**INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

**MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN**

**Tipo de investigación**

**Estudios Correlacionales:**

**Estudiamos las relaciones entre variables dependientes e independientes. En este caso las variables de nuestra investigación Influencia del BI (Variable independiente) para la toma de decisiones (Variable dependiente).**

**Estudios Explicativos:**

Este tipo de estudio busca el porqué de los hechos, estableciendo relaciones de causa - efecto. Así pudimos observar como es el funcionamiento de la empresa a la hora de efectuar sus procesos en la atención al cliente.

﻿**Investigación Técnica:**

Estuvo basado en la revisión de informes existentes en el bar, como fuentes de información que se posee. Tales como son las bases de datos o boletas, asimismo la documentación.

|  |
| --- |
| **Investigación Preliminar: Datos generales de la Empresa** |
| **Razón Social:** SYVA Licorería SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONS. LIMITADA. |
| **Tipo Empresa**: Soc. Corn. Respons - Ltda. |
| **Nombre Comercial:** Bar (Osiris). |
| **Nombre del Propietario(a):** Linda Diana Vizcarra. |
| **RUC:** 20248454753. |
| **Teléfono:** +51 997 258 726. |
| **Dirección:** Jr. Honestidad 7935. Pro - Los Olivos. |
| **Actividad Comercial:** Licorería. |
| **Tipo de Empresa:** Sociedad anónima cerrada. |
| **Condición:** Activo. |

**Diseño de investigación:**

Usaremos la **investigación no experimental** ya que pretendemos obtener datos para usarla como información a estudiar durante la investigación sin forzar una determinada respuesta. Asimismo la investigación no experimental es de tipo **transeccional**.

**Población y muestra:**

El ámbito geográfico de la población de estudio en nuestra investigación está determinado principalmente por personas que viven en **Lima Norte** ya que en todo el Perú hay alrededor de 9 millones 904 mil 727 habitantes. En Lima Norte hay alrededor de **2,476,181.75** habitantes que equivalen a un **25.5%** estimado por el Dr. Aníbal Sánchez Aguilar (INEI, 2016). La población está compuesta por clientes asiduos y que suelen ir de forma frecuente al negocio así mismo los trabajadores que han consumido alguna vez en la empresa Osiris (bar). La zona de estudio se encuentra en los alrededores de la empresa localizada en Jr. Honestidad 7935. Pro - Los Olivos. Las edades de la población estudiada fluctúan en su mayoría a personas entre 22 y 32 años, pero cabe recalcar que el estudio fue realizado a personas de 18 años en adelante.

**La muestra final estuvo constituida por 30 personas de una población de 100 personas.**

**Tipo de muestreo:**

El tipo de muestreo a usar será de forma **aleatoria simple** ya que facilitará la elección de los datos recolectados durante el uso del instrumento de investigación.

**Criterios de inclusión:**

· Ambos sexos.

· De 18 años en adelante.

· Horario de consumo entre tarde y noche.

· Que deseen aportar su opinión.

· Que deseen formar parte de la investigación a realizar.

**Instrumento de recolección de datos:**

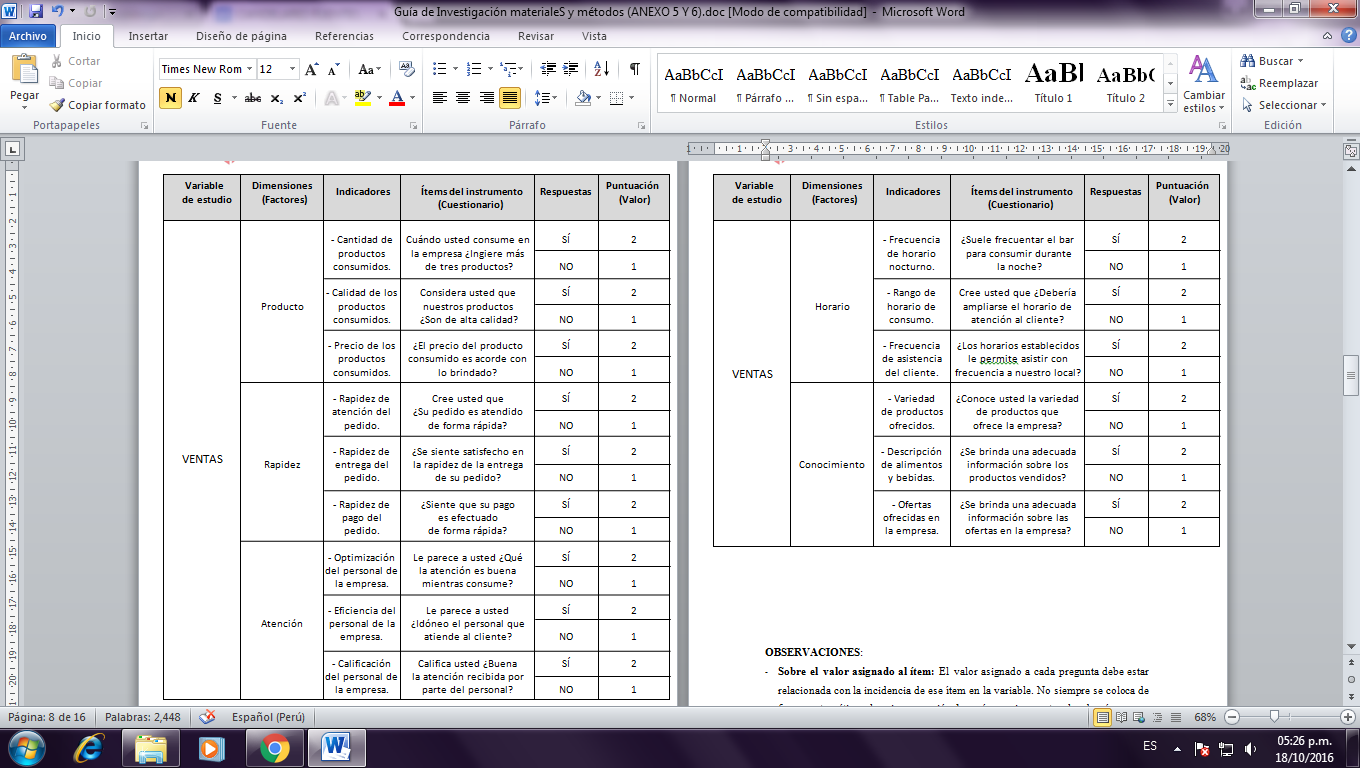
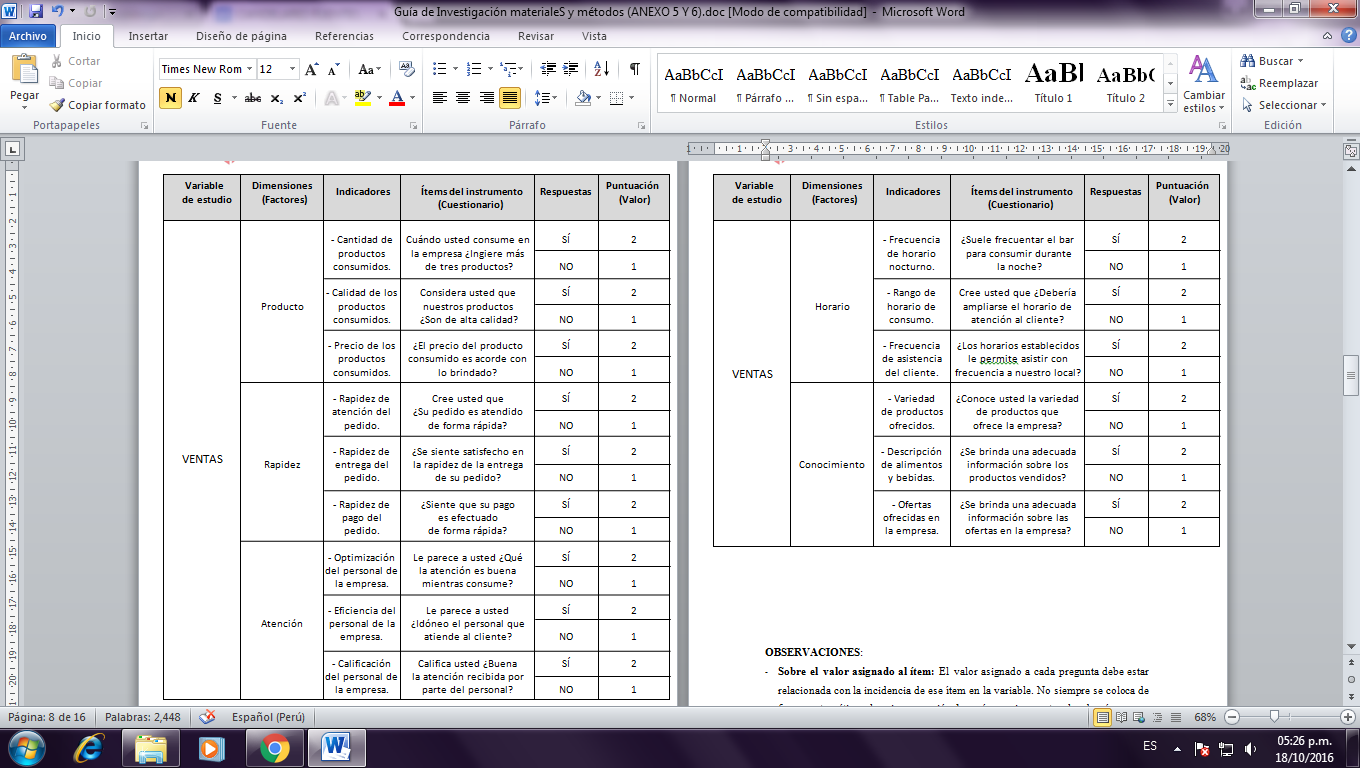
Es la herramienta utilizada por el investigador para recolectar la información de la muestra seleccionada y poder resolver el problema de la investigación, esto facilita resolver el problema a investigar. Los instrumentos están compuestos por escalas de medición.

**El instrumento a utilizar en esta investigación será el uso de una encuesta para así poder recolectar datos necesarios sobre las preferencias de los clientes y poder realizar a posterior un adecuado Business Intelligence en la empresa Osiris (Bar).**

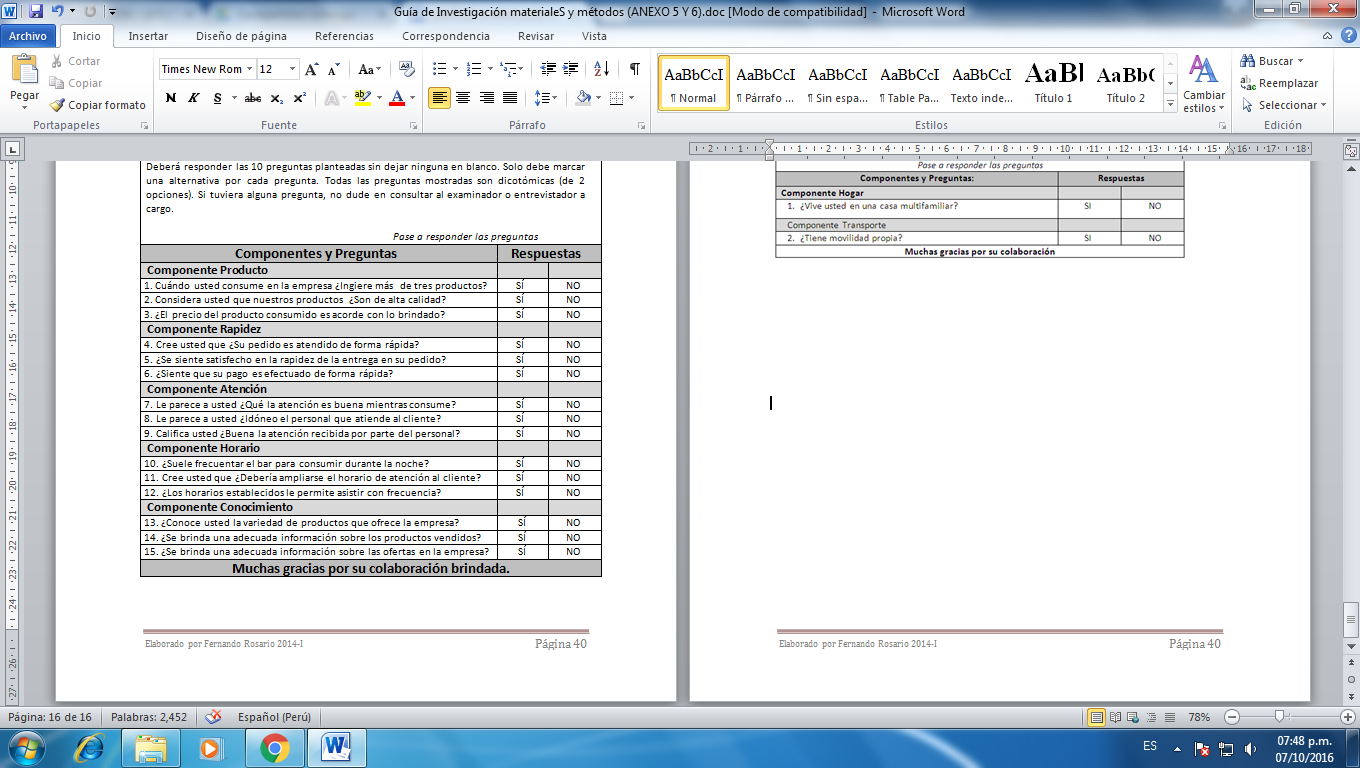
Según, M. GARCÍA, Ferrando, "prácticamente todo fenómeno social puede ser estudiado a través de las encuestas."

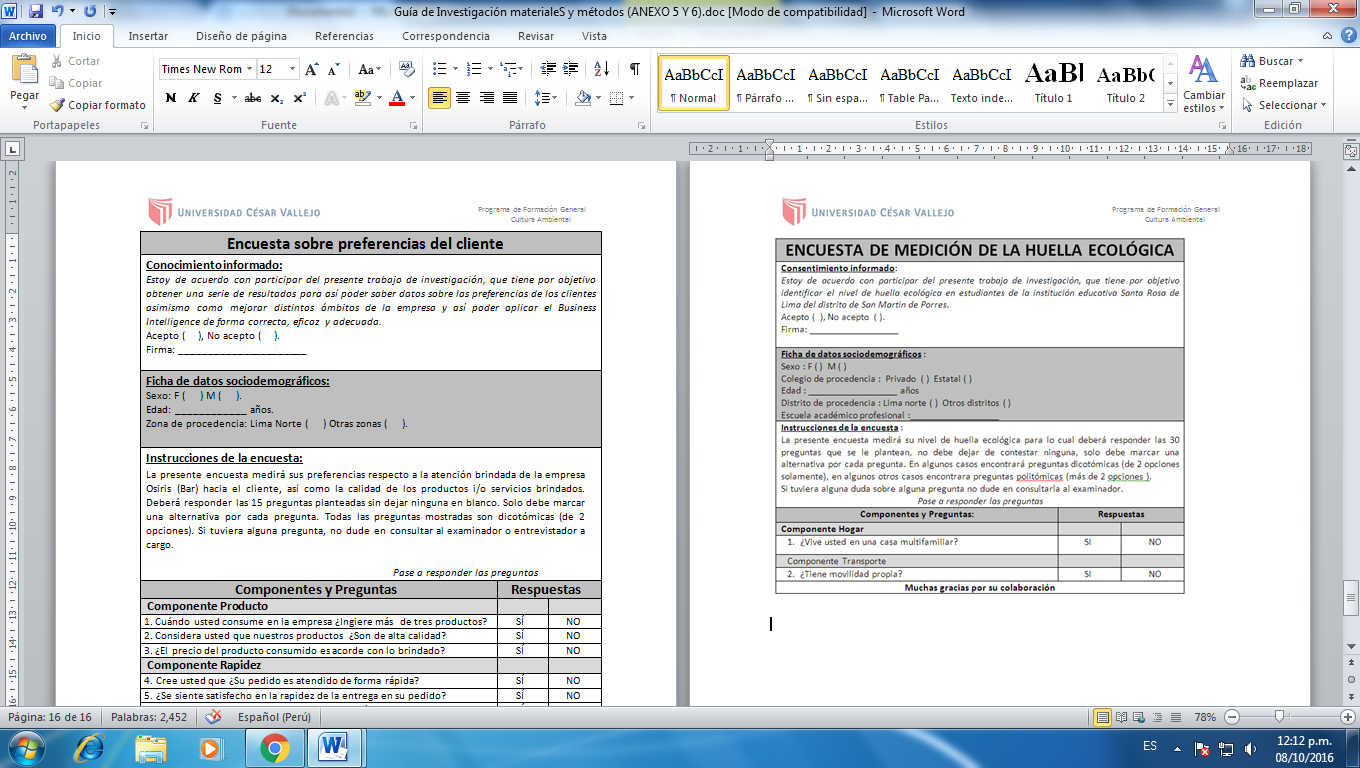
|  |  |
| --- | --- |
| **DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS** | |
| **Nombre original** | **Encuesta sobre preferencias del cliente.** |
| **Autor(es)** | Candelario Fuentes, Jhunino.  Córdova Urriola, José Williams.  Loayza Pérez, Wilber Ovet.  Monroy Álvarez, Jhonatan. |
| **Procedencia** | Perú. |
| **Año de elaboración** | 2016. |
| **Administración** | Individual o colectiva. |
| **Aplicación** | Adolescentes y adultos |
| **Componentes**  **del instrumento**  **a utilizar**  **en la**  **investigación** | El instrumento se divide en cinco componentes:  - Productos preferidos por el cliente.  - Calidad del producto.  - Calidad de atención al cliente.  - Preferencias de horarios de consumo.  - Conocimientos sobre productos brindados.    Además la encuesta nos brinda un puntaje total:  - Preferencias del cliente. |
| **Materiales** | Conocimiento informado, ficha de datos sociodemográficos, instrucciones de la encuesta, componentes y preguntas, respuestas y por último material de la encuesta brindada se hará uso de un breve agradecimiento. |
| **Número de ítems** | La encuesta tiene 15 ítems, correspondiente a 3 ítems por cada componente. |
| **Objetivo** | El objetivo de la encuesta es obtener una serie de resultados para así poder saber datos sobre las preferencias de los clientes asimismo como mejorar distintos ámbitos de la empresa y así poder aplicar el Business Intelligence de forma correcta, eficaz y adecuada. |

**Formato de instrumento de recolección de datos:**

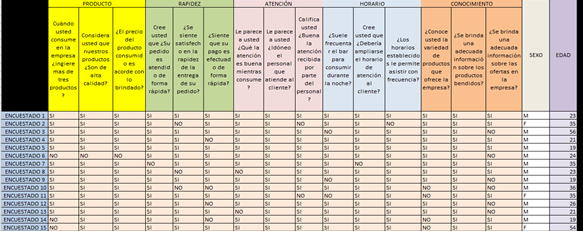
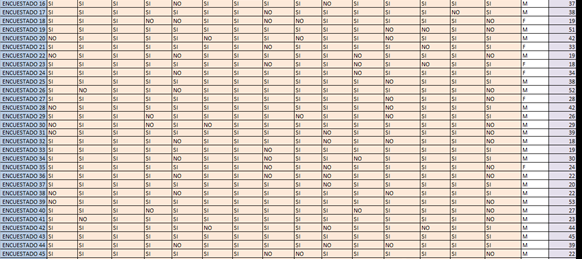


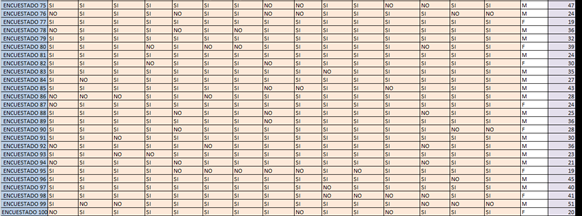
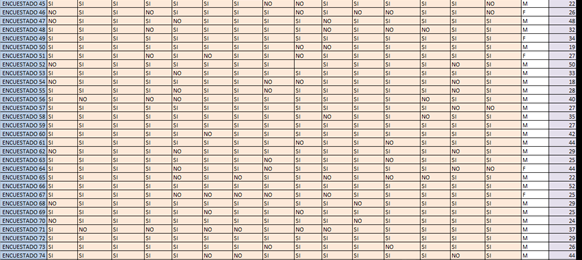
**Instrumento de recolección de datos finalizado:**





**Resultados del Instrumento de recolección de datos (Población):**



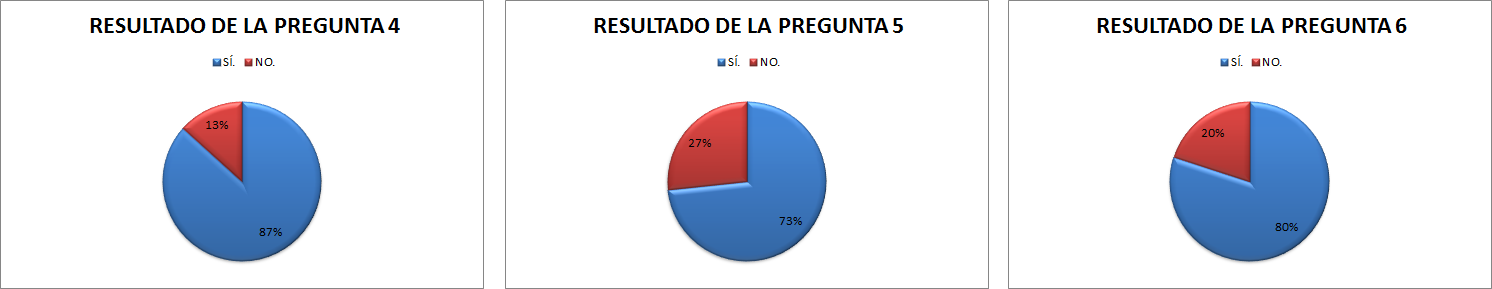


**Resultados del Instrumento de recolección de datos (Muestra):**

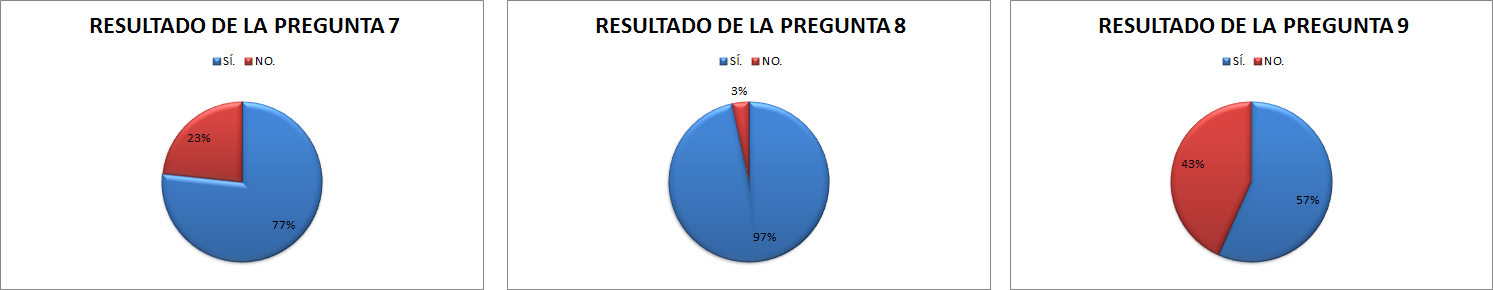
1. **COMPONENTE PRODUCTO:**



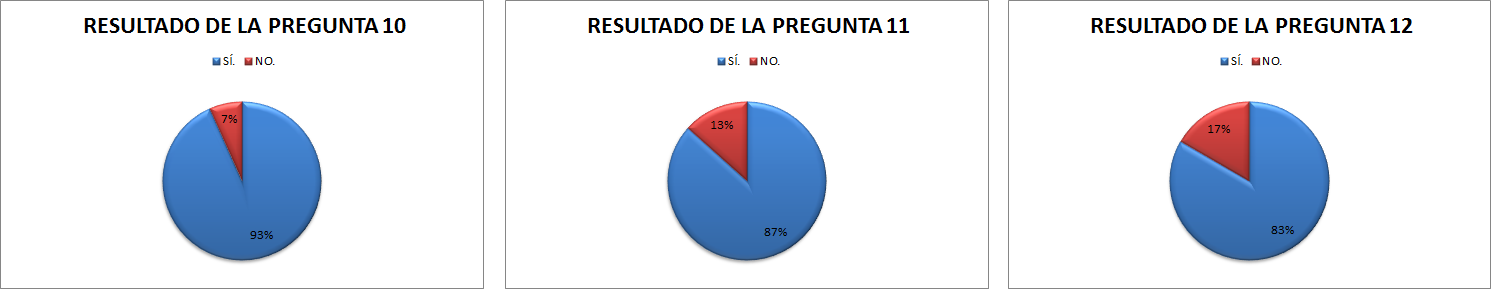
1. **COMPONENTE RAPIDEZ:**



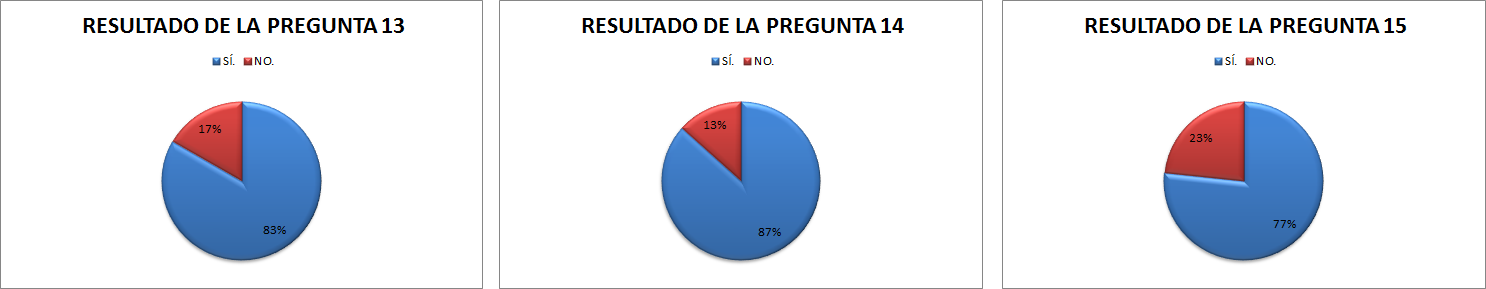
1. **COMPONENTE ATENCIÓN:**



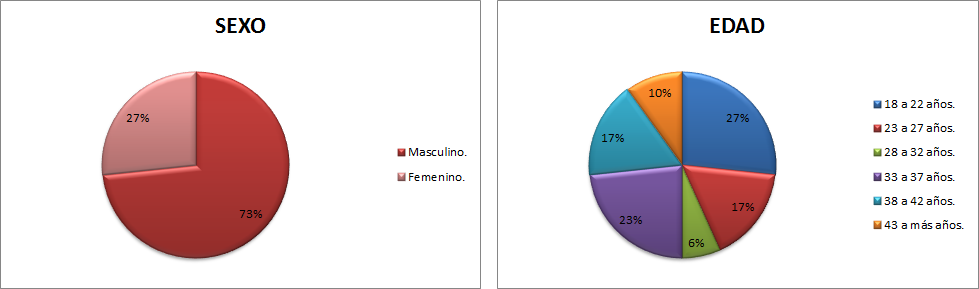
1. **COMPONENTE HORARIO:**



1. **COMPONENTE PRODUCTO:**



1. **INFORMACIÓN DE LOS ENCUESTADOS:**



**AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA**

**AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA**

**Referencias bibliográficas (ISO 690)**

· ALVAR, “La redacción lexicográfica asistida por ordenador: dificultades y deseos”, 1998, en I. Ahumada (ed.), Diccionarios e informática: lecciones del III Seminario de lexicografía Hispánica (Jaén, 26 al 28 de noviembre de 1997), Jaén: Universidad de Jaén, págs. 3-22.

Arribas Urrutia, Amaia. “*La Importancia de la Comunicación Interna en la Empresa”*. En Revista Latina de Comunicación Social. Número 27. Marzo de 2000.p.6

ISSN 1473-6004

· AMASIFEN Amasifuen Hugo Luis, PEZO Linares José Luis Johnson, SÁNCHEZ Tuanama Dan Robert. Tesis de diseño e implementación de un sistema de ventas [en línea]. [Fecha de consulta: 2012]. Disponible en:<http://www.academia.edu/7646133/TESIS_DE_DISENO_E_IMPLEMENTACION_DE_UN_SISTEMA_DE_VENTAS>

· FLEITMAN Jack. Reseña del libro. Cómo empezar una empresa exitosa [en línea]. [Fecha de consulta: 18 Enero 2011]. Disponible en:<http://www.gestiopolis.com/libro-como-empezar-una-empresa-exitosa/>

· HUGHES, MCKEE, SINGLER. Administración de ventas**:** un enfoque de orientación profesional [en línea]. [Fecha de consulta: 2000]. Disponible en:<https://books.google.com.pe/books/about/Administraci%C3%B3n_de_ventas.html?id=_2ACAAAACAAJ&redir_esc=y>

· KLEPPNER Otto, RUSSELL Thomas, LANE Ronald. Publicidad [en línea]. [Fecha de consulta: 1994]. Disponible en:<http://www.academia.edu/6323617/Russell_J._Thomas_et_al_-_Kleppner_publicidad_12a._edicion>

· KOTTELAT, Whitten. 1996. Freshwater fishes of Western Indonesia and Sulawesi: additions and corrections. Periplus Editions, Hong Kong.

· LAMB, HAIR, MC DANIEL, “Marketing” Cuarta Edición, 1998 Thompson editors. Estados Unidos.

· LUCAS, H C. (1983). *Conceptos de los sistemas de información para la administración.* México Mc Graw-Hill.

· MCDANIEL, GATES. Investigación de Mercados [en línea]. [Fecha de consulta: 2000]. Disponible en:<https://issuu.com/cengagelatam/docs/investigaci__n_de_mercados_mcdaniel>

· SENN James. Análisis y diseño de sistemas de información [en línea]. [Fecha de consulta: 2000]. Disponible en:<https://es.scribd.com/doc/227516753/Analisis-y-Diseno-de-Sistemas-de-Informacion-James-Senn-2da-Ed>

· ZUTA Imilce, WIESE Ana María. Una mype con calidad guía para entender y evaluar un sistema de gestión de la calidad [en línea]. [Fecha de consulta: 2009]. Disponible en: <http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/172/Guia_13_MYPE_Calidad_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

· LEVITT Theodore. The marketing Imagine [en línea]. [Fecha de consulta: 1986]. Disponible en:<https://books.google.com.pe/books?id=z3SQLRP6w3QC&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Theodore+Levitt%22&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiUqf235szPAhXJdx4KHeeDDP4Q6AEIKzAC#v=onepage&q&f=false>

· BONILLA Pastor Elsie. Gestión de costos de desechos y desperdicios en las mypes de la confección [en línea]. [Fecha de consulta: 2014]. Disponible en:<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:nvoXjWFmjXgJ:revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/download/11601/10395+&cd=4&hl=es&ct=clnk&gl=pe>

· CIBORRA, Claudio (2002). [*The duality of risk.*](http://eprints.lse.ac.uk/17910/) Risk and Regulation (4). p. 11.

· FLEITMAN Jack. Evaluación integral para implantar modelos de calidad: mayor eficiencia, mejor servicio, mayor competitividad y sector público y privado [en línea]. [Fecha de consulta: 18 Enero 2011]. Disponible en:<http://www.biblioeteca.com/biblioeteca.web/titulo/evaluacion-integral-para-implantar-modelos-de-calidad%3A-mayor-eficiencia%2C-mejor-servicio%2C-mayor-competitivad-y-sector-publico-y-privado>

· KENDALL Kenneth, KENDALL Julie. Análisis y diseño de sistemas [en línea]. [Fecha de consulta: 2005]. Disponible en:<https://luiscastellanos.files.wordpress.com/2014/02/analisis-y-disenio-de-sistemas-kendall-kendall.pdf>

· MURDICK Robert, ROSS Joel, CLAGGETT JAMES. “Information Systems for Modern Management”, PHI Publication, 3°Edition (2005).

· MCLEOD Raymond. Sistemas de información gerencial [en línea]. [Fecha de consulta: 2000]. Disponible en:<https://books.google.com.pe/books?id=zmnjBpmufKIC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>

· VILEMA Escudero María del Carmen. Implementación de un sistema de control de gestión empresarial basado en la metodología del balanced scorecard y gestión por procesos en una pymes comercial en la ciudad de Guayaquil durante el año 2007 [en línea]. [Fecha de consulta: 2007]. Disponible en:<http://www.espol.edu.ec/alumni/200106508/index.aspx>

· O’BRIEN. Los sistemas de información gerencial en las PYME’s en el marco de la creación de un entorno de éxito en tiempos de crisis [en línea]. [Fecha de consulta: 2001]. Disponible en:<http://www.tecnologiahechapalabra.com/ciencia/miscelanea/articulo.asp?i=195>

· SCOTT, A. J. 1988. "Flexible production systems and regional development: the rise of new industrial spaces in North America and Europe"*. International Journal of Urban and Regional Research*, 12, 2, 171-187.