

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL



TESIS

**“GESTIÓN DE INVENTARIOS EN EL PROCESO DE COMPRAS
EN UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS
AL POR MAYOR”**

Presentado por:
Bach. **HILARIO GAVINO, MIREYA PAMELA**

Línea de Investigación Institucional: Nuevas Tecnologías y
Procesos
Línea de Investigación de la Escuela Profesional: Sistemas de
Producción

Para optar el título profesional de:
Ingeniera Industrial

HUANCAYO – PERÚ
2023

**“GESTIÓN DE INVENTARIOS EN EL PROCESO DE COMPRAS
EN UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS
AL POR MAYOR”**

ASESORES

Dr. David Abel Nieto Modesto
Asesor metodológico

Mg. Anthony Christian Montero Estrella
Asesor temático

DEDICATORIA

Dedico plenamente mi investigación a Dios por guiarme, a mi pequeño hijo Joao por ser la razón principal de mi perseverancia y lucha firme para lograr mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Peruana Los Andes en especial a la Escuela Profesional de Ingeniería Industrial por brindarme una formación académica que me permitió desarrollar la presente investigación

CONSTANCIA DE SIMILITUD

N° 0095 - FI -2024

La Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones, hace constar mediante la presente, que la TESIS; Títulado:

GESTIÓN DE INVENTARIOS Y PROCESO DE COMPRAS EN UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS AL POR MAYOR

Con la siguiente información:

Con Autor(es) : BACH. HILARIO GAVINO MIREYA PAMELA
Facultad : INGENIERÍA
Escuela Académica : INGENIERÍA INDUSTRIAL
Asesor(a) : Dr. DAVID ABEL NIETO MODESTO

Fue analizado con fecha 22/02/2024; con 123 págs.; con el software de prevención de plagio (Turnitin); y con la siguiente configuración:

Excluye Bibliografía.

Excluye citas.

Excluye Cadenas hasta 20 palabras.

Otro criterio (especificar)

X
X

El documento presenta un porcentaje de similitud de 12 %.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el artículo N°15 del Reglamento de uso de Software de Prevención de Plagio Versión 2.0. Se declara, que el trabajo de investigación: *Si contiene un porcentaje aceptable de similitud.*

Observaciones:

En señal de conformidad y verificación se firma y sella la presente constancia.

Huancayo, 22 de febrero de 2024.



DR. HILARIO ROMERO GIRON
JEFE (e)
Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones

HOJA DE CONFORMIDAD DE JURADOS

DR. RUBEN DARIO TAPIA SILGUERA
PRESIDENTE

ING. SANDRO ENRIQUE RUIZ BUSTAMENTE
JURADO

ING. JESSICA VILCHEZ GUTARRA
JURADO

MG. GUILLERMO ENRIQUE PAREDES GUTARRA
JURADO

MG. LEONEL UNTIVEROS PEÑALOZA
SECRETARIO DOCENTE

CONTENIDO

PORTADA	Error! Bookmark not defined.
ASESORES	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO	5
HOJA DE CONFORMIDAD DE JURADOS	6
CONTENIDO.....	8
I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
1.1. Planteamiento del problema	15
1.2. Formulación del problema.....	18
1.2.1. Problema general	18
1.2.2. Problemas específicos	18
1.3. Justificación	18
1.3.1. Social o práctica	18
1.3.2. Científica o Teórica.....	19
1.3.3. Metodológica.....	19
1.4. Delimitación	19
1.4.1. Delimitación espacial.....	19
1.4.2. Delimitación temporal.....	19
1.4.3. Delimitación económica.....	20
1.5. Limitaciones	20
1.6. Objetivos	20
1.6.1. Objetivo general	20
1.6.2. Objetivos específicos.....	20
II. MARCO TEÓRICO.....	20
2.1. Antecedentes	20
2.1.1. Antecedentes nacionales	20
2.1.2. Antecedentes internacionales	24
2.2. Bases Teóricas o Científicas.....	28
2.2.1. Gestión de inventarios.....	28
2.2.2. Proceso de compras.....	34
2.3. Marco conceptual.....	44

III.	HIPÓTESIS	45
3.1.	Hipótesis general	45
3.2.	Hipótesis específicas	45
3.3.	Variables	45
3.3.1.	Definición conceptual de la variable	45
3.3.2.	Definición operacional de la variable	45
3.3.3.	Operacionalización de la variables	46
IV.	METODOLOGÍA.....	47
4.1.	Método de investigación	47
4.2.	Tipo de investigación	47
4.3.	Nivel de investigación	47
4.4.	Diseño de la investigación	48
4.5.	Población y muestra.....	48
4.5.1.	Población.....	48
4.5.2.	Muestra	49
4.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	49
4.7.	Procesamiento de la información.....	49
4.8.	Técnicas y análisis de datos	50
V.	Resultados	51
5.1.	Estadística descriptiva	51
5.2.	Estadística inferencial	65
5.2.1.	Contrastación de la hipótesis general.....	65
5.2.2.	Contrastación de la primera hipótesis específica	66
5.2.3.	Contrastación de la segunda hipótesis específica.....	68
VI.	Discusión de resultados	71
	Conclusiones.....	98
	Recomendaciones	99
	Referencias bibliográficas	100
	ANEXOS	105

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	46
Tabla 2 Control de stocks	51
Tabla 3 Software para control de stocks.....	52
Tabla 4 Análisis de inventario FIFO.....	53
Tabla 5 Análisis de inventario LIFO	54
Tabla 6 Cumplimiento de estándares del proceso de control de stock.....	55
Tabla 7 Rotación de inventarios de los productos que se comercializa.....	56
Tabla 8 Control sobre la rotación de inventarios.....	57
Tabla 9 Control de Kardex de productos	58
Tabla 10 Cantidad de compras que se deben realizar	59
Tabla 11 Planificación de las compras	60
Tabla 12 Cantidad de requerimientos de los diversos productos que se vende	61
Tabla 13 Cantidad de órdenes de compras	62
Tabla 14 Control sobre la cantidad de órdenes de compra	63
Tabla 15 Conocimiento de la cantidad de proveedores.....	64
Tabla 16 Prueba estadística de correlación para la hipótesis general.....	66
Tabla 17 Prueba estadística de correlación para la primera hipótesis específica.....	68
Tabla 18 Prueba estadística de correlación para la segunda hipótesis específica.....	70

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1 Clasificación de los inventarios según su naturaleza física	29
Figura 2 Clasificación de almacenes	30
Figura 3 Control de stocks	51
Figura 4 Software para control de stocks	52
Figura 5 Análisis de inventario FIFO	53
Figura 6 Análisis de inventario LIFO	54
Figura 7 Cumplimiento de estándares del proceso de control de stock	55
Figura 8 Rotación de inventarios de los productos que se comercializa	56
Figura 9 Control sobre la rotación de inventarios	57
Figura 10 Control de Kardex de productos	58
Figura 11 Cantidad de compras que se deben realizar	59
Figura 12 Planificación de las compras	60
Figura 13 Cantidad de requerimientos de los diversos productos que se vende	61
Figura 14 Cantidad de órdenes de compras	62
Figura 15 Control sobre la cantidad de órdenes de compra	63
Figura 16 Conocimiento de la cantidad de proveedores	64

RESUMEN

La investigación realizada lleva por título: “Gestión de inventarios en el proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor”, la misma que tuvo por objetivo: Determinar la influencia de la gestión de inventarios en el proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor; esta investigación tuvo como método de investigación el método Científico, en cuanto al tipo de investigación fue aplicada, respecto del nivel de investigación fue explicativo y en lo que se refiere al diseño general fue el No Experimental. Se aplicó como instrumento el cuestionario (encuesta) a un total de una Muestra de 38 personas; se procesó la información obtenida con la aplicación del instrumento en el Software Estadístico SPSS V26 y los resultados indicaron que se pudo determinar que existe una significativa influencia de la gestión de inventarios en el proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor y es necesario que la empresa emplee en forma apropiada y eficiente la planeación y gestión del proceso de compras pues tiene un efecto directo e influye en la gestión del inventario.

Palabras clave: inventarios, compras, gestión.

ABSTRACT

The research carried out is entitled: "Inventory management in the purchasing process in a company that sells wholesale products", the same one whose objective was: To determine the influence of inventory management in the purchasing process in a company wholesale product marketer; This research had as its research method the Scientific method, as for the type of research it was applied, regarding the level of research it was explanatory and as regards the general design it was the Non-Experimental one. The questionnaire (survey) was applied as an instrument to a total of a sample of 38 people; The information obtained with the application of the instrument was processed in the SPSS Statistical Software V26 and the results indicated that it could be determined that there is a significant influence of inventory management in the purchasing process in a company that sells wholesale products and It is necessary for the company to use the planning and management of the purchasing process appropriately and efficiently, since it has a direct effect and influences inventory management.

Keywords: inventories, purchases, management.

INTRODUCCIÓN

La investigación que se realizó analizó una realidad poco conocida respecto de las empresas comercializadoras de productos al por mayor, en lo que se refiere al manejo de sus productos en cuanto a los inventarios o stocks que tienen o con el que cuentan en sus almacenes y la forma como le dan la rotación respectiva, también es importante y es otra variable de estudio el proceso de compras. Estas empresas generalmente tienen mucho movimiento comercial, pero no tienen mucho control sobre sus stocks y almacenes, tampoco invierten en un software especializado para el manejo de stocks y mucho menos en personal capacitado y especializado por la magnitud del tipo de trabajo que se realiza y esto genera muchos problemas y dificultades que pueden poner en tela de juicio la operatividad y continuidad de estas empresas.

El trabajo de investigación se desarrolla en cinco apartados: donde el primer capítulo está referido al planteamiento del problema, en el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico, en el tercer capítulo se consignan las hipótesis, en el cuarto capítulo se desarrolla todo lo concerniente a la metodología y en el capítulo cinco se comprende la administración del proyecto.

Se ha seguido todo lo establecido mediante en el reglamento de la Universidad Peruana Los Andes a fin de que se cumpla con todo lo metodológicamente establecido.

I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

En lo que concierne a la gestión de inventarios a nivel mundial respecto al control y manejo de stocks la inclinación es mantener un equilibrio ideal entre el inventario disponible para satisfacer las demandas del cliente, y alcanzar una inversión eficaz que requiere abordar una tarea complicada, especialmente en contextos como los presentes con pandemia mundial y con estancamiento de las economías, por ello es necesario manejar este tema de la manera más eficiente a fin de evitar que la empresa pueda caer en sobre stock, mal manejo de inventarios, pérdidas o mermas, entre otros.

A nivel nacional tenemos que las empresas medianas principalmente son las que realizan algún tipo de inversión sobre el manejo de sus inventarios, bien sea implementando un software de control de stocks, reorganizando sus almacenes, contando con más y mejor calificado personal, entre otros aspectos. Pero la gran mayoría de emprendedores peruanos no lo hacen a pesar de que manejan grandes volúmenes de transacciones e ingresos, siendo necesario para optimizar los procesos en las empresas que manejan. A continuación, describiremos brevemente la empresa con la que se trabajará y a la cual se analizará en nuestra investigación.

Descripción de la empresa

Por iniciativa de los señores Tito Chali Villarruel Donato y Elzer Eudy Pérez Pérez, deciden crear la Empresa Inversiones Donato E&T S.A.C., dando inicio a sus operaciones el 05 de febrero del 2009 con un capital de S/. 50,000 nuevos soles, teniendo como dirección fiscal el Pasaje Real N.º 121, Mercado de Productores Santa Anita, Departamento de Lima y contando además con una sucursal, por efectos

de desarrollo empresarial., en la Calle Manuel Seoane N.º 119 en el departamento de Lambayeque.

La sociedad que se constituye tiene por objetivo principal enfocarse en todo el ciclo de vida del producto desde la producción hasta la comercialización, en general de todo tipo de productos alimentarios y abarrotes en general, tales como arroz, azúcar, aceite, fideos, golosinas, detergentes, harinas, lácteos, conservas, tubérculos y derivados, embutidos, gaseosas, bebidas alcohólicas, alimentos preparados, alimentos refrigerados y congelados, alimentos domésticos en general y de animales ya sea nacional o extranjero, artículos comestibles de consumo masivo, etc., también de todo tipo de granos secos y menestras en general para consumo humano. Servicio de molino en la selección y procesamiento en agroindustria de granos y cereales, menestras, etc.

También la empresa se dedicará al servicio de traslado de todo tipo de bienes al interior como afuera del país, cualquiera sea los bienes transportados, incluyendo alimentos, productos químicos, minerales, solventes, abarrotes, licores; servicio de almacenaje. Importación y compra venta de vehículos, maquinarias motorizados y pesados, repuestos y accesorios en general. Importar, exportar, comercializar, distribuir, comprar y vender insumos, materias primas y medicamentos para productos agrícolas en general. Importar, exportar, comercializar, reparar, comprar, vender y alquilar vehículos y maquinarias en general, pudiendo tomar representaciones nacionales y extranjeras. Pudiendo dedicarse además a cualquier otra activa anexa o conexas permitidas por las leyes.

Sus primeros proveedores fueron molineras locales como Molino San Fernando, Sudamérica, Santa Flor, Molinor, Pirata, San Jorge, Santa Fe, entre otros los cuales otorgaban facilidades en los pagos a través de créditos a corto plazo. La empresa Inversiones Donato E&T S.A.C. está dedicada a comercializar arroz al por mayor distribuido bajo la marca "El Príncipe", Samán, entre otras.

La empresa Inversiones Donato E&T S.A.C, debido al crecimiento que ha experimentado desde sus inicios ha decidido hacer estudios para determinar la posibilidad de implementar un molino de arroz, en la ciudad de Nueva Cajamarca, como es conocido esta ciudad por su ubicación Geopolítica se ha convertido en el centro de empresas molineras, además por efectos de costos es más rentable implementar un molino así se podría adquirir arroz en cáscara, procesarlo y asimismo podrían comercializarlo como Arroz Envasado con la marca “Príncipe” y la “Receta Norteña”.

La empresa en estudio tiene entre otros los siguientes problemas:

- Cuenta con una alta rotación de sus productos en cuanto a ventas
- El stock que tienen en sus almacenes muchas veces no cubre las necesidades o pedidos de sus clientes porque no se conoce o no se planifican los requerimientos.
- No se conocen con exactitud o aproximación los pedidos de clientes a pesar de que son los mismos o recurrentes.
- El personal encargado del almacén no tiene preparación ni capacitación, son elegidos en forma empírica sin evaluarlos.
- No se planifican las compras, se hacen muchas veces por una oportunidad que se presenta o porque les pasaron alguna compra. Lo hacen en forma empírica de acuerdo a su experiencia.
- Es una empresa familiar y que no tienen mucha predisposición para la inversión en mejoras, en infraestructura, en software para sus procesos, etc.

- El área de almacenes es desordenada, sin señalización, sin planificación, lo que ocasiona que no se identifiquen bien los productos, a veces hay productos que no se sabe que están en el almacén y no se venden y llegan a vencerse y son pérdidas para la empresa.
- No tienen un control de stock digital o computarizado.
- Solamente tienen una computadora para las ventas.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera la gestión de inventarios influye en el proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo influye la gestión de inventarios en la dimensión planeación de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor?
- ¿Cómo influye la gestión de inventarios en la dimensión gestión de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor?

1.3. Justificación

1.3.1. Social o práctica

El trabajo de investigación estuvo orientado a brindar algún tipo de solución a las dificultades que tiene la empresa objeto de estudio respecto de su gestión de existencias y el proceso de compras que debe realizar y que como hemos visto presenta muchas dificultades

actualmente. Con la solución de esta problemática los principales beneficiados fueron los empresarios, trabajadores y clientes.

1.3.2. Científica o Teórica

Durante la realización del trabajo de investigación, se decidió recopilar una gran cantidad de datos pertinentes a las variables estudiadas, obteniendo información de diversas fuentes (tanto primarias como secundarias) y estructurándola según las necesidades del desarrollo de la tesis.

1.3.3. Metodológica

La presente tesis se elaboró de acuerdo a lo dispuesto en el reglamento de grados y títulos de pregrado de la Universidad Peruana los Andes.

1.4. Delimitación

1.4.1. Delimitación espacial

Los límites de la investigación se centraron en el ámbito de almacén, compras y ventas de la compañía Inversiones Donato E&T S.A.C., con sede en Lima.

Por iniciativa de los señores Tito Chali Villarruel Donato, y Elzer Eudy Pérez Pérez, deciden crear la Empresa INVERSIONES DONATO E&T S.A.C., dando inicio a sus operaciones el 05 de febrero del 2009 con un capital de S/. 5,000 nuevos soles, teniendo como dirección fiscal el Pasaje Real N° 121, Mercado de Productores Santa Anita, Departamento de Lima y contando además con una sucursal, por efectos de desarrollo empresarial., en la Calle Manuel Seoane N° 119, Chiclayo.

1.4.2. Delimitación temporal

El trabajo de investigación abarcó un período de tres meses.

1.4.3. Delimitación económica

La tesista enfrentó restricciones en la obtención de información bibliográfica y en el acceso a los datos, sin embargo, logró superarlas.

1.5. Limitaciones

Durante el trabajo de investigación se presentaron inconvenientes en torno al manejo de material bibliográfico, los cuales fueron superados satisfactoriamente por el investigador a cargo.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Determinar la influencia de la gestión de inventarios en el proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.

1.6.2. Objetivos específicos

- Establecer la influencia de la gestión de inventarios en la dimensión planeación de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.
- Determinar la influencia de la gestión de inventarios en la dimensión gestión de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes nacionales

Ordoñez (2019) desarrolló la tesis titulada: “Estudio de la gestión de inventarios en la distribuidora DISCOR E.I.R.L aplicando el modelo SCOR”; para obtener el título de Licenciado en Administración de

Empresas. Tesis presentada a la Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.

El propósito consistió en realizar un diagnóstico de la cadena de suministro, detectando los principales inconvenientes que justifiquen una propuesta para mejorar la gestión de inventarios en la compañía DISCOR E.I.R.L. Para dicho fin se sirvió de un estudio de nivel descriptivo y cuantitativo, además de que utilizó como herramientas entrevistas y observación para recolectar sus datos. Sus hallazgos revelaron fallos tanto en la adquisición como en el manejo de almacenamiento de los productos, que se vio afectado, dado que la empresa optaba por buscar artículos con precios más bajos, sin embargo, sus proveedores no siempre cumplieron con los tiempos de entrega establecidos. De igual manera, no se calculó adecuadamente el límite máximo de stock provocó una desorganización en la disposición de los espacios en el almacén, ya que no se ajustaban adecuadamente a la cantidad de los pedidos recientes. En conclusión, el autor señala que no se llevó a cabo una rotación adecuada de los materiales, a pesar de que la empresa disponía de un indicador específico para realizar dicho análisis.

Arisaca et al. (2014) desarrollaron la investigación titulada “Propuesta de mejora en el proceso de abastecimiento de medicamentos en una clínica privada de salud”; para obtener el grado de Maestro en Dirección de Operaciones y Logística. Tesis presentada a la Escuela de Posgrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.

Tuvieron como fin principal la mejora en la fase de provisión de medicamentos en una clínica para lo cual se valieron de una investigación aplicada, descriptiva, correlacional. Los resultados principales señalaron una significativa reducción del 25% en Los gastos asociados a la compra y el mantenimiento de inventarios en la Clínica San Isidro se vieron afectados debido a la introducción de técnicas de planificación en el proceso de aprovisionamiento y adquisiciones.

También observaron que la aplicación de una política de abastecimiento basada en un único criterio, sin distinguir entre los diferentes tipos de ítems, resultó en un exceso de stock de productos de tipo B y C. Como conclusión, señalaron que una política que tenga en cuenta la variabilidad tanto en el consumo como en los costos asociados con hacer pedidos y mantener inventarios puede conducir a ahorros significativos en los costos de pedido y mantenimiento de inventario, así como a una reducción considerable en el valor de las compras e inventarios. También destacaron que la implementación de métodos que tengan en cuenta el consumo de productos altamente variables mejora la precisión en la determinación de los requisitos de la empresa en análisis.

Rivera (2018) elaboró la tesis titulada “Proceso de abastecimiento en una empresa de traslado de valores en Lima 2018”; para obtener el grado de Maestro en Administración de Negocios. Tesis presentada a la Escuela de Posgrado, Universidad César Vallejo, Lima, Perú.

Se propuso formular recomendaciones para mejorar los procedimientos y optimizar la calidad del servicio tanto para los empleados internos como para los clientes de una empresa dedicada al traslado de valores. En cuanto al enfoque metodológico utilizado en su labor, se sustentó en una investigación de tipo básico y descriptivo, empleando un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental. Asimismo, contó con la participación de 50 usuarios a quienes se les aplicó una encuesta. Sus hallazgos indicaron que el nivel de abastecimiento en la empresa de traslado de valores fue evaluado como promedio, y que varios factores cruciales, como la comunicación entre departamentos, los proveedores y otros procesos, no fueron correctamente documentados o carecían de registros adecuados. Para respaldar lo mencionado, el autor examinó datos estadísticos, donde los usuarios internos de diversas áreas se destacaron como el factor clave. Realizó un análisis detallado de cada proceso involucrado en el

abastecimiento, considerando los comentarios y observaciones recibidos de los usuarios, que mayormente destacaron la falta de atención a procesos clave debido a la insuficiencia de personal en el departamento de compras.

Urcohuaranga (2019) llevó a cabo la tesis titulada “Procedimientos de control para la gestión de compras en la empresa Equipart Peru S.A.C. – Huancayo”; para obtener el grado académico de Bachiller en Contabilidad. Tesis presentada a la Escuela Académico Profesional de Contabilidad, Facultad de Ciencias de la Empresa, Universidad Continental, Huancayo, Perú.

Se planteó como objetivo establecer medidas de supervisión para potenciar la administración de adquisiciones en Equipart Perú S.A.C. Para alcanzar este objetivo, se empleó un enfoque descriptivo con un diseño no experimental y se administró una encuesta basada en un checklist. Sus hallazgos mostraron que las personas asignadas no cumplían con sus responsabilidades como consecuencia de una distribución inapropiada de las líneas de autoridad y tareas. Además, la carencia de equipos y repuestos necesarios para cada área designada ocasionó deficiencias para la empresa. Como conclusión señaló que establecer procesos para el proceso de gestión de compras, segmentados en áreas como la solicitante, la logística, los proveedores y la administrativa, podría facilitar el proceso de compra desde la solicitud hasta la recepción de los bienes. Esto podría aumentar la eficiencia de la empresa al asignar responsabilidades de manera individual para cada etapa del proceso.

Guerrero (2018) realizó la tesis “Mejora del control de inventario para una adecuada gestión de compras de repuestos y materiales de soldar en la empresa comercializadora SOLDEX S.A.”. Tesis presentada a la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima , Perú.

Se planteó sugerir un sistema para optimizar la gestión de compras de la manera más eficiente en la empresa que fue objeto de estudio. El autor empleó un estudio de casos junto con una investigación descriptiva. Los resultados revelaron que en muchas ocasiones, las empresas experimentan un crecimiento desordenado que resulta en pérdidas que podrían evitarse fácilmente. Sin embargo, estas se descuidan debido a la atención centrada en las actividades diarias. En conclusión, el autor argumenta que para lograr un crecimiento sostenido, las empresas deben evaluar sus procesos para identificar áreas de mejora que puedan implementarse, lo que les permitirá volverse más eficientes. También señala que la presencia de procesos están en función del trabajo manual inevitablemente resulta en la ocurrencia de errores y en la pérdida de tiempo debido a la necesidad de repetir tareas a causa de fallos humanos. Termina su trabajo destacando que el uso de herramientas que permitan automatizar en cierta medida estos procesos conlleva un control más rápido y preciso

2.1.2. Antecedentes internacionales

Jaimes y Zúñiga (2014) elaboró la tesis titulada “Proyecto de mejoramiento para los problemas de logística y almacenamiento en Fujian Shan S.A.”; para optar por el título de Administrador de Negocios. Tesis presentada a la Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Buenaventura, Bogotá, Colombia.

Su objetivo fue presentar un modelo de eficiencia en el almacenaje para mejorar la utilización de la capacidad instalada en la empresa Fujian Shan S.A. Su investigación fue de naturaleza aplicada, con un enfoque descriptivo y correlacional, y se basó en datos históricos para su análisis. Los principales resultados a los cuáles llegó revelaron las debilidades de la empresa Fujian Shan S.A., las cuales no se limitan únicamente al área de almacenamiento, sino que también se extienden al proceso de compras por la baja rotación y control de existencias. También encontró que el proceso de planificación de adquisiciones de

materias primas, suministros y productos terminados principales era deficiente, lo que resultó en retrasos significativos en todas las etapas del proceso de la cadena de suministro. Además, destacó que la compañía tenía políticas de adquisición y demanda de productos deficientes, no aprovechaba adecuadamente el sistema de información, carecía de un almacenamiento adecuado, el personal no estaba suficientemente capacitado y existía una falta de comunicación entre las distintas áreas. En resumen, concluyó que contar con un sistema de apoyo para la gestión de inventarios facilita en gran medida el registro y seguimiento adecuado de los productos.

Rivera (2014) elaboró la tesis titulada “Mejoramiento de la gestión de inventarios en el almacén de repuestos de empresa andina de herramientas”; para optar el título de Ingeniero Industrial. Tesis presentada a la Facultad de Ingenierías, Universidad Autónoma de Occidentes, Santiago de Cali, Colombia.

Se planteó perfeccionar el manejo de inventarios en el almacén de repuestos e insumos de la Empresa Andina de Herramientas, utilizando un enfoque descriptivo para el control de los mismos. Su estudio se caracterizó por considerar un enfoque cuantitativo, con un diseño descriptivo y correlacional. Los resultados a los que llegó revelaron serias deficiencias, como discrepancias en el inventario, presencia de productos obsoletos, falta de seguimiento y control del acceso del personal al almacén. Además, el autor se encontró con una base de datos desactualizada en relación a la información, lo que dificultó el logro de su objetivo principal. En este sentido, señaló que mantener un control sobre los productos que tienen un mayor impacto en los costos puede proporcionar información más precisa. Esto se logra mediante la correcta identificación de los productos utilizando un sistema de control, como la clasificación ABC. En conclusión, enfatizó la importancia de mantener un control preciso sobre los sistemas de

producción para prevenir ineficiencias, siempre evitando la obsolescencia.

Gómez y Guzmán (2016) desarrollaron el trabajo de investigación “Desarrollo de un sistema de inventarios para el control de materiales, equipos y herramientas dentro de la empresa de construcción ingeniería SÓLIDA LTDA”; para optar el título de Ingeniero Industrial. Tesis presentada a la Facultad de Ingeniería, Universidad Libre, Bogotá, Colombia.

Se propuso la creación de un sistema de gestión de inventario en Ingeniería Sólida Ltda., con el objetivo de administrar de manera eficaz los materiales, equipos y herramientas necesarios para su funcionamiento. Su investigación se basó en un enfoque cuantitativo, caracterizado por su naturaleza descriptiva y correlacional. En base a sus resultados concluyeron que el mejoramiento del sistema de inventario en un almacén proporciona más tiempo para llevar a cabo el inventario físico, además de permitir obtener información más precisa sobre la existencia de la mercancía. Así mismo, los autores señalaron que esto simplifica el trabajo tanto para el personal administrativo como para el que trabaja en el almacén, lo que a su vez puede llevar a que la empresa aumente sus ganancias y genere mayor motivación entre sus empleados de almacén. Concluyen su trabajo destacando que esto asegura una reducción de fallos en el funcionamiento del almacén de una empresa y les permite gestionar de manera eficiente y exitosa sus recursos.

Cruz (2015) llevó a cabo la tesis titulada “Mejoramiento de los procesos de gestión de inventarios, almacenamiento y planeación de requerimiento de materias primas para la empresa calzado Tiger Pathfinder, con base en el software ERP Accasoft”. Tesis presentada a la Universidad Industrial de Santander, Bucaramanga, Colombia.

Se propuso examinar, elaborar e introducir mejoras en los procedimientos de gestión de inventario, almacenaje y planificación de materias primas para la empresa de calzado TIGER. Para ello, empleó el método de estudio de casos junto con una investigación descriptiva y cualitativa. Los resultados obtenidos mostraron que actualizar el módulo de ARTÍCULOS fue crucial para alcanzar los objetivos en el proceso de planificación del requerimiento de materiales. La implementación del programa de las 5S en la empresa resultó en una estandarización y una cultura arraigada de orden, limpieza, bienestar, organización y seguridad en el entorno laboral cotidiano de todos los empleados. La evaluación del programa 5S aumentó en un 35,3%, y las jornadas de orden y limpieza alcanzaron el 90%. En conclusión, indicó que la comunicación clara y directa sobre las responsabilidades y funciones de cada empleado en la implementación del manual de funciones es crucial para asegurar el adecuado desarrollo de los procesos en una empresa.

López (2018) elaboró la investigación titulada “Análisis control interno del proceso de compra del inventario de la lubricadora Blanquita”. Tesis presentada a Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

Se centró en el análisis del control interno del proceso de adquisición de inventario en Lubricadora Blanquita, ubicada en la ciudad de Guayaquil, con la meta de potenciar la gestión de inventarios. Su trabajo de investigación utilizó una metodología cualitativa, con un enfoque descriptivo y empírico. Sus resultados revelaron problemas relacionados con el deterioro de la mercancía, ya que el encargado del almacén no comunicó estas irregularidades a la administración. Además, se identificó que la ubicación de la bodega no era la más adecuada. En resumen, el autor señaló que la empresa adquirió mercancía en exceso, lo que resultó en un almacenamiento prolongado de los productos. Además, la empresa no llevaba a cabo controles para satisfacer las necesidades de sus clientes. Concluyó destacando que la falta de un control interno adecuado en una empresa puede resultar en el

desperdicio de mercancía, lo que a su vez puede generar problemas de liquidez para hacer frente a los pagos necesarios

2.2. Bases Teóricas o Científicas

2.2.1. Gestión de inventarios

A. Gestión de inventario

Para Córdova (2015) “es el manejo o administración que se realiza sobre la entrada y salida de materiales, productos finales o en proceso, suministros y herramientas propiedad de una empresa.”

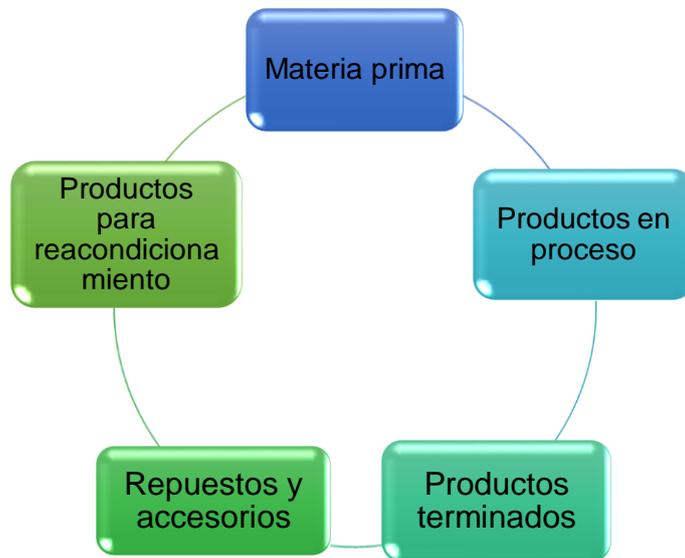
Podemos afirmar que este enfoque de gestión está integrado en la contabilidad de costos, y es fundamental para optimizar la eficacia de las operaciones de la empresa. Pancorvo (2015), define a los inventarios como todos los productos y mercancías que se encuentran en el almacén y que aún no son utilizados; es decir, están inactivos por un tiempo y después serán usados para el proceso de fabricación o para su venta.

❖ Clasificación

Dentro de una empresa pueden presentarse diversos tipos de inventario a la vez, los cuales pueden ser clasificados según diversos criterios. Parra (2015), señala tres formas para catalogar los inventarios:

- Por la función que desempeñan los stocks en la empresa.
- Por la naturaleza física de los productos.
- Por su valor e importancia: criterio ABC.

Figura 1
Clasificación de los inventarios según su naturaleza física



Nota: la figura fue adaptada de lo presentado por Parra (2015),

❖ **Gestión de Almacenes**

a. Definición de almacén

Anaya (2016) define este concepto como aquel espacio establecido donde se procede con la ubicación, conservación y manipulación de insumos, materias primas, productos, etc. Procurando cumplir con dos condiciones “maximizar la utilización del espacio en el almacén y minimizar las operaciones de manipulación.

b. Clasificación de los almacenes

Figura 2
Clasificación de almacenes

ALMACENES INDUSTRIALES	ALMACENES COMERCIALES
<ul style="list-style-type: none">• De materias primas• De productos semi terminados• De productos terminados• De repuestos• De productos para reacondicionamiento• De productos obsoletos	<ul style="list-style-type: none">• De productos terminados• Centrales o reguladores• Regionales o de aproximación• Centros de acogida de productos• Plataformas de distribución (cross-docking)

Nota: la figura fue recuperada de lo presentado por Anaya (2016).

c. Proceso de control interno de inventarios

Claros y León (2012) explican que el proceso de control interno proporciona un nivel aceptable de confianza en los directivos de la empresa y a cualquier persona interesada en sus operaciones, en cuanto al logro de los objetivos. Por lo tanto, los objetivos del control interno son:

- Resguardar los activos de la empresa.
- Garantizar la exactitud y seguridad de la información financiera.
- Operar de manera eficiente y efectiva de acuerdo con las políticas de la empresa.
- Cumplir con las normas, reglamentos y políticas establecidas.

d. Elementos del control interno

Hurtado (2015) indica que los elementos de control interno se pueden agrupar de la siguiente manera:

- Ambiente de control: el personal y su entorno de trabajo son fundamentales para el funcionamiento del negocio.

- Evaluación de riesgos: toda empresa debe estar al tanto de los riesgos a los que se enfrenta y desarrollar sistemas para detectar, examinar y administrar esos riesgos.
- Procedimiento de control: implica establecer y ejecutar políticas y procesos para alcanzar los objetivos de la entidad.
- Comunicación e información: los sistemas de información y comunicación simplifican la adquisición y el intercambio de la información requerida para realizar, gestionar y supervisar las operaciones de la empresa.

e. Ciclo PDCA

El Ciclo PDCA es el método más comúnmente utilizado para implementar un sistema de mejora continua. PDCA proviene de las iniciales en inglés de Plan, Do, Check y Act. Este enfoque explica los cuatro pasos fundamentales que deben seguirse de manera sistemática para alcanzar la mejora continua. Se entiende como mejora continua la constante mejora en la calidad, que implica la reducción de errores, el aumento de la eficacia y la eficiencia, la resolución de problemas, así como la prevención y eliminación de posibles riesgos. El ciclo de Deming consta de cuatro fases cíclicas. Después de completar la última etapa, se vuelve a la primera para repetir el ciclo, lo que posibilita la revisión periódica de las actividades para incorporar mejoras continuas. Es ampliamente empleada en empresas y organizaciones.

- Implantación del Ciclo PDCA

En primer lugar, se evalúan oportunidades de mejora, ya sea debido a la identificación de problemas, sugerencias de los trabajadores para mejorar métodos de trabajo, la introducción de maquinaria más eficiente en el mercado que pueda reducir costos, entre otras razones.

En segundo lugar, se evalúan las mejoras potenciales y su impacto. Se seleccionan las opciones consideradas más efectivas y se decide implementarlas en un piloto a pequeña escala para su prueba.

En tercer lugar, una vez finalizada la fase de prueba piloto, se verifica el funcionamiento adecuado de los cambios y su capacidad para alcanzar los resultados deseados. En caso de que no cumplan con las expectativas, se realizan ajustes para garantizar su correcto funcionamiento.

Finalmente, si los resultados son buenos, se implementan a gran escala en la línea de producción. Se estandarizan los procesos exitosos y se establecen acciones de mejora adicionales. Sin embargo, es importante recordar que periódicamente se deben buscar nuevas oportunidades de mejora y volver a aplicar el ciclo de Deming nuevamente.

La función de Gestión y Control de Inventario es responsable del almacenamiento y seguimiento eficientes del inventario en los almacenes e instalaciones de almacenamiento de la empresa. A través de comunicaciones con los grupos de Pronóstico y Compras o Adquisiciones, establecen niveles en los que comprar volúmenes adicionales de cada artículo (y notifican a las partes apropiadas cuando se alcanzan esos niveles, generalmente de manera automatizada). También controlan la calidad de los métodos de almacenamiento y garantizan que los artículos entrantes y salientes cumplan con los estándares necesarios

B. Gestión de pedidos

La función de gestión de pedidos es responsable de recopilar, validar y enviar (muchas veces, ingresar en un sistema de gestión de pedidos o ERP) toda la información correspondiente para cumplir a cabalidad el pedido de un cliente. Para la industria de la logística, los

clientes suelen incluir minoristas, fabricantes, etc. La función de gestión de pedidos es un puente entre las funciones de ventas, producción y distribución de una empresa. Media entre la oferta o el impulso de la producción y la demanda o el impulso del consumo. Un pedido de cliente exitoso requiere coordinación entre los grupos de marketing, ventas, precios y cotización, seguimiento de inventario, producción, empaque y envío.

C. Distribución

El área de Distribución maneja todos los aspectos del flujo de productos salientes a los clientes, así como el flujo de mercancías desde las instalaciones de producción hasta las ubicaciones de los almacenes. El objetivo principal del grupo es organizar y recopilar los bienes y / o materiales necesarios antes de enviarlos a los clientes de manera oportuna. Con una gran consideración de los costos de transporte y los envíos oportunos, el Grupo de distribución también debe monitorear la seguridad de la entrega y tomar las precauciones adecuadas, si es necesario (incluido el almacenamiento adecuado de los productos durante el transporte y la auditoría de los procedimientos de empaque).

D. Diseño y gestión de almacenes

La función de Gestión y Diseño de Almacenes utiliza numerosos análisis (ubicación de las instalaciones y análisis de tamaño, análisis de capacidad, análisis de equipos, etc.) para diseñar diseños de almacén optimizados que se construyen para el acceso eficiente a los bienes y la productividad general de los empleados. Otras responsabilidades incluyen la negociación y administración de arrendamientos (generalmente para almacenes subcontratados), la selección y adquisición de sitios y el análisis del mercado inmobiliario. Además, esta función trabaja en estrecha colaboración con la función de Seguridad y Cumplimiento de Logística para garantizar que todas

las prácticas de gestión y desarrollo de almacenes sigan las regulaciones de la industria y, al mismo tiempo, la seguridad de los empleados sea primordial.

E. Selección y envío de pedidos

La función de selección y envío de pedidos es responsable de recopilar y empaquetar los pedidos de los clientes y de garantizar que los productos / bienes se almacenen y protejan adecuadamente durante la distribución o el envío. Cumplen los pedidos según lo solicitado por el Grupo de Gestión de Pedidos y los preparan para ser distribuidos al lugar apropiado en el momento adecuado.

F. Transporte

La función de Transporte es responsable de mover físicamente productos / bienes desde el almacén de una empresa hasta el punto final previsto (esto puede incluir otros almacenes, fábricas de fabricación o tiendas minoristas físicas). Esta función, además, no solo es responsable de garantizar que los productos / bienes que transportan lleguen al destino adecuado en el momento adecuado, sino que también es responsable de buscar la seguridad de los productos / bienes en sí. Los empleados que trabajan dentro de esta función suelen rastrear el kilometraje de su vehículo, las horas de trabajo y los tiempos de descanso en un libro de registro diario.

2.2.2. Proceso de compras

López (2013) señala que “La gestión de compras abarca tanto la adquisición como el suministro, dos términos que suelen utilizarse de manera intercambiable para describir funciones empresariales similares. Sin embargo, es crucial diferenciar entre la función de aprovisionamiento, que abarca un ámbito más amplio e incluye el concepto de adquisición, y la función específica de compra”.

La manera en que gestionamos las compras en nuestra empresa no solo refleja nuestra cultura laboral, sino también nuestra competitividad, nuestra forma de administrar los procesos de producción y, en última instancia, nuestro compromiso con la calidad total. Esta actividad abarca todas las acciones necesarias en la empresa para obtener los insumos, materiales y productos, ya sean en proceso o terminados, que son necesarios para el funcionamiento eficiente de la organización y para la producción o provisión del producto o servicio requerido por el cliente.

Las decisiones de compra afectan directamente al control del inventario de una empresa y a la gestión de niveles adecuados de existencias. Las prácticas efectivas de gestión de compras facilitan la supervisión de las compras y del inventario, lo que resulta en la reducción de los costos de almacenamiento y asegura la reposición oportuna de los niveles de inventario.

Numerosas empresas destinan considerables recursos a su inventario, pero descuidan el control de las compras. La labor de compra abarca más que la simple adquisición de productos; también incluye la búsqueda de artículos para la empresa, la evaluación de proveedores y fuentes de suministro, así como el seguimiento para asegurar que las entregas se realicen a tiempo, en óptimas condiciones y en la cantidad adecuada.

La gestión de compras es un campo empresarial que habilita a las empresas gestionar las actividades y relaciones necesarias para llevar a cabo sus operaciones comerciales. Básicamente, la gestión de compras tiene como objetivo ahorrar dinero, incrementar las ganancias y constituye una función crucial para cualquier negocio mayorista, distribuidor o fabricante.

Una gestión eficaz de las compras representa una valiosa oportunidad para los mayoristas de aumentar sus ganancias al

controlar los costos de los inventarios necesarios para operar su negocio. Para garantizar la máxima rentabilidad de una organización, es esencial adquirir productos y servicios al mejor precio y calidad disponibles.

Para asegurar los resultados más rentables, es necesario implementar estrategias de compra que se desarrollen en consonancia con un ciclo básico de adquisiciones. Este enfoque permite gestionar de manera más efectiva todas las funciones requeridas desde un punto centralizado.

A. Funciones de la gestión de compras

El principal propósito de la administración de pedidos es incrementar la rentabilidad de una organización. La reducción de costos, resultado de una gestión de compras eficiente, puede lograrse mediante la negociación de precios más bajos en las adquisiciones, así como la disminución de los costos internos relacionados con la compra y la reducción de los gastos asociados con el inventario.

De acuerdo a lo que señala López (2013) la decisión de compra se fundamenta en:

- El Proponente. Individuo que brinda la idea para adquirir un producto o servicio en particular.
- El Influenciador. Persona cuyas opiniones o recomendaciones tienen cierto peso en la decisión final.
- El Decisor. Individuo que tiene poder para tomar decisiones en la compra.
- El Comprador. Quien realiza la compra efectiva.
- El Usuario. Persona que utiliza o consume el producto.

Una gestión de compras eficaz contribuye a aumentar la rentabilidad de la empresa no solo mediante la reducción de gastos, sino también al minimizar la cantidad de activos requeridos. Adquirir bienes es tan desafiante y crucial como venderlos. Una gestión eficiente de compras y materiales requiere comprender qué estamos adquiriendo (tanto en términos cuantitativos como cualitativos), así como conocer el cómo y en qué condiciones lo hacemos.

En la actualidad, es fundamental tener una comprensión clara de los objetivos y principios básicos de lo que se conoce como la función de compras. Tanto las organizaciones del sector público como del privado, sean industriales, comerciales o de servicios, invierten sumas significativas en la adquisición de servicios y materiales. Una parte significativa del éxito obtenido por estas empresas se debe a su departamento de adquisiciones, el cual tiene la responsabilidad de elegir a los proveedores más idóneos y cultivar relaciones sólidas con ellos. Además, tiene la responsabilidad de ajustar y elaborar las especificaciones necesarias de los que se adquiere, y del mismo modo solicitarlos en el momento adecuado, y redactar contratos u órdenes de compra para evitar inconvenientes legales a futuro. Asimismo, es importante verificar la recepción de los materiales, resolver discrepancias con los proveedores, supervisar el pago de los materiales y estar atento a cualquier detalle, por más pequeño que sea. Atender de manera adecuada estos aspectos ayuda a evitar posibles retrasos o complicaciones en la producción, lo que podría comprometer la estabilidad en cualquier empresa.

En el área de compras, es fundamental mantener al solicitante de los materiales (cliente interno) informado sobre el progreso del proceso de adquisición del material o servicio solicitado. Esto permite que el cliente interno pueda tomar las medidas correspondientes en caso de cualquier retraso o desviación. Si existe alguna discrepancia,

el departamento de compras podrá adquirir un sustituto del material sin la necesidad de notificar al solicitante.

Las funciones del área de compras se describen a continuación:

- Identificar, evaluar y establecer proveedores de materias primas, suministros y servicios para la empresa.
- Mantener reuniones con proveedores o sus representantes.
- Obtener cotizaciones para evaluar precios, calidad y opciones de transporte.
- Negociar términos de entrega, pago, procedimientos en caso de rechazo y ajustes necesarios.
- Gestionar la venta de desperdicios, excedentes y artículos obsoletos.
- Recibir, almacenar y gestionar el almacenaje.
- Clasificar los recursos materiales según sea necesario.
- Supervisar y gestionar el control de inventarios.

En las empresas menores, este proceso puede gestionarse internamente, pero en las medianas y grandes, se requiere establecer un departamento de compras con personal especializado en tareas específicas. El objetivo es garantizar la obtención de materiales y servicios al mejor precio, con la calidad adecuada y dentro de plazos que satisfagan las necesidades empresariales. Esto, a su vez, contribuye a generar beneficios, que es el propósito fundamental de la mayoría de las empresas. En conclusión, la labor del departamento de compras va más allá de adquirir productos a nivel nacional, ya que su

equipo debe poseer competencia en el ámbito de las compras internacionales, tanto en importaciones como en exportaciones.

B. Principios básicos de compras y abastecimientos

Según lo que refieren Leenders et al. (2011) “Las adquisiciones deben regirse por principios o normativas que faciliten la toma de decisiones. Los aspectos fundamentales y tradicionales que se pueden tener en cuenta al realizar compras son: cantidad, calidad, precio, financiamiento y servicio. A continuación, se detallan estos aspectos:

❖ Calidad

Se refiere al grado de utilidad que puede tener un artículo adquirido, siguiendo ciertas pautas establecidas:

- Establecimiento de las propiedades y especificaciones de los materiales como definición de calidad.
- Debe ser adecuada para su propósito.
- Debe estar constantemente disponible.
- La calidad no está determinada por el precio.

❖ Cantidad

Una vez se tenga claro el nivel de calidad de los insumos, es crucial determinar la cantidad que se utilizará. Esto depende del tipo de tarea a realizar o de la necesidad específica definida por la empresa o el proceso en cuestión. Es importante asegurarse de que la cantidad adquirida sea la adecuada, considerando tres aspectos clave:

- Las necesidades de consumo.
- Las ventajas económicas.
- La seguridad con el almacenamiento

Hay varios elementos que tienen un impacto, como el espacio disponible en el almacén, las inversiones asociadas, los salarios de los trabajadores, la amortización, los seguros, las inversiones y el financiamiento, entre otros. Estos factores están vinculados con la precisión y la amplitud requeridas o recomendadas.

- Aspectos que afectan la cantidad: factores como el propósito del producto o servicio, los costos de los insumos, las expectativas del mercado, los plazos de entrega, los tiempos de transporte, los precios, entre otros.
- Tradición comercial: vinculada a la producción del insumo y al envío de mercancía, el costo de transporte y otros aspectos relevantes que deben considerarse antes de realizar una compra.
- Almacenaje y mantenimiento: se rigen por las normativas locales, los requerimientos de la empresa y las políticas internas que establecen niveles de almacenamiento previamente definidos.
- Mercado, condiciones y tendencias: aspectos externos que afectan una decisión de compra y deben ser evaluados para evitar impactos negativos en la empresa.

❖ ***Precio Exacto***

Es importante seleccionar productos con precios de mercado que sean favorables y adecuados para la empresa. El responsable de compras debe tener en cuenta este aspecto, lo cual implica contar con las especificaciones del producto o insumo, cotizarlo y asegurarse de que los precios sean competitivos y beneficiosos para la empresa antes de emitir la orden de compra correspondiente. Es fundamental disponer de un proveedor de confianza o una lista de proveedores

cuidadosamente seleccionados que satisfagan las necesidades específicas de la empresa.

❖ **Financiamiento**

En este sentido, es crucial disponer del capital necesario para la compra o adquisición de insumos, respaldado por información financiera suficiente que respalde la adquisición planificada.

❖ **Servicio**

Se trata de realizar la decisión de compra de manera responsable, a través de un proveedor confiable y establecido, que cumpla con los plazos establecidos y las especificaciones técnicas requeridas, lo que contribuirá al beneficio de la empresa mediante la adquisición adecuada del insumo o material (Leenders y otros, 2011).

C. Finalidad de las Compras

Gimeno (2012) indica que “La meta primordial de las compras ha sido obtener materiales, suministros, herramientas, maquinaria, equipos, entre otros, de calidad idónea, en la cantidad requerida, en el momento y lugar oportuno, y a un precio favorable. Sin embargo, la falta de ética y supervisión ha generado una conexión inevitable entre las compras y la corrupción, especialmente en el ámbito estatal”.

El departamento de compras tiene un papel esencial al colaborar en la planificación organizativa, ya sea para introducir un nuevo producto, planificar la producción mensual o aplicar regulaciones. Esto se debe a su conexión directa con el mercado, las normativas de fabricación y los proveedores clave de diversas industrias.

D. Objetivos de compra

Señala **Mora (2010)** que “El objetivo de compra es comprar materiales de calidad y cantidad adecuada, momento oportuno y precio y de la fuente adecuada. Se trata de una generalización amplia, que indica el alcance de la función de compra, que implica decisiones de política y análisis de diversas posibilidades alternativas antes de su acto de compra.”

Los objetivos específicos de compra son:

- Garantizar la obtención de los mejores valores posibles al negociar y cumplir con todos los compromisos de la empresa, asegurándose de pagar precios razonablemente bajos.
- Mantener los niveles de inventario tan reducidos como sea factible sin comprometer la producción.
- Establecer y mantener relaciones satisfactorias con fuentes de suministro confiables.
- Asegurar un rendimiento óptimo por parte de los proveedores, que incluya entregas ágiles y una calidad aceptable.
- Identificar y adoptar nuevos materiales o productos según las necesidades surjan.
- Desarrollar buenos procedimientos, junto con adecuados controles y normas.
- Implementar programas tales como el estudio de valor, estudio de costos y hacer o comprar para minimizar el costo de las adquisiciones.

- Asegurar personal bien calificado y permitir que estos se desarrollen a su máxima capacidad.
- Mantener un departamento lo más económico posible, acorde con un buen desempeño.
- Mantener informada a la alta dirección sobre el desarrollo material que pueda afectar los beneficios o el rendimiento de la empresa.
- Lograr un alto grado de cooperación y coordinación con otros departamentos de la organización.

Para **Gimmeno (2012)** los “objetivos de las compras son:

- Adquirir los materiales adecuados para los fines previstos.
- Garantizar la disponibilidad oportuna de los materiales según se necesiten.
- Asegurar la provisión adecuada de los materiales esenciales.
- Buscar materiales al mejor precio posible sin comprometer la calidad ni el servicio requerido.
- Verificar que los materiales cumplen con los estándares de calidad necesarios.
- Establecer múltiples fuentes de suministro para prevenir posibles emergencias que afecten la entrega.
- Prever cambios en los precios debido a variaciones en las tasas de cambio, inflación o escasez.
- Supervisar el progreso de las órdenes de compra pendientes

2.3. Marco conceptual

- **Gestión de inventarios.** Es un proceso que resulta crucial en la gestión estratégica de cualquier empresa. Implica la definición de métodos de registro, sistemas de clasificación, puntos de rotación y modelos de reabastecimiento, los cuales están determinados por los métodos de control establecidos.
- **Almacenes.** Área física destinada a almacenar las existencias o inventarios de una empresa.
- **Existencias.** Este conjunto engloba los insumos, la materia prima, los materiales auxiliares, los productos en proceso y los productos terminados que están directamente vinculados con la actividad principal del negocio.
- **Control interno.** Se define como el sistema utilizado por los individuos dentro de una organización o empresa para garantizar un nivel de seguridad adecuado en el logro de metas y objetivos.
- **Eficiencia.** Es el aprovechamiento adecuado de los recursos disponibles para alcanzar un objetivo establecido previamente. Se trata de la capacidad de lograr las metas y objetivos programados con la menor cantidad de recursos y tiempo posible, con el fin de optimizar los resultados.
- **Desmedro.** Es la acción que implica la depreciación o pérdida definitiva de un bien, así como la alteración de sus propiedades esenciales y su calidad, lo que resulta en la imposibilidad de utilizarlo debido a factores como la obsolescencia, avances tecnológicos, cambios en las tendencias, entre otros.

III. HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis general

Existe una influencia significativa de la gestión de inventarios en el proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.

3.2. Hipótesis específicas

- Existe una influencia significativa de la gestión de inventarios en la dimensión planeación de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.
- Existe una influencia significativa de la gestión de inventarios en la dimensión gestión de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.

3.3. Variables

3.3.1. Definición conceptual de la variable

- Gestión de inventarios. Viene a ser el manejo o administración que se realiza en relación con la entrada y salida de los materiales, productos acabados o en proceso, bienes auxiliares y herramientas que una empresa posee.
- Proceso de compras. La gestión de compras implica la adquisición y suministro, términos a menudo utilizados de manera intercambiable para describir funciones empresariales similares. Sin embargo, es importante diferenciar entre la función de suministro en general, que abarca un espectro más amplio, y la función específica de compra.

3.3.2. Definición operacional de la variable

- Variable independiente:

X: Gestión de inventarios

Indicadores:

Control de inventarios

Gestión de stock

– Variable dependiente:

Y: Proceso de compras

Indicadores:

Planeación de compras

3.3.3. Operacionalización de la variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores
Gestión de inventarios	Control de inventarios	Análisis FIFO, LIFO Estándares del proceso de control de stock
	Gestión del stock	Rotación de inventarios Kardex
Proceso de compras	Planeación de compras	Cantidad de compras Cantidad de requerimientos
	Gestión de compras	Cantidad de órdenes de compras Cantidad de proveedores

IV. METODOLOGÍA

4.1. Método de investigación

Se utilizó el método científico, que, según **Mendoza, J. (2013)** significa “El proceso de establecer conocimiento organizado con el objetivo de descubrir la verdad detrás de los acontecimientos. Aquellos dedicados a la ciencia pasan sus vidas inmersos en esta búsqueda, aspirando a lograr la mayor precisión posible en sus hallazgos. Esto implica la realización de meticulosas investigaciones y la formulación de experimentos”. En este sentido, cualquier proceso humano relacionado con la información debe seguir el mejor camino además de que tiene que ser viable para alcanzar el objetivo establecido.

4.2. Tipo de investigación

El estudio actual será de tipo aplicada, ya que su objetivo es abordar una parte específica de la realidad en función del fenómeno estudiado y proporcionar soluciones prácticas. Para **Mendoza, J. (2013)** es de tipo aplicada porque “también llamada práctica o empírica, está estrechamente relacionada con la investigación básica, aprovechando sus descubrimientos teóricos para generar beneficios sociales mediante la utilización de teorías en procedimientos y normas, las primeras nivel tecnológico”.

4.3. Nivel de investigación

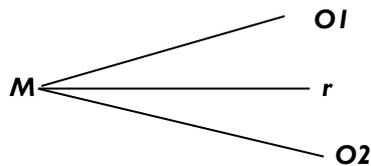
El trabajo de investigación tiene un alto grado de profundidad en torno a la variable objeto de estudio; por ello, fue de nivel explicativo. Según Hernández et al. (2014) “Estas investigaciones van más allá de simplemente describir conceptos o fenómenos; se enfocan en identificar las causas de eventos a nivel físico y social; del mismo modo establecer relaciones entre variables para entender por qué ocurren ciertos fenómenos y en qué condiciones se dan esas relaciones”.

4.4. Diseño de la investigación

Fue no experimental, que, según Pimienta, J. (2019) “Se refiere a una investigación que es sistemática y empírica en la cual las variables independientes no pueden ser manipuladas, ya que existen previamente. Las conclusiones sobre las relaciones que se encuentren entre variables se dan sin intervención directa o de manera influenciada, observando estas relaciones tal como se manifiestan en su entorno natural”. Por tanto, el diseño de investigación fue el no experimental debido a que la información con la que se trabajó se recolectó en las fases de información documental.

Esquema

Es el siguiente:



Donde:

M : Muestra asumida para el estudio

O1 : Variable 1. Gestión de inventarios

O2 : Variable 2. Proceso de compras

r : es la correlación entre las variables

4.5. Población y muestra

4.5.1. Población

Se trabajó con fuentes internas y directas de la empresa en estudio; que constituye un total de 38 trabajadores. Según Pimienta, J. (2019) la población se puede definir como un conjunto, ya sea limitada

o ilimitada, de elementos, seres o cosas que comparten características comunes y pueden ser objeto de observación.

4.5.2. Muestra

La muestra fue de tipo censal pues la muestra es pequeña y se puede acceder a toda ella, por lo que la muestra será igual a la población 38 personas.

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se hizo uso del cuestionario como instrumento de recolección de datos.

Cuestionario: elaborado en base a preguntas de tipo cerradas sobre las variables identificadas. La naturaleza cerrada se debe al limitado tiempo que tienen los encuestados para dar respuesta al cuestionario. Además, incluye un cuadro de respuesta con las opciones correspondientes.

Según señala Bernal (2010) el cuestionario “Se trata de una herramienta empleada por el investigador para recolectar datos, que comprende un conjunto de preguntas vinculadas a una variable a ser evaluada, elaboradas considerando los problemas de investigación”.

La técnica utilizada en la presente investigación fue la encuesta.

Según Bernal (2010) la encuesta “Es una técnica de investigación social ampliamente utilizada, que ha superado los límites de la investigación científica estricta”.

4.7. Procesamiento de la información

Se realizó de la siguiente manera:

- Se obtendrán los datos de diferentes fuentes

- Se tabularán la información con el uso del software SPSS V26.
- Se construirán los gráficos descriptivos con cantidades y porcentajes como corresponde.
- Se procederá a la interpretación de los gráficos
- Finalmente se conciliarán los datos.

4.8. Técnicas y análisis de datos

Para analizar los datos de investigación, se procederá a desarrollar métodos e instrumentos de recolección de datos diseñados específicamente para las variables de interés: la evaluación del sistema de control interno y el sistema logístico.

Después de recopilar los datos de investigación, se realizará la tabulación utilizando el software SPSS V26, con el fin de procesarlos y obtener resultados descriptivos. Luego, se procederá a contrastar las hipótesis utilizando técnicas estadísticas adecuadas.

En cuanto a la contrastación de hipótesis, se procederá a procesar la información en el software SPSS V26, calculando el Nivel de Significancia que se obtiene de la prueba estadística de correlación a través del Coeficiente de Pearson Chi Cuadrado, el mismo que determina el grado nivel de relación entre las variables.

V. Resultados

5.1. Estadística descriptiva

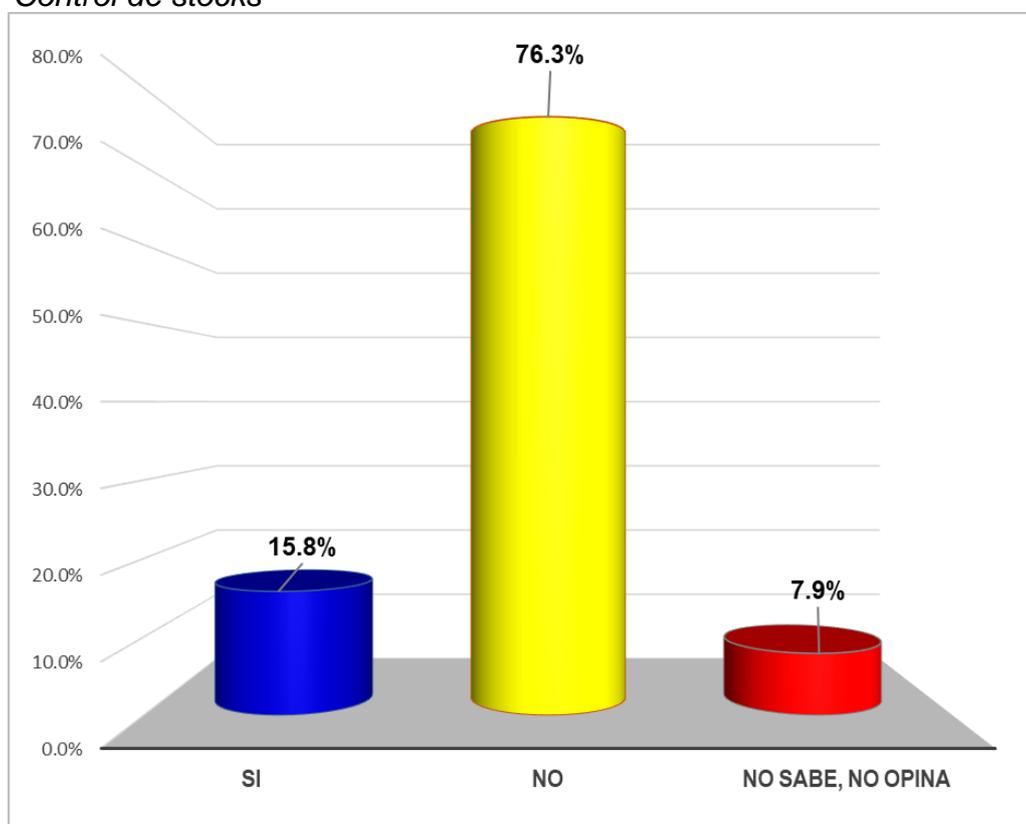
Tabla 2

Control de stocks

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	6	15.8%	15.8%
No	29	76.3%	92.1%
No sabe, no opina	3	7.9%	100.0%
Total	38	100.0%	

Figura 3

Control de stocks



Interpretación: después de aplicar la encuesta y procesar la información con software estadístico SPSS V26 para analizar los datos, se obtuvieron los siguientes hallazgos: un 15.8% de los participantes manifestaron su conformidad con la afirmación de que la empresa tiene un control exacto de los stocks, mientras que el 76.3% expresó no estar de acuerdo. Además, el 7.9% manifestó no tener una opinión sobre el tema.

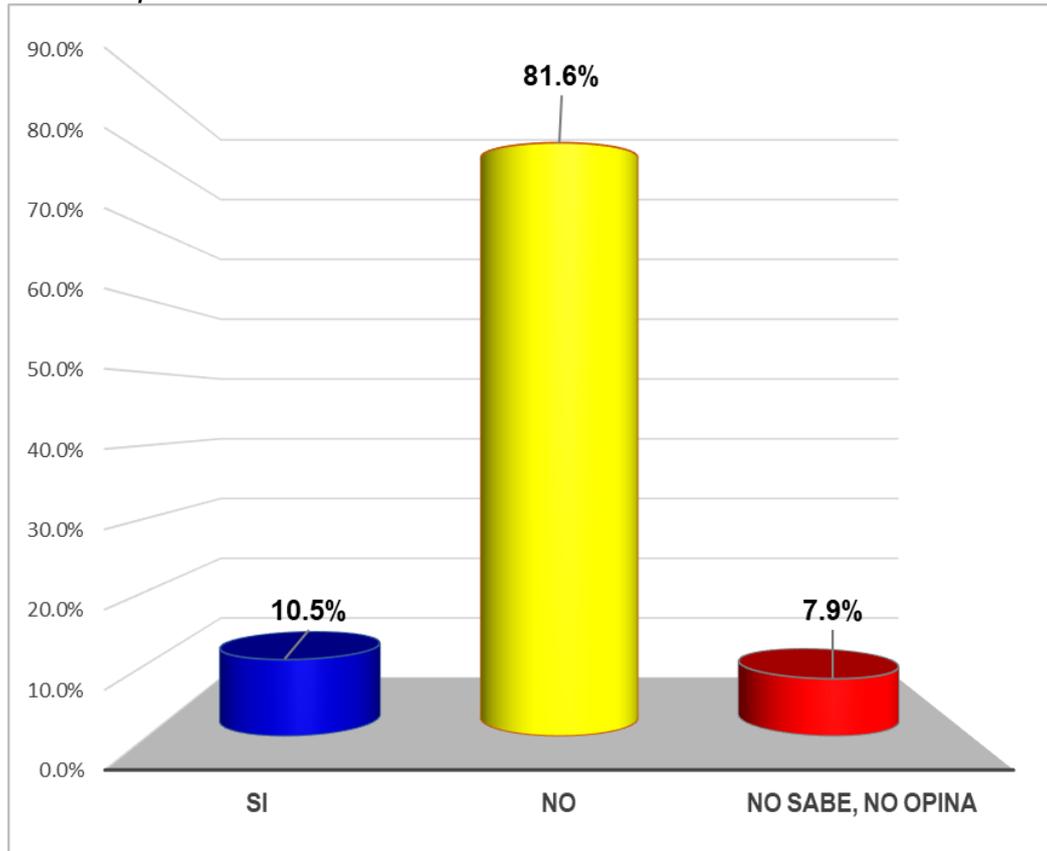
Tabla 3

Software para control de stocks

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	4	10.5%	10.5%
No	31	81.6%	92.1%
No sabe, no opina	3	7.9%	100.0%
Total	38	100.0%	

Figura 4

Software para control de stocks



Interpretación: después de aplicar la encuesta y procesar los datos utilizando el software estadístico SPSS V26, se descubrieron los siguientes hallazgos: el 10.5% de los encuestados expresaron su conformidad con la afirmación de que la empresa cuenta con un software para el control de stocks, mientras que el 81.6% expresó no estar de acuerdo. Además, el 7.9% manifestó no tener una opinión sobre el tema.

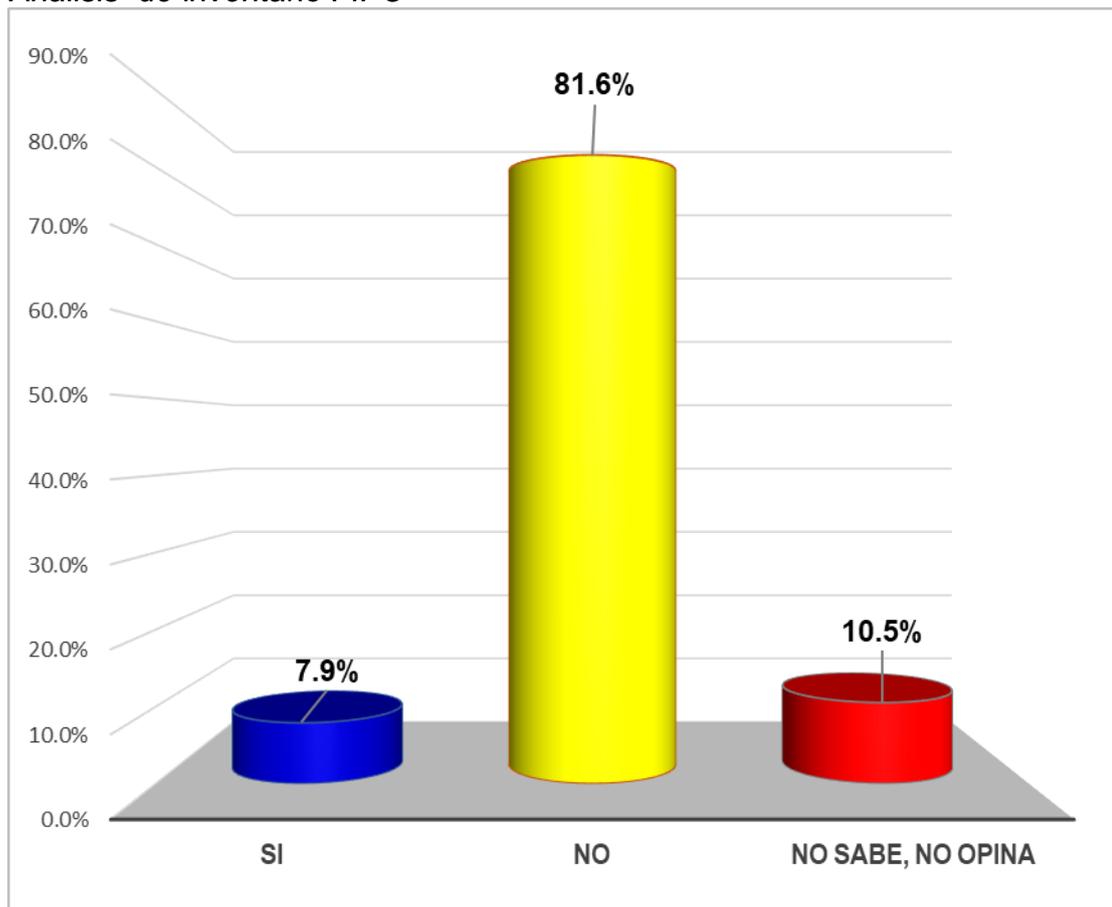
Tabla 4

Análisis de inventario FIFO

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	3	7.9%	7.9%
No	31	81.6%	89.5%
No sabe, no opina	4	10.5%	100.0%
Total	38	100.0%	

Figura 5

Análisis de inventario FIFO



Interpretación: después de aplicar la encuesta y procesar la información mediante el programa estadístico SPSS V26, se obtuvieron los siguientes resultados: un 7.9% de los participantes señaló su conformidad con la afirmación de que la empresa realiza el análisis de inventario FIFO (primero en entrar, primero en salir), mientras que el 81.6% expresó no estar de acuerdo. Además, el 10.5% manifestó no tener una opinión sobre el tema.

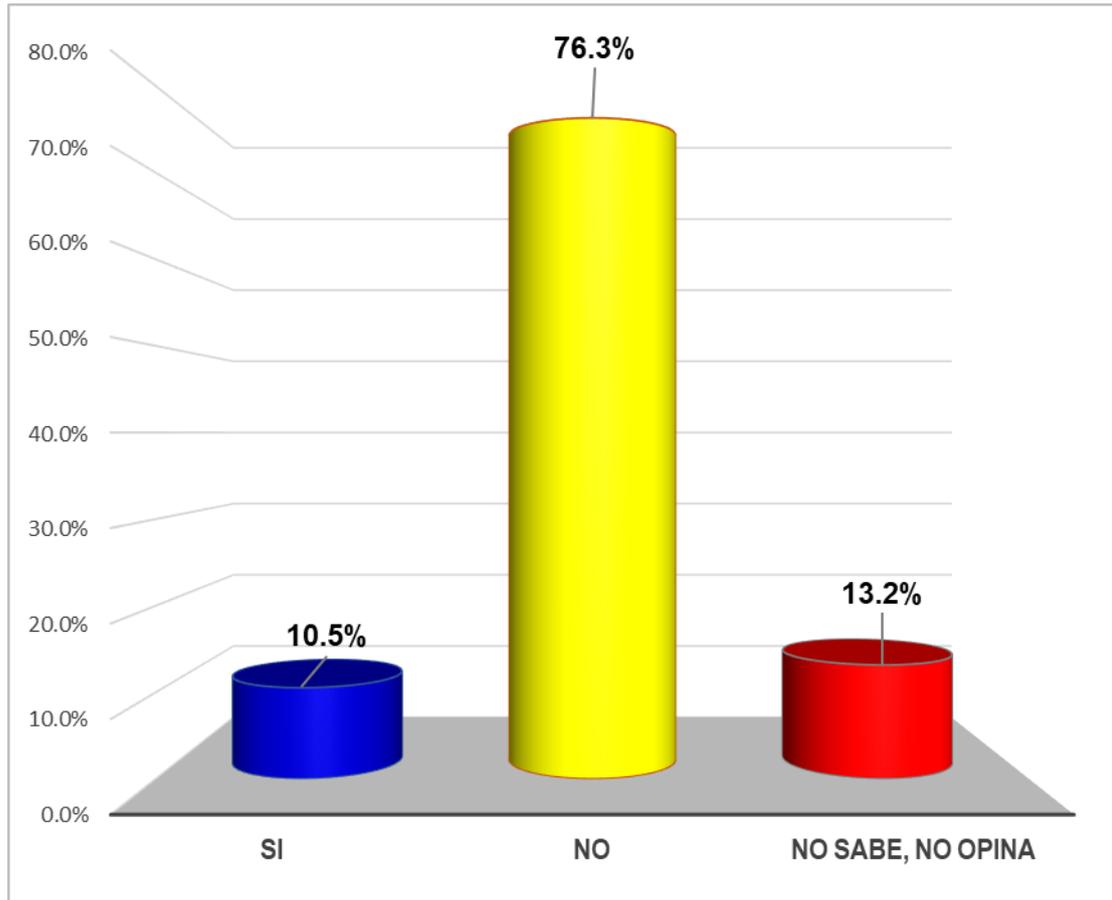
Tabla 5

Análisis de inventario LIFO

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	4	10.5%	10.5%
No	29	76.3%	86.8%
No sabe, no opina	5	13.2%	100.0%
Total	38	100.0%	

Figura 6

Análisis de inventario LIFO



Interpretación: después de aplicar la encuesta y procesar la información utilizando el software estadístico SPSS V26, y se encontraron los siguientes resultados: el 10.5% de los participantes manifestaron su acuerdo con la afirmación de que la empresa realiza el análisis de inventario LIFO (último en entrar, primero en salir), mientras que el 76.3% expresó no estar de acuerdo. Además, el 13.2% manifestó no tener una opinión sobre el tema.

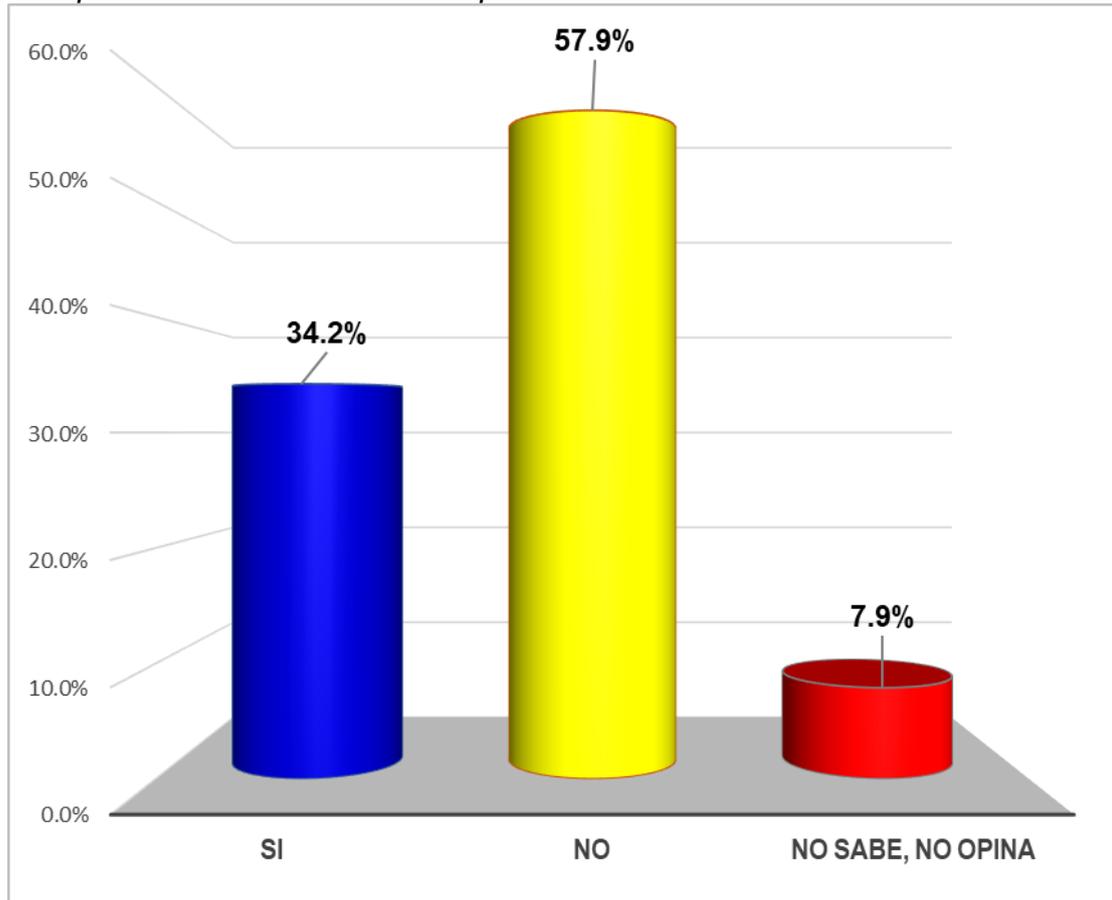
Tabla 6

Cumplimiento de estándares del proceso de control de stock

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	13	34.2%	34.2%
No	22	57.9%	92.1%
No sabe, no opina	3	7.9%	100.0%
Total	38	100.0%	

Figura 7

Cumplimiento de estándares del proceso de control de stock



Interpretación: después de aplicar la encuesta y procesar la información utilizando el software estadístico SPSS V26, y se obtuvieron los siguientes resultados: el 34.2% de los encuestados expresó estar de acuerdo con la afirmación de que se cumplen los estándares del proceso de control de stock en la empresa, mientras que el 57.9% expresó no estar de acuerdo. Además, el 7.9% manifestó no tener una opinión sobre el tema.

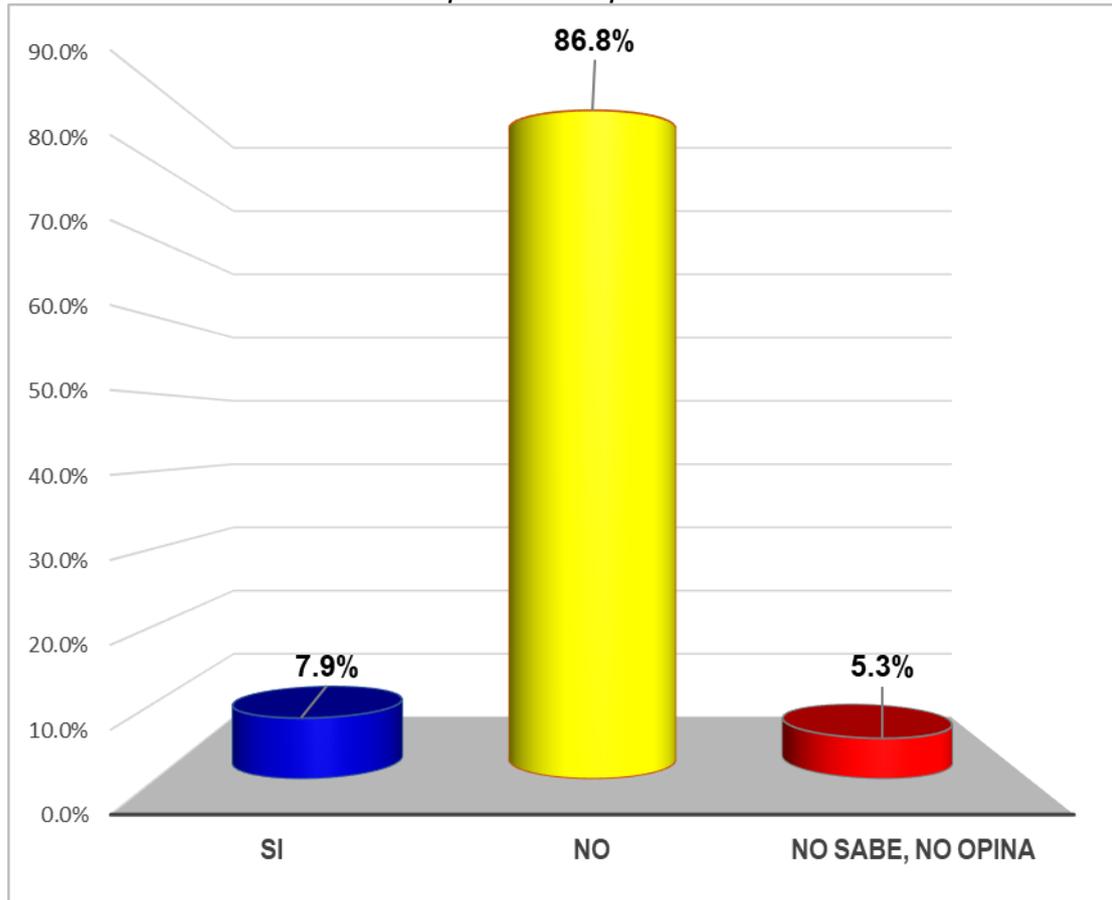
Tabla 7

Rotación de inventarios de los productos que se comercializa

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	3	7.9%	7.9%
No	33	86.8%	94.7%
No sabe, no opina	2	5.3%	100.0%
Total	38	100.0%	

Figura 8

Rotación de inventarios de los productos que se comercializa



Interpretación: después de aplicar la encuesta y procesar la información mediante el software estadístico SPSS V26, se descubrieron los siguientes hallazgos: un 7.9% de los participantes expresó su acuerdo con la afirmación de que se conoce la rotación de inventarios de los productos con los cuales trabajaba la empresa, mientras que el 86.8% expresó no estar de acuerdo. Además, el 5.3% manifestó no tener una opinión sobre el tema.

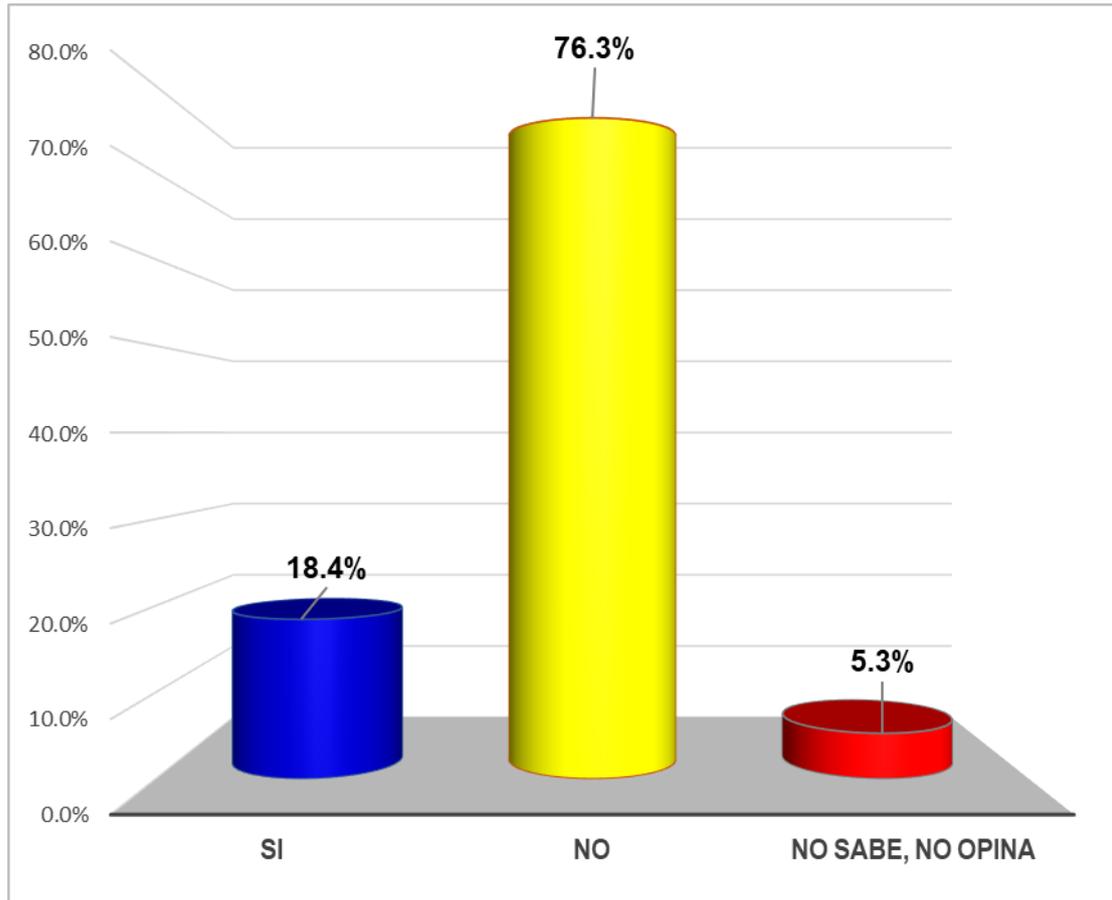
Tabla 8

Control sobre la rotación de inventarios

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	7	18.4%	18.4%
No	29	76.3%	94.7%
No sabe, no opina	2	5.3%	100.0%
Total	38	100.0%	

Figura 9

Control sobre la rotación de inventarios



Interpretación: después de aplicar la encuesta y procesar la información con el software estadístico SPSS V26, se identificaron los siguientes resultados: el 18.4% de los encuestados señaló estar de acuerdo con la afirmación de que se tiene un control sobre la rotación de inventarios dentro de la empresa, mientras que el 76.3% expresó no estar de acuerdo. Además, el 5.3% manifestó no tener una opinión sobre el tema.

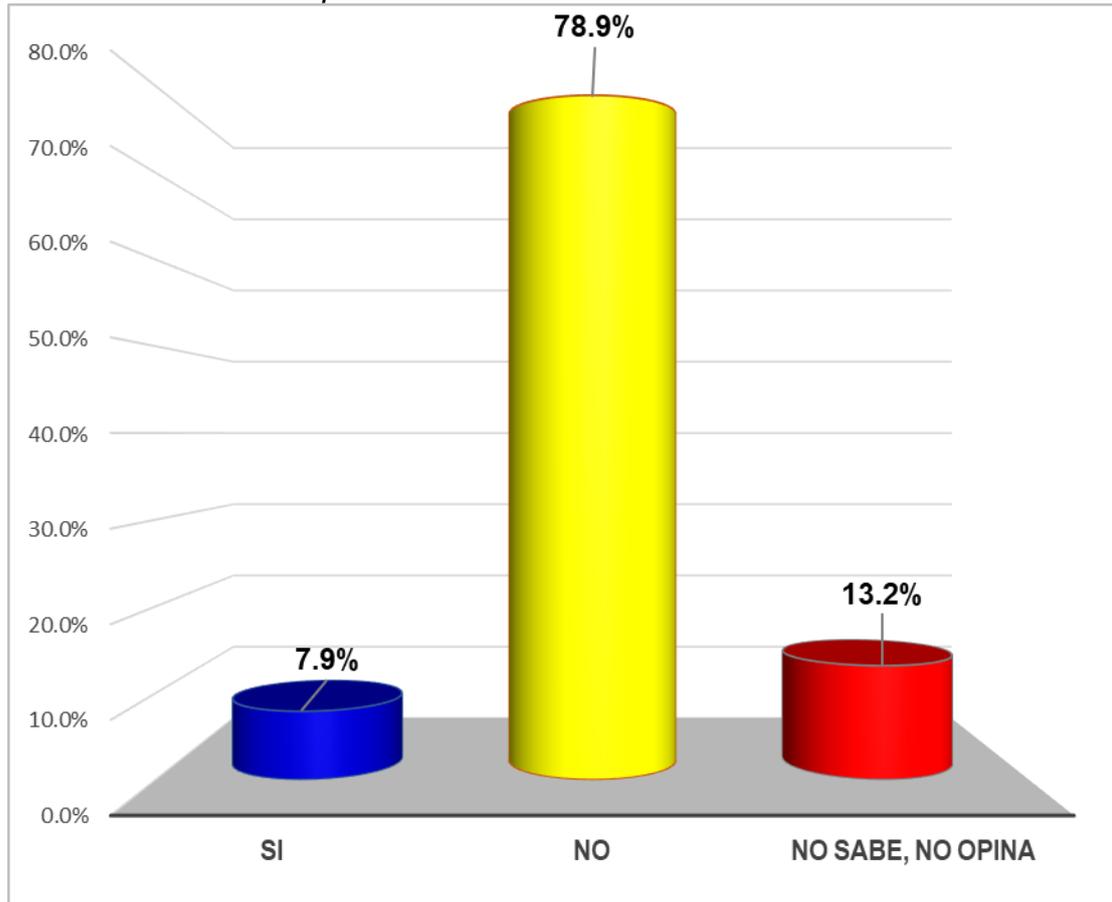
Tabla 9

Control de Kardex de productos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	3	7.9%	7.9%
No	30	78.9%	86.8%
No sabe, no opina	5	13.2%	100.0%
Total	38	100.0%	

Figura 10

Control de Kardex de productos



Interpretación: después de aplicar la encuesta y procesar la información obtenidos utilizando el software estadístico SPSS V26 mostraron que el 7.9% de los encuestados manifestó su acuerdo con la afirmación de que se lleva y tiene actualizado el Kardex de productos en la empresa, mientras que el 78.9% expresó no estar de acuerdo. Además, el 13.2% manifestó no tener una opinión sobre el tema.

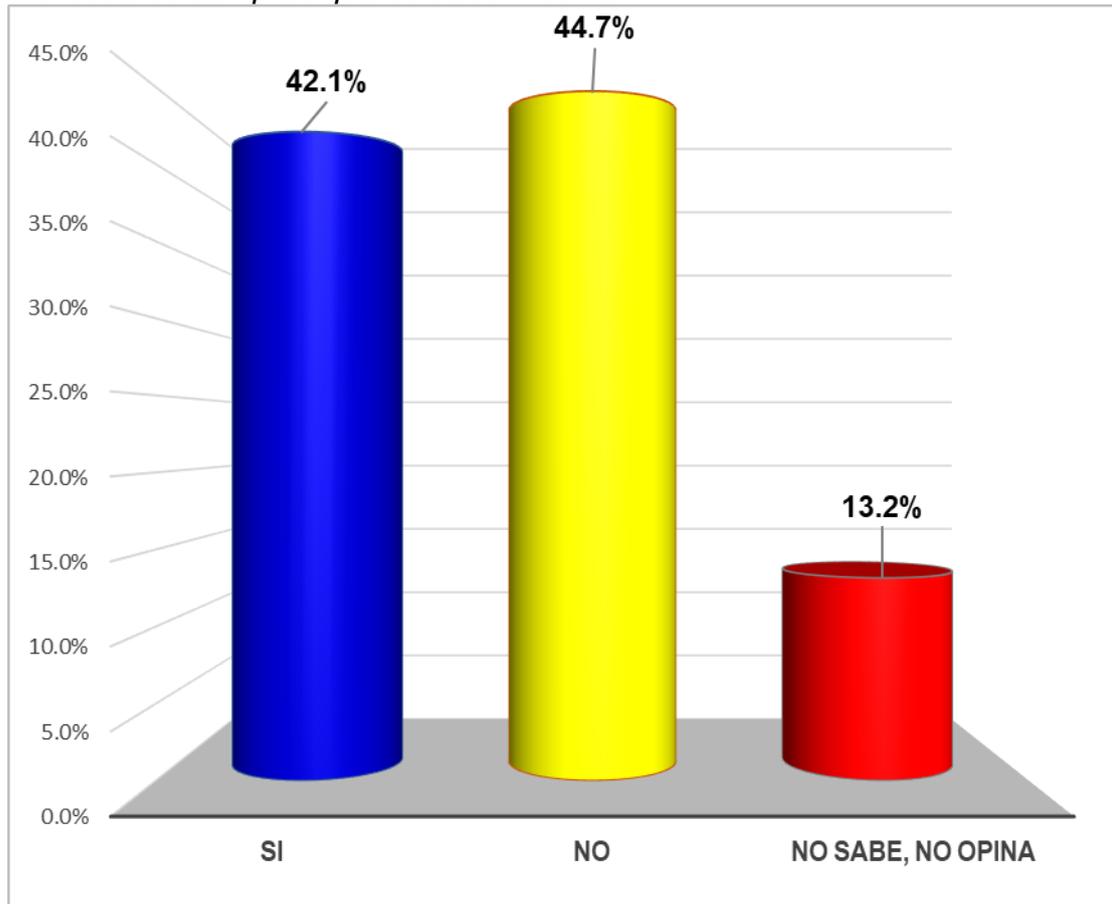
Tabla 10

Cantidad de compras que se deben realizar

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	16	42.1%	42.1%
No	17	44.7%	86.8%
No sabe, no opina	5	13.2%	100.0%
Total	38	100.0%	

Figura 11

Cantidad de compras que se deben realizar



Interpretación: después de aplicar la encuesta y procesar la información utilizando el software estadístico SPSS V26, se observaron los siguientes resultados: el 42.1% de los encuestados expresó su acuerdo con la afirmación de que se conoce en la empresa la cantidad de compras que se deben realizar, mientras que el 44.7% expresó no estar de acuerdo. Además, el 13.2% manifestó no tener una opinión sobre el tema.

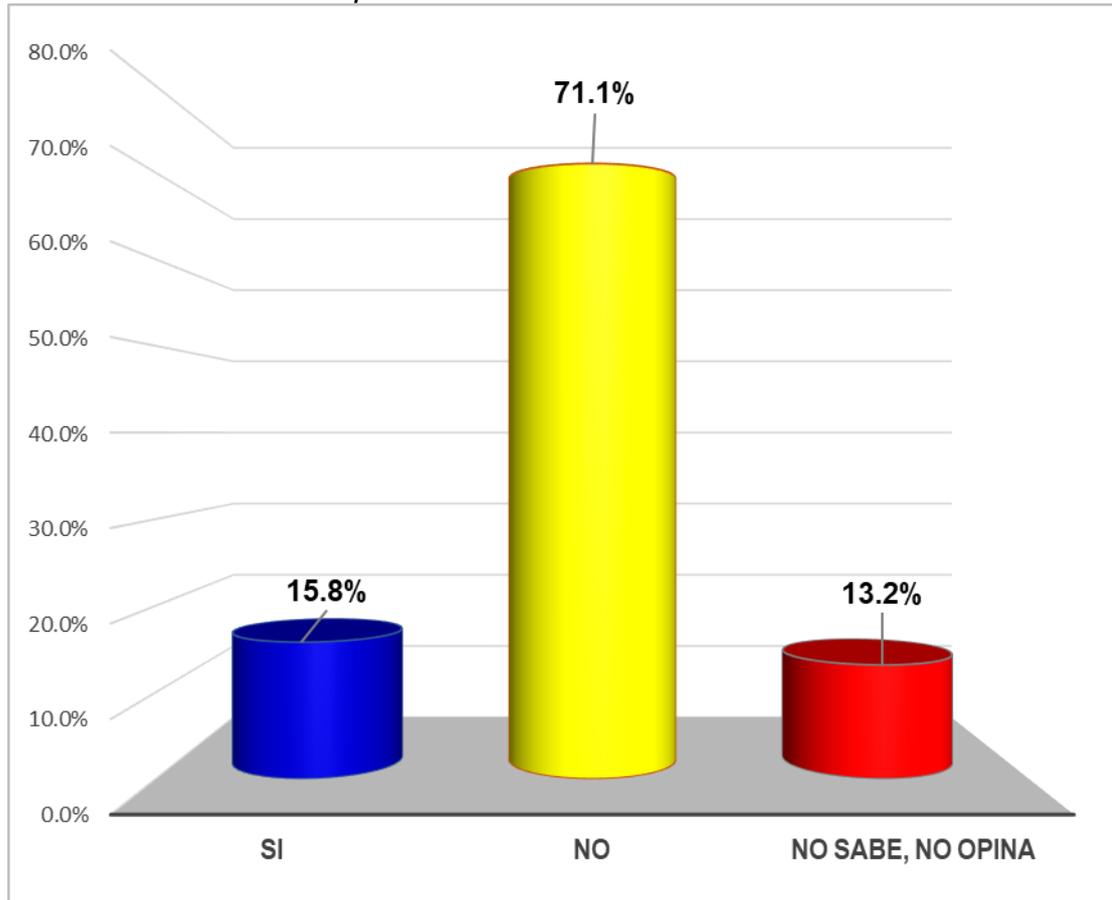
Tabla 11

Planificación de las compras

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	6	15.8%	15.8%
No	27	71.1%	86.8%
No sabe, no opina	5	13.2%	100.0%
Total	38	100.0%	

Figura 12

Planificación de las compras



Interpretación: después de aplicar la encuesta y procesar la información obtenidos mediante el software estadístico SPSS V26 revelaron lo siguiente: el 15.8% de los encuestados mostró su acuerdo con la afirmación de que se compra de forma planificada en la empresa, mientras que el 71.1% expresó no estar de acuerdo. Además, el 13.2% manifestó no tener una opinión sobre el tema.

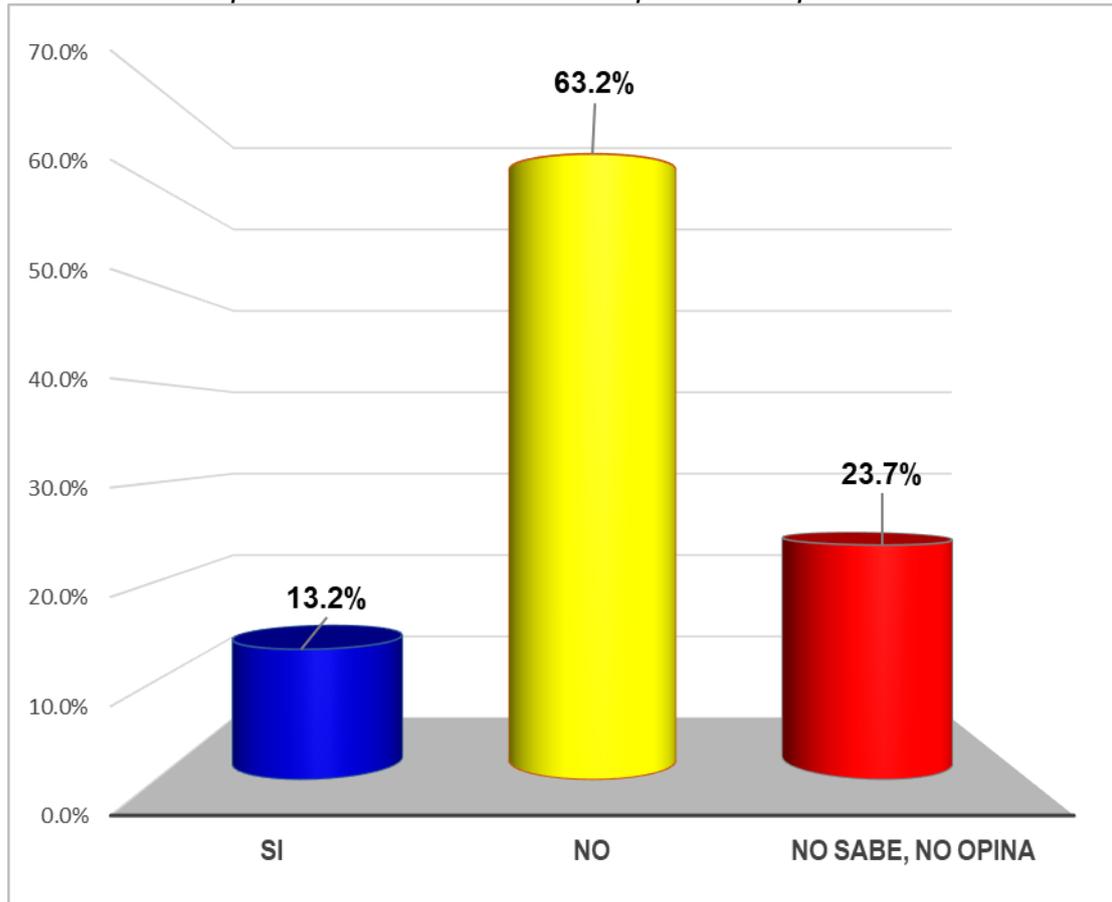
Tabla 12

Cantidad de requerimientos de los diversos productos que se vende

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	5	13.2%	13.2%
No	24	63.2%	76.3%
No sabe, no opina	9	23.7%	100.0%
Total	38	100.0%	

Figura 13

Cantidad de requerimientos de los diversos productos que se vende



Interpretación: tras la aplicación de la encuesta y el procesamiento de los datos mediante el software estadístico SPSS V26, se llegaron a los siguientes hallazgos: un 13.2% de los encuestados expresó estar de acuerdo en que la empresa conoce con precisión la cantidad de requerimientos de los diversos productos que vende. Contrariamente, un 63.2% no estuvo de acuerdo con esta afirmación. Por otro lado, un significativo 23.7% manifestó no tener una opinión formada sobre el tema.

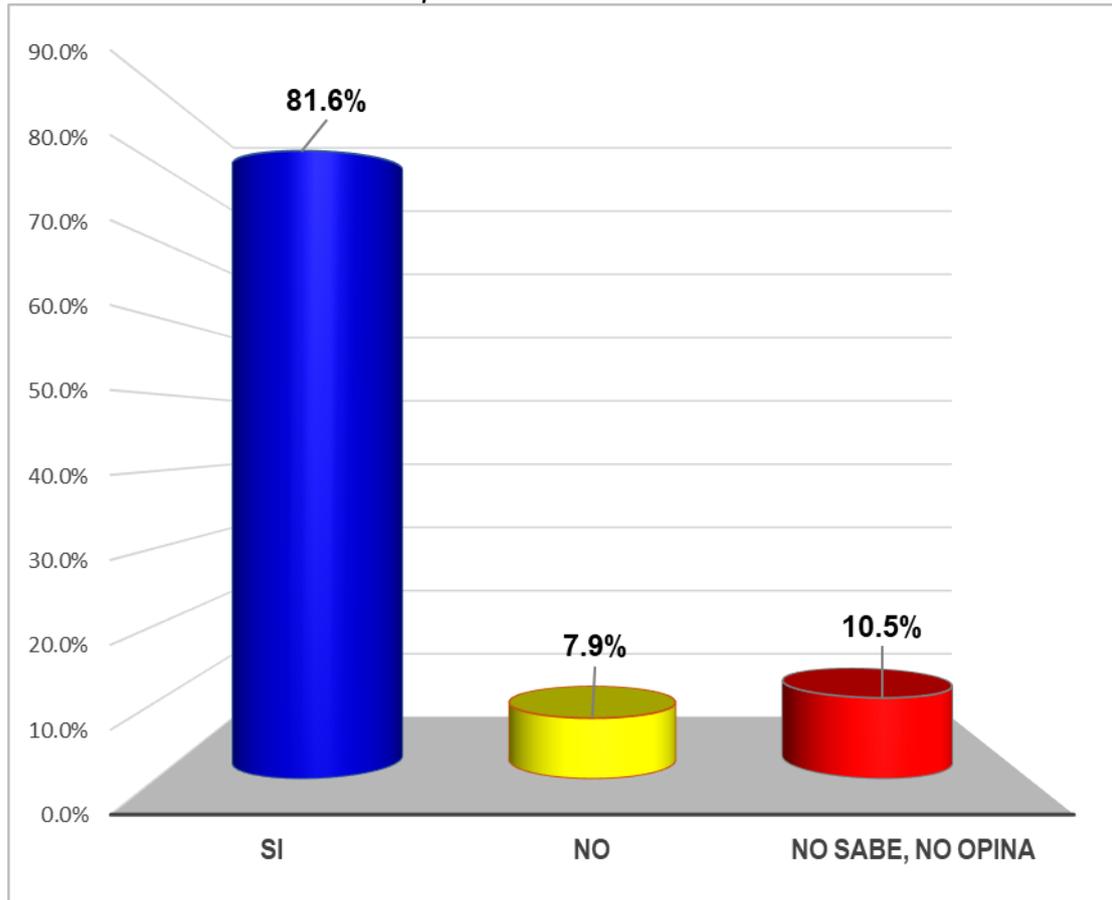
Tabla 13

Cantidad de órdenes de compras

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	31	81.6%	81.6%
No	3	7.9%	89.5%
No sabe, no opina	4	10.5%	100.0%
Total	38	100.0%	

Figura 14

Cantidad de órdenes de compras



Interpretación: después de realizar la encuesta y procesar obtenidos a través del software estadístico SPSS V26, mostrando que el 81.6% de los encuestados expresó su acuerdo en que existe una gran cantidad de órdenes de compras en la empresa. Por otro lado, un 7.9% expresó su desacuerdo con esta afirmación, sugiriendo una percepción diferente. Además, un 10.5% manifestó no tener una opinión definida al respecto, lo que refleja una cierta ambigüedad o falta de claridad sobre el tema en una parte de los encuestados.

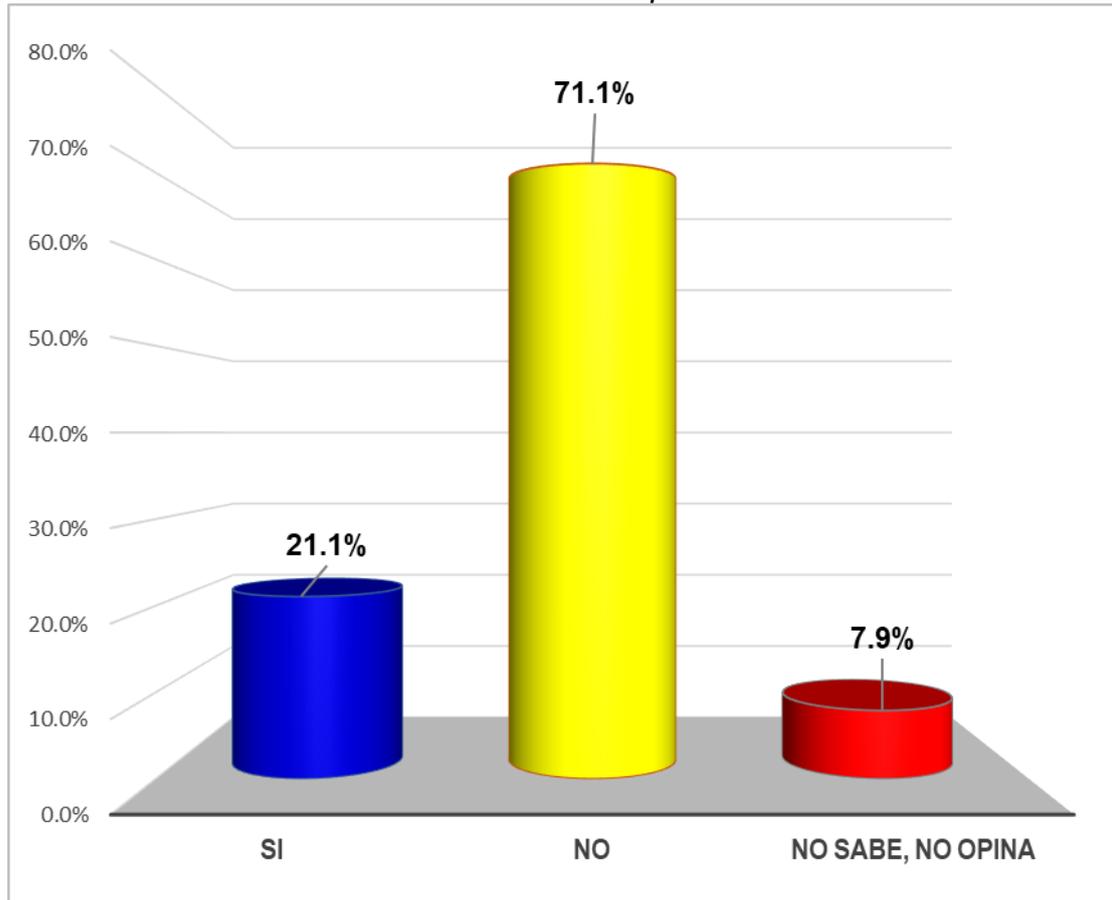
Tabla 14

Control sobre la cantidad de órdenes de compra

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	8	21.1%	21.1%
No	27	71.1%	92.1%
No sabe, no opina	3	7.9%	100.0%
Total	38	100.0%	

Figura 15

Control sobre la cantidad de órdenes de compra



Interpretación: tras aplicar la encuesta y analizar los datos con el software estadístico SPSS V26, se han encontrado que el 21.1% de los encuestados expresó estar de acuerdo con la afirmación de que la empresa tiene control sobre la cantidad de órdenes de compra. En contraste, un 71.1% expresó su desacuerdo con esta afirmación. Además, un 7.9% manifestó no tener una opinión definida sobre el tema, lo que sugiere cierta ambigüedad o falta de claridad en una parte de los encuestados.

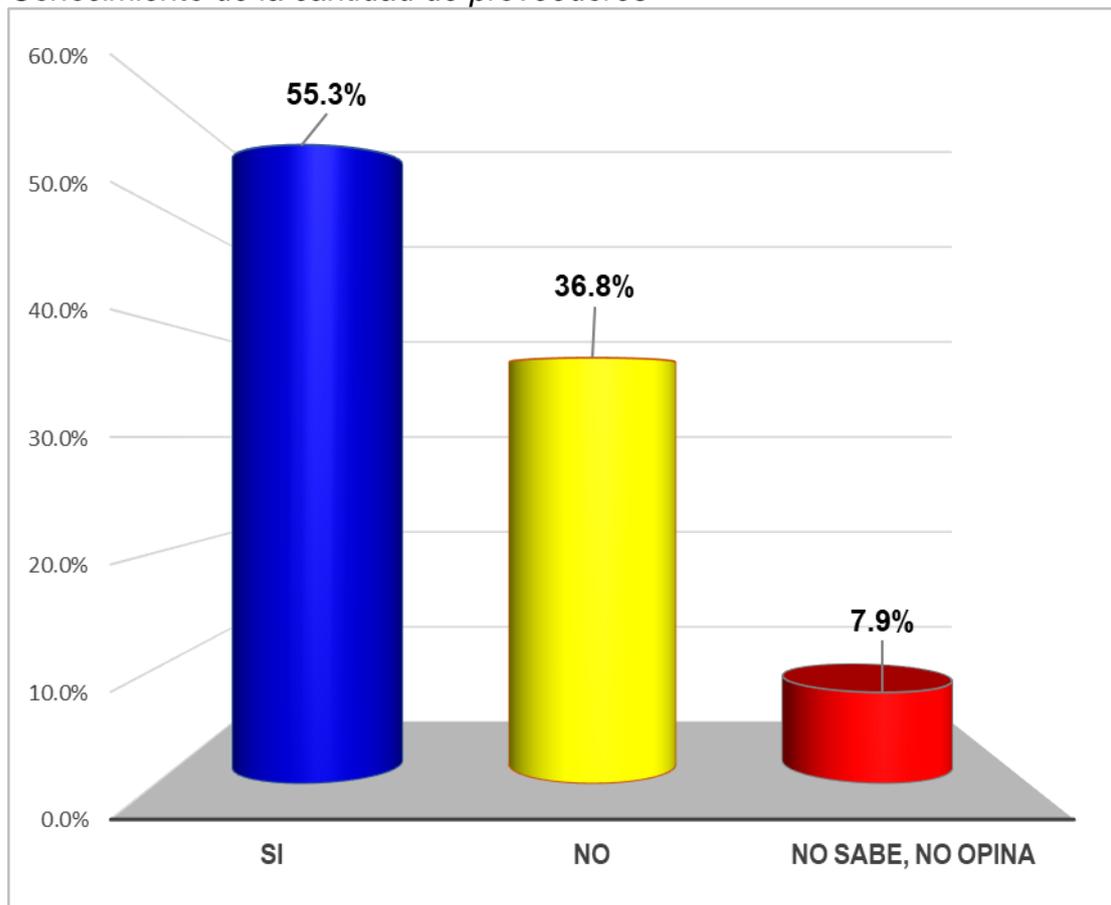
Tabla 15

Conocimiento de la cantidad de proveedores

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	21	55.3%	55.3%
No	14	36.8%	92.1%
No sabe, no opina	3	7.9%	100.0%
Total	38	100.0%	

Figura 16

Conocimiento de la cantidad de proveedores



Interpretación: tras aplicar la encuesta y procesar los datos utilizando el software estadístico SPSS V26, se encontraron los siguientes resultados: el 55.3% de los encuestados expresó estar de acuerdo en que la empresa tiene conocimiento de la cantidad de proveedores con los que cuenta. Por otro lado, el 36.8% expresó su desacuerdo con esta afirmación. Además, un 7.9% manifestó no tener una opinión definida sobre el tema. Esto sugiere una diversidad de

percepciones entre los encuestados respecto al manejo de información sobre proveedores por parte de la empresa

5.2. Estadística inferencial

5.2.1. Contrastación de la hipótesis general

- a. H0: No existe una influencia significativa de la gestión de inventarios en el proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.
- b. H1: Existe una influencia significativa de la gestión de inventarios en el proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.
- c. Nivel de significancia $\alpha = 5\%$, $\chi^2_{(4)} = 0.8117$
- d. Prueba estadística de correlación:

$$\chi^2_{(c)} = \frac{\sum(o_i - e_i)^2}{e_i}$$

$$\chi^2_{(c)} = 10,101$$

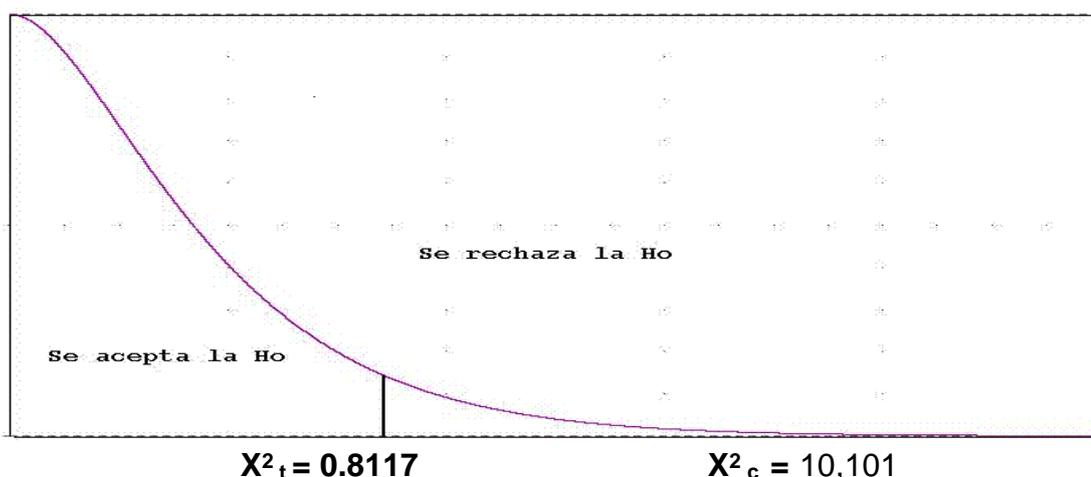
Donde:

o_i : valor observado

e_i : valor esperado

$\chi^2_{(c)}$: Este valor estadístico, generado a partir de datos recopilados con el instrumento y procesados con un software especializado, se contrasta con los valores que se asocian al nivel de significancia especificado, esto según la tabla de prueba estadística estimada de la correlación número 01.

- e. **Decisión.** H0 se rechaza



Interpretación:

Como el dato calculado ($\chi^2_{(c)} = 10,101$) se ubica en la región de rechazo, podemos inferir que, con un nivel de confianza del 5%, rechazamos la hipótesis nula en favor de la hipótesis alterna planteada, es decir; que existe una influencia significativa de la gestión de inventarios en el proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.

Tabla 16

Prueba estadística de correlación para la hipótesis general

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Pearson Chi-cuadrado	10,101a	4	0,003
Prueba de verosimilitud	4,122	4	0,125
Casos válidos	38		

a. 4 casillas (66,7%) tienen una frec. esp. inf. a 5. La frec. mín. esp. es ,09

5.2.2. Contratación de la primera hipótesis específica

- a. H0: No existe una influencia significativa de la gestión de inventarios en la dimensión planeación de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.

- b. H1: Existe una influencia significativa de la gestión de inventarios en la dimensión planeación de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.
- c. Nivel de significancia $\alpha = 5\%$, $\chi^2_{(4)} = 0.8111$
- d. Prueba estadística de correlación:

$$\chi^2_{(c)} = \frac{\sum(o_i - e_i)^2}{e_i}$$

$$\chi^2_{(c)} = 7.301$$

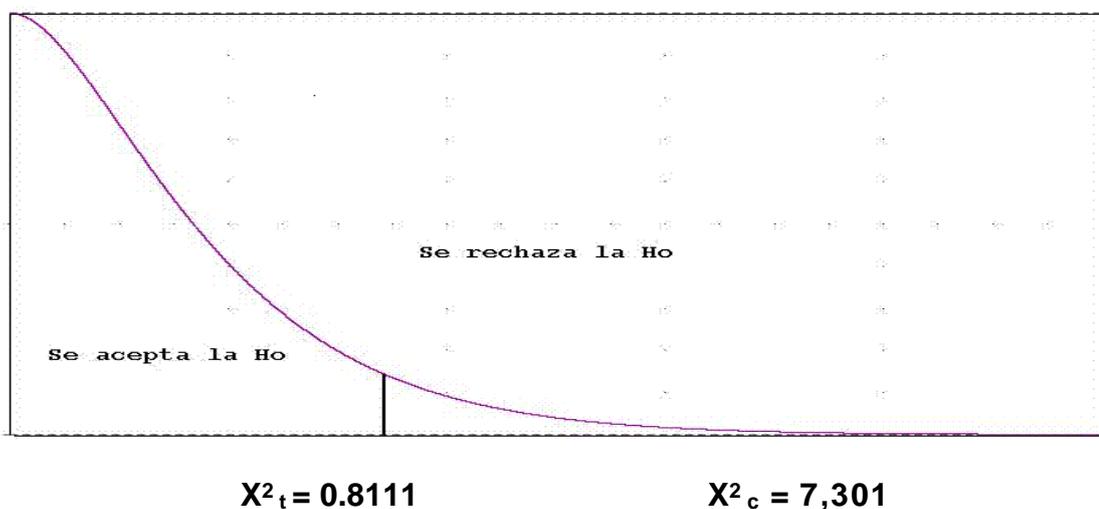
Donde:

o_i : valor observado

e_i : valor esperado

$\chi^2_{(c)}$: Este valor estadístico, generado a partir de datos recopilados con el instrumento y procesados con un software especializado, se contrasta con los valores que se asocian al nivel de significancia especificado, esto según la tabla de prueba estadística estimada de la correlación número 02.

- e. **Decisión.** H0 se rechaza



Interpretación:

Como el dato calculado ($\chi^2_{(c)} = 7.301$) se ubica en la región de rechazo, podemos inferir que, con un nivel de confianza del 5%, rechazamos la hipótesis nula en favor de la hipótesis alterna planteada, es decir que Existe una influencia significativa de la gestión de inventarios en la dimensión planeación de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.

Tabla 17

Prueba estadística de correlación para la primera hipótesis específica

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Pearson Chi-cuadrado	7,301a	4	0,602
Prueba de verosimilitud	5,881	4	0,397
Casos válidos	38		

a. 3 casillas (50,0%) tienen una frec. esp. inf. a 5. La frec. mín. esp. es ,23.

5.2.3. Contrastación de la segunda hipótesis específica

- H0: No existe una influencia significativa de la gestión de inventarios en la dimensión gestión de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.
- H1: Existe una influencia significativa de la gestión de inventarios en la dimensión gestión de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.
- Nivel de significancia $\alpha = 5\%$, $\chi^2_{(4)} = 2.420$
- Prueba estadística de correlación:

$$\chi^2_{(c)} = \frac{\sum(o_i - e_i)^2}{e_i}$$

$$\chi^2_{(c)} = 10.221$$

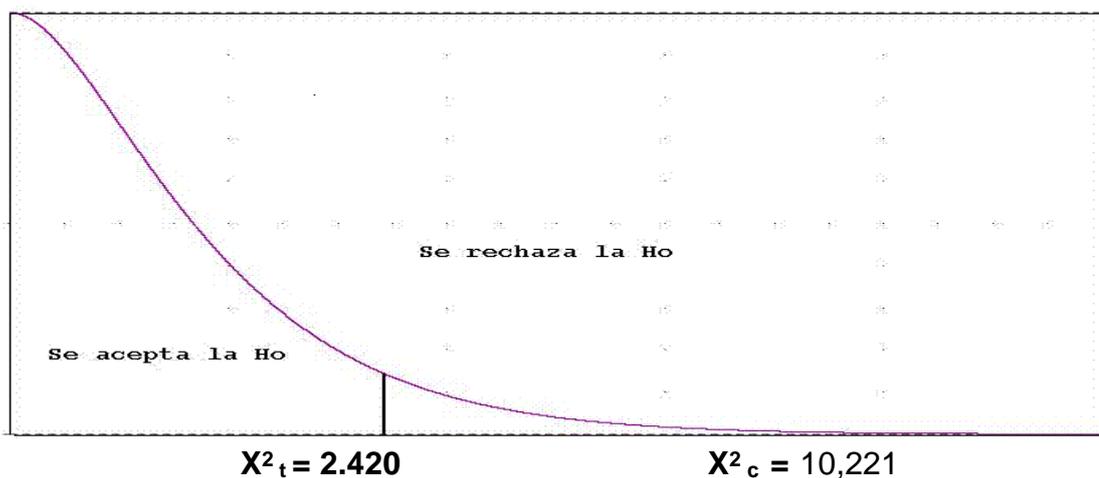
Donde:

oi : valor observado

ei : valor esperado

$\chi^2_{(c)}$: Este valor estadístico, generado a partir de datos recopilados con el instrumento y procesados con un software especializado, se contrasta con los valores que se asocian al nivel de significancia especificado, esto según la tabla de prueba estadística estimada de la correlación número 03.

e. **Decisión.** H_0 se rechaza.



Interpretación:

Como el dato calculado ($\chi^2_{(c)} = 10.221$) se ubica en la región de rechazo, podemos inferir que, con un nivel de confianza del 5%, rechazamos la hipótesis nula en favor de la hipótesis alterna planteada, es decir que existe una influencia significativa de la gestión de inventarios en la dimensión gestión de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.

Tabla 18*Prueba estadística de correlación para la segunda hipótesis específica*

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Pearson Chi-cuadrado	10,221a	4	0,029
Prueba de verosimilitud	2,666	4	0,325
Casos válidos	38		

a. 7 casillas (77,8%) tienen una frec. esp. inf. a 5. La frec. mín. esp. es ,09.

VI. Discusión de resultados

Según lo expuesto por Ordoñez en su trabajo de investigación titulado "Análisis de la administración de inventarios en la distribuidora DISCOR E.I.R.L utilizando el modelo SCOR", en la cual planteó como objetivo: Analizar la cadena de suministro para identificar los problemas más significativos que respalden una propuesta de mejora en la gestión de inventarios de la empresa DISCOR E.I.R.L. En esta investigación se demostró que existen dificultades en las compras de la empresa porque se consiguen ofertas en los precios pero se sacrifica la calidad de los productos, tampoco se conocen los niveles o porcentajes de existencias y no se conoce el nivel de rotación de los materiales. Para nuestro caso se demostró que la gestión de compras es deficiente en la empresa analizada y afecta la rentabilidad y gestión de inventarios.

Urcohuaranga, en su tesis titulada "Procedimientos de control para la gestión de compras en la empresa Equipart Peru S.A.C. – Huancayo", se propuso como objetivo proponer procedimientos de control con el fin de mejorar la gestión de compras en la empresa Equipart Perú S.A.C., dentro de este estudio se logró determinar que se deben establecer controles en todas las fases o procesos de compras en la empresa con la finalidad de hacer más eficientes los resultados de la empresa. De acuerdo a nuestros resultados, es necesario que en la empresa se adopten medidas preventivas que afecten el control de inventarios y permitan tener abastecida a la empresa con compras realizadas en las mejores condiciones y para beneficio de la organización.

Jaimes y Zúñiga en su investigación titulada "Proyecto de mejoramiento para los problemas de logística y almacenamiento en Fujian Shan S.A.", establecieron como objetivo proponer un modelo de rendimiento en el almacenamiento que optimice la capacidad instalada en la empresa Fujian Shan S.A. en esta investigación se reveló que la empresa tiene dificultades en su proceso de compras y que se debe al

desconocimiento de la rotación y control de inventarios, deficiencias en la planificación de compras y abastecimiento, falta de un sistema de información que proporcione datos confiables para tomar decisiones en forma adecuada. La logística es un factor importante en este caso, es lo mismo que consideramos de acuerdo a los resultados obtenidos en nuestra investigación pues se pudo demostrar que no hay una planificación y gestión apropiadas sobre las compras o adquisiciones en la empresa.

INVERSIONES DONATO E&T S.A.C.

Misión

Nos comprometemos a cumplir con las necesidades y expectativas de nuestros proveedores, clientes y consumidores, ofreciendo productos alimenticios de alta calidad relacionados con el arroz a través de nuestra producción y comercialización. Nuestra visión es ser líderes en el sector en el que operamos, respaldado por la tecnología más avanzada y un servicio de excelencia. Nos esforzamos por alcanzar el crecimiento y la rentabilidad para nuestros accionistas, mientras cuidamos el medio ambiente y promovemos el bienestar de nuestros colaboradores, proveedores y la comunidad en su conjunto.

Visión

Buscamos mantenernos como líderes en el sector del arroz mediante tecnología a la vanguardia del mercado, calidad de producto, excelencia en el servicio e innovación constante. Nuestros compromisos incluyen la continua formación y el crecimiento de los colaboradores, la preservación del medio ambiente y el compromiso constante con el desarrollo local.

Análisis FODA

FORTALEZAS

- Conocimiento del rubro del negocio :
Los socios de la empresa cuentan con el conocimiento técnico en el rubro al cual se dedicarán lo que les permitirán tomar mejores decisiones.
- Cuenta con una cartera de proveedores fidelizados: La empresa cuenta con una sólida relación con sus proveedores lo que le genera cierta estabilidad para desarrollar sus labores (acopio del arroz en cascara para el proceso de transformación)
- Disponibilidad del producto (arroz) todo el año.
La empresa no detiene sus operaciones pues el arroz es un producto que se produce y comercializa durante todo el año en la región San Martín, la empresa por lo tanto no deja de percibir ingresos.
- Capacidad para dar respuesta a las exigencias y gustos de los consumidores a través de la presentación del producto en envases de diferentes calidades.
- Seguridad en el pago de la mercadería, depósito en cuenta corriente.
Lo que reduce riesgos por pérdida de dinero a la empresa.
- La política de venta es al contado.
- Cuenta con una cartera de clientes para la distribución del producto (arroz)
- Utilización de la tecnología de punta que permitirá obtener altos rendimientos del producto.

OPORTUNIDADES

- Producto de gran demanda en el mercado.
- El arroz es el producto básico en la dieta alimenticia de la población, por lo que tiene una alta demanda.
- Expansión de mercados.
- El crecimiento económico no solo genera para las empresas mayores ingresos en sus actuales puntos de venta sino la oportunidad de expandir el negocio llegando a otras localidades del país

aumentando su participación de mercado e incrementando mucho más sus ingresos económicos al contar con un mayor número de clientes.

- La empresa cuenta con una ubicación estratégica, optimizando el proceso de comercialización de la empresa y el traslado de la mercadería
- Créditos accesibles.

DEBILIDADES

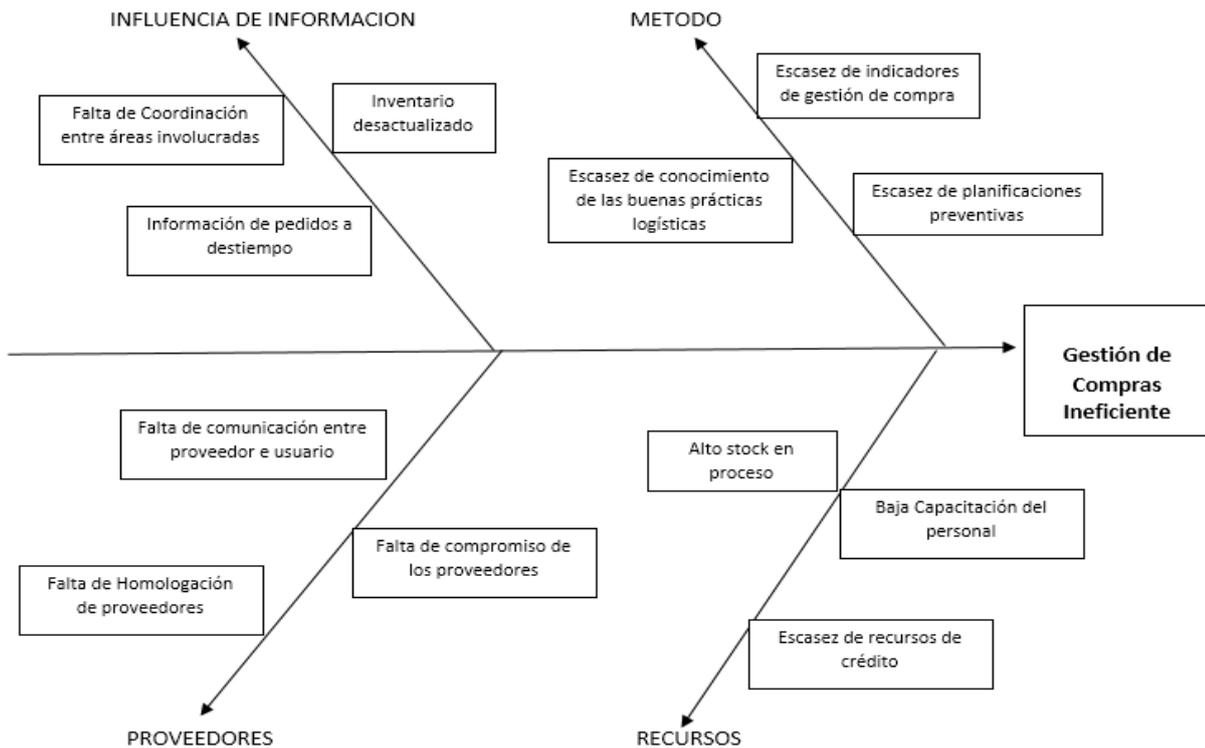
- No poseemos un molino para pilar nuestro propio producto.
- Aún no registramos nuestra propia marca.
- No existe suficiente oferta de transporte de carga pesada en la región.
- El costo del transporte encarece nuestro producto.

AMENAZAS

- Los robos de mercadería:
El robo de mercaderías es otra amenaza latente en la empresa pues la mercadería almacenada puede ser sustraída por los mismos trabajadores por falta de control o complicidad por lo que debe crear mecanismos de seguridad.
- Los cambios climáticos:
Los cambios climáticos como las fuertes lluvias pueden perjudicar las actividades de siembra, cosecha y transporte del arroz.
- Las huelgas de transportistas y agricultores.
- Estos comportamientos ponen incertidumbre a la empresa que puede ser aceptada con el perjuicio material de su mercadería que podría resultar afectada generando pérdidas económicas e incluso el cese temporal de sus operaciones.
- Variación en el precio del producto.
El producto tiende de manera constante a sufrir cambios en el precio ofertado al público lo que afecta el negocio.

Diagrama de Ishikawa

Para identificar los problemas que erradican dentro de la empresa aplicamos el método del Diagrama de Ishikawa, en donde pude identificar que hay ciertos factores críticos que se deberían implementar en la gestión de compras.



Propuesta de mejora de proceso de gestión de compras en la empresa Inversiones Donato E&T S.A.C

El proceso de mejora de gestión de compras en la empresa Inversiones Donato E&T S.A.C. implica la reformulación de sus procesos de compra, la implementación de un proceso de homologación de proveedores, la implementación de indicadores, tal como se desarrolla a continuación:

Redefinición del proceso de compras

Consideramos que el objetivo redefinido en esta área para la empresa debe ser: “Administrar la adquisición de materiales, insumos, componentes, equipos, instalaciones, subcontratación y una variedad de servicios para asegurar la disponibilidad oportuna de los elementos requeridos, al costo más bajo posible, mientras se cumplen todas las especificaciones establecidas por los solicitantes internos. Además, establecer relaciones con proveedores que generen valor constante para la empresa”.

Principales problemas con los proveedores

1. Cartera de proveedores

Actualmente en la empresa no se cuenta con una cartera definida de proveedores debidamente evaluada y que cumplan los requisitos mínimos que se pueden exigir a un proveedor en cuanto a términos de:

- Calidad
- Puntualidad
- Precios competitivos
- Logística
- Situación financiera
- Confiabilidad y reputación (experiencia laboral y referencias)
- Flujo de documentación
- Asociación
- Programa Ambiental
- Instalaciones y Volumen de Producción

Estos aspectos son importantes porque si los proveedores cumplen estos requisitos se estaría trabajando con proveedores serios que cumplan requisitos que se deben exigir para que puedan proveer y abastecer a la empresa en mejores condiciones.

2. Puntualidad en la entrega de pedidos

Un componente fundamental de la competitividad es poder prometer la entrega y cumplir la promesa en la fecha pactada previamente. Para cumplir las fechas de entrega prometidas, es necesario un conjunto de técnicas de gestión de stocks, planificación de la producción/compraventa, calidad en los insumos, procesos productivos y logísticos eficiente que el proveedor debe tener o cumplir para con sus clientes.

Uno de los grandes problemas enfrentados por la Empresa son los retrasos en las entregas de los proveedores. El retraso en la entrega puede acontecer debido algunos factores hasta previstos en el contrato con el proveedor como escasez de materia-prima y quiebra de máquinas, que lo protege. Dependiendo del stock en la fábrica, la empresa puede tener problemas en la producción y hasta haber alguna parada.

Sin embargo, para evitar tal parada, el equipo de planificación necesita rehacer todo el programa de fabricación, colocando otro producto en la línea para evitar la parada, claro que tal procedimiento sólo podrá ser hecho, si hubiera demanda para el producto alternativo, para no elevar demasiado los stocks. A pesar de eso, difícilmente será posible evitar el retraso en la entrega al Cliente.

En la actualidad en la empresa existen demoras en pedidos lo que ocasiona que la empresa se paralice y ocasione pérdidas financieras y pérdidas de horas hombre y recursos a la empresa con el consiguiente costo.

3. Calidad de la materia prima

En este aspecto es importante que la calidad de los insumos o materiales que se compran reúnan los requisitos mínimos de una orden de pedido que tiene especificaciones técnicas, no debe haber productos defectuosos, rotos, faltantes, etc. Los mismos que no deben ser recibidos por los encargados de almacén hasta que se complete un pedido requerido por un área de la empresa.

En la actualidad en la empresa hay insumos o materia prima que no reúne las condiciones que son exigidas por las áreas, que son defectuosos, que tienen problemas a la hora de manipularlos, etc.

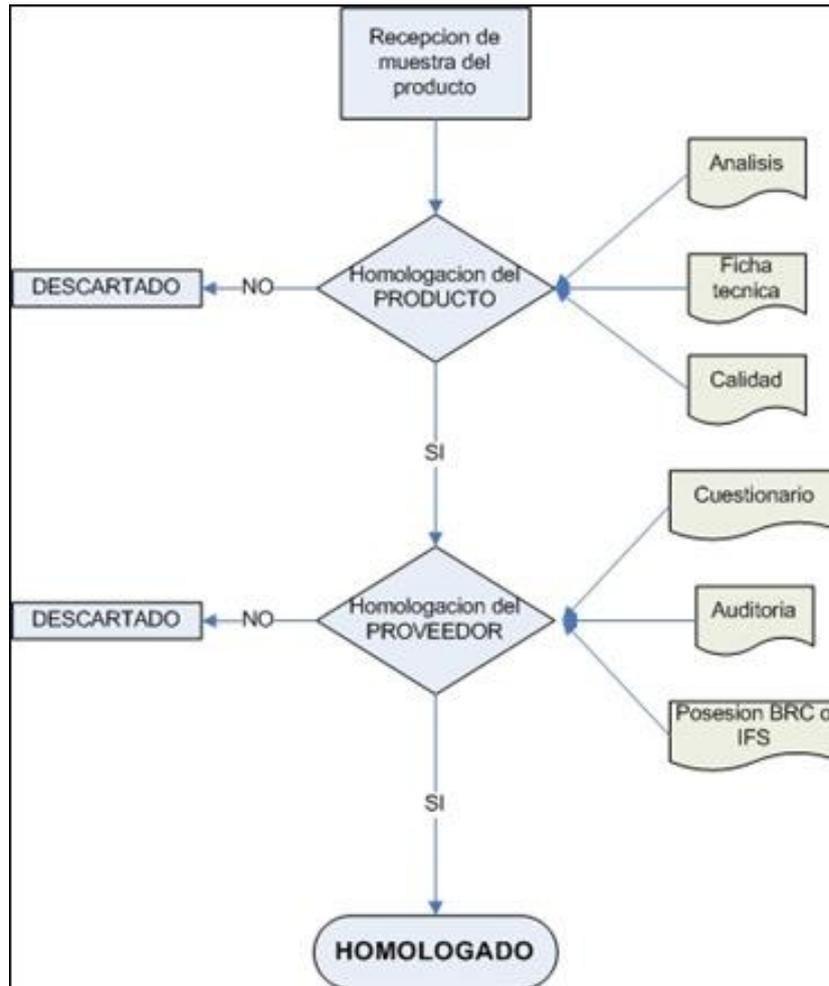
4. Precio de la materia prima

Un aspecto importante es el precio que debe tener el insumo, material o materia prima pues debe ser el más competitivo, el mejor del mercado, pero sin sacrificar la calidad del mismo ni las condiciones de entrega ni requerimientos establecidos en la empresa.

Actualmente, hay insumos que se compran a precios muy altos, no existe un comité de evaluación en la empresa que determine cuál debe ser el precio real y justo.

❖ *Homologación de proveedores*

Como parte del proceso de homologación de proveedores, se debe implementar ciertos procesos en la empresa de manera que se pueda cumplir con todo el proceso de homologación de proveedores, para ello se debe seguir el siguiente proceso indicado en la figura siguiente:



El proceso indica que nuestro proveedor debe llenar una Ficha de Homologación de Proveedor con la información requerida por la empresa con la finalidad de que se pueda verificar muchos aspectos relacionados con su capacidad de abastecimiento, la capacidad de producción de la empresa, la experiencia que tiene en el mercado, su situación financiera, capacidad de respuesta, entre otros aspectos importantes para que pueda ser calificado como proveedor.

El proceso de homologación de proveedor debe seguirse aplicando las normas ISO 9001 que tratan el tema de la evaluación de los proveedores.

❖ **Norma ISO 9001**

Según la norma ISO 9001:2015, la empresa necesita definir y adherirse a criterios para evaluar, seleccionar, supervisar y volver a evaluar a los proveedores externos, teniendo en cuenta su capacidad para proporcionar procesos, productos y servicios que satisfagan las necesidades de la organización"

Por lo general, es fundamental requerir toda la documentación que asegure el cumplimiento de las actividades conforme a los requisitos legales y estatutarios, como registros, licencias de operación pertinentes a la actividad, y certificaciones (como ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, SASSMAQ, PNQ, entre otras).

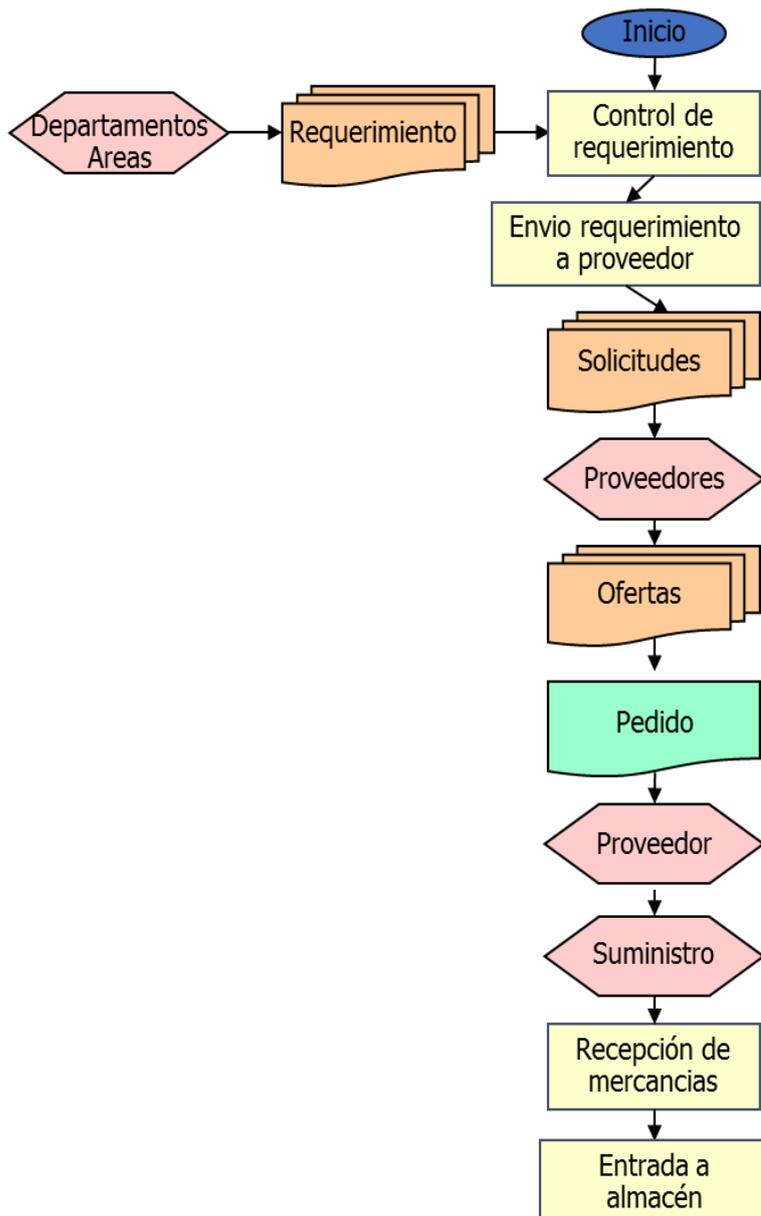
Varios requisitos son estándar, como el cumplimiento del plazo de entrega, la compatibilidad entre la solicitud de compras y la factura, y la calidad del material recibido. También pueden evaluarse otros aspectos como el precio, el servicio al cliente, las garantías ofrecidas, la reputación en el mercado, la ubicación y otros factores pertinentes según el tipo e impacto del proveedor. El proveedor puede ser entendido como proveedor externo, proveedor de servicio, contratado, aquel que proporciona servicio, material o producto para la empresa. Según uno de los requisitos establecidos en la norma ISO 9001:2015, es necesario que la empresa establezca y aplique criterios para evaluar, seleccionar, supervisar el desempeño y volver a evaluar a los proveedores externos, teniendo en cuenta su capacidad para ofrecer procesos, productos y servicios que satisfagan las necesidades establecidas.

En esta clasificación, se comprende que los proveedores son proveedores externos. A partir de esta explicación, veamos lo que la norma internacional del sistema de gestión apunta que debe ser observado para ser trabajado por las empresas en la gestión de proveedores.

El siguiente es el panorama actual de las compras y la forma como se realizan en la empresa, en donde se puede visualizar que no

existe una evaluación previa del proveedor, ni comparación de ofertas, no existe tampoco controles de la mercadería ni cuando llega, ni cuando es enviada al almacén, no existen conformidades, entre otros.

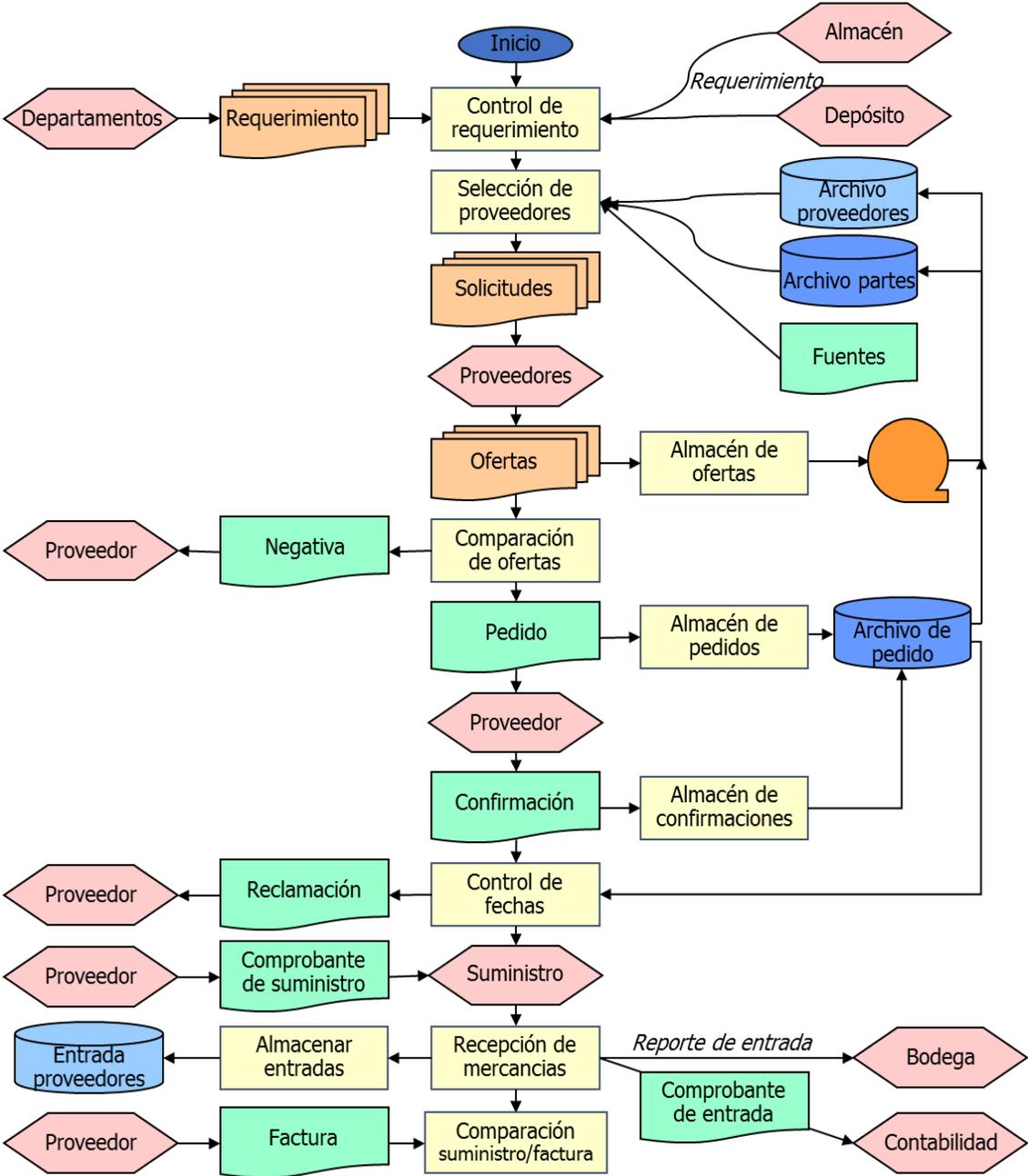
Diagrama de flujo Actual del proceso de compras



Nuestra propuesta es que el flujograma nuevo sea de la siguiente manera, donde se tiene en cuenta como ya hemos indicado la

homologación del proveedor previa evaluación, para ello deberá llenar la ficha de homologación que será ingresada a la base de datos de la empresa. El flujograma propuesto es el siguiente:

Diagrama de flujo Propuesto para el proceso de compras



Además de ello el Proveedor deberá ser evaluado de la siguiente manera:

- a. Deberá además de llenar la ficha de proveedor del Apéndice 5 debe ser evaluado en base a criterios establecidos por la empresa y para la homologación del proveedor:

Tabla: Aspectos a tener en cuenta en la Evaluación de proveedores

Empresa:	RUC:
.....	
Contacto:.....	Teléfono:
.....	
Criterios evaluados:	
-	
Calidad:.....	
-	
Puntualidad:.....	
-	
Precios competitivos:.....	
-	
Logística:.....	
-	
Situación financiera:.....	
-	
Confianza y reputación:.....	
-	
Flujo de documentación:.....	

-
Asociación:.....

- Programa
Ambiental:.....

- Instalaciones y Volumen de
Producción:.....

Tabla Distribución de los Pesos en la Evaluación de los Proveedores

Proveedor	Peso (%)	A		B	
		NOTAS	%	NOTAS	%
Calidad					
Puntualidad					
Precios Competitivos					
Instalaciones					
Flujo de Documentación					
Fiabilidad y Reputación					
Programa Ambiental					
Situación Financiera					
Logística					
Asociación					
Resultado Total Ponderado	100				

Como podemos apreciar se procederá a realizar una evaluación de las ofertas que proponen los diversos proveedores, además de que los proveedores serán evaluados en forma permanente de manera que se pueda garantizar el cumplimiento del abastecimiento, de tener el mejor costo o precio del insumo, de que la calidad sea la requerida, de que no haya retrasos, que no haya demoras, entre otros factores en beneficio de la empresa.

A continuación, se presentan los indicadores que se proponen implementar en la empresa a raíz de la propuesta realizada:

❖ **Indicador de pedido de materiales o insumos**

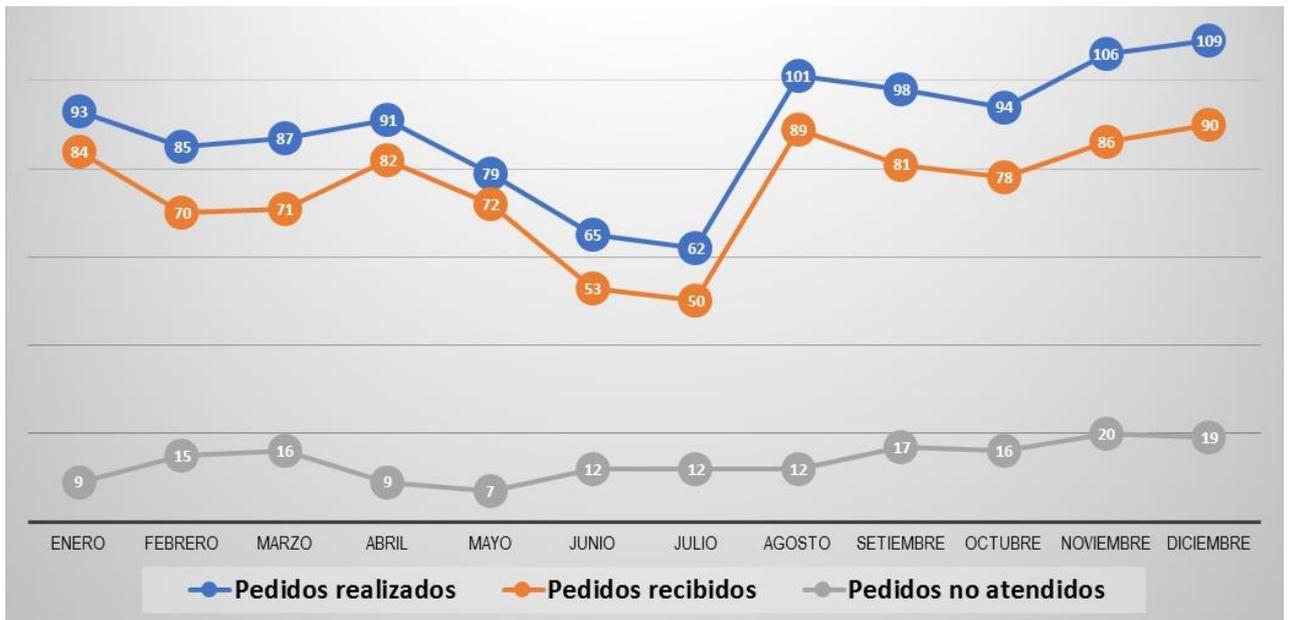
El objetivo de este indicador es verificar la cantidad de pedidos realizados, pedidos y recibidos en la empresa y en todo caso darnos cuenta de la efectividad en cuanto al servicio de los proveedores, la fórmula propuesta sería:

$$\text{Indicador de pedido de materiales} = \frac{\text{Cantidad de pedidos recibidos}}{\text{Total, cantidad de pedidos}}$$

A continuación, se presenta los pedidos durante el año 2020 que se pudieron contabilizar según la tabla siguiente:

Mes	Pedidos realizados	Pedidos recibidos	Pedidos no atendidos
Enero	93	84	9
Febrero	85	70	15
Marzo	87	71	16
Abril	91	82	9
Mayo	79	72	7
Junio	65	53	12
Julio	62	50	12
Agosto	101	89	12
Setiembre	98	81	17
Octubre	94	78	16
Noviembre	106	86	20
Diciembre	109	90	19
Total 2020	1070	906	164

Pedidos de materiales 2020: realizados, recibidos, no atendidos



Aplicando la fórmula para este caso tenemos lo siguiente:

$$\text{Indicador de pedido de materiales} = 1070 / 906$$

$$\text{Indicador de pedido de materiales} = 0.8467$$

Esto quiere decir que durante el año 2020 hubo una efectividad del 84.67% de atención de los pedidos, y del mismo modo podemos indicar que no se atendieron 15.32% de los pedidos realizados durante el mismo período

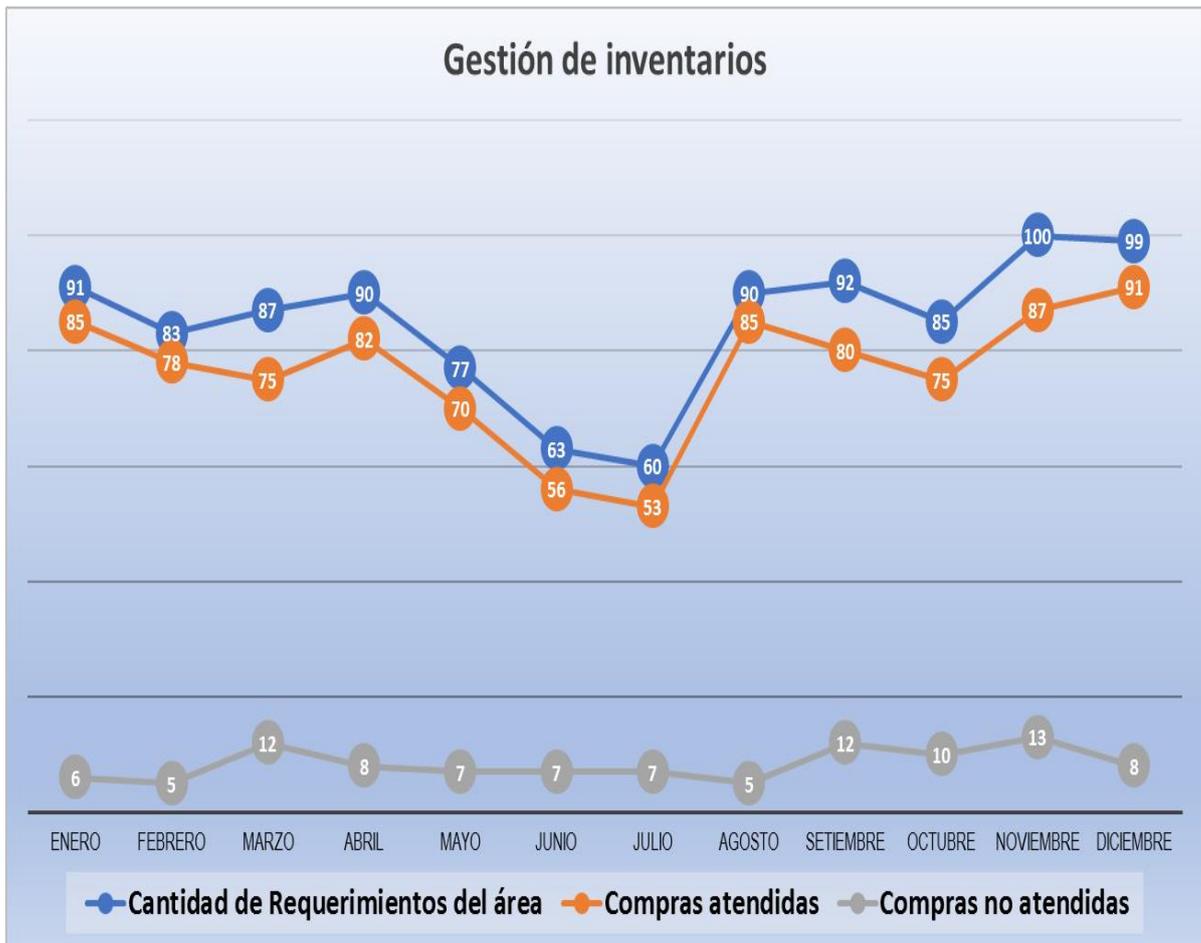
Indicador de gestión de inventario (stock) y planificación de compras

El indicador de gestión de inventarios y planificación de compras tiene como objetivo medir la efectividad de la planificación de las compras realizadas en la empresa. La fórmula del indicador sería de la siguiente manera:

$$\text{Indicador de gestión de inventarios y planificación de compras} = \frac{\text{Cantidad de compras atendidas}}{\text{Cantidad de requerimientos}}$$

Se tiene la siguiente información estadística sobre el período 2020:

Mes	Cantidad de Requerimientos del área	Compras atendidas	Compras no atendidas
Enero	91	85	6
Febrero	83	78	5
Marzo	87	75	12
Abril	90	82	8
Mayo	77	70	7
Junio	63	56	7
Julio	60	53	7
Agosto	90	85	5
Setiembre	92	80	12
Octubre	85	75	10
Noviembre	100	87	13
Diciembre	99	91	8
Total 2020	1017	917	100



La información procesada nos permite indicar que existe un porcentaje de compras no atendidas y para calcularlo procedemos a aplicar la fórmula:

El indicador de gestión de inventarios y planificación de compras = $\frac{917}{1017} = 0.9016$. El indicador nos refiere que el 90.16% de requerimientos solamente fueron atendidos con las respectivas compras y que el 9.83% no fueron atendidos

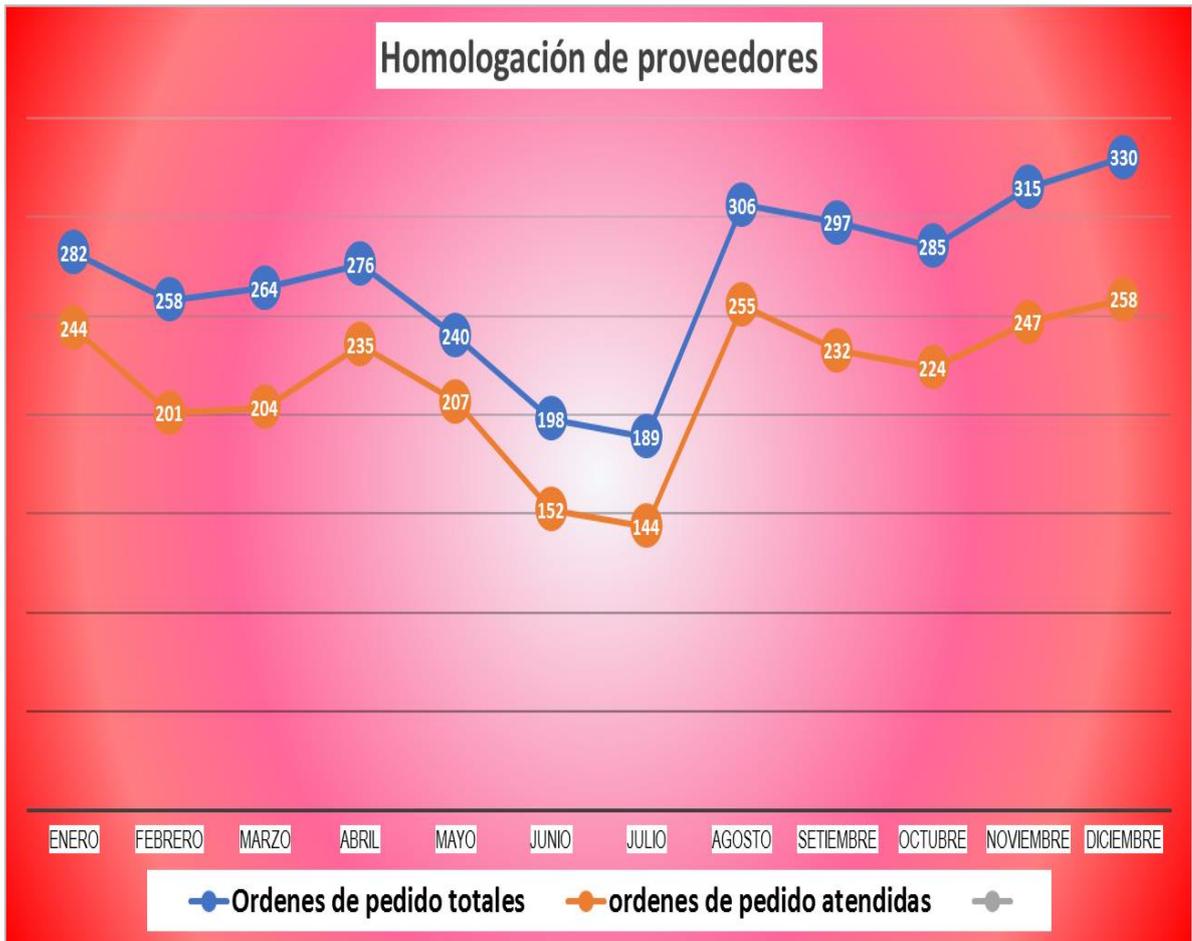
Indicador de homologación de proveedores

Este indicador permite determinar la capacidad de respuesta de los proveedores en cuanto a las órdenes de pedido entregadas y atendidas por los proveedores. La fórmula sería la siguiente:

$$\text{Indicador de homologación de proveedores} = \frac{\text{Órdenes de pedido atendidas}}{\text{Órdenes de pedido totales}}$$

La información obtenida para el año 2020 es la siguiente:

Mes	Ordenes de pedido totales	ordenes de pedido atendidas
Enero	282	244
Febrero	258	201
Marzo	264	204
Abril	276	235
Mayo	240	207
Junio	198	152
Julio	189	144
Agosto	306	255
Setiembre	297	232
Octubre	285	224
Noviembre	315	247
Diciembre	330	258
Total 2020	3240	2603



Indicador de homologación de proveedores = $2603/3240 = 0.8034$. Con lo que podemos inferir que el 80.34% del total de órdenes de pedido enviadas fueron atendidas solamente en el período 2020.

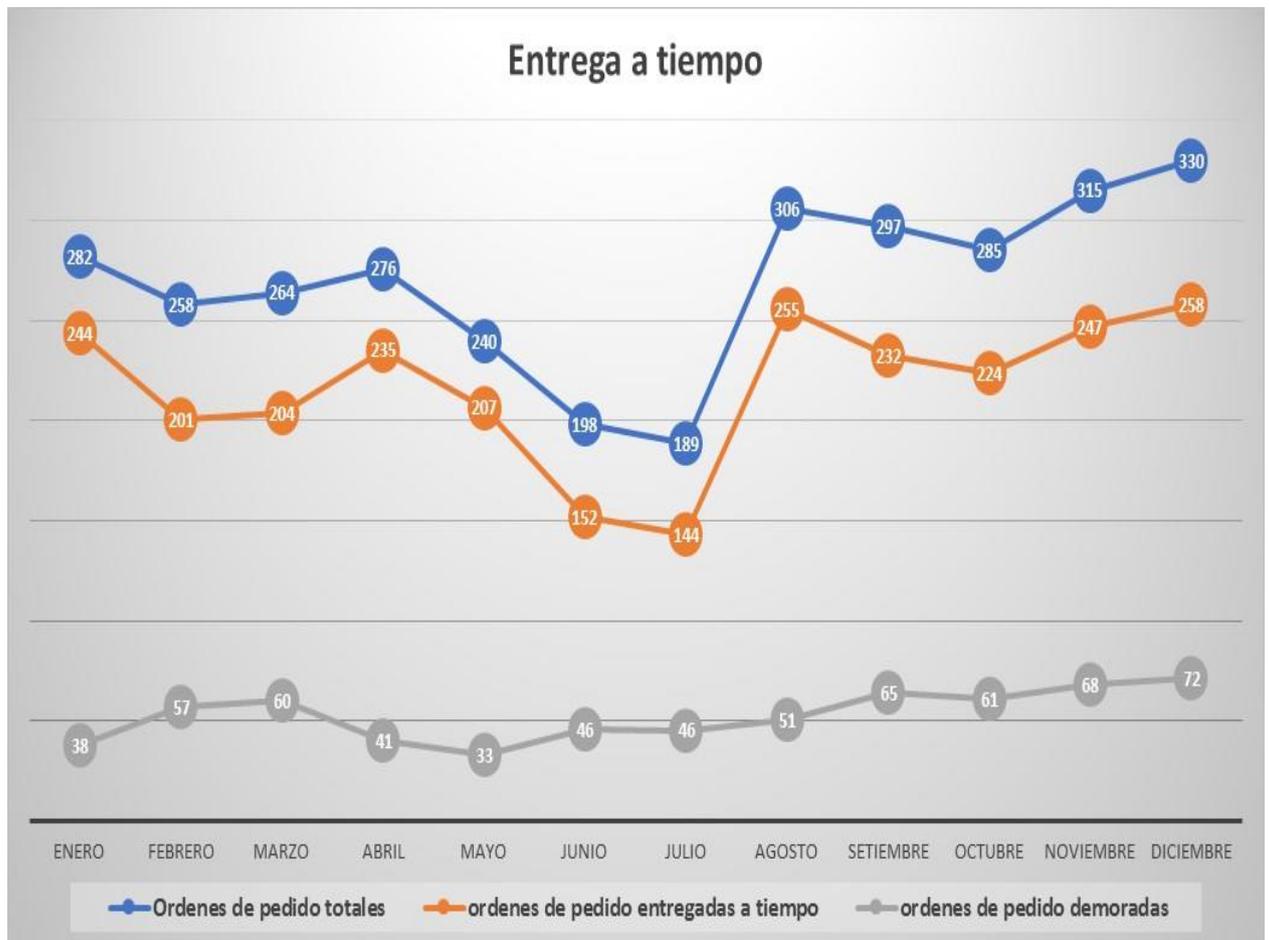
Indicador de entrega a tiempo

Este indicador nos permitirá identificar si se entrega a tiempo o no las órdenes de pedido realizadas o hay demoras en las entregas. La fórmula es la siguiente:

$$\text{Indicador de entrega a tiempo} = \frac{\text{órdenes de pedido entregadas a tiempo}}{\text{Total de órdenes de pedido}}$$

La información obtenida para el año 2020 es la siguiente:

Mes	Ordenes de pedido totales	ordenes de pedido entregadas a tiempo	ordenes de pedido demoradas
Enero	282	240	42
Febrero	258	199	59
Marzo	264	200	64
Abril	276	225	51
Mayo	240	202	38
Junio	198	150	48
Julio	189	139	50
Agosto	306	244	62
Setiembre	297	226	71
Octubre	285	220	65
Noviembre	315	240	75
Diciembre	330	251	79
Total 2020	3240	2536	704



Indicador de entrega a tiempo = $2536/3240 = 0.7827$. Con lo que podemos indicar que solamente se entregó a tiempo el 78.27% del total de órdenes de pedido enviadas a los proveedores.

Indicador de control de inventarios

El objetivo de este indicador es realizar un sistema de control de inventario y gestión de existencias que la empresa utiliza para satisfacer las necesidades o demandas de las diferentes áreas de la organización. La fórmula es la siguiente:

Indicador de control de inventarios

$$= \frac{\text{Cantidad de órdenes atendidas por almacén}}{\text{Cantidad de requerimiento}}$$

La información obtenida para el año 2020 es la siguiente:

Mes	Cantidad de Requerimientos del área	Cantidad de ordenes atendidas x almacén
Enero	91	87
Febrero	83	77
Marzo	87	80
Abril	90	81
Mayo	77	71
Junio	63	59
Julio	60	50
Agosto	90	83
Setiembre	92	84
Octubre	85	80
Noviembre	100	91
Diciembre	99	89
Total 2020	1017	932



Indicador de Control de inventarios = $832/1017 = 0.9164$. Se puede indicar que solo el 91.64% de órdenes requeridas fueron atendidas en la empresa, quedando un 8.36% de órdenes no atendidas por deficiencias en el control de stocks en la empresa.

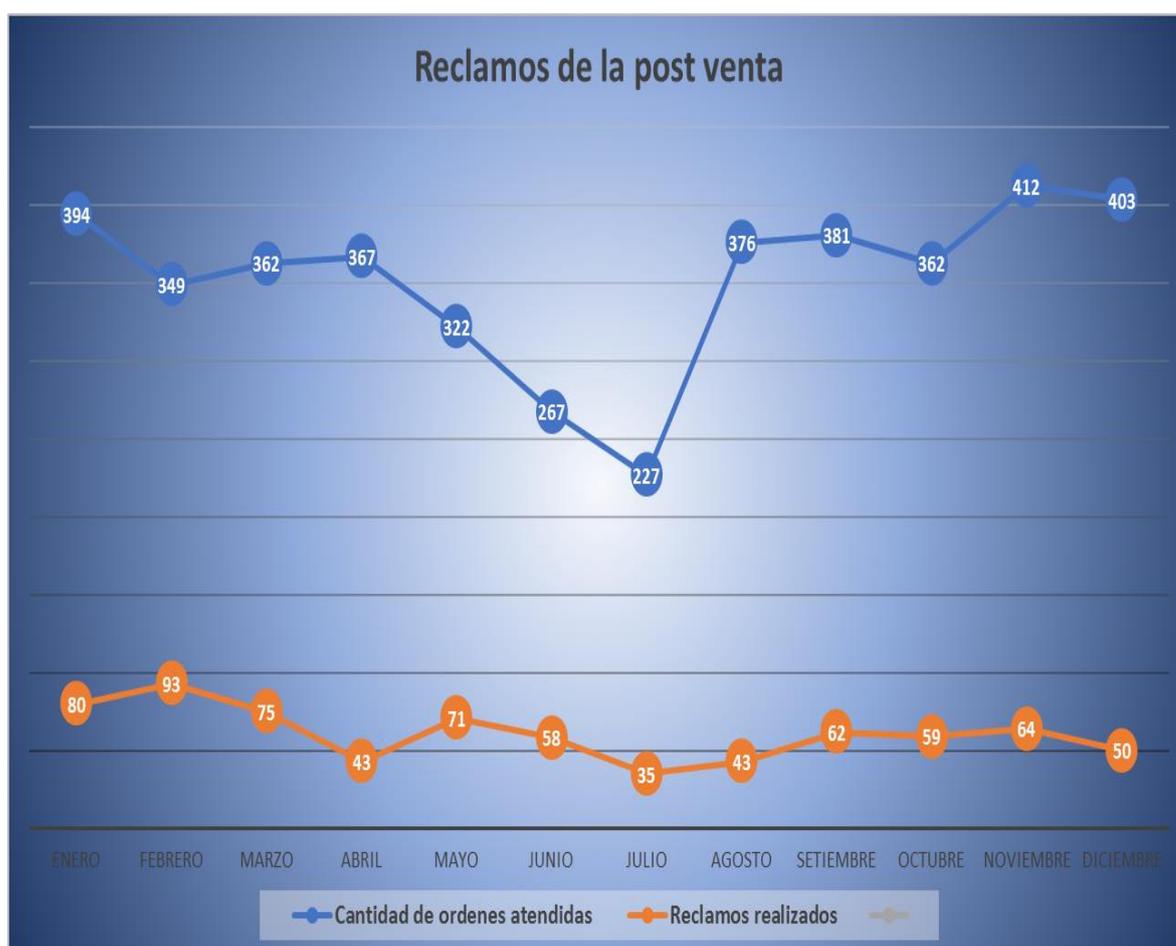
Indicador de reclamo de la post venta

Este indicador nos permitirá determinar la cantidad de reclamos que existen luego de las atenciones realizadas en la empresa. La fórmula es la siguiente:

$$\text{Indicador de reclamo de la post venta} = \frac{\text{Cantidad de reclamos}}{\text{Total de órdenes atendidas}}$$

La información obtenida para el año 2020 es la siguiente:

Mes	Cantidad de ordenes atendidas	Reclamos realizados
Enero	394	80
Febrero	349	93
Marzo	362	75
Abril	367	43
Mayo	322	71
Junio	267	58
Julio	227	35
Agosto	376	43
Setiembre	381	62
Octubre	362	59
Noviembre	412	64
Diciembre	403	50
Total 2020	4222	733

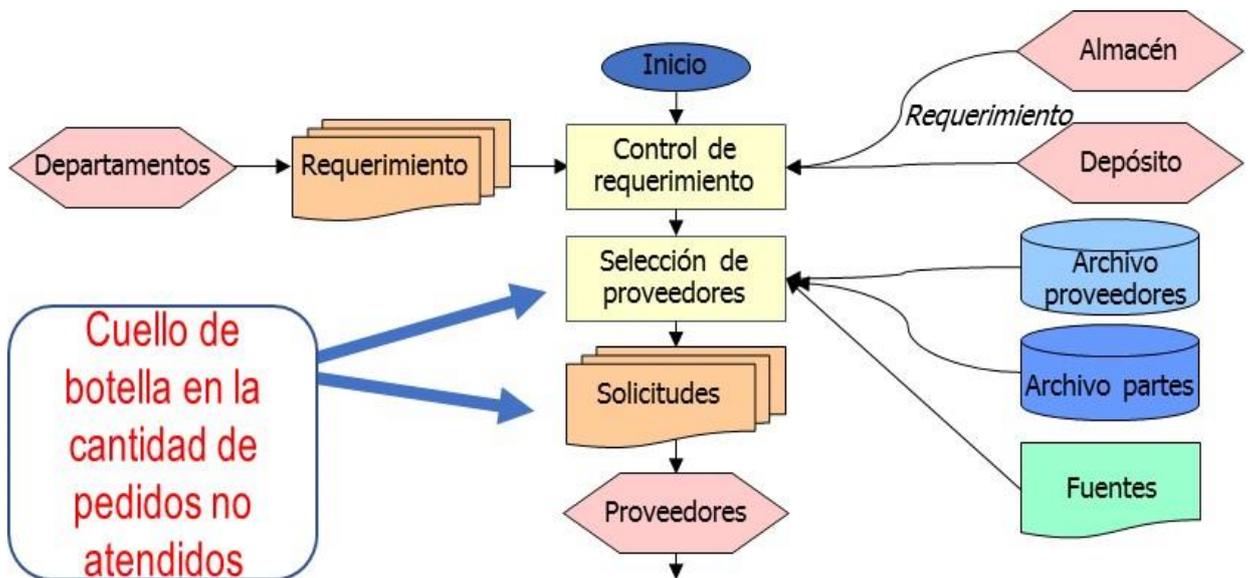


Indicador de Reclamo de la post venta= $733/4222 = 0.1736$. Este resultado nos indica que existe un 17.36% de reclamos post venta.

Cuellos de botella

Otro análisis que es importante y que se puede solucionar con la implementación de los indicadores propuestos son los cuellos de botella que han sido identificados en los siguientes sectores de la empresa:

1. En la cantidad de pedidos no atendidos, es decir que actualmente existe un 15% de pedidos no atendidos y es un alto indicador, con la aplicación del indicador y la homologación de proveedores se pretende reducir este indicador a un 3 o 5% máximo, siempre tratando de bajarlo en su totalidad.



2. El siguiente cuello de botella está en la cantidad de órdenes de pedido no atendidas por los proveedores que para el caso de la empresa analizada alcanza el 19.66%, que es un alto porcentaje, con una adecuada selección de proveedores, con capacidad de respuesta, con experiencia en el manejo de materiales, con cartera de clientes comprobadas y con la aplicación del indicador de

homologación de proveedores se pretende bajar a 3% mínimo este indicador con el consiguiente beneficio de la empresa.

3. Este cuello de botella genera otro que es las órdenes de pedido demoradas, que son un total de 21.72% actualmente en la empresa, con el indicador de entrega a tiempo se pretende reducir esta cantidad a 3 o 5%.

Conclusiones

1. Se pudo determinar que existe una significativa influencia de la gestión de inventarios en el proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.
2. Se logró establecer que existe una influencia significativa de la gestión de inventarios en la dimensión planeación de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.
3. Del mismo modo se pudo determinar que existe una influencia significativa de la gestión de inventarios en la dimensión gestión de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.

Recomendaciones

1. Se recomienda al personal y directivos de las empresas comercializadoras de productos al por mayor pudo deben emplear o conocer todo lo relacionado con la gestión de inventarios puesto que tiene una alta influencia en el proceso de compras y puede tener efectos negativos si no es bien manejada.
2. Del mismo modo se sugiere emplear y tener personal adecuadamente preparado en el manejo de la planeación de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora pues que existe una influencia significativa en la gestión de inventarios.
3. También se recomienda que se debe emplear en forma eficiente las herramientas de la gestión de inventarios (stock, lifo, fifo, etc.) ya que ejercen una gran influencia en la gestión de inventarios en una empresa que comercializa productos al por mayor.

Referencias bibliográficas

- Anaya, J. (2016). *Análisis, diagnóstico e implantación de sistemas logísticos*. Madrid.
- Arisaca, C., Figueroa, P., & Candela, D. (2014). *Propuesta de mejora en el proceso de abastecimiento de medicamentos en una clínica privada de salud*. [Tesis de posgrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio: <http://hdl.handle.net/10757/617622>.
- Barrera, G. (2020). *Diseño de un plan estratégico de marketing para mejorar la empresa de artesanías Ambar*. Bogotá: Universidad Católica de Colombia.
- Carrasco, E., & Herrera, S. (2023). *Plan estratégico de marketing para incrementar las ventas en la empresa servicios médicos especializados del norte E.I.R.L., Lambayeque 2021*. Pimentel: Universidad Señor de Sipán.
- Chion, N. (2020). *Plan estratégico de marketing de servicios para fidelizar los clientes de la empresa MINEC S.R.L.* Lima: Universidad Privada del Norte, Facultad de Ingeniería.
- Claros, R., & León, O. (2012). *El control interno como herramienta de gestión y evaluación*. Instituto Pacífico. <https://biblioteca.enc.edu.pe/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=391>
- Córdova, C. (2015). *Logística integral*. Lima: San Marcos.
- Cruz, J. (2015). *Mejoramiento de los procesos de gestión de inventarios, almacenamiento y planeación de requerimiento de materias primas para la empresa calzado tiger pathfinder, con base en el software ERP Accasoft*. [Tesis de grado, Universidad Industrial de Santander]. <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2015/159180.pdf>

- Duran, A. (2020). *Estrategias de marketing y su influencia en el incremento de ventas de la empresa Inversiones Zorigas EIRL, en el año 2016*. Huancayo: Universidad Continental, Facultad de Ingeniería.
- Goicochea, I. (2019). *Elaboración de un plan estratégico de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la empresa ingeniería Global & Empresarial S.A.C., Trujillo - 2018*. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.
- Gómez, R., & Guzmán, O. (2016). *Desarrollo de un sistema de inventarios para el control de materiales, equipos y herramientas dentro de la empresa de construcción ingeniería sólida LTDA*. [Tesis de grado, Universidad Libre]. Repositorio: <https://hdl.handle.net/10901/9170>.
- Guerrero, J. (2018). *Mejora del control de inventario para una adecuada gestión de compras de repuestos y materiales de soldar en la empresa comercializadora soldex S.A.* [Tesis de pregrado, Universidad Inca Garcilaso de la Vega]. Respoistorio: <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/2559>.
- Hurtado, G. (2015). *Control interno en la gestión de obras por adminsitración directa en la Municipalidad Distrital de San Juan de Lurigancho - 2013*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Huancavelica]. Repositorio: <http://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/345>.
- Jaimes, L., & Zúñiga, C. (2014). *Proyecto de mejoramiento para los problemas de logística y almacenamiento en Fujian Shan S.A.* <http://biblioteca.usbbog.edu.co:8080/Biblioteca/BDigital/82313.pdf>
- Jaramillo, S., Tacuri, L., & Trelles, D. (2019). Planeación estratégica de marketing y su importancia en las empresas. *Innova Research Journal*, 3(10), 28-41. <https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v3.n10.1.2018.737>
- Leenders, M., Fearon, H., & England, W. (2011). *Administración de compras y de materiales*. México: CECSA.

- López, C. (2018). *Análisis control interno del proceso de compra del inventario de la lubricadora Blanquita*. [Trabajo de grado, Universidad de Guayaquil].
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/35843/1/Tesis%20Cecilia%20lopez%20Vera%205%20nov%202018-converted.pdf>
- López, J. (2013). *Logística integral*. (Norma, Ed.) Colombia.
- Moreno, J., Londoño, J., & Zapata, L. (2023). Marketing strategy and competitiveness: Evidence from Colombian SMEs. *revista TEC Empresarial*, 17(2), 48-64.
https://doi.org/https://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/6701
- Muhammad, A. (2023). Plan Estratégico de Marketing para APPLE Inc. *Network Intelligence Studies*.
- Ochoa, A. (2020). *Plan estratégico de marketing para un hotel turístico en la ciudad de Arequipa*. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.
- Ordoñez, S. (2019). *Estudio de la gestión de inventarios en la distribuidora Discor E.I.R.L aplicando el modelo Scor*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio: <http://hdl.handle.net/20.500.12423/1947>.
- Pancorvo, G. (2015). *Logística y distribución física*. (UMLSX, Ed.) México.
- Parra, E. (2015). *Cadena de suministro de ciclo cerrado*. España.
- Perez, Y., & Castañeda, A. (2023). *“Diseño de plan de marketing digital para la empresa de café San Miguel del Municipio de Arboledas, norte de Santander*. Cucutá: Universidad Libre Seccional Cúcuta.
- Rivera, C. (2018). *Proceso de abastecimiento en una empresa de traslado de valores en Lima 2018*. [Tesis de posgrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/21278>.

- Rivera, R. (2014). *Mejoramiento de la gestión de inventarios en el almacén de repuestos de empresa andina de herramientas*. [Proyecto de grado, Universidad Autónoma de Occidente]. <https://red.uao.edu.co/server/api/core/bitstreams/9529b865-583c-4513-9232-4330fb52b4ba/content>
- Sampertegui, K., & Noronha, A. (2021). *Planificación estratégica de marketing para incrementar las ventas en multiservicios María, Iquitos 2020*. Iquitos: Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.
- Silva, A. (2021). *Estrategias de marketing adoptadas por diferentes industrias (una revisión exhaustiva de la literatura)*, para el Programa de Licenciatura en Emprendimiento y Gestión. Wellassa: Universidad Uva Wellassa.
- Syafrida, R. (2020). Mejorar el mix de marketing para el plan de marketing estratégico en el negocio de cafeterías. *Management Analysis Journal*, 9(4), 9.
- Urcohuaranga, V. (2019). *Procedimientos de control para la gestión de compras en la empresa Equipart Peru S.A.C. – Huancayo*. [Trabajo de investigación, Universidad Continental]. Repositorio: <https://hdl.handle.net/20.500.12394/7185>.
- Valencia, N. (2020). *Diseño de un plan de marketing para la panadería NAYVAT en la ciudad de Calca – Cusco – 2020*. Cusco: Universidad Continental.
- Valladolid, R. (2022). *Propuesta de un plan estratégico de marketing para el incremento de las ventas en la empresa Fireline Asesorías Integrales E.I.R.L. Piura*: Universidad Privada Antenor Orrego, Facultad de Ingeniería.
- Zhang, Y. (2024). Las 4P del análisis del marketing mix: la singularidad de las tácticas de marketing estratégico de Tesla en China. *Smart Finance*

and Contemporary Trade, 234-271.
https://doi.org/https://doi.org/10.2991/978-94-6463-268-2_28

ANEXOS

Anexo 1

Matriz de consistencia

Título: Gestión de inventarios y proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>P. General ¿De qué manera influye la gestión de inventarios en el proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor?</p>	<p>O. General Determinar la influencia de la gestión de inventarios en el proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.</p>	<p>H. General Existe una influencia significativa de la gestión de inventarios en el proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor</p>	<p>Variable Independiente: Gestión de inventarios</p>	<p>Control de inventarios Gestión del stock</p>	<p>Análisis FIFO, LIFO Estándares del proceso de control de stock Rotación de inventarios Kardex</p>
<p>Problemas Específicos a. ¿Cómo influye la gestión de inventarios en la dimensión planeación de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor? b. ¿Cómo influye la gestión de inventarios en la dimensión gestión de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor?</p>	<p>Objetivos Específicos a. Establecer la influencia que existe de la gestión de inventarios en la dimensión planeación de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor. b. Determinar la influencia que existe de la gestión de inventarios en la dimensión gestión de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.</p>	<p>Hipótesis Específicas a. Existe una influencia significativa de la gestión de inventarios en la dimensión planeación de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor. b. Existe una influencia significativa de la gestión de inventarios en la dimensión gestión de compras del proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.</p>	<p>Variable Dependiente: Proceso de compras</p>	<p>Planeación de compras Gestión de compras</p>	<p>Cantidad de compras Cantidad de requerimientos Cantidad de órdenes de compras Cantidad de proveedores</p>

Anexo 2

Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<p>Variable Independiente:</p> <p>Gestión de inventarios</p>	<p>Viene a ser el manejo o administración que se realiza respecto al ingreso y salida de insumos, productos terminados o semiterminados, bienes auxiliares y herramientas que posee una empresa (Anaya, 2016).</p>	<p>Se refiere al manejo de stocks que está relacionado con el control de inventarios y la gestión del stock como herramienta de toma de decisiones.</p>	<p>Control de inventarios</p> <p>Gestión del stock</p>	<p>de</p> <p>Análisis FIFO, LIFO</p> <p>Estándares del proceso de control de stock</p> <p>Rotación de inventarios Kardex</p>	<p>Nominal</p>
<p>Variable Dependiente:</p> <p>Proceso de compras</p>	<p>La gestión de compras significa comprar y aprovisionar los cuales son dos términos empleados indistintamente con frecuencia para describir funciones empresariales similares; si bien hay que distinguir entre la función de aprovisionamiento propiamente dicha que tiene un carácter más amplio, dentro de la cual se encuentra el concepto de compra y la función de compra específicamente (Pancorvo, 2015).</p>	<p>Es el proceso de aprovisionamiento de los productos que la empresa comercializa comprende el proceso de planeación de las compras y la gestión de compras</p>	<p>Planeación de compras</p> <p>Gestión de compras</p>	<p>de</p> <p>Cantidad de compras</p> <p>Cantidad de requerimientos</p> <p>Cantidad de órdenes de compras</p> <p>Cantidad de proveedores</p>	<p>Nominal</p>

Anexo 3

Matriz de operacionalización del instrumento

Título: Gestión de inventarios y proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor.

Autora: Hilario Gavino, Mireya Pamela

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS O REACTIVOS	ESCALA VALORATIVA	INSTRUMENTO
VARIABLE INDEPENDIENTE Gestión de Inventarios.	X1: Control inventarios	deAnálisis FIFO, LIFO Estándares del proceso de control de stock	¿En la empresa se tiene un control exacto de los stocks? ¿Se cuenta con un software para control de stocks en la empresa? ¿Se realiza el Análisis FIFO en la empresa? ¿Se realiza el Análisis LIFO en la empresa? Se cumplen los estándares del proceso de control de stock en la empresa	Nominal	Cuestionario
	X2: Gestión del stock	Rotación de inventarios Kardex	¿Se conoce la rotación de inventarios de los productos que comercializa la empresa? ¿Se tiene un control sobre la rotación de inventarios en la empresa? ¿Se lleva y tiene actualizado el Kardex de productos en la empresa?	Nominal	Cuestionario

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS O REACTIVOS	ESCALA VALORATIVA	INSTRUMENTO
VARIABLE DEPENDIENTE Proceso de compras	Y1: Planeación de compras	Cantidad de compras Cantidad de requerimientos	¿Se conoce en la empresa la cantidad de compras que se deben realizar? ¿Se compra en forma planificada o en forma empírica en la empresa? ¿Se conocen con exactitud la cantidad de requerimientos de los diversos productos que vende la empresa?	Nominal	Cuestionario
	Y2: Gestión de compras	Cantidad de órdenes de compras Cantidad de proveedores	¿Existe mucha cantidad de órdenes de compras en la empresa? ¿Se tiene control sobre la cantidad de órdenes de compra en la empresa? ¿Se tiene conocimiento de la cantidad de proveedores con que cuenta la empresa?	Nominal	Cuestionario

Anexo 4

Juicio de expertos e instrumentos de investigación

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

1.- DATOS

- a. Apellidos y nombres del informante: **TORRES RUIZ FRANCO JESUS**
b. Cargo e institución del informante: **ASISTENTE DE PRODUCCION EN UNIDAD DE INVESTIGACION Y PRODUCCION -CONCEPCION JUNIN**
c. Nombre del instrumento: **CUESTIONARIO**
d. Autor del instrumento: **HILARIO GAVINO, MIREYA PAMELA**
e. Especialidad: **Ingeniería Industrial: Sistemas de Producción**
Tesis: **GESTIÓN DE INVENTARIOS EN EL PROCESO DE COMPRAS EN UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS AL POR MAYOR**

2.- ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-20)	Regular (21-40)	Bueno (41-60)	Muy bueno (61-80)	Excelente (81-100)
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					85
2. OBJETIVIDAD	Está expresado con conductas observables					86
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					86
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					86
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad					85
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos del uso de las herramientas interactivas					86
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científicos y pedagógicos del área.					85
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores					87
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio					89
10. PERTINENCIA	Adecuado para tratar el tema de investigación					90
PROMEDIO DE LA VALORACIÓN CUANTITATIVA						86.5

3.- OPINIÓN DE APLICABILIDAD: **APLICABLE**

4.- PROMEDIO DE VALORACIÓN: **86.5**

Lima, 10 de febrero del 2021.



.....
FIRMA
Nombre: **TORRES RUIZ FRANCO JESUS**
DNI 44775480
Teléfono: 950659139

Anexo 4: Instrumento de investigación

Instrucciones:

Se está realizando una investigación sobre "Gestión de inventarios en el proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor", motivo por el cual le solicitamos que responda, con toda honestidad y veracidad, los espacios en blanco con letra de imprenta o con un aspa (x), según corresponda.

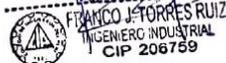
Estimado Señor(a)(ta) lea atentamente cada pregunta, valore y elija una de los tres posibles niveles de respuestas, considerando que:

PREGUNTAS	Respuestas		
	Si	No	No sabe, no opina
VARIABLE 1: Gestión de Inventarios			
Dimensión 1: Control de inventarios			
1 ¿En la empresa se tiene un control exacto de los stocks?			
2 ¿Se cuenta con un software para control de sotcks en la empresa?			
3 ¿Se realiza el Análisis de inventario FIFO (primero en entrar, primero en salir) en la empresa?			
4 ¿Se realiza el Análisis de inventario LIFO(ultimo en entrar, primero en salir) en la empresa?			
5 Se cumplen los estándares del proceso de control de stock en la empresa			
Dimensión 2: Gestión del stock			



INGENIERO INDUSTRIAL
CIP 206759

PREGUNTAS		Respuestas		
		SI	No	No sabe, no opina
6	¿Se conoce la rotación de inventarios de los productos que comercializa la empresa?			
7	¿Se tiene un control sobre la rotación de inventarios en la empresa?			
8	¿Se lleva y tiene actualizado el Kardex de productos en la empresa?			
VARIABLE 2: Proceso de compras				
Dimensión 1: Planeación de compras				
9	¿Se conoce en la empresa la cantidad de compras que se deben realizar?			
10	¿Se compra en forma planificada en la empresa?			
11	¿Se conocen con exactitud la cantidad de requerimientos de los diversos productos que vende la empresa?			
Dimensión 2: Gestión de compras				
12	¿Cree usted que existe mucha cantidad de órdenes de compras en la empresa?			
13	¿Se tiene control sobre la cantidad de órdenes de compra en la empresa?			
14	¿Se tiene conocimiento de la cantidad de proveedores con que cuenta la empresa?			

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

1.- DATOS

- a. Apellidos y nombres del informante: **FRANCISCO RIVERA LUIS ALBERTO**
 b. Cargo e institución del informante: **INGENIERO DE OPERACIONES**
 d. Autor del instrumento: **HILARIO GAVINO, MIREYA PAMELA**
 e. Especialidad: **Ingeniería Industrial: Sistemas de Producción**
 Tesis: **GESTIÓN DE INVENTARIOS EN EL PROCESO DE COMPRAS EN UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS AL POR MAYOR**

2.- ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-20)	Regular (21-40)	Bueno (41-60)	Muy bueno (61-80)	Excelente (81-100)
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					89
2. OBJETIVIDAD	Está expresado con conductas observables					89
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					89
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					89
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad					89
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos del uso de las herramientas interactivas					89
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científicos y pedagógicos del área.					89
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores					89
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio					89
10. PERTINENCIA	Adecuado para tratar el tema de investigación					89
PROMEDIO DE LA VALORACIÓN CUANTITATIVA						89

3.- OPINIÓN DE APLICABILIDAD: **APLICABLE**

4.- PROMEDIO DE VALORACIÓN: **89**

Lima, 13 de febrero del 2021.


 Ing. LUIS A. FRANCISCO RIVERA
 CIP 233799

.....
 FIRMA
 Nombre: FRANCISCO RIVERA LUIS ALBERTO
 DNI 41823900
 Teléfono: 954169153

Anexo 4: Instrumento de investigación

Instrucciones:

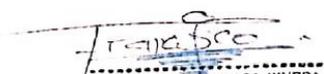
Se está realizando una investigación sobre "Gestión de inventarios en el proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor", motivo por el cual le solicitamos que responda, con toda honestidad y veracidad, los espacios en blanco con letra de imprenta o con un aspa (x), según corresponda.

Estimado Señor(a)(ita) lea atentamente cada pregunta, valore y elija una de los tres posibles niveles de respuestas, considerando que:

PREGUNTAS		Respuestas		
		SI	No	No sabe, no opina
VARIABLE 1: Gestión de Inventarios				
Dimensión 1: Control de inventarios				
1	¿En la empresa se tiene un control exacto de los stocks?	✓		
2	¿Se cuenta con un software para control de stocks en la empresa?	✓		
3	¿Se realiza el Análisis de inventario FIFO (primero en entrar, primero en salir) en la empresa?	✓		
4	¿Se realiza el Análisis de inventario LIFO(ultimo en entrar, primero en salir) en la empresa?	✓		
5	Se cumplen los estándares del proceso de control de stock en la empresa	✓		
Dimensión 2: Gestión del stock				
		✓		

Ing. LUIS A. FRANCISCO RIVERA
CIP 233799

PREGUNTAS		Respuestas		
		SI	No	No sabe, no opina
6	¿Se conoce la rotación de inventarios de los productos que comercializa la empresa?	✓		
7	¿Se tiene un control sobre la rotación de inventarios en la empresa?	✓		
8	¿Se lleva y tiene actualizado el Kardex de productos en la empresa?	✓		
VARIABLE 2: Proceso de compras		✓		
Dimensión 1: Planeación de compras		✓		
9	¿Se conoce en la empresa la cantidad de compras que se deben realizar?	✓		
10	¿Se compra en forma planificada en la empresa?	✓		
11	¿Se conocen con exactitud la cantidad de requerimientos de los diversos productos que vende la empresa?	✓		
Dimensión 2: Gestión de compras		✓		
12	¿Cree usted que existe mucha cantidad de órdenes de compras en la empresa?	✓		
13	¿Se tiene control sobre la cantidad de órdenes de compra en la empresa?	✓		
14	¿Se tiene conocimiento de la cantidad de proveedores con que cuenta la empresa?	✓		


 Ing. LUIS A. FRANCISCO RIVERA
 CIP 233789

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

1.- DATOS

- a. Apellidos y nombres del informante: **AQUINO DE LA CRUZ HERIC YURI**
 b. Cargo e institución del informante: **JEFE DEL AREA DE GESTION ADMINISTRATIVA**
 c. Especialidad: **Ingeniería Industrial: Sistemas de Producción**
 Tesis: **GESTIÓN DE INVENTARIOS EN EL PROCESO DE COMPRAS EN UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS AL POR MAYOR**

2.- ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-20)	Regular (21-40)	Bueno (41-60)	Muy bueno (61-80)	Excelente (81-100)
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					95
2. OBJETIVIDAD	Está expresado con conductas observables					95
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					95
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					95
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad					95
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos del uso de las herramientas interactivas					95
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científicos y pedagógicos del área.					95
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores					95
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio					95
10. PERTINENCIA	Adecuado para tratar el tema de investigación					95
PROMEDIO DE LA VALORACIÓN CUANTITATIVA						95

3.- OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICABLE

4.- PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95

Lima, 05 de febrero del 2021.




.....
 FIRMA
 Nombre: AQUINO DE LA CRUZ HERIC YURI
 DNI 43556564
 Teléfono: 914633346

Anexo 4: Instrumento de investigación

Instrucciones:

Se está realizando una investigación sobre "Gestión de inventarios en el proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor", motivo por el cual le solicitamos que responda, con toda honestidad y veracidad, los espacios en blanco con letra de imprenta o con un aspa (x), según corresponda.

Estimado Señor(a)(ta) lea atentamente cada pregunta, valore y elija una de los tres posibles niveles de respuestas, considerando que:

PREGUNTAS		Respuestas		
		Si	No	No sabe, no opina
VARIABLE 1: Gestión de Inventarios				
Dimensión 1: Control de inventarios				
1	¿En la empresa se tiene un control exacto de los stocks?			
2	¿Se cuenta con un software para control de sotcks en la empresa?			
3	¿Se realiza el Análisis de inventario FIFO (primero en entrar, primero en salir) en la empresa?			
4	¿Se realiza el Análisis de inventario LIFO(ultimo en entrar, primero en salir) en la empresa?			
5	Se cumplen los estándares del proceso de control de stock en la empresa			
Dimensión 2: Gestión del stock				



Y. AQUINO DE LA CRUZ
INGENIERO INDUSTRIAL
CIP. N° 217346

PREGUNTAS		Respuestas			
		Si	No	No sabe, no opina	
6	¿Se conoce la rotación de inventarios de los productos que comercializa la empresa?				✓
7	¿Se tiene un control sobre la rotación de inventarios en la empresa?				✓
8	¿Se lleva y tiene actualizado el Kardex de productos en la empresa?				✓
VARIABLE 2: Proceso de compras					
Dimensión 1: Planeación de compras					
9	¿Se conoce en la empresa la cantidad de compras que se deben realizar?				✓
10	¿Se compra en forma planificada en la empresa?				✓
11	¿Se conocen con exactitud la cantidad de requerimientos de los diversos productos que vende la empresa?				✓
Dimensión 2: Gestión de compras					
12	¿Cree usted que existe mucha cantidad de órdenes de compras en la empresa?				✓
13	¿Se tiene control sobre la cantidad de órdenes de compra en la empresa?				✓
14	¿Se tiene conocimiento de la cantidad de proveedores con que cuenta la empresa?				✓


 REPUBLICA DE CUBA
 INGENIERO INDUSTRIAL
 CIP. N° 217348-5

Anexo 5

Consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado Sr (a), buenos días:

Yo, Hilario Gavino, Mireya Pamela, estudiante de la Escuela Académico Profesional de Ingeniería Industrial, Facultad de Ingeniería. de la Universidad Peruana Los Andes, me encuentro desarrollando la investigación titulada "**Gestión de inventarios en el proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor**". El objetivo del estudio es "Determinar la influencia entre la gestión de inventarios en el proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor"

INFORMACIÓN

La información será obtenida mediante la aplicación de un cuestionario. Usted está en libertad de no responder el cuestionario parcial o totalmente. La información que pudiera haber otorgado hasta ese momento no formará parte de los resultados finales de la investigación.

RESULTADOS

Todos los resultados del estudio serán de acceso público, el estado peruano por intermedio del Registro Nacional de Trabajo de Investigación (RENATI) obliga a las Universidades a presentar los resultados de sus investigaciones en el portal web: <http://renati.sunedu.gob.pe/>.

Es importante mencionar, que los resultados de la investigación, mediante la implementación de las recomendaciones como parte del estudio, permitirán las acciones administrativas que correspondan en el ámbito sanitario con miras a mejorar la calidad de atención.

APROBACIÓN ÉTICA

El presente plan de investigación ha sido aprobado por el asesor de la asignatura Taller de Tesis y por el comité de ética de la Escuela Profesional de Ingeniería Industrial; garantizamos la confidencialidad de la Información. De existir dudas, en cualquier momento usted podrá comunicarse con el docente asesor Dr. David Abel Nieto Modesto, teléfono 999979636 o correo programatitulacionupla2020@gmail.com.

A través del presente documento expreso mi voluntad de participar en la investigación titulada "**Gestión de inventarios en el proceso de compras en una empresa comercializadora de productos al por mayor**", quedando expreso que se me ha informado del propósito, y expreso mi confianza de que la información brindada será usada exclusivamente para fines de la investigación y asegure la máxima confidencialidad

INVERSIONES DONATO E&T S.A.C


Elzer E. Pérez Pérez
GERENTE GENERAL

FIRMA DEL PARTICIPANTE
DNI: 41830199


MIREYA PAMELA HILARIO GAVINO
INVESTIGADOR(A):

Lima, 23 de febrero del 2021

Anexo 6
Fotografías



Antes



Después



Anexo 7 Base de datos en SPSS

*Data view Pamela Mireya Hilario UPLA.sav [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	
1	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	No	Si
2	No	Si	No	No	No	No	No	Si	No	No	No	No	Si	No	Si
3	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	No	No	Si	Si	No
4	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	No	Si
5	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	No	No	No	No	No	Si
6	No	No	No	No	Si	No	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	No
7	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	No	Si	No	No	No	Si	No	Si
8	No	No	No	No	No	No	Si	No	No	No	No	No	Si	No	Si
9	Si	No	No	No	Si	No	Si	No	Si	No	No	No	Si	No	Si
10	No	No	Si	No sabe, No opina	No	Si	Si	Si	No	No	No	No	No	No	No
11	No	No sabe, No o...	No	No	Si	No	Si	No	Si	No sabe, N...	Si	Si	Si	No	Si
12	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	No	No	No	Si	No sa...	No
13	No	No	No	No	No	No sabe, No...	No sabe, No...	No	Si	No sabe, N...	Si	No sabe, No opina	No	No	Si
14	No	No	No	No sabe, No opina	Si	No	No	No sabe, No op...	Si	No	No	No	Si	No	No
15	No sabe, No...	No	No sabe, No o...	No	No	No	No sabe, No...	No	No sabe, No...	No	No	No	Si	No sa...	Si
16	No	No	No	No	No sabe, No o...	No sabe, No...	No	No	No	Si	No sabe, No op...	No	Si	No	No
17	No	No	No	No sabe, No opina	Si	No	No	No	No	No sabe, No...	No	No	No sabe, No opina	No	Si
18	No	No sabe, No o...	No	No	Si	No	No	No sabe, No op...	No	No	No	No	Si	No sa...	No
19	No sabe, No...	No	No	No	No	No	No	No	No	No sabe, No...	Si	No sabe, No op...	Si	No	Si
20	No	No	No sabe, No o...	No sabe, No opina	No sabe, No o...	No	No	No	No	No	No	No sabe, No op...	No sabe, No opina	No	No sa...
21	No	No	No	No	No	No	No	No sabe, No op...	No sabe, No...	No	No sabe, No op...	No	Si	No	Si
22	No sabe, No...	No sabe, No o...	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No sabe, No op...	Si	Si	Si
23	No	No	No	No sabe, No opina	No sabe, No o...	No	No	No	No	No sabe, No...	Si	No sabe, No op...	No sabe, No opina	No	No sa...
24	No	No	No sabe, No o...	No	No	No	No	No sabe, No op...	Si	No	No sabe, No op...	No	Si	No	Si
25	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No sabe, No op...	Si	Si	No sa...
26	No	No	No	Si	Si	No	No	No sabe, No op...	No	No	No sabe, No op...	No	Si	No	Si
27	Si	No sabe, No o...	No	No	No	No	No	No	Si	No	No	No	Si	No	Si
28	No	No	No	Si	No	No	No	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	No
29	No	No	No	No	Si	No	No	No	No	No	No	No	Si	No	Si
30	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	No	No	No	Si	No	No
31	Si	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	Si	Si
32	No	No	No	No	Si	No	No	No	Si	No	No	No	Si	No	No
33	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	Si	Si
34	Si	No	No	No	No	No	No	No	Si	No sabe, N...	No	No	Si	No	No
35	No	No	No	No	Si	No	No	No	No	No	No	No	Si	No	Si
36	No	No	No	No	Si	No	No	No	Si	No	No	No	Si	No	No
37	No	No	No	No	Si	No	No	No	Si	No	No	No	Si	No	No

Data Views wn SPSS

Data view Pamela Mireya Hilaio UPLA.sav [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda



	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	P1	Numérico	8	0	¿En la empresa se tiene un control exacto de los...	{1, Si}...	Ninguna	5	≡ Derecha	Desconocido	↘ Entrada
2	P2	Numérico	8	0	¿Se cuenta con un software para control de sotc...	{1, Si}...	Ninguna	5	≡ Derecha	Desconocido	↘ Entrada
3	P3	Numérico	8	0	¿Se realiza el Análisis de inventario FIFO (primer...	{1, Si}...	Ninguna	5	≡ Derecha	Desconocido	↘ Entrada
4	P4	Numérico	8	0	¿Se realiza el Análisis de inventario LIFO(ultimo ...	{1, Si}...	Ninguna	5	≡ Derecha	Desconocido	↘ Entrada
5	P5	Numérico	8	0	Se cumplen los estándares del proceso de contro...	{1, Si}...	Ninguna	5	≡ Derecha	Desconocido	↘ Entrada
6	P6	Numérico	8	0	¿Se conoce la rotación de inventarios de los prod...	{1, Si}...	Ninguna	5	≡ Derecha	Desconocido	↘ Entrada
7	P7	Numérico	8	0	¿Se tiene un control sobre la rotación de inventari...	{1, Si}...	Ninguna	5	≡ Derecha	Desconocido	↘ Entrada
8	P8	Numérico	8	0	¿Se lleva y tiene actualizado el Kardex de produc...	{1, Si}...	Ninguna	5	≡ Derecha	Desconocido	↘ Entrada
9	P9	Numérico	8	0	¿Se conoce en la empresa la cantidad de compr...	{1, Si}...	Ninguna	5	≡ Derecha	Desconocido	↘ Entrada
10	P10	Numérico	8	0	¿Se compra en forma planificada en la empresa?	{1, Si}...	Ninguna	5	≡ Derecha	Desconocido	↘ Entrada
11	P11	Numérico	8	0	¿Se conocen con exactitud la cantidad de requeri...	{1, Si}...	Ninguna	5	≡ Derecha	Desconocido	↘ Entrada
12	P12	Numérico	8	0	¿Cree usted que existe mucha cantidad de órden...	{1, Si}...	Ninguna	5	≡ Derecha	Desconocido	↘ Entrada
13	P13	Numérico	8	0	¿Se tiene control sobre la cantidad de órdenes d...	{1, Si}...	Ninguna	5	≡ Derecha	Desconocido	↘ Entrada
14	P14	Numérico	8	0	¿Se tiene conocimiento de la cantidad de provee...	{1, Si}...	Ninguna	5	≡ Derecha	Desconocido	↘ Entrada
15											