

ESCUELA MILITAR DE CHORRILLOS
“CORONEL FRANCISCO BOLOGNESI”



**Los precios de los artículos de los bazares de la Escuela Militar de
Chorrillos “Coronel Francisco Bolognesi”, Lima-2019**

**Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de Bachiller en
Ciencias Militares con mención en Administración**

Autoras

Anggie Aracely Adriano Adrianzen

Brunella Estefanny Cruz Pizarro

Lima - Perú

2020

DEDICATORIA

A nuestros queridos padres y seres que nos apoyaron, gracias a ellos somos capaces de alcanzar nuestras metas y lograr nuestros objetivos

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Militar de Chorrillos "EMCH" por haber sido y ser parte importantísima de nuestras vidas tanto en nuestra formación personal como profesional por todas las enseñanzas que nos ha brindado dentro como fuera de la escuela por todas las vivencias con mis compañeros, con mis promociones

INDICE

Caratula	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE DE TABLAS	VI
INDICE DE FIGURAS	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRACT	IX
INTRODUCCIÓN	X
CAPITULO I PROBLEMA DE INVESTIGACION	11
1.1. Planteamiento del problema	11
1.2. Formulación del problema.	11
1.2.1. Problema General	11
1.2.2. Problemas Específicos	12
1.3. Objetivos	12
1.3.1. Objetivo General	12
1.3.2. Objetivo Específicos	12
1.4 Justificación de la investigación	12
1.5. Limitaciones	13
1.6. Viabilidad	13
CAPITULO II MARCO TEORICO	14
2.1. Antecedentes	14
2.1.1. Antecedentes Internacionales	14
2.1.2. Antecedentes Nacionales	16
2.2 Bases teóricas.	19
2.2.1 El precio	19
2.2.2. Satisfacción del cliente	23
2.3. Definición de términos	24
2.4 Variables	26
2.4.1 Definición conceptual	26
2.4.2 Definición Operacional	27
CAPÍTULO III METODOLÓGÍA	29
3.1 Enfoque	29
3.2 Tipo	29

3.3 Diseño	29
3.4 Método	29
3.5 Población y muestra	30
3.5.1. Población	30
3.5.1. Muestra	30
3.6 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos	30
3.7 Validez y confiabilidad del instrumento	31
3.8 Procedimientos de análisis de datos	32
3.9 Aspectos éticos	32
CAPÍTULO IV RESULTADOS	33
4.1. Descripción e interpretación	33
4.2. Discusión	41
CONCLUSIONES	42
RECOMENDACIONES	43
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44
ANEXOS	46
Anexo 1: Matriz de consistencia	47
Anexo 2: Instrumento de recolección	49
Anexo 3: Base de datos	52
Anexo 5: Validación del instrumento por expertos	56
Anexo 5: Constancia de entidad donde se efectuó la investigación	60
Anexo 6: Compromiso de autenticidad del instrumento	62
Anexo 7: Asesor y miembro del jurado	64
Anexo 8: Compromiso ético, declaración jurada de autoría, autenticidad y no plagio	66
Anexo 9: Certificado turniting	69
Anexo 10: Acta de sustención de tesis	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Operacionalización de la variable	30
Tabla 2	Distribución de la población según el arma de los cadetes de tercer año	32
Tabla 3	Frecuencia sobre los artículos que proporcionan los bazares	35
Tabla 4	Frecuencia sobre la calidad de los artículos de los bazares de la EMCH	36
Tabla 5	Frecuencia sobre los precios de los artículos en los bazares de la EMCH	37
Tabla 6	Frecuencia sobre el precio de los bazares de la EMCH	38
Tabla 7	Frecuencias sobre el incremento de los precios en los bazares en ceremonias	39
Tabla 8	Frecuencia sobre inflación en los precios de los bazares para generar mayor ganancia	40
Tabla 9	Frecuencia sobre la afectación de la economía del cadete por el incremento de precios en los bazares	41
Tabla 10	Frecuencia sobre el mejoramiento de la economía del cadete en caso mejoren los precios de los bazares	42

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	Artículos que ofrecen los bazares	35
Figura 2	Calidad de los artículos que ofrecen los bazares	36
Figura 3	Incremento de los precios de los bazares de la EMCH	37
Figura 4	Precio de los bazares de la EMCH	38
Figura 5	Incremento de precios en los bazares en las ceremonias	39
Figura 6	Inflación de precios en los bazares para generar mayor ganancia	40
Figura 7	Afectación de la economía por incrementos en el precio de los bazares.	41
Figura 8	Mejoramiento de la economía del cadete en caso mejoren los precios de los bazares	42

RESUMEN

La investigación hace referencia a los precios de los artículos de los bazares de la Escuela Militar de Chorrillos “Coronel Francisco Bolognesi”, El objetivo de la presente investigación fue describir los precios de los bazares de la Escuela Militar De Chorrillos.

Se tomó como población de estudio a un total de 96 cadetes del tercer año, el tipo de investigación fue la básica, dado que se buscó la ampliación del conocimiento existente. En cuando al diseño de la investigación, esta fue no experimental transversal, debido a que se analiza y observa a la variable es su estado natural, sin producir ninguna alteración. Además, la recolección de los datos se llevó a cabo en un solo momento. Las preguntas fueron cerradas y sus resultados fueron procesados mediante el SPSS.

Como producto de este trabajo se obtuvo importantes como conclusiones que los bazares han incrementado sus precios en los últimos años y que, adicional a ello, incrementan sus precios en forma eventual tomando en consideración las actividades de los cadetes. Por ello, a manera se recomendación se sugiere que la EMCH asuma su responsabilidad realizando controles e inspecciones eventuales y programadas a estos establecimientos, con la finalidad de identificar el incremento de precios y negociar con los bazares posibles precios máximos y mínimos.

Palabras clave: control de precios, cadetes de la Escuela Militar de Chorrillos “Coronel Francisco Bolognesi”, artículos y bazares.

ABSTRACT

The investigation refers to the prices of the items in the bazaars of the Military School of Chorrillos "Coronel Francisco Bolognesi", The objective of the present investigation was to describe the prices of the bazaars of the Escuela Militar De Chorrillos.

A total of 96 cadets from the third year were taken as the study population, the type of research used was descriptive with a non-experimental design of a transactional nature, for the data collection a designed survey was used, which consists of 12 items, which were built based on the study variable, its dimensions and indicators, to then be processed with the SPSS statistical package and obtain consistent results in tables and figures from the surveys applied to the population.

As a product of this work, important conclusions were obtained that the bazaars have increased their prices in recent years and that, in addition to this, they eventually increase their prices taking into account the activities of the cadets. Therefore, as a recommendation, it is suggested that the EMCH assume its responsibility by carrying out eventual and scheduled controls and inspections of these establishments, in order to identify the price increase and negotiate with the bazaars possible maximum and minimum prices.

Keywords: price control, cadets of the Chorrillos Military School "Colonel Francisco Bolognesi", articles and bazaars

INTRODUCCIÓN

La presente tesis se realizó para optar el título de Licenciado en Ciencias Militares la cual se denomina Los precios en los artículos de los bazares de la Escuela Militar De Chorrillos “Coronel Francisco Bolognesi”, Lima-2019 y surge como análisis al entorno en el cual estudiamos y laboramos como miembros de esta institución, según el esquema que se ha seguido, todo esto acerca de los diversos precios de los diversos artículos vendidos en los bazares, ya que en los últimos años se ha visto el aumento desmesurado del valor monetario de los mismos, generando diversos problemas en los cadetes, abarca cuatro capítulos que desarrollados metodológicamente nos lleva hacia conclusiones importantes.

En el primer capítulo de este trabajo de investigación, se muestra la situación problemática que fue objeto de análisis, asimismo se evidencia las limitaciones que se presentaron para elaborar esta investigación.

En el segundo capítulo de esta investigación, muestra el resultado de una revisión bibliográfica, evidenciado a través de los antecedentes y las bases teóricas.

En el tercer capítulo de esta investigación, se evidencia el proceso metodológico que se siguió para desarrollar este trabajo, partiendo por la explicación del enfoque utilizado, el tipo de investigación y el diseño empleado.

En el cuarto capítulo de esta investigación, se muestran los resultados de esta investigación, a través de tablas de frecuencia y gráfico de barras. Por último, en función a los resultados, se han planteado las conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO I PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1. Planteamiento del problema

La Escuela Militar de Chorrillos “Coronel Francisco Bolognesi” es una institución educativa de nivel universitario, que tiene a cargo la formación profesional en ciencias militares, de los futuros oficiales del Ejército del Perú (Escuela Militar de Chorrillos " Coronel Francisco Bolognesi", 2019). Sin embargo a través de los años esta institución no sólo se preocupa por formar cadetes líderes de alta competitividad con nivel universitario sino también por la economía de los cadetes y como administran su dinero dentro y fuera de la misma, en ese sentido, la EMCH, integrante de la organización militar y con el objetivo de generar bienestar en su personal, ha autorizado el funcionamiento de establecimientos comerciales denominado “bazar”, los cuales son establecimientos en el que se venden gran diversidad de productos, como indumentarias para el uso de cadetes, artículos de limpieza, papelería, entre otros; estos a su vez tienen un tarifario establecido, que por las críticas y la economía de los cadetes no están siendo respetados siendo este el problema , ya que en los últimos años se ha visto que los bazares han elevado los precios de los artículos desmesuradamente, incluso en algunas ocasiones donde el cadete lo necesita (revistas, fiesta patrias y otro tipo de eventos y necesidades que genera el cadete). Además de la falta de adecuada tanto atención hacia los cadetes, generando la desafección de sus usuarios, que en el caso particular son los cadetes de la Escuela Militar, es por ello que damos paso al desarrollo de esta investigación y que sirva como base de estudio para otros bazares en muchas instituciones militares, de los costos de los artículos en sus bazares.

1.2. Formulación del problema.

1.2.1. Problema General

¿Cuáles son los precios de los artículos de los bazares de la Escuela Militar De Chorrillos “Coronel Francisco Bolognesi”, Lima-2019?

1.2.2. Problemas Específicos

¿Cuáles son las causas para el incremento de precios de los artículos de los bazares de la Escuela Militar De Chorrillos “Coronel Francisco Bolognesi”, 2019?

¿Cómo afecta el incremento de precios a los cadetes de la Escuela Militar de Chorrillos “Coronel Francisco Bolognesi”, 2019?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Determinar cómo son los precios de los artículos de los bazares de la Escuela Militar De Chorrillos “Coronel Francisco Bolognesi”, Lima-2019.

1.3.2. Objetivo Específicos

Identificar las causas para el incremento de precios de los artículos de los bazares de la Escuela Militar De Chorrillos “Coronel Francisco Bolognesi”, Lima-2019

Describir cómo afectan los precios de los bazares a los cadetes tercer año de la Escuela Militar de Chorrillos “Coronel Francisco Bolognesi”

1.4 Justificación de la investigación

La presente investigación es importante porque muestra como los cadetes del servicio de intendencia con mención en administración de negocios contribuiremos a realizar estudios contables, siendo de vital importancia para el desarrollo de los futuros profesionales militares, Además de lograr la optimización de los costos en beneficio de los cadetes de la Escuela Militar de Chorrillos, con la finalidad verificar el precio adecuado y correcto de cada artículo que se venden en los bazares sin adulterar o elevar los costos ocasionando la inflación e hiperinflación, además de generar un malestar no sólo en la economía de los cadetes del tercer año de la Escuela Militar; sino del total de cadetes que estudia dentro de esta honorable institución

1.5. Limitaciones

En el desarrollo de la presente investigación, nos hemos encontrado con las siguientes limitaciones, las cuales estarán consideradas de acuerdo a 3 puntos que se pasarán a explicar:

- El factor tiempo se constituye en una grave dificultad para realizar el estudio y se convierte en una limitante por las diversas actividades académicas de la institución.
- En cuanto a los recursos económicos, se evidenció dado que los cadetes no perciben una remuneración mensual.
- En cuanto al aspecto metodológicos, en sus diferentes niveles, obliga al empleo de una metodología que demanda ser conducida de manera gradual o secuencial en tiempo y espacio, para lo cual se convirtió en un obstáculo; sin embargo, gracias a las indicaciones y conducción de nuestro asesor, así como del compromiso personal y profesional de nuestro grupo de trabajo; fue superado.

1.6. Viabilidad

La elaboración de este trabajo fue viable porque contó con el apoyo de los profesores y asesores, con bibliografía y se tiene acceso a nuestra muestra (cadetes de la EMCH), además de aportar significativamente en el control de costos en los bazares de la escuela y así mejorar la economía de todos los cadetes, generando un costo unitario en los costos en los artículos vendidos dentro de la Escuela Militar de Chorrillos.

CAPITULO II MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes Internacionales

García, L. (2005), en la investigación titulada *Diseño de la estructura de costos del departamento de alimentos y bebidas del Hotel Luciano Junior C.A. Maturín Estado Monagas, para el ejercicio económico 2004*. Tuvo como objetivo principal abastecer a la organización de una estimación lógica, con mención a los costos que se generan a partir de su actividad principal aplicando labores y técnicas de supervisión que aplica el centro de costos, que van desde la obtención, almacenamiento hasta la venta. Dando lugar así al diseño de la estructura de Costos y presupuestos para el Departamento de Alimentos y Bebidas que se empleara para el Hotel Luciano Junior C.A, que se encuentra localizado en Maturín, Estado Monagas. La conclusión que se llegó a dar en este estudio fue: Uno de sus principales lineamientos es el de examinar y analizar de forma rigurosa el sistema de control de costos para el establecimiento de alimentos y bebidas del Hotel Luciano. Afirma que la supervisión de costos es uno de los factores más problemáticos de los cuales las empresas deben hacer frente para llegar a alcanzar los objetivos propuestos y planteados. Por ello el autor tiene como fin el de implementar el esquema de elaboración y sustentación de costos y presupuestos para el departamento de alimentos y bebidas del Hotel con el fin de dotar a la organización de una estimación promedio y exacta de costos, para lo cual generó las siguientes sugerencias: elaborar un manual de estándares donde se evidencia y se proporcione los rasgos del análisis de costos para poder así estimar un adecuado costo por el servicio que se efectúa.

Sánchez, P. (2018) realiza una investigación sobre *Precios de transferencia: análisis de la compañía CEMEX COLOMBIA S.A con sus empresas vinculadas en el exterior, celebradas en el intervalo efectuado entre el 1º de enero al 31 de diciembre del mismo año 2016*, cuyo objetivo fue evaluar el principio de plena competencia establecido en el Estatuto Tributario Colombiano; este estudio está

basado en criterios que se encuentran en conformidad con las disposiciones legales que regulan los precios de transferencia contenida principalmente en los artículos 260-1 a 260-11 del estatuto Tributario, decreto reglamentario 3030 del 27 de diciembre de 2013, así como la ley 1819 de Diciembre de 2016 artículo 108 y las guías en función de precios de transacciones aplicables a empresas que laboran en todo el mundo y administraciones tributarias efectuadas y aprobadas por el (OCDE). Se concluyó que el vínculo económico se relacionó con los precios de transferencia los cuales una empresa lo vende o compra bienes materiales e inmateriales o servicios públicos y privados, buscando una relación o control económico que otorguen la posibilidad repercutir en la consolidación de un precio para las transacciones que se efectúen.

Langerfeldt, S. (2014) realiza el estudio sobre *precios para los productos de un establecimiento de venta de víveres utilizando sucesiones de tiempo*, cuyo objetivo es delimitar los precios por categoría en un establecimiento de venta de víveres. La metodología se basa en una predicción de un modelo de oferta y demanda combinando sucesiones de tiempo con variables externas explicativas. Estas consisten en los precios de los productos fijados que son propios, de productos de competidor y variables de control. Los resultados se emplean para dar solución a un problema de ajuste. Se trata de maximizar el ingreso en mediante los precios, incluyendo restricciones para obtener una solución viable y realizable para la industria. Se emplean cien semanas para ajustar el modelo y ocho para evaluarlo. El empleo de la estrategia permite recolectar información importante de la industria y el comportamiento de los las personas que consumen. Un desafío para poder optimizar de tal manera de obtener mejoras con variaciones de precio menores a las proyectadas. Como trabajo proyectado a futuro se proponer el estudio de la viabilidad económica y tomando en cuenta los beneficios, los costos y las limitaciones que pueden surgir al negociar con proveedores. Se concluye que un vector de precios mejora los ingresos y se observa en el análisis de sensibilidad que, aunque las restricciones sean más severas se seguirá obteniendo un resultado mejor que el inicial. Se obtiene una metodología que permite de manera indirecta una estimación de los precios demanda de los productos. Esto ayuda a la comprensión de los parámetros y permite obtener un resultado práctico para la toma de decisiones.

Galíndez, R. (2012) efectuó una investigación sobre *los costos de transferencia y sus consecuencias fiscales en los cálculos de entrada y salida de bienes materiales*, cuyo objetivo es interpretar los costos de operaciones establecido en la Ley de Impuesto sobre la Renta y sus consecuencias fiscales en las operaciones de salidas y entradas de mercancías de una empresa manufacturera. La característica de esta investigación fue de carácter documental de diseño descriptivo y de campo, se obtuvieron datos directamente de la realidad objetiva de la empresa, a través de entrevistas empleando consultas realizadas a bibliografías especializadas, leyes y al Internet. Se concluyó que las verificaciones de los precios permiten verificar que estos sean los que correspondan a los que rigen el mercado propio nacional y extranjero y en caso de que éstos irrumpen con las normas, se cuente con elementos que permita evitar, regular un efecto nocivo que tenga repercusión en el cumplimiento impositivo de los precios. A fin de lograr que el contribuyente con sus obligaciones tributarias ratificarse de dicho cumplimiento a través del procedimiento de configuración de los precios de transferencia.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Ejército del Perú (2013), elaboró una Directiva que norma el funcionamiento de las cafeterías y bazares en las instalaciones militares, con la finalidad de normar el funcionamiento y la prestación de servicios de las cafeterías y bazares, además de regular, controlar y evaluar la presentación, calidad de servicios y productos que expendan las cafeterías y bazares. En la mencionada directiva se establece que todos los bazares que funcionen en las instalaciones del Ejército deberán ser exclusivamente administradas por un concesionario, a quien se le otorgará la prestación de servicios en estricto cumplimiento a los lineamientos del Ejército. El objetivo de que existan bazares al interior de las instalaciones militares, es que deben de brindar bienestar al personal que se encuentran dentro de la unidad.

Saravia, N. (2018), en la investigación realizada sobre la *Propuesta de un Sistema de Control de Costos de Alimentos y Bebidas y su incidencia en la Gestión Empresarial de Restaurantes del Distrito de Los Olivos – Lima*

Metropolitana, año 2016 – 2017”; esta investigación propone el desarrollo de un “Sistema de control de costos de alimentos y bebidas”, y que muestre como esta incide en la gestión empresarial de un restaurante, específicamente trataremos de determinar políticas y normas dentro del área de alimentos y bebidas teniendo como finalidad el logro de un mejor desempeño, agilizar procesos y sobre todo optimizar costos influyendo de manera positiva en su gestión. Cuando se indaga a fondo la gestión del departamento de Alimentos y Bebidas en un restaurante, frecuentemente se encuentra la ausencia o errores en controles de costos que se pueden mejorar significativamente implementando un sistema de herramientas para el control de costos permanente, ocasionando con este proceso que se pueda optimizar recursos (alimentos y bebidas) y generar ganancias para la empresa. En este ambiente los negocios de Alimentos y Bebidas cada día se buscan nuevas formas o tácticas que permitan maximizar sus utilidades, concluyó que teniendo un Sistema de Control de costos de alimentos y bebidas de una forma correcta influye de manera positiva en la gestión empresarial de un restaurante, ya que un buen Sistema de Control de costos nos ayudará a obtener información concisa, es decir, reportes que nos brindará la ayuda técnica para la reducción de costos y también nos ayudará a controlar las actividades a desarrollar con el fin de medir los logros de reducción de costos.

Castillo, M. (2017) realiza una investigación sobre *Análisis de costos y su incidencia en la Rentabilidad de la Empresa Hotelera Alpamayo Perú E.I.R.L de la Ciudad de Huaraz, 2016”* (Castillo, 2017) , tuvo como objetivo determinar que el análisis de costos incide en la rentabilidad de la empresa hotelera Alpamayo Perú E.I.R.L.; El diseño de investigación fue descriptivo simple no experimental y transversal; siendo la población muestral conformado por 14 directivos y trabajadores de la empresa hotelera Alpamayo Perú E.I.R.L.; la técnica para la recolección de datos fue la encuesta y el instrumento, el cuestionario estructurado. Como resultado se obtuvo; el 57% tienen conocimientos de los costos fijos, variables y totales; el 86% conoce sobre los elementos de costo; el 79% desconoce el procedimiento para hallar y analizar la relación costo beneficio; el 64% conocimiento sobre rentabilidad financiera y rentabilidad económica. El 57% se manejan estrategias de rentabilidad; el 71% es necesario

desarrollar nuevos servicios; en conclusión queda determinado que el análisis de costos incide directamente en la rentabilidad de la empresa hotelera Alpamayo Perú E.I.R.L. de la ciudad de Huaraz, de acuerdo al estudio teórico que se ha realizado y los resultados obtenidos como consecuencia de la aplicación de la técnica e instrumento de medición; por lo que se puede afirmar categóricamente, que se han logrado los objetivos propuestos, concluyó que mantener un adecuado análisis de costos, que al clasificar los costos en relación a sus comportamientos, se pueden encontrar costos fijos, variables y totales y con relación a estos se considera que la empresa maneje una estrategia de rentabilidad y que de manera permanente participen por un mercado óptimo y competitivo que proporcione una rentabilidad adecuada.

Rengifo, V. (2000) realizaron un estudio sobre Algunos alcances acerca de los precios de transferencia, cuyo objetivo principal fue disminuir los diversos costos que pueden recaer sobre las unidades económicas que los conforman. En algunas ocasiones este propósito se obtiene mediante el empleo de economías de escala o a través de aprovechamiento de las sinergias existentes entre las empresas integrantes del grupo. Sin embargo, los grupos económicos también suelen aprovechar su vinculación para evadir o eludir las obligaciones tributarias que recaen sobre ellos, mediante la realización de operaciones ficticias o que se apartan notoriamente de las condiciones de mercado, con el consiguiente perjuicio para el fisco. La Administración Tributaria peruana ha intentado controlar estas prácticas mediante la disposición contenida en el artículo 32 de la Ley del Impuesto a la Renta, que faculta a la SUNAT a ajustar el valor únicamente para efectos tributarios- de aquellas transacciones que se aparten del valor de mercado. Lamentablemente, esta regulación resulta incompleta, pues, entre otras consideraciones, no abarca a las cada vez más frecuentes transacciones internacionales. Esta problemática es desarrollada por la autora del presente artículo a través del análisis de la doctrina de los precios de transferencia, cuya implementación permitirá un adecuado control de las transacciones comerciales entre sujetos ubicados en jurisdicciones distintas. Se concluyó que los precios de transferencia permiten un control más efectivo por parte de las Administraciones de las transacciones comerciales efectuadas entre sujetos vinculados ubicados en jurisdicciones distintas. Por ello, en tanto exista

una adecuada coordinación entre las jurisdicciones tributarias, el ajuste impositivo que resulte de la fijación de precios de transferencia en las transacciones comerciales entre sujetos vinculados, no determinará perjuicio alguno tanto para efectos recaudatorios como para la actividad comercial que efectúen los sujetos vinculados.

2.2 Bases teóricas.

Bazares

Según Tapia Gonzales (2015), los precios son establecidos por el estado en base a una economía con un sistema de planificación central. El liberalismo en la actualidad, existe a las diferentes organizaciones y países el establecimiento de normas para que el mercado regule los precios de los productos en una economía. Este tipo de relaciones surgen en los mercados, ya que son el conjunto de compradores y vendedores que precisan de manera colectiva el precio de un bien en concreto. Las transacciones que existen entre los compradores y vendedores son gracias a los mercados, ya que se venden los bienes en cantidades grandes y a un precio específico. Sin embargo, en un mercado altamente competitivo, regularmente existe un único precio: el precio del mercado. En aquellos mercados que no son altamente competitivos, cada empresa tiene la facultad de cobrar un precio diferente por un mismo producto, ya que se trata de atraer la atención al cliente de sus competidores o a que los clientes se interesen y solo sean leales a una sola marca, lo que permitiría que los costos varíen en algunas empresas y por lo tanto suban los precios a diferencia de las demás.

Precios Máximos

Los precios denominados máximos, son aquellos, cuyo nivel máximo por el cual pueden optar los diferentes productos o servicios, siendo un tope para evitar un exceso en los precios de los productos o servicios.

Los precios máximos aplican mayormente en épocas de crisis como guerras, cosechas perdidas, desastres naturales porque tales situaciones repercuten a un incremento de precios perjudicial para muchos, mientras

que solo enriquecen a una minoría. Un mercado o una economía pasa a ser ineficaz cuando las oportunidades habidas se desaprovechan, cuando en realidad hay otros métodos factibles de organizar la producción más eficiente.

Factores derivados de los precios máximos

La colocación de precios máximos en un mercado podría afectar a la economía, generando una inadecuada asignación de recursos, no se logran aprovechar el total de los recursos, mercados ilegales. Esto puede dañar a la economía de un país y afectar a los diferentes negocios de una organización.

Precios Mínimos

El precio mínimo es aquel que impide disminuir el precio de los productos o servicio, constituyéndose como una herramienta para evitar incurrir en gastos que afecten un determinado negocio, en otras palabras es una herramienta del gobierno puede adoptar para contrarrestar pos Un precio mínimo es aquel precio marcado por las autoridades competentes a un conjunto de productos o servicios, por el cual no pueden ser vendidos por lo bajo. Es un precio político justo que tiene como fin asegurar a los comerciantes y productores.

Básicamente este tipo de precios no aplica a los productos agrícolas, tales como los cereales o la leche, puesto que este tiene como finalidad el mantenimiento del sector para una economía estable.

El salario mínimo vital es un claro ejemplo del precio mínimo, que es utilizado por el gobierno, para beneficiar a los ciudadanos, pero posiblemente puede afectar a las compañías.

Sin embargo ello ya dependería de cada país puesto que a diferencia de unos otros varía o se muestran como en la siguiente gráfica.

Aunque el fin de los precios mínimos es establecer un beneficio general, viene acompañado de efectos secundarios que para algunos podrían ser negativos:

- Se pueden producir excesos, por ente perjudicar al sector empresarial, dado que se estaría incrementado el pago de personal que se encontraba en labores.
- La sobreproducción de un producto como resultado de un en el caso de la existencia de excedentes se emplearían diversas políticas públicas lo cual produciría la venta de tales excedentes, algunos países dan un financiamiento a sus empresarios para que haya una exportación de esos productos.

Problemas con los precios mínimos

El establecimiento de precios mínimos en una organización podría ocasionar: asignación ineficiente de las ventas entre vendedores; recursos desaprovechados; calidad ineficientemente alta; actividad ilegal.

Precios De Transferencia

Para efectos de este trabajo de investigación, *“es el valor de los productos o servicios a los que se cobra entre empresas pertenecientes a un mismo grupo”* (Ruyman, 1999). Del mismo modo (Mosqueda, 2000) este tipo de precio ha sido utilizado para intercambiar bienes, productos, servicios y riesgos entre las compañías, lo cual le permite a las organizaciones mejorar sus costos. Pero para ello y por elementos que contiene la misma, (Henaidy, 1999), indica que un precios de transferencia es *“el precio pagado por las mercancías y servicios de una unidad económica a otra, suponiendo que las dos unidades están en distintos países pero pertenecen a la misma empresa multinacional”* y que pueden ser diferentes a los que fueron pactados entre unidades no vinculadas.

De forma más generalizada, se define el concepto de precio de transferencia se refiere al valor de pago establecido entre empresas vinculadas de un grupo empresarial multinacional, el precio es una

transacción de bienes o servicios y es diferente al acuerdo alcanzado entre distintas empresas.

Por lo tanto, esto significa utilizar un precio diferente al precio de mercado de las fuentes artificiales, de modo que los beneficios del grupo multinacional aparezcan en algunos lugares y no en otros (bajo una alta presión fiscal). Ciertas transferencias de beneficios pueden tener diferentes motivos, incluidos motivos no tributarios. Entre las razones tributarias, destacan los siguientes puntos: transferir la base imponible de los impuestos directos a países con tasas impositivas más favorables, compensar pérdidas, reducir la base imponible de los impuestos indirectos o retrasar el pago de impuestos.

Por lo que Bettinger (2000) y Lazaro (2008)) define al régimen de precios de transferencia, como “todos aquellos lineamientos que van orientados a evitar, que por actos de naturaleza comercial o contractual se provoquen efectos fiscales nocivo en el país donde se generen las utilidades o pérdidas en una actividad empresarial o de servicios”, entonces, las tendencias en los precios de transferencia se ajustan justamente a crear elementos que ayuden a controlar aquellas operaciones empresariales que se realizan bajo las mismas bases y resultados como si se efectuaran entre empresas no vinculadas o relacionadas, y que por lo tanto cumplan con el principio internacional de precio justo (“Arm’s Length”)

Un precio de transferencia: En toda operación o transacción siempre habrá un precio de por medio, el mismo por el cual podría ser mayor o menor al precio estimado del mercado.

Una operación internacional: La operación o transacción se realiza entre una empresa nacional con una empresa extranjera, ya que su objetivo específico es el traslado de utilidades a otro país con una baja imposición fiscal.

Este es un precio manipulable: en la mayoría de los casos, la relación de una empresa multinacional determina sus resultados financieros y financieros manipulando los precios de los bienes y / o servicios entre sus partes relacionadas. Es importante señalar que para que el principio de

precios de transferencia sea efectivo, es importante que las autoridades tributarias de dos o más países interactúen a través de convenios, tratados, acuerdos, para así se pueda verificar con el cumplimiento de las obligaciones fiscales de un contribuyente en otro país.

Cova (2001) señala que la OCDE define a la empresa vinculada, como *“aquellas donde una empresa participa, de forma directa o indirecta, en la administración, control o capital de otra empresa, o bien, a las personas naturales o jurídicas, que participan de forma directa e indirecta en el control, administración o capital de ambas empresas”*.

2.2.2. Cadetes

Satisfacción del cadetes

La satisfacción es una respuesta positiva que resulta del encuentro entre el consumidor con un bien o servicio (Oliver, 1980); se trata de un estado emocional que se produce en respuesta a la evaluación del mismo (Westbrook, 1987). Desde finales de la década de 1960, los investigadores de marketing y de comportamiento del consumidor han mostrado interés en el concepto de satisfacción (Alvarado Herrera y Beltrán Gallego, 2008), aunque hoy no exista un consenso sobre su definición o su naturaleza (Bigné, Andreu y Gnoth, 2005). Los investigadores más recientes entienden la satisfacción como una respuesta emocional que proviene del juicio cognitivo (Yu y Dean, 2001), y está demostrado que tiene también una influencia positiva directa sobre la intención de los consumidores y su lealtad conductual (Cronin, Brady y Hult, 2000).

En la actualidad la satisfacción del cliente se estima que se consigue a través de conceptos como los deseos del cliente, sus necesidades y expectativas. Estos conceptos surgen de la Teoría de la Elección del Consumidor. Esta teoría dice que una de las características principales de los consumidores es que su capital disponible para comprar productos y servicios no es ilimitado, por lo que, cuando los consumidores compran

productos o servicios consideran sus precios y compran una cantidad de estos que dados los recursos de los consumidores satisfacen sus deseos y necesidades de la mejor forma posible. De forma adicional, cuando los consumidores toman una decisión siempre se enfrentan a una disyuntiva, deben sacrificar algo para obtener otra cosa, es decir, cuando compran una cantidad mayor de un bien, pueden comprar menos de otros bienes y cuando gastan la mayor parte de sus recursos, tienen menos posibilidad de ahorro, con lo que tendrán que conformarse con consumir menos en el futuro. En esta teoría aparecen como aspectos a tener en cuenta a la hora de elegir uno u otro producto o servicio los precios, el atractivo y la calidad de éstos entre otros. Dichos conceptos son los que a priori deberían considerarse para el modelado de la satisfacción del cliente.

Propina del cadete

La propina del cadetes se encuentra establecida de acuerdo al Decreto Legislativo N° 1132, el cual propone la siguiente escala:

Tabla 1

Escala de propina del cadete

GRADO	PROPINA
CADETE 4	333.5
CADETE 3	266.8
CADETE 2	200.1
CADETE 1	160.08
ASPIRANTE	133.4

Fuente: Elaboración propia con datos del Dleg 1132.

2.3. Definición de términos

Artículo

Cualquier producto, necesario para el abastecimiento del personal (Ejército del Perú , 2004)

Bazar

Los bazares son aquellas organizaciones empresariales que tiene como objetivo abastecer con productos al personal militar (Ejército del Perú, 2004)

Calidad

La calidad es una característica muy en particular que posee un determinado producto, servicio, objetivo, entre otros, lo cual, permite evaluar y definir su valor, además está relacionado con la satisfacción (Economipedia, 2017)

Competitivo

Es la capacidad que tiene un determinado producto o compañía para competir con otras que tienen objetivos similares (LÉXICO, 2016)

Comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor es la conducta particular que evidencian las personas durante su elección para una determinada compra, utilización y/o buscar un producto (Santos Millán, 2019)

Control

El control es una actividad fundamental del comando que está a cargo del personal superior en una organización militar, que busca garantizar el cumplimiento de las disposiciones y lineamientos (Ejército del Perú, 2004)

Desafección

Circunstancia de no sentir afecto desafecto o estima por algo (Real Academia Española , 2019).

Economía

La economía es una ciencia que estudia aspectos relacionados a los precios del capital, tierra y trabajo, además de como se utilizan y asignan los recursos, los cuales son limitados (Universidad San Martin de Porres, 2017)

Logística

La logística es un proceso de soporte para las organizaciones militares, que busca brindar los recursos necesarios en forma eficiente y oportuna para el cumplimiento de la misión (Sevilla , 2012)

Producto

El producto es definido como la agrupación de características, atributos tangibles e intangibles que las personas desean adquirir, con la finalidad de satisfacer sus necesidades (Marketing XXI, 2018)

Precio

El precio es definido como aquella cantidad necesaria que debe entregarse para recibir un servicio, bien u otro determinado objeto que desee el individuo, esta generalmente suele ser una cantidad monetaria (Sevilla , 2016).

Rentabilidad

Capacidad de una inversión determinada de que proporciona beneficios superiores a los invertidos cuando se trata del rendimiento financiero. (Raffino , 2020).

Mercado

Conjunto de personas y organizaciones en las cuales manejan los bienes y servicios lo que posteriormente serán distribuidos para la compra y venta o en la utilización de los mismos a un grupo específico de personas. (González , 2020).

Satisfacción

La satisfacción es definida como una respuesta a nivel emocional, en respuesta a un determinado estímulo, que, en este caso, está relacionado con los productos y servicios que se pueden proveer (Dos Santos, 2016)

Costo

El costo es aquel gasto económico generado por la determinación de la fabricación de un producto o la prestación de un servicio (Pérez & Gardey , 2008).

2.4 Variables

2.4.1 Definición conceptual

Variabilidad del precio de los bazares

El precio representa un valor que tiene un producto o servicio, el cual le permite ser adquirido por parte de los consumidores. El precio tiene diferentes

características entre la que destaca es su efecto emocional sobre los consumidores, dado que su comportamiento dependerá, en gran medida, del valor que posee el producto, materializado a través del precio (Bolívar Ruano, 2009)

2.4.2 Definición Operacional

Tabla 2

Operacionalización de la variable

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	Items
LOS PRECIOS DE LOS BAZARES	El precio es definido como el valor que le asignan las concesionarias de los bazares a los productos que adquieren los cadetes, lo cual, debe estar alineado al precio del mercado (Bolívar Ruano, 2009)	La evaluación de la variable de investigación se llevará a cabo en función a la opinión de los cadetes que fueron encuestado con preguntas cerradas cuyas alternativas están centradas en: Si o No.	Variabilidad de los precios	<ul style="list-style-type: none"> • Ceremonias protocolares • Monopolio de los bazares • Escasez de productos 	<p style="text-align: right;">1</p> <p style="text-align: right;">3</p> <p style="text-align: right;">5</p> <p style="text-align: right;">6</p>

			Cadetes	Calidad del producto Afectación de la economía del cadete Precios elevados	2 4 7 8
--	--	--	----------------	--	------------------

CAPÍTULO III METODOLÓGÍA

3.1 Enfoque

La presente investigación ha seguido un enfoque cuantitativo. Este enfoque permite la realización una encuesta con la finalidad de mediar y evaluar en forma estadística el fenómeno de investigación y sus variables de investigación. Para Hernandez Sampieri, este enfoque es objetivo, porque demuestra en forma numérica hechos concretos..

3.2 Tipo

La presente investigación se ha desarrollado con un tipo básico. Para Carrasco Días, este tipo de investigación busca la ampliación del conocimiento existente. En concordancia con ello, este trabajo se desarrollará en función al conocimiento y bases teóricas existentes, cuyos resultado aportarán a la mencionada teórica, para futuras investigaciones.

3.3 Diseño

El diseño es no experimental transversal, ya que se realizó sin manipular intencionalmente ninguna variable, observando los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos y; transversal por que se recolectó la información un solo momento y en tiempo único, teniendo como propósito describir y analizar variables en un momento dado (Hernández, et al., 2014).

3.4 Método

La presente investigación se desarrollará bajo un método deductivo, lo cual, le permitió a este trabajo plantear conclusiones particulares, partiendo desde las conclusiones generales (Hernández, Fernández & Baptista, 2006).

3.5 Población y muestra

3.5.1. Población

En una investigación, la población es considerada como todos los individuos que se encuentran dentro de la situación problemática y son objeto de análisis, en ese sentido, para efectos de este trabajo el efectivo de población es de 279 cadetes de la EMCH

3.5.1. Muestra

La muestra fue determinada de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

n = Muestra

N= tamaño de población = 279

Z= nivel de confianza = 95%

e = margen de error = 5%

p= Proporción de ocurrencia del evento (Proporción de las unidades de análisis que tienen un mismo valor de la variable, su valor es 0.5)

q= Proporción de no ocurrencia del evento(1-p, Proporción de las unidades de análisis, en las cuales el valor de la variable no se presenta).

Por lo anterior, se obtuvo

$$= \frac{1.96^2 \times 279 \times 0.25}{0.05^2 \times (279 - 1) + 1.96^2 \times 0.25}$$

La muestra n = 162

3.6 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

3.6.1. Técnicas de recolección de datos

Encuesta, esta técnica se “basa en el interrogatorio de los individuos, a quienes se les plantea una variedad de preguntas con respecto a su comportamiento, intenciones, actitudes, conocimiento, motivaciones, así como características demográficas y de su estilo de vida” (Malhotra, 2008). El instrumento fue el Cuestionario, “este instrumento es una forma de recolectar datos de forma estructurada” (Malhotra, 2008).

3.6.2. Descripción de los instrumentos de recolección de datos

El instrumento que se utilizó para desarrollar este trabajo de investigación fue el cuestionario, este consiste en un proceso para interrogar a las personas, en función a una lista de preguntas predeterminadas, que para efectos de este trabajo de investigación, fueron elaboradas en función a las dimensiones y variables de investigación. Por lo tanto, el cuestionario puede ser definido como “un conjunto de preguntas preparado sistemática y cuidadosamente, sobre hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación, y que puede ser aplicado en formar variadas” (García Muñoz , 2003, pp 2)

3.7 Validez y confiabilidad del instrumento

3.7.1. Validez de los instrumentos

La validación del instrumento fue sometida a “Juicio de Expertos”, para lo cual se sometió el cuestionario de preguntas al análisis de tres profesionales con amplia experiencia en metodología de la investigación, cuya apreciación se resumen en el siguiente cuadro y el detalle como anexo.

Validación de Expertos

N°	EXPERTOS	% VALIDACIÓN
01	Mg. Espinoza Alba Gian Franco Alex	86.00%
02	Mg. Manrique Linares Cynthia Polett	86.00%
03	Mg. Anaya Espinoza Julissa	86.00%
Promedio		86.00%

Fuente: Elaboración propia

El documento mereció una apreciación promedio de 86%, se hace constar que el instrumento se sujetó para su mejoramiento a una prueba piloto aplicada a Cadetes de tercer Año de las armas de caballería, comunicaciones, inteligencia e intendencia.

3.7.1. Confiabilidad del instrumento

En el caso de la confiabilidad, esta investigación utilizó el coeficiente del Alpha de Cronbach, el cual permite medir la fiabilidad del instrumento. Para ello, se desarrolló una prueba piloto para recolectar datos preliminares y elaborar una base de datos, sobre la cual se pretende realizar el trabajo.

3.8 Procedimientos de análisis de datos

El procesamiento de datos en este trabajo, se ejecutará luego de haber recolectado las respuestas del cuestionario, estos fueron completados en una base de datos en el programa estadístico SPSS. Luego, en el mencionado programa se desarrollaron las tablas de frecuencia y los gráficos de barras, para luego ser interpretados y analizados.

3.9 Aspectos éticos

- La Presente información no ha cometido plagio
- El desarrollo del presente trabajo ha referenciado todos los autores que se utilizaron.
- Los anexos de este trabajo evidenciarán que este trabajo se llevó a cabo.

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1. Descripción e interpretación

P1. ¿Cree que los bazares le proporcionan todos los artículos que necesita la EMCH?

Tabla 3

Artículos de los bazares

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	109	67,3	67,3	67,3
	SI	53	32,7	32,7	100,0
	Total	162	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con información del cuestionario

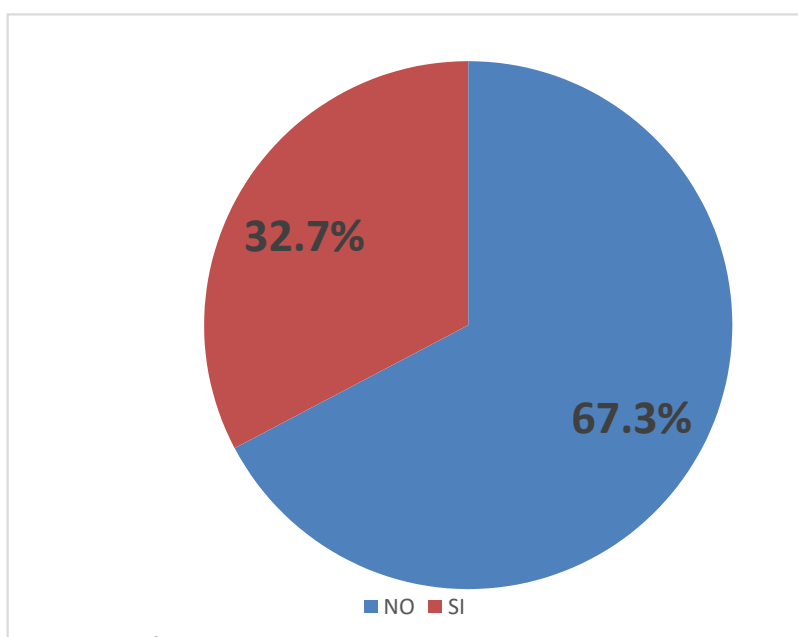


Figura 1 *Artículos que ofrecen los bazares*

Interpretación: En la tabla 3 y figura 1 se puede observar que el 67,28% de los cadetes señala que los bazares no proporcionan los artículos que se requieren en la EMCH. Solo el 32,72% considera que si proporcionan. Ello, manifiesta que existe un desabastecimiento de los bazares respecto a las necesidades de los cadetes

P2. ¿Usted cree que los artículos que le proporcionan los bazares son de buena calidad y para su uso personal?

Tabla 4

Calidad de los artículos de los bazares de la EMCH

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	64	39,5	39,5	39,5
	SI	98	60,5	60,5	100,0
Total		162	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con información de la encuesta

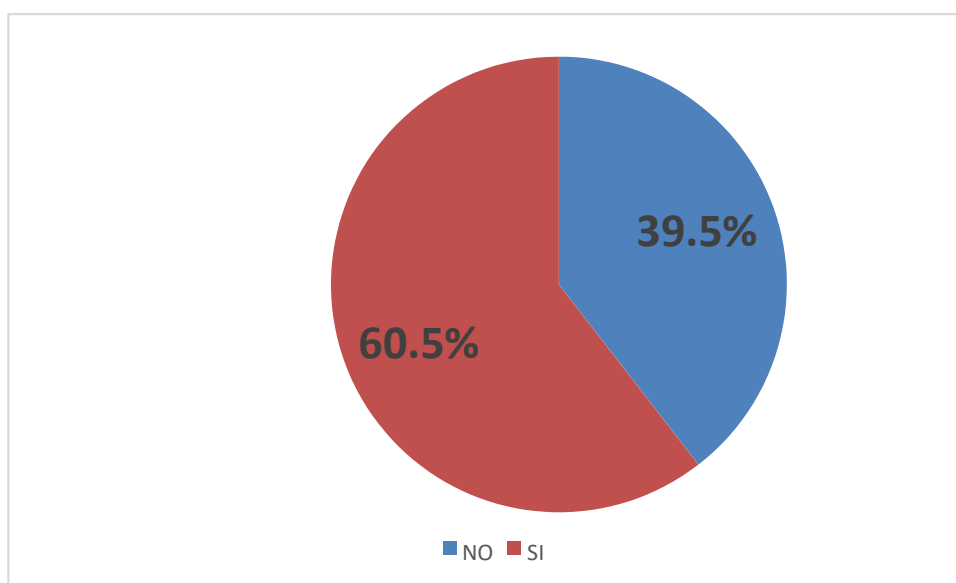


Figura 2 *Calidad de los artículos que ofrecen los bazares*

Interpretación: En la tabla 4 y la figura 2, se puede apreciar que el 60.49% de los cadetes señala que los productos que ofrece la EMCH son de calidad. Sin embargo, el 39.51% señala que no lo son. Ello implica que la apreciación sobre la calidad de los productos se encuentra dividida.

P3. ¿Cree que los precios de los artículos se han incrementado en los últimos años en los bazares de la EMCH?

Tabla 5

Frecuencia sobre los precios de los artículos en los bazares de la EMCH

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	28	17,3	17,3	17,3
	SI	134	82,7	82,7	100,0
	Total	162	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con información de la encuesta

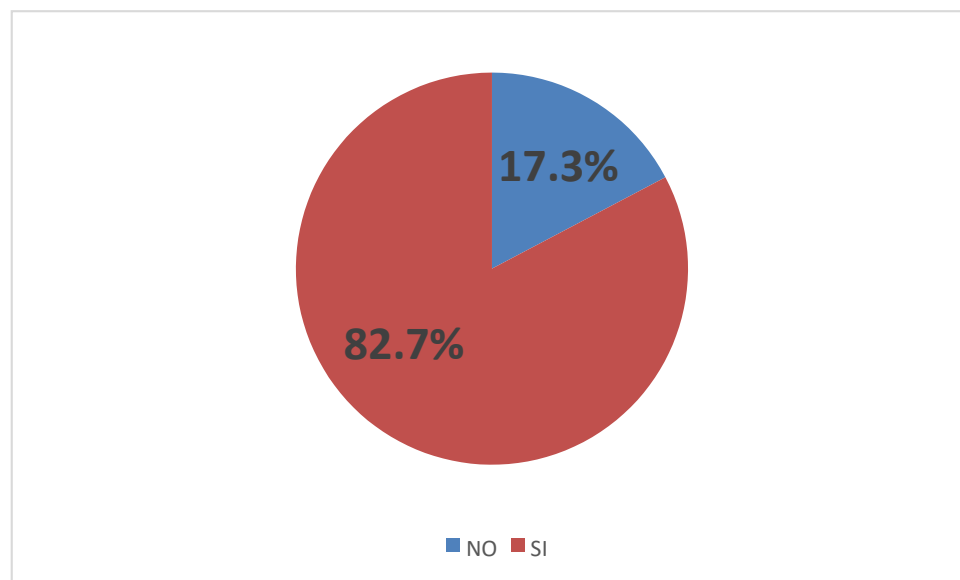


Figura 3 *Incremento de los precios de los bazares de la EMCH*

Interpretación: En la figura 5 y la tabla 3 se puede observar que el 82.72% de los cadetes considera que los precios en los bazares se han incrementado. Sendo esto una señal de alarma para las autoridades de la EMCH, debido a que esto afecta la economía del cadete, dadas las exigencias de la EMCH.

P4. ¿Considera que los bazares cobran un precio justo por la venta de cada artículo?

Tabla 6

Frecuencia sobre el precio de los bazares de la EMCH

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	139	85,8	85,8	85,8
	SI	23	14,2	14,2	100,0
Total		162	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con información de la encuesta

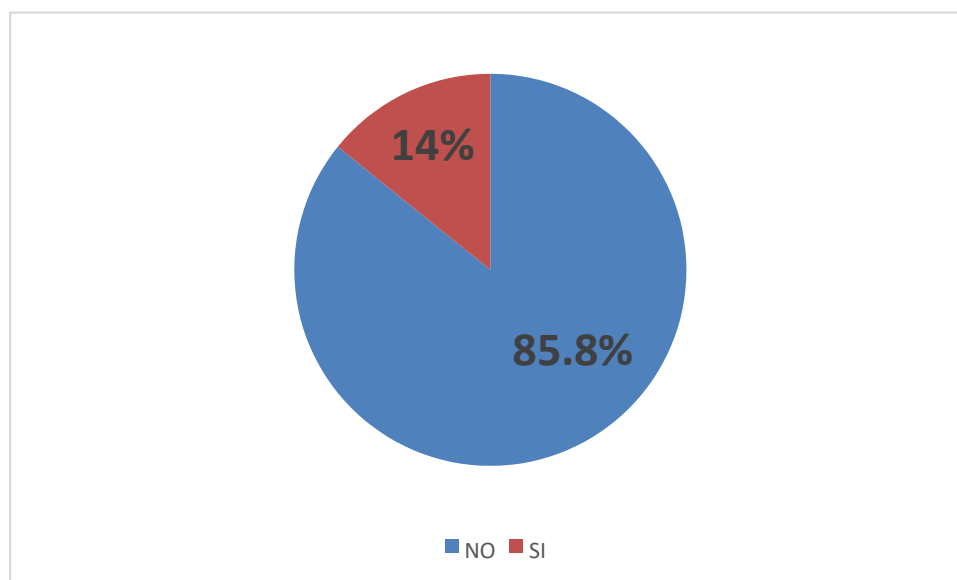


Figura 4 *Precio de los bazares de la EMCH*

Interpretación: En la tabla 6 y la figura 4 se puede observar que el 85.80% de los cadetes considera que los precios en los bazares de la EMCH no son justos, entendiéndose que no se ajustan a los precios normales del producto. Lo cual, es un factor que debería verificar la EMCH, debido a que esto está afectando a los cadetes de la EMCH.

P5. ¿Usted ha visto que en ceremonias o actividades especiales se incrementa el precio de los artículos que se vende en los bazares de la EMCH?

Tabla 7

Frecuencias sobre el incremento de los precios en los bazares en ceremonias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	17	10,5	10,5	10,5
	SI	145	89,5	89,5	100,0
Total		162	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con información de la encuesta

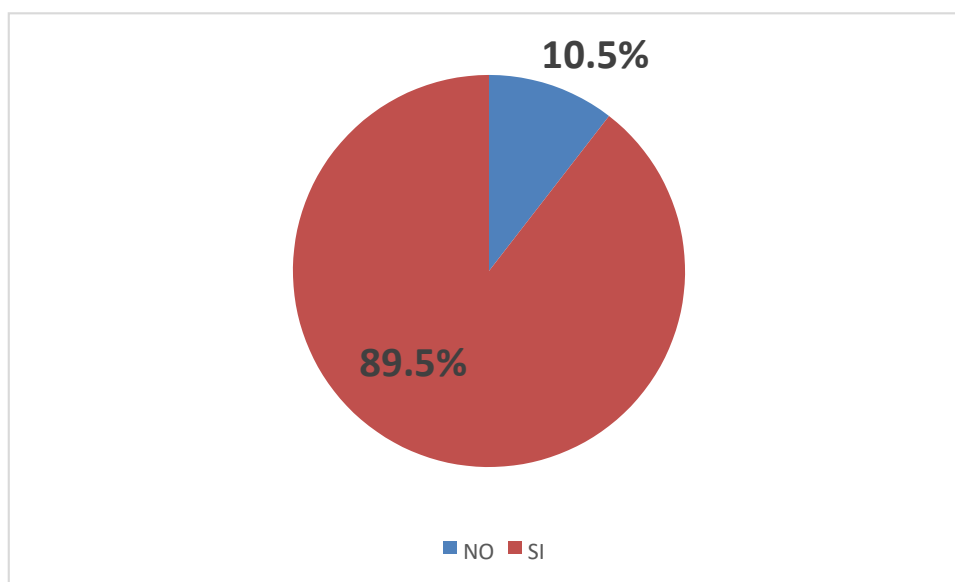


Figura 5 *Incremento de precios en los bazares en las ceremonias*

Interpretación: De acuerdo con la tabla 7 y la figura 5, se puede apreciar que el 89,51% de los cadetes indica que los precios en los bazares se incrementan, dando luz, a que esto se asemeje a un monopolio en los bazares y aprovechamiento de las circunstancias de los cadetes.

P6. ¿Consideras que los precios de los bazares son elevados a comparación de los bazares que se encuentran al exterior de la EMCH?

Tabla 8

Frecuencia sobre si el precio de los bazares es elevado a comparación de bazares externos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	28	17,3	17,3	17,3
	SI	134	82,7	82,7	100,0
	Total	162	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con información de la encuesta

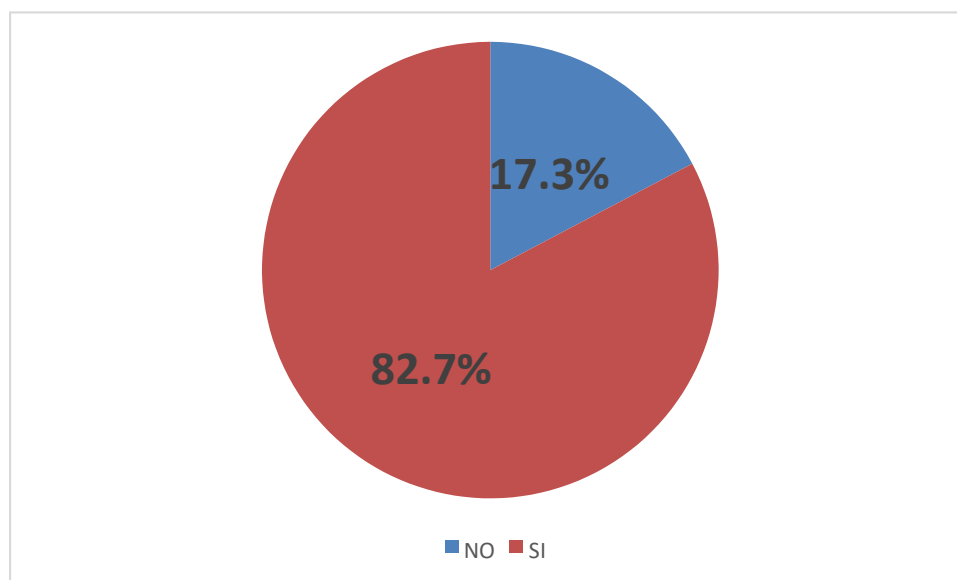


Figura 6 *Inflación de precios en los bazares para generar mayor ganancia*

Interpretación: De acuerdo con la tabla 8 y la figura 6, se puede apreciar que el 82,72% de los cadetes considera que los bazares incrementan los precios de los artículos en la EMCH para generar mayor ganancia. Una vez más, los cadetes manifiestan que existe un problema con los precios de los artículos que ofrecen en los bazares de la EMCH.

P7. ¿Considera que los precios de los artículos de los bazares afectan la economía de los cadetes?

Tabla 1

Frecuencia sobre la afectación de la economía del cadete por los precios del cadetes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	49	30,2	30,2	30,2
	SI	113	69,8	69,8	100,0
Total		162	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con información de la encuesta

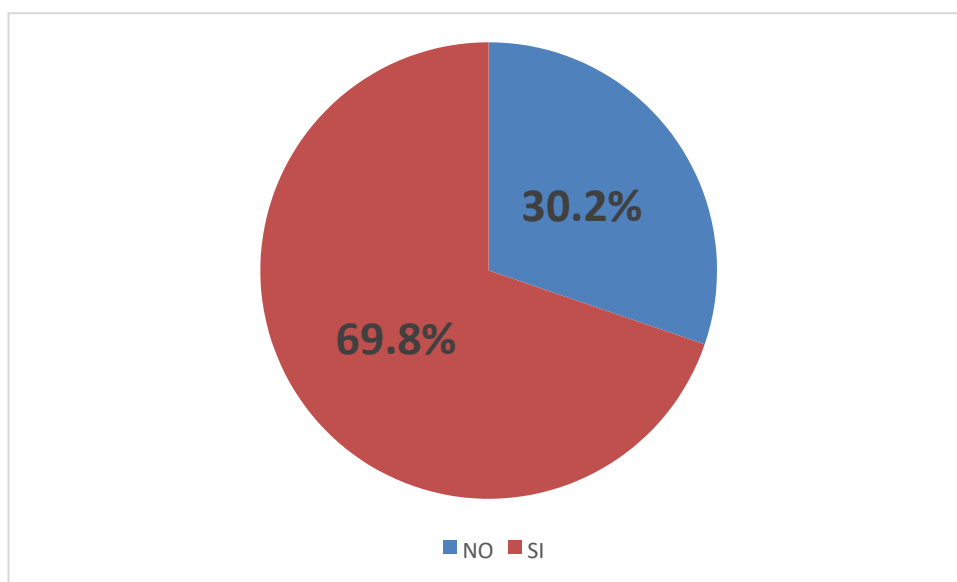


Figura 7 *Afectación de la economía por incrementos en el precio de los bazares.*

Interpretación: De acuerdo con la tabla 9 y la figura 7, se puede apreciar que el 69,75% considera que se ve afectada su economía personal por el alza de precios en forma indiscriminada por los bazares. Ello ha generado un malestar general en los cadetes de la EMCH.

P8. ¿Consideras que los bazares son una ayuda para el cadete?

Tabla 2

Frecuencia sobre si los bazares son una ayuda para el cadete

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	82	50,6	50,6	50,6
	SI	80	49,4	49,4	100,0
	Total	162	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

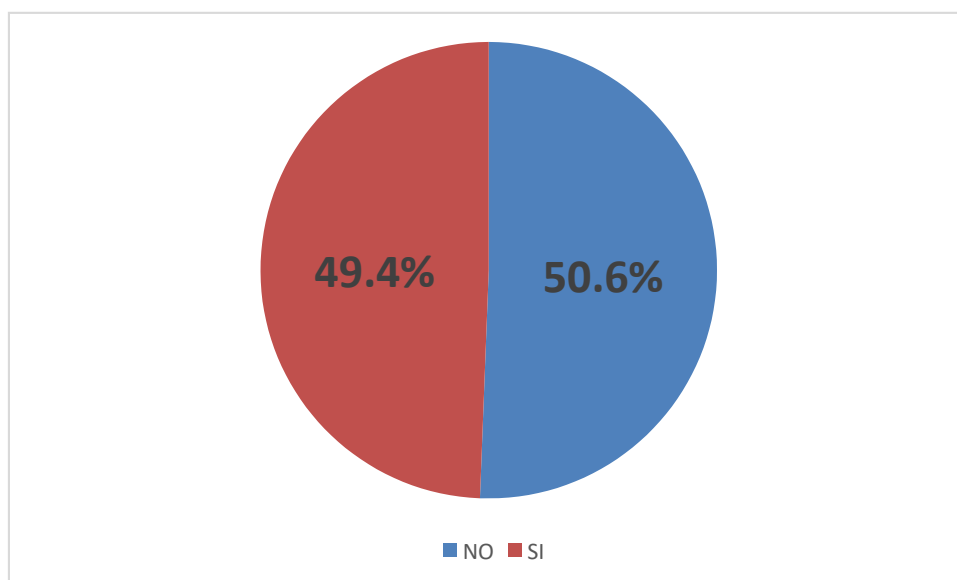


Figura 8 *El bazar es una ayuda para el cadete*

Interpretación: De acuerdo con la tabla 10 y la figura 8, se puede apreciar que el 53% de los cadetes considera que no mejoraría su economía, en caso los precios de los bazares se tornen justo. Sin embargo, el 47% de los cadetes, una representación considerable, considera que su economía se vería favorecida en caso los precios en los bazares mejores.

4.2. Discusión

Los precios de los artículos en cualquier empresa son fijados por esta, previo análisis financiero y del mercado. Sin embargo, los precios no deberían ser superiores al mercado aprovechándose de las características que tiene su público objetivo, ello causaría problemas de satisfacción en los clientes. Tal es el caso de los bazares de la EMCH, que según la encuesta realizada, el 88% de los cadetes considera que los precios de los bazares no son justos, al contrario se aprovechan de la necesidad del cadete, provocado por las actividades diarias y especiales. Ello se evidencia en que el 83% de los cadetes considera que los bazares incrementar los precios de los artículos previo a la realización de ceremonias, inspecciones, entre otras actividades que demandan al cadete adquirir nuevos productos.

El 67% de los cadetes considera que el incremento de los precios afecta su economía, esto se debe, principalmente, a que no todos los cadetes son del mismo nivel socioeconómico. Por ende, el incremento de precios perjudica su economía, e incluso en muchos casos no podrían comprar productos necesarios para su vida como cadete.

Además, se aprecia que en los últimos años los precios de los artículos se han incrementado en forma indiscriminada, siendo que el 80% de los cadetes lo considera así. Ello podría efectuarse por un inadecuado control de la EMCH. Esta es responsable de sus concesionarias, sus productos y en este caso los precios. Debido a que, la situación que se describe, pareciera un monopolio y concertación de precios en los bazares de la EMCH, vista la necesidad del cadete, siendo estos los únicos proveedores de los productos durante la semana.

Aunado a ello, los bazares no consideran la insatisfacción que producen en los cadetes, debido a que no logran percibir, porque, lamentablemente, son los únicos proveedores y siempre tendrán a los mismos clientes, pese a que estos no deseen comprar.

CONCLUSIONES

Primera conclusión

En relación la investigación realizada, se puede concluir que los precios que los bazares de la EMCH no son los adecuados para los cadetes, dado que estos evidencian que existe variabilidad en los precios, causando molestia y descontento en los cadetes, ya que los cadetes no perciben una remuneración mensual, que pueda cubrir costos elevados.

Segunda conclusión

En relación la investigación realizada, se puede concluir que las diferentes actividades protocolares o propias de la formación militar del cadete, son la fuente para incrementar los precios de los diferentes artículos, esto se debe a que, la demanda por los productos se incrementa, por lo tanto, es natural que el precios se incremente, a menos que este tenga alguna restricción.

Tercera conclusión

Los cadetes se sienten incómodos e insatisfechos como clientes. Consideran que los precios no se ajustan a los del mercado externo, causando problemas en su economía personal, lo cual, podría afectar su rendimiento dada la preocupación que podrían mostrar.

RECOMENDACIONES

Primera recomendación

La Escuela Militar de Chorrillo deberá verificar e inspeccionar los bazares en forma permanente, para evaluar en caso existe un monopolio o concertación de precios. De ser el caso, se deberán tomar las acciones legales pertinentes o negociando precios máximos y mínimos para los productos que estos ofrecen.

Segunda recomendación

La Escuela Militar de Chorrillos deberá establecer un cronograma de ceremonias y visitas a los bazares, para contrastar la variación de precios. Ello permitirá elaborar un informe para negociar con los concesionarios.

Tercera recomendación

La EMCH deberá realizar encuestas de satisfacción referente a los concesionarios que existen, principalmente a los bazares y cafeterías. Ello permitirá negociar las condiciones del contrato de concesión con las empresas, todo esto con la finalidad de mejorar la satisfacción de los cadetes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado Herrera, Alejandro y Beltrán Gallego, Saray. (2008). Efectos de la satisfacción emocional y evaluativa de los espectadores deportivos sobre sus intenciones de asistir y recomendar. *Innovar*, 18(32), 75–86.
- Bigné, J. Enrique, Andreu, Luisa y Gnoth, Juergen. (2005). The theme park experience: An analysis of pleasure, arousal and satisfaction. *Tourism Management*, 26(6), 833–844. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2004.05.006>
- Carranza, B. (1999). *Ordenamiento Tributario*.
- Castillo, M. E. (2017). *Análisis de costos y su incidencia en la Rentabilidad de la Empresa Hotelera Alpamayo Perú E.I.R.L de la Ciudad de Huaraz, 2016*. Perú: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Huaraz.
- Cronin, J. Joseph, Brady, Michael K., Hult, G. y Tomas, M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193–218.
- Galindez, R. L. (2002). *Los precios de transferencia y sus efectos fiscales en las operaciones de exportación e importación de bienes tangibles*. Universidad Católica del Tachira, Barquisimeto.
- García, L. (2005). *Diseño de la Estructura de costos del Departamento de alimentos y bebidas del Hotel Luciano Junior C.A. Maturin Estado Monagas, para el ejercicio económico 2004*. Venezuela: Universidad de Oriente.
- Langerfeldt, S. A. (2014). *Fijación de precios para los productos de una categoría en un supermercado utilizando series de tiempo*. Santiago de Chile: Universidad de Chile, Santiago de Chile.
- Lazaro, R. L. (2008). *Diagnóstico para la fijación estratégica de precios de una empresa productora*. Mexico.
- Oliver, Richard L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *JMR, Journal of Marketing Research*, 17(4), 460.

- Perez. (2000). *La Realidad de los Precios de Transferencia en Venezuela*. Venezuela.
- Pira Sanchez, L. R. (2018). *Precios de Transferencia*. Bogotá: Universidad del Área Andina.
- Saravia Guzman, N. (2018). *Propuesta de un Sistema de Control de Costos de Alimentos y Bebidas y su incidencia en la Gestión Empresarial de Restaurantes del Distrito de Los Olivos – Lima Metropolitana, año 2016 – 2017*. Perú: Universidad Ricardo Palma, Los Olivos.
- Sociales, L. A. (s.f.). *Practica de Precios de Transferencia*.
- Tapia, J. (2015) . *Teoría de los precios*. Universidad Metropolitana, Latín Campus. Morelia.
- Westbrook, Robert A. (1987). Product/consumption-based affective responses and postpurchase processes. *Journal of Marketing Research*, 24(3), 258.
- Yu, Yi-Ting y Dean, Alison. (2001). The contribution of emotional satisfaction to consumer loyalty. *International Journal of Service Industry Management*, 12(3/4), 234–250

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Anexo 2: Instrumento de recolección

Anexo 3: Base de datos

Anexo 4: Validación de instrumento por experto

Anexo 5: Constancia de entidad donde se efectuó la investigación

Anexo 6: Compromiso de autenticidad del instrumento

Anexo 7: Asesor y miembros del Jurado

Anexo 8: Compromiso ético, declaración jurada de autoría autenticidad y no plagio

Anexo 9: Certificado Turnitin

Anexo 10: Acta de sustentación de tesis

Anexo 1



Matriz de consistencia

Título: Los precios en los artículos de los bazares de la Escuela Militar de Chorrillos “Coronel Francisco Bolognesi”, Lima-2019

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables		Metodología
¿Cuáles son los precios de los artículos de los bazares de la Escuela Militar De Chorrillos “Coronel Francisco Bolognesi”, Lima-2019?	Determinar cómo son los precios de los artículos de los bazares en los cadetes de tercer año de la Escuela Militar De Chorrillos “Coronel Francisco Bolognesi”, Lima-2019.	La investigación descriptiva no lleva hipótesis	Operacionalización de la Variable: Los precios de los Bazares		Enfoque Cuantitativo Nivel Descriptivo Tipo Básica Diseño No experimental transversal
			Dimensiones	Indicadores	
			Dimensión 1: Variabilidad de los precios	Ceremonias protocolares Monopolio de los bazares, escasez	
Problema Específico	Objetivos Específicos	Hipótesis Especificas			
¿Cuáles son las causas para el incremento de precios de los artículos de los bazares de la Escuela Militar De Chorrillos “Coronel Francisco Bolognesi”, Lima-2019?	Identificar las causas para el incremento de precios de los artículos de los bazares de la Escuela Militar De Chorrillos “Coronel Francisco Bolognesi”, Lima-2019?	La investigación descriptiva no lleva hipótesis	Dimensión 2: cadetes	Calidad del producto Afectacóm	Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario Población/muestra 279 cadetes Método de análisis de datos Estadística SPSS 22
¿Cómo se sienten los cadetes de tercer año de la Escuela Militar De Chorrillos “Coronel Francisco Bolognesi”, con los precios de los bazares?	Describir cómo se sienten los cadetes tercer año de la Escuela Militar De Chorrillos “Coronel Francisco Bolognesi” en relación a los precios de los bazares				

Anexo 2



Instrumento de recolección

CUESTIONARIO DE LOS PRECIOS EN LOS ARTÍCULOS DE LOS BAZARES**Nombre (Iniciales):****Edad:****Año:**

1.- ¿Cree usted que los bazares le proporcionan todos los artículos que necesita en la EMCH?

a) Si**b) NO**

2.- ¿Usted Cree que los artículos que le proporciona los bazares son de buena calidad y para su uso personal?

a) Si**b) NO**

3.- ¿Cree usted que los precios de los artículos se han incrementado en los últimos años en los bazares de la EMCH?

a) Si**b) NO**

4.- ¿Considera que los bazares cobran un precio justo por la venta de cada artículo)

a) Si**b) NO**

5.- ¿Usted ha visto que en ceremonias o actividades especiales se incrementa el precio de los artículos que se venden en los bazares de la EMCH?

a) Si**b) NO**

6.- ¿Considera que los bazares han generado una inflación e hiperinflación en el precio de los artículos debido a sus propias ganancias?

a) Si**b) NO**

**7.- Considera que esto afecta a su economía para su desarrollo sostenible
(Le alcanza el dinero que le facilita la escuela para todos tus gastos durante
todo el mes?**

a) Si

b) NO

**8.- ¿Cree usted que si los bazares cobrarían un precio justo por los artículos
mejoraría su economía dentro de la EMCH?**

a) Si

b) NO

Anexo 3



Base de datos

DATOS BRUNELA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Edit



17 :

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
1	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0
3	0	0	0	0	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0	0	0	0
6	0	0	0	0	0	0	0	0
7	0	0	0	0	0	0	0	0
8	0	0	0	0	0	0	0	0
9	0	0	0	0	0	0	0	0
10	0	0	0	0	0	0	0	0
11	0	0	0	0	0	0	0	0
12	0	0	0	0	0	0	0	0
13	0	0	0	0	0	0	0	0
14	0	0	0	0	0	0	0	0
15	0	0	0	0	0	0	0	0
16	0	0	0	0	0	0	0	0
17	0	0	0	0	0	0	0	0
18	0	0	0	0	1	0	0	0
19	0	0	0	0	1	0	0	0
20	0	0	0	0	1	0	0	0
21	0	0	0	0	1	0	0	0
22	0	0	0	0	1	0	0	0
23	0	0	0	0	1	0	0	0
24	0	0	0	0	1	0	0	0
25	0	0	0	0	1	0	0	0
26	0	0	0	0	1	0	0	0
27	0	0	0	0	1	0	0	0

DATOS BRUNELA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Edit



17 :

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
27	0	0	0	0	1	0	0	0
28	0	0	0	0	1	0	0	0
29	0	0	1	0	1	1	0	0
30	0	0	1	0	1	1	0	0
31	0	0	1	0	1	1	0	0
32	0	0	1	0	1	1	0	0
33	0	0	1	0	1	1	0	0
34	0	0	1	0	1	1	0	0
35	0	0	1	0	1	1	0	0
36	0	0	1	0	1	1	0	0
37	0	0	1	0	1	1	0	0
38	0	0	1	0	1	1	0	0
39	0	0	1	0	1	1	0	0
40	0	0	1	0	1	1	0	0
41	0	0	1	0	1	1	0	0
42	0	0	1	0	1	1	0	0
43	0	0	1	0	1	1	0	0
44	0	0	1	0	1	1	0	0
45	0	0	1	0	1	1	0	0
46	0	0	1	0	1	1	0	0
47	0	0	1	0	1	1	0	0
48	0	0	1	0	1	1	0	0
49	0	0	1	0	1	1	0	0
50	0	0	1	0	1	1	1	0
51	0	0	1	0	1	1	1	0
52	0	0	1	0	1	1	1	0
53	0	0	1	0	1	1	1	0

DATOS BRUNELA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar

17 :

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
54	0	0	1	0	1	1	1	0
55	0	0	1	0	1	1	1	0
56	0	0	1	0	1	1	1	0
57	0	0	1	0	1	1	1	0
58	0	0	1	0	1	1	1	0
59	0	0	1	0	1	1	1	0
60	0	0	1	0	1	1	1	0
61	0	0	1	0	1	1	1	0
62	0	0	1	0	1	1	1	0
63	0	0	1	0	1	1	1	0
64	0	0	1	0	1	1	1	0
65	0	1	1	0	1	1	1	0
66	0	1	1	0	1	1	1	0
67	0	1	1	0	1	1	1	0
68	0	1	1	0	1	1	1	0
69	0	1	1	0	1	1	1	0
70	0	1	1	0	1	1	1	0
71	0	1	1	0	1	1	1	0
72	0	1	1	0	1	1	1	0
73	0	1	1	0	1	1	1	0
74	0	1	1	0	1	1	1	0
75	0	1	1	0	1	1	1	0
76	0	1	1	0	1	1	1	0
77	0	1	1	0	1	1	1	0
78	0	1	1	0	1	1	1	0
79	0	1	1	0	1	1	1	0
80	0	1	1	0	1	1	1	0
81	0	1	1	0	1	1	1	0

Vista de datos Vista de variables

DATOS BRUNELA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar

17 :

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
81	0	1	1	0	1	1	1	0
82	0	1	1	0	1	1	1	0
83	0	1	1	0	1	1	1	1
84	0	1	1	0	1	1	1	1
85	0	1	1	0	1	1	1	1
86	0	1	1	0	1	1	1	1
87	0	1	1	0	1	1	1	1
88	0	1	1	0	1	1	1	1
89	0	1	1	0	1	1	1	1
90	0	1	1	0	1	1	1	1
91	0	1	1	0	1	1	1	1
92	0	1	1	0	1	1	1	1
93	0	1	1	0	1	1	1	1
94	0	1	1	0	1	1	1	1
95	0	1	1	0	1	1	1	1
96	0	1	1	0	1	1	1	1
97	0	1	1	0	1	1	1	1
98	0	1	1	0	1	1	1	1
99	0	1	1	0	1	1	1	1
100	0	1	1	0	1	1	1	1
101	0	1	1	0	1	1	1	1
102	0	1	1	0	1	1	1	1
103	0	1	1	0	1	1	1	1
104	0	1	1	0	1	1	1	1
105	0	1	1	0	1	1	1	1
106	0	1	1	0	1	1	1	1
107	0	1	1	0	1	1	1	1
108	0	1	1	0	1	1	1	1

DATOS BRUNELA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar

17 :

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
108	0	1	1	0	1	1	1	1
109	0	1	1	0	1	1	1	1
110	1	1	1	0	1	1	1	1
111	1	1	1	0	1	1	1	1
112	1	1	1	0	1	1	1	1
113	1	1	1	0	1	1	1	1
114	1	1	1	0	1	1	1	1
115	1	1	1	0	1	1	1	1
116	1	1	1	0	1	1	1	1
117	1	1	1	0	1	1	1	1
118	1	1	1	0	1	1	1	1
119	1	1	1	0	1	1	1	1
120	1	1	1	0	1	1	1	1
121	1	1	1	0	1	1	1	1
122	1	1	1	0	1	1	1	1
123	1	1	1	0	1	1	1	1
124	1	1	1	0	1	1	1	1
125	1	1	1	0	1	1	1	1
126	1	1	1	0	1	1	1	1
127	1	1	1	0	1	1	1	1
128	1	1	1	0	1	1	1	1
129	1	1	1	0	1	1	1	1
130	1	1	1	0	1	1	1	1
131	1	1	1	0	1	1	1	1
132	1	1	1	0	1	1	1	1
133	1	1	1	0	1	1	1	1
134	1	1	1	0	1	1	1	1
135	1	1	1	0	1	1	1	1

Vista de datos Vista de variables

DATOS BRUNELA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Edito

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar

17 :

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
136	1	1	1	0	1	1	1	1
137	1	1	1	0	1	1	1	1
138	1	1	1	0	1	1	1	1
139	1	1	1	0	1	1	1	1
140	1	1	1	1	1	1	1	1
141	1	1	1	1	1	1	1	1
142	1	1	1	1	1	1	1	1
143	1	1	1	1	1	1	1	1
144	1	1	1	1	1	1	1	1
145	1	1	1	1	1	1	1	1
146	1	1	1	1	1	1	1	1
147	1	1	1	1	1	1	1	1
148	1	1	1	1	1	1	1	1
149	1	1	1	1	1	1	1	1
150	1	1	1	1	1	1	1	1
151	1	1	1	1	1	1	1	1
152	1	1	1	1	1	1	1	1
153	1	1	1	1	1	1	1	1
154	1	1	1	1	1	1	1	1
155	1	1	1	1	1	1	1	1
156	1	1	1	1	1	1	1	1
157	1	1	1	1	1	1	1	1
158	1	1	1	1	1	1	1	1
159	1	1	1	1	1	1	1	1
160	1	1	1	1	1	1	1	1
161	1	1	1	1	1	1	1	1
162	1	1	1	1	1	1	1	1

Vista de datos Vista de variables

Anexo 4



**Validación del instrumento por
expertos**

TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN /TESIS:

Los precios en los artículos de los bazares de la Escuela Militar de Chorrillos
"Coronel Francisco Bolognesi", Lima-2019

AUTORES:

Adriano Adrianzen Anggie

Cruz Pizarro Brunella

INSTRUCCIONES: Coloque "x" en el casillero correspondiente la valoración que su experticia determine sobre las preguntas formuladas en el instrumento.

CRITERIOS	DESCRIPCIÓN	VALOR ASIGNADO POR EL EXPERTO									
		10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
1. CLARIDAD	Está formado con el lenguaje adecuado.										
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables										
3. ACTUALIDAD	Adecuado de acuerdo al avance de la ciencia.										
4. ORGANIZACIÓN	Existe una cohesión lógica entre sus elementos.										
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos requeridos en cantidad y calidad										
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de la investigación										
7. CONSISTENCIA	Basado en bases teóricas científicas.										
8. COHERENCIA	Hay correspondencia entre dimensiones, indicadores e índices.										
9. METODOLOGÍA	El diseño responde al propósito de la investigación										
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación.										

PROMEDIO DE VALORACIÓN DEL EXPERTO:

OBSERVACIONES REALIZADAS POR EL EXPERTO:

.....

GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO:

.....

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:

.....

FIRMA:

DNI:

TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN /TESIS:

Los precios en los artículos de los bazares de la Escuela Militar de Chorrillos
"Coronel Francisco Bolognesi", Lima-2019

AUTORES:

Adriano Adrianzen Anggie

Cruz Pizarro Brunella

INSTRUCCIONES: Coloque "x" en el casillero correspondiente la valoración que su experticia determine sobre las preguntas formuladas en el instrumento.

CRITERIOS	DESCRIPCIÓN	VALOR ASIGNADO POR EL EXPERTO									
		10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
1.CLARIDAD	Está formado con el lenguaje adecuado.										
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables										
3.ACTUALIDAD	Adecuado de acuerdo al avance de la ciencia.										
4.ORGANIZACIÓN	Existe una cohesión lógica entre sus elementos.										
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos requeridos en cantidad y calidad										
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de la investigación										
7.CONSISTENCIA	Basado en bases teóricas científicas.										
8. COHERENCIA	Hay correspondencia entre dimensiones, indicadores e índices.										
9. METODOLOGÍA	El diseño responde al propósito de la investigación										
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación.										

PROMEDIO DE VALORACIÓN DEL EXPERTO:

OBSERVACIONES REALIZADAS POR EL EXPERTO:

.....

GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO:

.....

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:

.....

FIRMA:

DNI:

TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN /TESIS:

Los precios en los artículos de los bazares de la Escuela Militar de Chorrillos
"Coronel Francisco Bolognesi", Lima-2019

AUTORES:

Adriano Adrianzen Anggie

Cruz Pizarro Brunella

INSTRUCCIONES: Coloque "x" en el casillero correspondiente la valoración que su experticia determine sobre las preguntas formuladas en el instrumento.

CRITERIOS	DESCRIPCIÓN	VALOR ASIGNADO POR EL EXPERTO									
		10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
1.CLARIDAD	Está formado con el lenguaje adecuado.										
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables										
3.ACTUALIDAD	Adecuado de acuerdo al avance de la ciencia.										
4.ORGANIZACIÓN	Existe una cohesión lógica entre sus elementos.										
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos requeridos en cantidad y calidad										
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de la investigación										
7.CONSISTENCIA	Basado en bases teóricas científicas.										
8. COHERENCIA	Hay correspondencia entre dimensiones, indicadores e índices.										
9. METODOLOGÍA	El diseño responde al propósito de la investigación										
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación.										

PROMEDIO DE VALORACIÓN DEL EXPERTO:

OBSERVACIONES REALIZADAS POR EL EXPERTO:

.....

GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO:

.....

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:

.....

FIRMA:

DNI:

Anexo 5



**Constancia de entidad donde se
efectuó la investigación**

Constancia de la entidad donde se efectuó la investigación
ESCUELA MILITAR DE CHORRILLOS “CORONEL FRANCISCO BOLOGNESI”

CONSTANCIA

El que suscribe Sub Director Académico de la Escuela Militar de Chorrillos
“Coronel Francisco Bolognesi”

HACE CONSTAR

Que los Cadetes que se mencionan han realizado la investigación en esta
dependencia militar sobre el tema titulado: Los precios de los bazares de la Escuela
Militar de Chorrillos Crnl “Francisco Bolognesi”

Investigadores:

- Bach Adriano Adrianzen Anggie
- Bach Cruz Pizarro Brunella

Se les expide la presente Constancia a efectos de emplearla como anexo en
su investigación.

Chorrillos,..... dedel 2019

.....

Anexo 6



**Compromiso de autenticidad del
instrumento**

Compromiso de autenticidad del instrumento

Los Cadetes que suscriben líneas abajo, autores del trabajo de investigación titulado:
Los precios de los bazares de la Escuela Militar de Chorrillos Crnl “Francisco Bolognesi”

HACEN CONSTAR:

Que el presente trabajo ha sido íntegramente elaborado por los suscritos y que no existe plagio alguno, ni temas presentados por otra persona, grupo o institución, comprometiéndonos a poner a disposición del COEDE (EMCH “CFB”) los documentos que acrediten la autenticidad de la información proporcionada si esto lo fuera solicitado por la entidad.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión, tanto en los documentos como en la información aportada.

Nos afirmamos y ratificamos en lo expresado, en fe de lo cual firmamos el presente documento.

.....del 2019

Chorrillos,..... de

.....
Bach. Adriano Adrianzen Anggie

.....
Bach. Cruz Pizarro Brunella

Anexo 7



Asesor y miembro del jurado

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

TEMÁTICO:

METODOLÓGICO:

PRESIDENTE DEL JURADO:

.....

MIEMBROS DEL JURADO:

.....

MIEMBROS DEL JURADO:

.....

Anexo 8



**Compromiso ético, declaración
jurada de autoría, autenticidad y
no plagio**

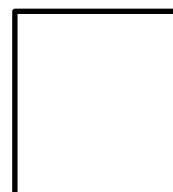
COMPROMISO ÉTICO ,DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA AUTENTICIDAD Y NO PLAGIO

Mediante el presente documento, Yo, _____
 _____, identificado con Documento Nacional de Identidad N° _____
 _____, con domicilio real en _____, en el distrito de _____
 _____, provincia de _____, departamento de _____
 _____, estudiante / egresado de _____
 _____ la Escuela Militar de Chorrillos "Coronel Francisco Bolognesi", declaro bajo
 juramento que:

Soy el autor de la investigación titulada " _____"
 _____ " que presento a los _____ días
 de _____ del año 20____, ante esta institución con fines de optar el grado académico de _____
 _____.

En dicha investigación se ha desarrollado respetando los principios éticos propios , no ha sido presentada ni publicada anteriormente por ningún otro investigador ni por el suscrito, para optar otro grado académico ni título profesional alguno. Declaro que se ha citado debidamente toda idea, texto, figura, fórmulas, tablas u otros que corresponde al suscrito u a otro en respeto irrestricto a los derechos del autor. Declaro conocer y me someto al marco legal y normativo vigente relacionado a dicha responsabilidad. **(El delito de plagio se encuentra tipificado en el artículo 219 del Código penal).**

Declaro bajo juramento que los datos e información presentada pertenecen a la realidad estudiada, que no han sido falseados, adulterados, duplicadas ni copiados. Que no he cometido fraude científico, plagio o vicios de autoría; en caso contrario, eximo de toda responsabilidad a la Escuela Militar de Chorrillos y me declaro como el único responsable.



 Apellidos y nombres

DNI

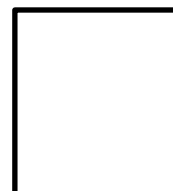
COMPROMISO ÉTICO ,DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA AUTENTICIDAD Y NO PLAGIO

Mediante el presente documento, Yo, _____
 _____, identificado con Documento Nacional de Identidad N° _____
 _____, con domicilio real en _____, en el distrito de _____
 _____, provincia de _____, departamento de _____
 _____, estudiante / egresado de _____
 _____ la Escuela Militar de Chorrillos "Coronel Francisco Bolognesi", declaro bajo juramento que:

Soy el autor de la investigación titulada " _____"
 _____ " que presento a los _____ días
 de _____ del año 20____, ante esta institución con fines de optar el grado académico de _____
 _____.

En dicha investigación se ha desarrollado respetando los principios éticos propios , no ha sido presentada ni publicada anteriormente por ningún otro investigador ni por el suscrito, para optar otro grado académico ni título profesional alguno. Declaro que se ha citado debidamente toda idea, texto, figura, fórmulas, tablas u otros que corresponde al suscrito u a otro en respeto irrestricto a los derechos del autor. Declaro conocer y me someto al marco legal y normativo vigente relacionado a dicha responsabilidad. **(El delito de plagio se encuentra tipificado en el artículo 219 del Código penal).**

Declaro bajo juramento que los datos e información presentada pertenecen a la realidad estudiada, que no han sido falseados, adulterados, duplicadas ni copiados. Que no he cometido fraude científico, plagio o vicios de autoría; en caso contrario, eximo de toda responsabilidad a la Escuela Militar de Chorrillos y me declaro como el único responsable.



 Apellidos y nombres

DNI

Anexo 9



Certificado turniting

Anexo 10



Acta de sustentación de tesis

Escuela Militar de Chorrillos
“Coronel Francisco Bolognesi”

ACTA DE **SUSTENTACIÓN** DE TESIS

En el distrito de Chorrillos de la ciudad de Lima, siendo las horas del día
 De del 20... se dio a la sustentación de la tesis titulada:

.....
e

el jurado evaluador confirmado por:

- PRESIDENTE :
- SECRETARÍO :
- VOCAL :

Concluida la sustentación, los miembros del jurado dictaminan:

.....-

APROBADO POR UNANIMIDAD

APROBADO POR MAYORIA

DESAPROBADO

Siendo las Horas del día.....Se dio por concluida el presente
 acto, firmando los miembros del jurado evaluador.

 VOCAL

 SECRETARIO

 PRESIDENTE