes	<b>31</b>	Ofrecen alguna degustación mientras le llega el pedido a la mesa del cliente.	
			<b>32</b>	Brindan una excelente atención al cliente	
	Y3.2	Planeación de procesos	<b>33</b>	Se tiene un seguimiento desde que entra hasta que sale el cliente del restaurante	
			<b>34</b>	Hacen reuniones para afrontar errores de puntualidad de pedidos y buscar la mejora continua.	
	Y3.3	Mejora continua	<b>35</b>	Existen platillos novedosos del restaurante en comparación con la competencia.	
			<b>36</b>	En los platillos igual a los de la competencia se les da un valor agregado.	

## Anexo 8. Cuestionario

### UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION FICHA DE ENCUESTA

Estimado colaborador, sus respuestas en el siguiente cuestionario son de mucha importancia ya que contribuirán a una investigación de tipo académica, que busca establecer la relación entre las variables gestión logística y productividad laboral. Toda la información será confidencial.

De la misma manera se requiere su **consentimiento informado** para poder aplicarle el instrumento de investigación. En ese sentido agradeceré marcar el siguiente recuadro en señal de conformidad:

Declaro estar informado de la aplicación de la siguiente encuesta y en señal de conformidad marco con una x el casillero:

Estoy de acuerdo

No estoy de acuerdo

#### TIEMPO DE DURACIÓN: 16 MINUTOS INSTRUCCIONES

Marcar con una (X) el número según la importancia que usted considere

<b>ESCALA DE VALORACIÓN</b>	1	2	3	4	5
	<b>NUNCA</b>	<b>CASI NUNCA</b>	<b>A VECES</b>	<b>CASI SIEMPRE</b>	<b>SIEMPRE</b>

<b>V1. Gestión del inventario</b>				OPCIÓN DE RESPUESTA				
				1	2	3	4	5
Dimensión	Indicador	N°	Ítems	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
<b>Planificación</b>	<b>Políticas del inventario</b>	1	El restaurante tiene establecido políticas de inventario para gestionar correctamente los productos en el almacén.					
		2	Se examinan con frecuencia las existencias que se tienen a disposición.					
	<b>Objetivos</b>	3	Se tiene establecido cuándo se hacen los pedidos y cuánto es la cantidad a pedir.					
		4	Se tienen las existencias en un lugar adecuado.					

	Estrategias	5	Hay un registro de las entradas y salidas de existencias.					
		6	El restaurante establece un nivel óptimo de inventario.					
Organización	Selección de personal	7	Existe personal idóneo para el área de almacén.					
		8	Se evalúa al personal para mostrar los resultados generados en el área.					
	Capacitación	9	Se tiene personal capacitado para gestionar el inventario					
		10	Se capacita periódicamente al personal para la mejora continua					
	Proveedores	11	Cuentan con proveedores puntuales y en cantidades exactas para la entrega de productos.					
		12	Los proveedores brindan productos en condiciones óptimas y con fecha caducidad larga.					
Control	Sistema de registro de inventario	13	Se tiene registrado en un software todos los productos que se tienen en el almacén.					
		14	Se actualiza las entradas y salidas de productos en el inventario.					
	Conteo físico	15	Se realiza un conteo físico del inventario periódicamente.					
		16	Compara el conteo físico de los productos con el registro a disposición.					
	Clasificación del inventario	17	Esta organizado el inventario por secciones					
		18	Se mantienen los productos en un ambiente agradable.					
<b>V2.</b> <b>Competitividad</b>				<b>OPCIÓN DE RESPUESTA</b>				
				<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Dimensión	Indicador	N°	Items	<b>NU NCA</b>	<b>C ASI NU NC A</b>	<b>A VE CES</b>	<b>C ASI SIE MPR E</b>	<b>SIEM PRE</b>
Rotación de inventarios	Costo de mercaderías vendidas	1	La estipulación de los costos de mercadería durante el mes es fija.					
		2	Existe conocimiento de los bienes vendidos durante el mes.					
	Inventario promedio	3	Se registra la cantidad de cada producto que llega al inventario					
		4	Se realiza un seguimiento a los productos					

			que están en almacén					
	Conocimiento de la demanda	5	Se conoce con exactitud cuántos clientes llegan por día al restaurante.					
		6	Se tiene una base de datos de los clientes que recurren con más frecuencia.					
Productividad	Eficiencia	7	Se llegan los pedidos a los clientes en un tiempo prudencial.					
		8	Existen reclamos por parte de clientes.					
	Eficacia	9	Se ha logrado atender a todos los clientes que llegan al restaurante.					
		10	Mantienen la calma al trabajar bajo presión cuando están las mesas llenas.					
	Gestión de compras de mercaderías	11	Comparan los mejores precios de mercado para abastecerse de mercadería.					
		12	Se prioriza los productos en los que hay mayor demanda.					
Ventaja Competitiva	Relación con los clientes	13	Ofrecen alguna degustación mientras le llega el pedido a la mesa del cliente.					
		14	Brindan una excelente atención al cliente					
	Planeación de procesos	15	Se tiene un seguimiento desde que entra hasta que sale el cliente del restaurante					
		16	Hacen reuniones para afrontar errores de puntualidad de pedidos y buscar la mejora continua.					
	Mejora continua	17	Existen platillos novedosos del restaurante en comparación con la competencia.					
		18	En los platillos igual a los de la competencia se les da un valor agregado.					

## **Anexo 9. Entrevista**

### **UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION FICHA DE ENTREVISTA**

Estimado gerente, la presente entrevista, está diseñada para poder solicitarle que nos brinde sus respuestas frente a las interrogantes elaboradas de acuerdo a las variables Gestión del inventario y Competitividad. Esta entrevista tiene como autor a Garcia More Piero Leonel en su investigación; "Gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor".

Se invita participar voluntariamente de este estudio, la información que se obtenga será tratada confidencialmente y no se utilizará para ningún otro propósito fuera de esta investigación; mediante ello, solicito su autorización y colaboración para continuar con la entrevista. El proceso completo consiste en la aplicación de 10 preguntas, con una duración de 10 minutos aproximadamente. Por favor contestar cada pregunta con total SINCERIDAD.

**Entrevistado:** Jorge Joel Garcia Garcia

**Entrevistador:** Piero Leonel Garcia More.

#### **Gestión del inventario:**

1. ¿Cuál es el método actual que utiliza para llevar a cabo un registro del inventario de materia prima del restaurante?
2. ¿De qué manera optimiza el control de inventarios en el restaurante?
3. ¿Considera abastecer oportunamente de existencias el almacén? Comente
4. ¿Será necesario utilizar un sistema para la gestión de inventarios? Explique
5. ¿Cómo se maneja la gestión de proveedores para garantizar la calidad de los productos y la eficiencia en los costos?

#### **Competitividad:**

1. ¿Cómo evalúa la posición competitiva de su restaurante en comparación con otros establecimientos similares en la zona?
2. ¿Qué estrategias ha implementado para diferenciar su restaurante de la competencia y atraer a una clientela diversa y leal?
3. ¿Cómo gestiona la calidad de los alimentos y el servicio al cliente para mantener y mejorar la reputación y la competitividad de tu restaurante?
4. ¿Cuál es su enfoque para mantener precios competitivos mientras garantiza la rentabilidad del negocio y la satisfacción del cliente?
5. ¿Qué ventajas competitivas destaca frente a la competencia?

## Anexo 10

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario aplicado a trabajadores del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Mercedes Palacios de Briceño
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( )                      Doctor ( X)
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )                      Social ( ) Educativa ( )                      Organizacional ( X)
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	GESTIÓN DE ORGANIZACIONES
<b>Institución donde labora:</b>	UCV
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años ( X)
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.

#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023
Autor:	García More Piero Leonel
Procedencia:	Elaboración Propia
Administración:	Propia
Tiempo de aplicación:	15 a 20 minutos
Ámbito de aplicación:	Piura
Significación:	Escala que se emplea es de Likert;



	(5) Totalmente de acuerdo - (4) De acuerdo - (3) Indeciso - (2) En desacuerdo - (1) Totalmente en desacuerdo
--	--

#### 4. Soporte teórico

(describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Gestion del inventario	Planificación  Control  Organización	La gestión de inventario se enfoca en la planeación y control, sirve como herramienta de soporte para que la empresa llegue a su propósito sin problemas. Puede implementarse como un recurso competitivo y su finalidad requiere de métodos para verificar los productos adquiridos a través de una orden de compra, recibir y almacenar los artículos del inventario, revisar los comprobantes de pago, contabilizarlos y controlarlos. (Pavón et al 2019)
Competitividad	Rotacion de inventarios  Productividad  Ventaja Competitiva	La competitividad es un conjunto de herramientas que combinadas simplifican la tarea de liderar el mercado y superar a los competidores. Su importancia radica en el incremento de la productividad mediante el aprovechamiento de los recursos, ya que saber gestionarlos eficazmente nos ayuda a estar siempre preparados para responder con prontitud a las demandas del mercado. Porter (2017 citado por Muñoz et al, 2021)

#### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario a trabajadores del restaurante Gusto y Sabor elaborado por Piero Leonel Garcia More en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.

comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente*

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Variable: Gestion del inventario**

**Dimensiones del instrumento:**

- Primera dimensión: Planificación
- Objetivos de la Dimensión: Demostrar la relación entre la planificación y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023

<b>Indicadores</b>	<b>Ítem</b>	<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Observaciones/ Recomendaciones</b>
Políticas del inventario	El restaurante tiene establecido políticas de inventario para gestionar correctamente los productos en el almacén.	4	4	4	
	Se examina con frecuencia las existencias que se tienen a disposición.	4	4	4	
Objetivos	Se tiene establecido cuando se hacen los pedidos y cuanto es la cantidad a pedir.	4	4	4	
	Se tienen las existencias en un lugar adecuado.	4	4	4	
Estrategias	Hay un registro de las entradas y salidas de existencias.	4	4	4	
	El restaurante establece un nivel óptimo de inventario.	4	4	4	

● Segunda dimensión: Control

● Objetivos de la Dimensión: Identificar la relación entre el control y la competitividad del restaurante

Gusto y Sabor Piura 2023



Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Sistema de registro de inventario	Se tiene registrado en un software todos los productos que se tienen en el almacén.	4	4	4	
	Se actualiza las entradas y salidas de productos en el inventario.	4	4	4	
Cuento físico	Se realiza un conteo físico del inventario periódicamente.	4	4	4	
	Compara el conteo físico de los productos con el registro a disposición.	3	4	4	
Clasificación del inventario	Esta organizado el inventario por secciones	4	4	4	
	Se mantienen los productos en un	3	4	4	

	ambiente agradable.				
--	---------------------	--	--	--	--

- Tercera dimensión: Organización
- Objetivos de la Dimensión: Definir la relación entre la organización y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor  
Piura 2023



Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Selección de personal	Existe personal idóneo para el área de almacén	4	4	4	
	Se evalúa al personal para mostrar los resultados generados en el área.	4	4	4	
Capacitación	Se tiene personal capacitado para gestionar el inventario	4	4	4	
	Se capacita periódicamente al personal para la mejora continua	4	4	4	
Proveedores	Cuentan con proveedores puntuales y en cantidades exactas para la entrega de productos.	4	4	4	
	Los proveedores brindan productos en condiciones óptimas y con fecha caducidad larga.	4	4	4	

**Variable: Competitividad**

**Dimensiones del instrumento:**

- Primera dimensión: Rotación de inventarios

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Costo de mercaderías vendidas	La estipulación de los costos de mercadería durante el mes es fija.	3	4	4	
	Existe conocimiento de los bienes vendidos durante el mes.	4	4	4	
Inventario promedio	Se registra la cantidad de cada producto que llega al inventario	4	4	4	
	Se realiza un seguimiento a los productos que están en almacén	4	4	4	
Conocimiento de la demanda	Se conoce con exactitud cuántos clientes llegan por día al restaurante.	4	4	4	
	Se tiene una base de datos de los clientes que recurren con más frecuencia.	4	4	4	

• Segunda dimensión: Productividad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Eficiencia	Se llegan los pedidos a los clientes en un tiempo prudencial.	3	4	4	
	Existen reclamos por parte de clientes.	4	4	4	
Eficacia	Se ha logrado atender a todos los clientes que llegan al restaurante.	4	4	4	
	Mantienen la calma al trabajar bajo presión cuando están las mesas llenas.	4	4	4	
Gestion de compras de mercaderías	Comparan los mejores precios de mercado para abastecerse de mercadería.	4	4	4	
	Se prioriza los productos en los que hay mayor demanda.	4	4	4	

• Tercera dimensión: Ventaja Competitiva

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Relación con los clientes	Ofrecen alguna degustación mientras le llega el pedido a la mesa del cliente.	4	4	4	
	Brindan una excelente atención al cliente	4	4	4	
Planeación de procesos	Se tiene un seguimiento desde que entra hasta que sale el cliente del restaurante	4	4	4	
	Hacen reuniones para afrontar errores de puntualidad de pedidos y buscar la mejora continua.	4	4	4	
Mejora continua	Existen platillos novedosos del restaurante en comparación con la competencia.	4	4	4	
	En los platillos igual a los de la competencia se les da un valor	4	4	4	



	agregado.				
--	-----------	--	--	--	--

Firma del evaluador



Lic. Adm. Emp. MERCEDES REINEE PALACIOS DE BRICEÑO  
REG. UNIC. DE COLEG. Nº 5103

DNI 02845588

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario aplicado a trabajadores del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 6. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Bady Richard Reyes Mendoza
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( <input checked="" type="checkbox"/> )                      Doctor                      (    )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica                      (    )                      Social                      (    ) Educativa ( <input checked="" type="checkbox"/> )                      Organizacional (    )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	
<b>Institución donde labora:</b>	
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años                      (    ) Más de 5 años ( <input checked="" type="checkbox"/> )
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.



### 7. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 8. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023
<b>Autor:</b>	García More Piero Leonel
<b>Procedencia:</b>	Elaboración Propia
<b>Administración:</b>	Propia
<b>Tiempo de aplicación:</b>	15 a 20 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Piura
<b>Significación:</b>	Escala que se emplea es de Likert; (5) Totalmente de acuerdo - (4) De acuerdo - (3) Indeciso - (2) En

	desacuerdo - (1) Totalmente en desacuerdo
--	---

**9. Soporte teórico**

(describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Gestion del inventario	Planificación  Control  Organización	La gestion de inventario se enfoca en la planeación y control, sirve como herramienta de soporte para que la empresa llegue a su propósito sin problemas. Puede implementarse como un recurso competitivo y su finalidad requiere de métodos para verificar los productos adquiridos a través de una orden de compra, recibir y almacenar los artículos del inventario, revisar los comprobantes de pago, contabilizarlos y controlarlos. (Pavón et al 2019)
Competitividad	Rotacion de inventarios  Productividad  Ventaja Competitiva	La competitividad es un conjunto de herramientas que combinadas simplifican la tarea de liderar el mercado y superar a los competidores. Su importancia radica en el incremento de la productividad mediante el aprovechamiento de los recursos, ya que saber gestionarlos eficazmente nos ayuda a estar siempre preparados para responder con prontitud a las demandas del mercado. Porter (2017 citado por Muñoz et al, 2021)

**10. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario a trabajadores del restaurante Gusto y Sabor elaborado por Piero Leonel Garcia More en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.



comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente*

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Variable: Gestion del inventario**

**Dimensiones del instrumento:**

- Primera dimensión: Planificación
- Objetivos de la Dimensión: Demostrar la relación entre la planificación y la competitividad

del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023

<b>Indicadores</b>	<b>Ítem</b>	<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Observaciones/ Recomendaciones</b>
Políticas del inventario	El restaurante tiene establecido políticas de inventario para gestionar correctamente los productos en el almacén.	3	3	4	
	Se examina con frecuencia las existencias que se tienen a disposición.	3	3	3	
Objetivos	Se tiene establecido cuando se hacen los pedidos y cuanto es la cantidad a pedir.	3	3	3	
	Se tienen las existencias en un lugar adecuado.	3	4	4	
Estrategias	Hay un registro de las entradas y salidas de existencias.	4	4	3	
	El restaurante establece un nivel óptimo de inventario.	3	3	4	

- Segunda dimensión: Control
- Objetivos de la Dimensión: Identificar la relación entre el control y la competitividad del restaurante  
Gusto y Sabor Piura 2023



Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Sistema de registro de inventario	Se tiene registrado en un software todos los productos que se tienen en el almacén.	3	3	3	
	Se actualiza las entradas y salidas de productos en el inventario.	4	3	4	
Cuento físico	Se realiza un conteo físico del inventario periódicamente.	4	3	3	
	Compara el conteo físico de los productos con el registro a disposición.	3	4	4	
Clasificación del inventario	Esta organizado el inventario por secciones	3	4	3	
	Se mantienen los productos en un ambiente agradable.	4	4	3	

- Tercera dimensión: Organización
- Objetivos de la Dimensión: Definir la relación entre la organización y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023

Indicadores	Ítem	Claridad	Cohere ncia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Selección de personal	Existe personal idóneo para el área de almacén	4	3	3	
	Se evalúa al personal para mostrar los resultados generados en el área.	3	3	3	
Capacitación	Se tiene personal capacitado para gestionar el inventario	4	4	3	
	Se capacita periódicamente al personal para la mejora continua	4	4	4	
Proveedores	Cuentan con proveedores puntuales y en cantidades exactas para la entrega de productos.	3	3	4	
	Los proveedores brindan productos en condiciones óptimas y con fecha caducidad larga.	3	4	4	



**Variable: Competitividad****Dimensiones del instrumento:**

- Primera dimensión: Rotación de inventarios

<b>Indicadores</b>	<b>Ítem</b>	<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Observaciones/ Recomendaciones</b>
Costo de mercaderías vendidas	La estipulación de los costos de mercadería durante el mes es fija.	4	3	3	
	Existe conocimiento de los bienes vendidos durante el mes.	4	4	3	
Inventario promedio	Se registra la cantidad de cada producto que llega al inventario	4	3	3	
	Se realiza un seguimiento a los productos que están en almacén	3	4	4	
Conocimiento de la demanda	Se conoce con exactitud cuántos clientes llegan por día al restaurante.	3	3	4	
	Se tiene una base de datos de los clientes que recurren con más frecuencia.	4	3	3	



- Segunda dimensión: Productividad

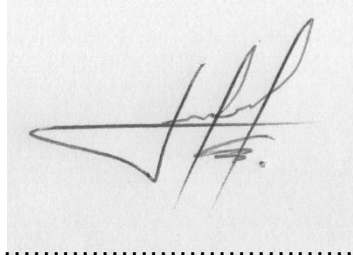
Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Eficiencia	Se llegan los pedidos a los clientes a un tiempo prudencial.	4	3	4	
	Existen reclamos por parte de clientes.	3	3	3	
Eficacia	Se ha logrado atender a todos los clientes que llegan al restaurante.	4	4	3	
	Mantienen la calma al trabajar bajo presión cuando están las mesas llenas.	3	3	4	
Gestion de compras de mercaderías	Comparan los mejores precios de mercado para abastecerse de mercadería.	4	4	3	
	Se prioriza los productos en los que hay mayor demanda.	3	3	4	

- Tercera dimensión: Ventaja Competitiva

Indicadores	Ítem	Claridad	Cohere ncia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Relación con los clientes	Ofrecen alguna degustación mientras le llega el pedido a la mesa del cliente.	3	3	4	
	Brindan una excelente atención al cliente	4	3	3	
Planeación de procesos	Se tiene un seguimiento desde que entra hasta que sale el cliente del restaurante	4	3	3	
	Hacen reuniones para afrontar errores de puntualidad de pedidos y buscar la mejora continua.	3	4	4	
Mejora continua	Existen platillos novedosos del restaurante en comparación con la competencia.	4	3	3	
	En los platillos igual a los de la competencia se les da un valor agregado.	3	3	4	

DNI N° 80247790

Teléfono: 970987044



Mg. Bady Richard Reyes Mendoza.  
Firma del Evaluador

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario aplicado a trabajadores del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 11. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Carlos Antonio Angulo Corcuera
<b>Grado profesional:</b>	Maestría (X) Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( ) Social ( ) Educativa ( ) Organizacional (X)
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Finanzas
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años (X)
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.

### 12. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 13. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023
<b>Autor:</b>	García More Piero Leonel
<b>Procedencia:</b>	Elaboración Propia
<b>Administración:</b>	Propia
<b>Tiempo de aplicación:</b>	15 a 20 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Piura
<b>Significación:</b>	Escala que se emplea es de Likert; (5) Totalmente de acuerdo - (4) De acuerdo - (3) Indeciso - (2) En desacuerdo - (1) Totalmente en desacuerdo

#### 14. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Gestion del inventario	Planificación Control Organización	La gestión de inventario se enfoca en la planeación y control, sirve como herramienta de soporte para que la empresa llegue a su propósito sin problemas. Puede implementarse como un recurso competitivo y su finalidad requiere de métodos para verificar los productos adquiridos a través de una orden de compra, recibir y almacenar los artículos del inventario, revisar los comprobantes de pago, contabilizarlos y controlarlos. (Pavón et al 2019)
Competitividad	Rotación de inventarios Productividad Ventaja Competitiva	La competitividad es un conjunto de herramientas que combinadas simplifican la tarea de liderar el mercado y superar a los competidores. Su importancia radica en el incremento de la productividad mediante el aprovechamiento de los recursos, ya que saber gestionarlos eficazmente nos ayuda a estar siempre preparados para responder con prontitud a las demandas del mercado. Porter (2017 citado por Muñoz et al, 2021)

#### 15. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario a trabajadores del restaurante Gusto y Sabor elaborado

por Piero Leonel Garcia More en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.

<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente*

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Variable: Gestion del inventario**

**Dimensiones del instrumento:**

- Primera dimensión: Planificación
- Objetivos de la Dimensión: Demostrar la relación entre la planificación y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023

Indicadores	Ítem	Claridad	Cohere ncia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Políticas del inventario	El restaurante tiene establecido políticas de inventario para gestionar correctamente los productos en el almacén.	4	4	4	
	Se examina con frecuencia las existencias que se tienen a disposición.	4	4	4	
Objetivos	Se tiene establecido cuando se hacen los pedidos y cuanto es la	4	4	4	

	cantidad a pedir.				
	Se tienen las existencias en un lugar adecuado.	4	4	3	
Estrategias	Hay un registro de las entradas y salidas de existencias.	4	4	4	
	El restaurante establece un nivel óptimo de inventario.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Control
- Objetivos de la Dimensión: Identificar la relación entre el control y la competitividad del restaurante

Gusto y Sabor Piura 2023

Indicadores	Ítem	Claridad	Cohere ncia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Sistema de registro de inventario	Se tiene registrado en un software todos los productos que se tienen en el almacén.	4	4	4	
	Se actualiza las entradas y salidas de productos en el inventario.	4	4	4	
Cuento físico	Se realiza un conteo físico del inventario periódicamente.	4	3	3	
	Compara el conteo físico de los productos con el registro a disposición.	4	4	4	
Clasificación del	Esta organizado el inventario por	4	4	4	



inventario	secciones				
	Se mantienen los productos en un ambiente agradable.	4	4	4	

- Tercera dimensión: Organización
- Objetivos de la Dimensión: Definir la relación entre la organización y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Selección de personal	Existe personal idóneo para el área de almacén	4	4	4	
	Se evalúa al personal para mostrar los resultados generados en el área.	4	4	4	
Capacitación	Se tiene personal capacitado para gestionar el inventario	4	4	4	
	Se capacita periódicamente al personal para la mejora continua	4	4	4	
Proveedores	Cuentan con proveedores puntuales y en cantidades exactas para la entrega de productos.	4	3	4	
	Los proveedores brindan productos en condiciones óptimas y con fecha caducidad larga.	4	4	4	

Variable: Competitividad



### Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Rotación de inventarios

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Costo de mercaderías vendidas	La estipulación de los costos de mercadería durante el mes es fija.	4	4	4	
	Existe conocimiento de los bienes vendidos durante el mes.	4	4	4	
Inventario promedio	Se registra la cantidad de cada producto que llega al inventario	3	4	4	
	Se realiza un seguimiento a los productos que están en almacén	4	4	4	
Conocimiento de la demanda	Se conoce con exactitud cuántos clientes llegan por día al restaurante.	4	4	4	
	Se tiene una base de datos de los clientes que recurren con más frecuencia.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Productividad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Eficiencia	Se llegan los pedidos a los clientes a un tiempo prudencial.	4	4	4	
	Existen reclamos por parte de clientes.	4	4	4	
Eficacia	Se ha logrado atender a todos	4	4	4	

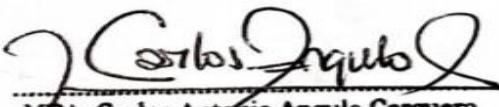
	los clientes que llegan al restaurante.				
	Mantienen la calma al trabajar bajo presión cuando están las mesas llenas.	4	4	4	
Gestion de compras de mercaderías	Comparan los mejores precios de mercado para abastecerse de mercadería.	4	4	4	
	Se prioriza los productos en los que hay mayor demanda.	4	4	4	

- Tercera dimensión: Ventaja Competitiva

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Relación con los clientes	Ofrecen alguna degustación mientras le llega el pedido a la mesa del cliente.	4	4	4	
	Brindan una excelente atención al cliente	4	4	4	
Planeación de procesos	Se tiene un seguimiento desde que entra hasta que sale el cliente del restaurante	4	4	4	
	Hacen reuniones para afrontar errores de puntualidad de pedidos y	4	4	4	

	buscar la mejora continua.				
Mejora continua	Existen platillos novedosos del restaurante en comparación con la competencia.	4	4	4	
	En los platillos igual a los de la competencia se les da un valor agregado.	4	4	4	

Firma del evaluador



MBA. Carlos Antonio Angulo Corcuera  
Magister en Administración de Negocios  
Licenciado en Administración  
CLAD. N° 18480

DNI

06437510

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

# Anexo 11. Resultado de reporte de similitud de Turnitin

ev.turnitin.com/app/carta/es/?student\_user=1&o=2215817512&lang=es&u=1131366124&s=1&ro=103

feedback studio PIERO LEONEL GARCIA MORE | PI GARCIA MORE PIERO LEONEL FINAL f (1) - turnitin.docx

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

Gestión del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:**  
García More, Piero Leonel (<https://orcid.org/0000-0002-1299-3690>)

**ASESORA:**

**Resumen de coincidencias**

**19 %**

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés

Coincidencias

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	7 %
2	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	6 %
3	www.coursehero.com Fuente de Internet	1 %
4	repositorio.autonoma.e... Fuente de Internet	1 %
5	repositorio.continental... Fuente de Internet	<1 %

Página: 1 de 37    Número de palabras: 11986    Versión solo texto del informe    Alta resolución    Activado

## Anexo 12. Cálculo de “n”

**Tabla 11.**

*Tabla de la prueba piloto*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>		
	Alfa de Cronbach	N de elementos
<i>V1 Gestion del inventario</i>	.741	18
<i>V2 Competitividad</i>	.729	18
<i>Total</i>	.831	36

## Anexo 13. Validez y Confiabilidad de los instrumentos

### I. DATOS INFORMATIVOS

I.1. ESTUDIANTE :	Garcia More Piero Leonel
I.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :	Gestion del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023
I.3. ESCUELA PROFESIONAL :	Administración
I.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar) :	Cuestionario
I.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO :	KR-20 kuder Richardson( )
	Alfa de Cronbach. (X)
I.6. FECHA DE APLICACIÓN :	28/06/2023
I.7. MUESTRA APLICADA :	8 colaboradores del restaurante Gusto y Sabor

### II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	<b>0.741</b>
------------------------------------	--------------

### III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.*)

El instrumento del cuestionario de la variable gestión del inventario obtiene un índice de confiabilidad aceptable de 74.1%

Estudiante: Garcia More Piero Leonel  
DNI : 73017038

  
FIRMA  
Mg. Félix Fabian Pintado Rodriguez

Docente: Félix Fabian Pintado Rodriguez  
DNI : 45246550

a. ESTUDIANTE :	Garcia More Piero Leonel
b. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :	Gestion del inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023
c. ESCUELA PROFESIONAL :	Administración
d. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar) :	Cuestionario
e. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO :	KR-20 kuder Richardson( ) Alfa de Cronbach. (X)
f. FECHA DE APLICACIÓN :	28/06/2023
g. MUESTRA APLICADA :	8 colaboradores del restaurante Gusto y Sabor

## II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	<b>0.729</b>
------------------------------------	--------------

## III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.)

El instrumento del cuestionario de la variable competitividad obtiene un índice de confiabilidad aceptable de 72.9 %



Estudiante: Garcia More Piero Leonel  
DNI : 73017038



FIRMA  
Mg. Félix Fabian Pintado Rodriguez  
LICENCIADO EN ESTADÍSTICA  
COESPE N° 839

Docente : Félix Fabian Pintado Rodriguez  
DNI : 45246550

#### **Anexo 14. Prueba de normalidad**

Para conocer si existe relación de acuerdo a las hipótesis planteadas se realizó en primer lugar el análisis descriptivo evaluando cada ítem, con su respectiva dimensión; y posteriormente se realizó el análisis de contrastación de hipótesis mediante la prueba de Spearman.

**Hipótesis alterna:** No hay presencia de distribución normal en los datos analizados.

**Hipótesis nula:** Sí hay presencia de distribución normal en los datos analizados.

#### **Tabla 12.**

##### *Pruebas de normalidad de Shapiro-Wilk*

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Variable 1: Gestión del inventario	0,831	16	0,007
Dimensión 1: Planificación	0,886	16	0,049
Dimensión 2: Control	0,856	16	0,017
Dimensión 3: Organización	0,750	16	0,001
Variable 2: Competitividad	0,878	16	0,036

De acuerdo a la tabla se aprecian valores de Sig. por debajo del nivel de 0,05. De manera que no hubo distribución normal en los datos concernientes a la variable 1: Gestión del inventario, sus dimensiones, y la variable 2: Competitividad.



## **Anexo 15. PROPUESTAS**

### **TÍTULO DE LA PROPUESTA:**

Propuesta para mejorar la gestión de inventario y la competitividad del restaurante Gusto y Sabor Piura 2023

### **INTRODUCCIÓN**

En el ámbito empresarial contemporáneo, la gestión efectiva del inventario se ha convertido en un factor crucial para la competitividad y la eficiencia operativa de las organizaciones. La presente investigación ha explorado minuciosamente la relación entre la gestión del inventario y la competitividad, destacando hallazgos significativos que revelan áreas de mejora en la eficiencia operativa de la gestión del inventario.

Las conclusiones extraídas de este estudio revelan la necesidad apremiante de implementar estrategias innovadoras para optimizar la gestión del inventario, con el objetivo de potenciar la competitividad y satisfacer las expectativas del cliente de manera más eficaz, se propone una serie de recomendaciones fundamentadas, las cuales se presentan como un conjunto de acciones prácticas y estratégicas para mejorar la eficiencia operativa y mitigar los desafíos identificados en el manejo del inventario.

La implementación de estas recomendaciones no solo busca superar las limitaciones actuales en la gestión del inventario, sino también establecer bases sólidas para el crecimiento sostenible y la adaptabilidad a un entorno empresarial dinámico. A medida que las organizaciones buscan destacarse en mercados cada vez más competitivos, la gestión del inventario se erige como un pilar esencial para alcanzar la excelencia operativa y la satisfacción del cliente.

Esta propuesta de mejora se erige como un punto de partida para transformar la gestión del inventario en el restaurante Gusto y Sabor, abordando áreas específicas de oportunidad identificadas en la investigación. Al implementar esta propuesta, la organización estará mejor equipada para afrontar los desafíos presentes y futuros, construyendo cimientos sólidos para el éxito empresarial a largo plazo.

## **OBJETIVOS PROPUESTOS**

### **Objetivo general:**

Diseñar e implementar un plan integral de mejora en la gestión del inventario en el restaurante Gusto y Sabor, con el propósito de potenciar la competitividad y optimizar la eficiencia operativa de la organización.

### **Objetivos específicos:**

- **Optimizar la eficiencia en la gestión del inventario**
  - Establecer puntos de reordenamiento estratégicos basados en análisis de datos relacionados con ventas, tendencias de consumo y preferencias del cliente.
  - Introducir estrategias de rotación de inventarios, como presentación de menús y promociones temporales, para agotar productos con caducidad próxima y minimizar pérdidas.
- **Implementar un sistema de gestión de inventarios**
  - Seleccionar e implementar un software de gestión de inventarios que permita un seguimiento en tiempo real de las existencias.
  - Capacitar al personal en el uso efectivo del software para garantizar una recopilación precisa de datos y una programación eficiente de compras.
- **Diversificar las fuentes de suministro y fortalecer las relaciones con proveedores**
  - Cultivar relaciones con varios proveedores confiables y flexibles para reducir el riesgo de escasez de insumos y garantizar la calidad constante de los productos.
  - Capacitar al personal en la monitorización constante de niveles de inventario y mantener registros detallados para tomar decisiones inteligentes en cuanto a las compras.
- **Optimizar la organización y clasificación del inventario**
  - Organizar los productos de acuerdo a su tipo, utilidad y frecuencia de uso para mantener un mayor control sobre el inventario.
  - Implementar un sistema de rotación que asegure que los productos más antiguos se utilicen primero, minimizando el desperdicio de productos perecederos y agilizando el servicio.

Estos objetivos específicos se orientan hacia la transformación integral de la gestión del inventario en el restaurante Gusto y Sabor, abordando las áreas críticas identificadas en la investigación y estableciendo un marco sólido para mejorar la competitividad y eficiencia operativa de la organización.

## ANALISIS FODA

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>F. INTERNOS</b>	F1. Innovación de platos típicos. F2. Experiencia de 3 años en el mercado. F3. Buena aceptación en el exigente sector gastronómico. F4. Localización estratégica en el centro de la ciudad. F5. Firmeza en el mercado gracias a la ventaja competitiva	D1. Mala gestión en el inventario. D2. Demoras en la atención al cliente. D3. Improvisación en las compras y falta de planificación. D4. Exceso de compras generando pérdida por desperdicio de materia prima. D5. Desconocimiento de la importancia de la gestión de inventario por parte del personal.
<b>F. EXTERNOS</b>		
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIA FO</b>	<b>ESTRATEGIA DO</b>
O1. Potencial para mejorar la gestión del inventario y la eficiencia operativa. O2. Demanda creciente de platos innovadores en el mercado. O3. Posibilidad de diversificar el menú para atraer nuevos segmentos de clientes. O4. Implementación de estrategias de marketing para destacar la innovación culinaria. O5. Colaboración con proveedores locales para asegurar la disponibilidad de insumos.	Desarrollar una Plataforma de Pedidos en Línea con Menú Personalizados (F1, F3, F5, O1, O2, O3, O4).	Desarrollar Alianzas Estratégicas con Proveedores y Agricultores Locales (D3, D4, O2, O3, O4, O5)
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIA FA</b>	<b>ESTRATEGIA DA</b>
A1. Pérdida de clientes debido a la falta de gestión del inventario. A2. Competencia en el sector gastronómico que ofrece servicios más eficientes. A3. Pérdida de calidad en los productos debido a la falta de monitoreo en el inventario. A4. Riesgo de agotar productos clave durante momentos de alta demanda. A5. Posible descontento de los clientes por demoras y falta de variedad en el menú.	Implementar Programas de Capacitación Continua en Gestión de Inventarios (F2, F4, F5, A1, A2, A3, A4, A5)	Implementar un Sistema de Monitoreo Continuo de Calidad en el Inventario (D1, D5, A1, A3, A4, A5)

## PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS

Considerando las estrategias fundamentales, es crucial analizar los elementos, operaciones y activos del restaurante Gusto y Sabor Piura con el propósito de avanzar en la optimización de la gestión del inventario y la competitividad.

<b>ESTRATEGIA FO: Desarrollar una Plataforma de Pedidos en Línea con Menú Personalizados.</b>																																																																											
<b>a) Descripción de la estrategia</b>	<p>El restaurante puede desarrollar una plataforma de pedidos en línea que permita a los clientes personalizar su pedido desde un menú diversificado y creativo. Esta estrategia capitaliza la oportunidad de mejorar la gestión del inventario y eficiencia operativa al implementar un sistema que no solo facilita la toma de pedidos, sino que también proporciona datos valiosos sobre las preferencias de los clientes y las tendencias de consumo.</p> <p>Esta plataforma no solo reducirá las demoras al ofrecer un menú personalizado con ingredientes disponibles, sino que también mejorará la planificación de compras al recopilar información en tiempo real sobre la demanda de productos específicos. Además, el restaurante puede integrar ofertas exclusivas y promociones para los pedidos en línea, fortaleciendo la estrategia de marketing y destacándose en el mercado gastronómico.</p> <p>Esta estrategia no solo optimiza la gestión del inventario y la atención al cliente, sino que también alinea al restaurante con las tendencias actuales de consumo centradas en experiencias personalizadas y conveniencia.</p>																																																																										
<b>b) Programa estratégico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis Profundo de Requerimientos y socios clave.</li> <li>- Establecer los sistemas a utilizar</li> <li>- Implementación de plataformas y base de datos</li> <li>- Seguimiento, actualización y mantenimiento</li> </ul>																																																																										
<b>c) Responsable</b>	Gerente general: Jorge Joel Garcia Garcia																																																																										
<b>d) Recursos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos humanos.</li> <li>- Bienes y materiales</li> </ul>																																																																										
<b>e) Tiempo</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">PERIODOS ACTIVIDADES</th> <th colspan="4">Enero</th> <th colspan="4">Febrero</th> <th colspan="4">Marzo</th> <th colspan="4">Abril</th> <th colspan="4">Mayo</th> <th colspan="4">Junio</th> </tr> <tr> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Análisis Profundo de Requerimientos y socios clave.</td> <td style="background-color: #8B4513;"></td><td style="background-color: #8B4513;"></td><td style="background-color: #8B4513;"></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>	PERIODOS ACTIVIDADES	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1. Análisis Profundo de Requerimientos y socios clave.																								
PERIODOS ACTIVIDADES	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio																																																						
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4																																																			
1. Análisis Profundo de Requerimientos y socios clave.																																																																											

	2. Es ta bl ec er los sis te m as a util iza r																												
	3. Im pl e m en ta ció n de pl at af or m as y ba se de da to s																												
	4. Segu mient o, actua lizació n y mant enimie nto																												
<b>f) Presupuesto</b>	<b>Materiales principales</b>																												
	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Costo total</b>																									
	Software de Desarrollo de Plataformas.	1 licencia del software	S/. 3,000. 00	S/. 3,000. 00																									
	Sistema de Gestión de Base de Datos	1 sistema de gestión de bases de datos	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00																									

	Dispositivos y Equipamiento para Procesamiento de Pedidos	5 tabletas para el personal	S/. 600.00	S/. 3,000.00		
		2 terminales de punto de venta (POS) para la cocina.	S/.1,000.00	S/. 2,000.00		
				<b>S/. 11,000.00</b>		
	<b>Honorarios</b>					
	<b>Descripción</b>	<b>Cant.</b>	<b>Horas</b>	<b>Sesiones</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
	Desarrollador de Software o Ingeniero de Software	01	5 horas	8	S/. 800.00	<b>S/. 6,400.00</b>
- Presupuesto total de <b>S/.17, 400.00</b>						
<b>g) Viabilidad</b>	Es viable debido a su capacidad para mejorar la experiencia del cliente, aumentar la eficiencia operativa y adaptarse a las tendencias del mercado. Al permitir la personalización de pedidos, se mejora la satisfacción del cliente y se establece una diferenciación competitiva. La eficiencia operativa se ve favorecida al reducir los tiempos de espera y optimizar la gestión de inventario. La recopilación de datos a través de la plataforma proporciona oportunidades para análisis y mejoras continuas, mientras que las opciones de marketing digital y promociones pueden impulsar ingresos adicionales. En conjunto, esta estrategia representa una innovación tanto en la experiencia del cliente como en las operaciones del restaurante, lo que contribuye a su viabilidad y potencial éxito a largo plazo.					
<b>h) Mecanismos de control</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Monitoreo Continuo de la Experiencia del Cliente.</li> <li>- Análisis de Datos y Rendimiento Operativo.</li> <li>- Seguridad y Protección de Datos.</li> </ul>					

<b>ESTRATEGIA FA: Implementar Programas de Capacitación Continua en Gestión de Inventarios.</b>	
<b>a) Descripción de la estrategia</b>	<p>Se puede implementar un programa de capacitación continua para el personal en gestión de inventarios. Este programa abordará temas como la amenaza de pérdida de clientes debido a la falta de gestión del inventario, al garantizar que todos los colaboradores comprendan la importancia de la eficiente administración de existencias.</p> <p>La capacitación no solo debe incluir el conocimiento teórico sobre las mejores prácticas en gestión de inventarios, sino también la aplicación práctica en situaciones del día a día del restaurante. Al mejorar la conciencia y habilidades del personal en esta área, se reducirán las demoras en la atención al cliente y se optimizarán los procesos de compra, contribuyendo a la fidelización del cliente y mejorando la eficiencia operativa.</p>
<b>b) Programa estratégico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluación de Necesidades de Capacitación</li> <li>- Diseño del Programa de Capacitación</li> <li>- Implementación del Programa de Capacitación</li> <li>- Evaluación y Seguimiento Post-Capacitación</li> </ul>
<b>c) Responsable</b>	Gerente general: Jorge Joel Garcia Garcia
<b>d) Recursos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos humanos</li> <li>- Bienes y materiales</li> </ul>

	PERI ODO S ACTI VIDA DES	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio														
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4											
		e)Tiempo	1. Eva luac ión de Nec esid ade s de Cap acit ació n																																	
2. Dis eño del Pro gra ma de Cap acit ació n																																				
3. Imple entaci ón del Progra ma de Capac itación																																				
4. Eval uaci ón y Seg uimi ento Post - Cap acit ació n																																				
f) Presupuesto	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Materiales principales</th> </tr> <tr> <th>Descripción</th> <th>Cantidad</th> <th>Precio unitario</th> <th>Costo total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Manuales de Gestión de Inventarios</td> <td>25 manuales</td> <td>S/. 5.00</td> <td>S/. 125.00</td> </tr> </tbody> </table>																								Materiales principales				Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total	Manuales de Gestión de Inventarios	25 manuales	S/. 5.00	S/. 125.00
Materiales principales																																				
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total																																	
Manuales de Gestión de Inventarios	25 manuales	S/. 5.00	S/. 125.00																																	



	Material audiovisual Interactivo	-	-	-	
					<b>S/. 125.00</b>
	<b>Honorarios</b>				
	<b>Descripción</b>	<b>Cant.</b>	<b>Horas</b>	<b>Sesiones</b>	<b>Costo unitario</b>
	Consultor en Logística y Gestión de Inventarios	01	3	8	S/. 300
					<b>S/. 2, 400.00</b>
	- Presupuesto total de <b>S/. 2, 525.00</b>				
<b>g) Viabilidad</b>	Es viable debido a su capacidad para fortalecer las habilidades del personal, mejorar la eficiencia operativa y reducir los errores en la gestión de inventarios. Al proporcionar formación específica sobre procesos, tecnologías y mejores prácticas, se espera un impacto positivo en la capacidad del personal para realizar una gestión efectiva de los inventarios				
<b>h) Mecanismos de control</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Auditorías de Procesos y Prácticas de Inventario.</li> <li>- Seguimiento de Indicadores Clave de Desempeño.</li> <li>- Encuestas de Satisfacción del Personal.</li> </ul>				

**ESTRATEGIA DO: Desarrollar Alianzas Estratégicas con Proveedores y Agricultores Locales**

<b>a) Descripción de la estrategia</b>	<p>Para superar la debilidad de la improvisación en las compras y mejorar la planificación, el restaurante puede establecer alianzas estratégicas con proveedores y agricultores locales. Al colaborar estrechamente con proveedores, el restaurante puede negociar acuerdos que aseguren un suministro constante de ingredientes frescos y reduzcan la necesidad de compras improvisadas.</p> <p>Esta estrategia no solo optimiza la gestión del inventario al mejorar la planificación de compras, sino que también contribuye a la sostenibilidad y la imagen del restaurante al apoyar a la comunidad local. Además, el restaurante podría destacar estas asociaciones en su estrategia de marketing, diferenciándose de la competencia y atrayendo a clientes que valoran el compromiso con proveedores locales.</p>
<b>b) Programa estratégico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de Proveedores y Agricultores Locales.</li> <li>- Diseño de Estrategias de Alianzas.</li> <li>- Implementación de Alianzas</li> <li>- Monitoreo y Evaluación Continua</li> </ul>
<b>c) Responsable</b>	Gerente general: Jorge Garcia Garcia
<b>d) Recursos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos humanos.</li> <li>- Materiales y bienes.</li> </ul>

	PERIODOS ACTIVIDADES	Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto																	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4														
e) Tiempo	1. Análisis de Proveedores y Agricultores Locales.																																						
	2. Diseño de Estrategias de Alianzas.																																						
	3. Implementación de Alianzas																																						
	4. Monitoreo y Evaluación Continua																																						
f) Presupuesto	<b>Materiales principales</b>																																						
	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>				<b>Precio unitario</b>				<b>Costo total</b>																													
	Contratos y Acuerdos Formales	4 juegos de contratos y acuerdos				S/. 50.00				S/. 200.00																													
	Material de Promoción Conjunta	100 folletos y etiquetas de productos				S/. 1.00				S/. 100.00																													
	Registro de Desempeño y Comunicación Continua	3 hojas de seguimiento				S/. 5.00				S/ 15.00																													
								<b>S/. 315.00</b>																															

<b>Honorarios</b>					
Descripción	Cant.	Horas	Sesiones	Costo unitario	Costo total
Especialista en Desarrollo de Cadenas de Suministro o Logística	01	5 horas	3	S/. 800.00	<b>S/. 2,400.00</b>
- Presupuesto total de <b>S/. 2,715.00</b>					
<b>g) Viabilidad</b>	<p>Es viable debido a su potencial para fortalecer la cadena de suministro del restaurante. Esta iniciativa no solo promovería la utilización de productos locales, fomentando el apoyo a la comunidad, sino que también podría mejorar la calidad de los insumos y garantizar un suministro más consistente.</p> <p>Al establecer alianzas sólidas con proveedores y agricultores locales, el restaurante podría beneficiarse de una mayor flexibilidad en la gestión de inventarios, reducir los costos asociados con la cadena de suministro y mejorar la eficiencia operativa. Además, esta estrategia podría generar un impacto positivo en la percepción de los clientes, al destacar la frescura y autenticidad de los ingredientes utilizados en los platillos.</p> <p>En términos financieros, la estrategia podría generar ahorros a largo plazo al reducir los costos de transporte y almacenamiento, así como al facilitar la negociación de términos favorables con proveedores locales. Sin embargo, para asegurar su éxito, es esencial realizar una cuidadosa selección de socios y mantener una comunicación efectiva para garantizar la consistencia en la calidad y el suministro.</p>				
<b>h) Mecanismos de control</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluación Continua de Proveedores y Agricultores.</li> <li>- Métricas de Desempeño en la Cadena de Abastecimiento.</li> <li>- Comentarios de los clientes.</li> </ul>				

<b>ESTRATEGIA DA: Implementar un Sistema de Monitoreo Continuo de Calidad en el Inventario</b>	
<b>a) Descripción de la estrategia</b>	<p>El restaurante puede implementar un sistema de monitoreo continuo de calidad en su inventario. Esto implica establecer protocolos estrictos para verificar la frescura y condiciones de los productos, así como la introducción de tecnologías como sensores de temperatura y fechas de caducidad en tiempo real.</p> <p>Esta estrategia no solo supera la debilidad de la falta de organización en el almacén, sino que también aborda la amenaza de la pérdida de calidad al garantizar que solo los ingredientes frescos y en óptimo estado estén disponibles para la preparación de platos. Además, este enfoque proactivo en la calidad puede convertirse en un punto de diferenciación en el mercado, demostrando el compromiso del restaurante con la excelencia en sus productos.</p>
<b>b) Programa estratégico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluación de Tecnologías de Monitoreo de Inventario.</li> <li>- Diseño e Implementación del Sistema de Monitoreo.</li> <li>- Desarrollo de Protocolos de Calidad</li> <li>- Implementación Piloto y Ajustes</li> </ul>
<b>c) Responsable</b>	Gerente general: Jorge Joel Garcia Garcia
<b>d) Recursos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos humanos.</li> <li>- Materiales y bienes.</li> </ul>

	PERIODOS ACTIVIDADES	Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
		e) Tiempo	1. Evaluación de Tecnologías de Monitoreo de Inventarios.																							
	2. Diseño e Implementación del Sistema de Monitoreo																									
	3. Desarrollo de Protocolos de Calidad																									
	4. Implementación Piloto y Ajustes																									
f) Presupuesto	<b>Materiales principales</b>																									
	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>				<b>Precio unitario</b>				<b>Costo total</b>																
	Software de Gestión de Inventario con Funciones de Monitoreo	01 licencia de software				S/. 1,500.00				S/. 1,500.00																

	Continuo de Calidad				
	Dispositivos de Escaneo de Códigos de Barras y Sensores de Calidad:	5 dispositivos de escaneo y 5 sensores	S/. 800.00		S/. 4,000.00
	Material de Capacitación para el Personal	20 conjunto de materiales de capacitación (manuales, guías, material interactivo)	S/. 10.00		S/. 200.00
					<b>S/. 5,700.00</b>
	<b>Honorarios</b>				
	<b>Descripción</b>	<b>Cant.</b>	<b>Horas</b>	<b>Sesiones (meses)</b>	<b>Costo unitario</b>
	Consultor en Tecnologías de la Información especializado en Sistemas de Gestión de Inventario y Calidad.	01	8 horas	6	S/. 800.00
					<b>S/. 4,800.00</b>
	- Presupuesto total de <b>S/. 10,500.00</b>				
<b>g) Viabilidad</b>	<p>Al asegurar una calidad constante de los productos, se minimiza el riesgo de pérdidas por productos vencidos o en mal estado, optimizando así los costos operativos y mejorando la eficiencia global de materia prima. Además, este enfoque proactivo no solo impacta positivamente en la experiencia del cliente al garantizar la disponibilidad y frescura de los productos, sino que también contribuye al cumplimiento normativo y de salud, fortaleciendo la reputación del establecimiento. La viabilidad se sustenta en la disponibilidad tecnológica para implementar soluciones de monitoreo de calidad adaptadas a las necesidades específicas del restaurante, lo que, en conjunto, posiciona al negocio para mejorar su competitividad en el sector gastronómico.</p>				
<b>h) Mecanismos de control</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Auditorías Independientes Ocasionales</li> <li>- Simulacros de Emergencia de Calidad</li> <li>- Comentarios del personal.</li> <li>- Revisiones de Datos y Registros.</li> </ul>				