

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
Escuela Profesional de Contabilidad



*Una Institución Adventista*

**Análisis de la gestión de compras en Empresas Multiservicios de Ucayali, 2019**

**Tesis para obtener el Título Profesional de Contador Público**

Por:

Irene Angulo Isaac

Asesor:

Dr. Enoc López Navarro

**Lima, marzo de 2020**

**DECLARACIÓN JURADA**  
**DE AUDITORÍA DEL INFORME DE TESIS**

Yo Dr. López Navarro Enoc (Asesor) de la Facultad de Ciencias Empresariales de la carrera Profesional de Contabilidad de la Universidad Peruana Unión.

**DECLARO:**

Que el presente informe de investigación titulado Análisis de la gestión de compras en empresas multiservicios de Ucayali, 2019, constituye la memoria que presenta el bachiller Isaac Irene Angulo para aspirar al título profesional de grado académico de licenciado en Contabilidad y gestión tributaria, ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente constancia en Pucallpa, 30 noviembre del año 2019.



---

Dr. López Navarro Enoc



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a... veinte ... día(s) del mes de marzo del año 2020 siendo las 8:00 horas, se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del Señor Presidente del jurado: Dr. Marcos Arthur Barrera Lacayo, el secretario: Mg. Iván Apaza Robust y los demás miembros: Mg. Lila Ramírez Zumasta, Mg. Silvia Virginia Montoya Torres y el asesor: Dr. Enoc López Narasti

con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulada: Análisis de la gestión de compras en Empresas Multiservicios de Ucayali, 2019

de el(los)/la(las) bachiller(es): a) Irene Angulo Isaac b) ... conducente a la obtención del título profesional de Contador Público (Nombre del Título Profesional)

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (los)/a(la)(las) candidato(a)s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por el(los)/la(las) candidato(a)s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato (a): Irene Angulo Isaac

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>15</u>	<u>B-</u>	<u>Bueno</u>	<u>Muy bueno</u>

Candidato (b):

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

(\*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó al(los)/a(la)(las) candidato(a)s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

Signatures of: Presidente, Asesor, Candidato/a (a), Secretario, Miembro, and Candidato/a (b).

## **Dedicatoria**

Al Dios y Padre de Todos a quien debo todo lo que tengo, a mi hijo por quien servirle como ejemplo, a mi familia su apoyo en este proyecto, por mi realización profesional. A mis padres quienes trataron en lo posible de conducirme desde la niñez e instruirme en el sendero cristiano adventista dado de mucho sacrificio en todos los niveles tanto civil como religioso, para llegar hacer buenos cristianos y profesionales animándonos a cada instante dando sus concejos oportunos, buscando una mejor calidad de vida y con el objetivo de culminar la licenciatura en Contabilidad y Gestion Tributaria.

## **Agradecimiento**

Al Padre Eterno por su bondad, misericordia, amor, sabiduría, paciencia. Estoy enteramente agradecido el dejar que podamos lograr cosas incalculables aquel que lo hizo todo sabe cómo proceder con amor con las personas por quienes murió.

A la Universidad Peruana Unión, dotado de profesionales de apoyo para los programas de enseñanza a distancia.

A la Facultad de ciencias empresariales, que gracias a Proesad Pucallpa que con paciencia y comprensión cumplió los acuerdos para el término del curso de licenciatura.

A los docentes incondicionales que nos condujeron y facilitaron sus conocimientos y experiencias para desarrollar la licenciatura.

A los asesores Dr. Enoc López Navarro por brindarnos sus experiencias y conocimiento, Al Dr. Alfonso Paredes, quien con sus conocimientos y paciencia brindo herramientas académicas y profesionales para el análisis de tesis a tiempo completo.

A la Dr. María Vallejos, por su dedicación y asesoramiento a tiempo completo paciencia y profesionalismo en las enseñanzas.

A mí familia padres y hermanas por sus oraciones y consejos con mucho esfuerzo a seguir adelante pase lo que pase estuvieron siempre cerca.

Y también a mis amigos de salón quienes siempre nos han apoyado dando su tiempo y esfuerzo confiando en que Dios así lo quisiera.

## Tabla de contenidos

Pág.

Agradecimiento .....	5
Índice de tablas.....	8
Índice de figuras.....	9
Índice de Anexos .....	10
Resumen.....	11
Abstract.....	13
Capítulo I.....	14
El problema .....	14
<b>1.1. Descripción de la situación Problemática.....</b>	<b>14</b>
<b>1.2. Formulación del problema.....</b>	<b>15</b>
<b>1.2.1. Problema general. ....</b>	<b>15</b>
<b>1.2.2. Problemas específicos.....</b>	<b>15</b>
<b>1.3. Objetivos.....</b>	<b>16</b>
<b>1.3.1. Objetivo general.....</b>	<b>16</b>
<b>1.3.2. Objetivos específicos.....</b>	<b>16</b>
Capítulo II .....	18
Fundamento teórico de la investigación.....	18
<b>2.1. Antecedentes de la investigación .....</b>	<b>18</b>
<b>2.1.1. Antecedentes internacionales.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1.2. Antecedentes nacionales .....</b>	<b>20</b>
<b>2.2. Marco filosófico.....</b>	<b>24</b>
<b>2.3. Marco teórico .....</b>	<b>24</b>
<b>2.3.1. Gestión de compras.....</b>	<b>24</b>
<b>2.3.1.1. Definición de gestión de compras.....</b>	<b>24</b>
<b>2.3.1.5. Organización de las compras .....</b>	<b>28</b>
Capítulo III.....	34
Metodología .....	34
<b>3.1. Método de investigación.....</b>	<b>34</b>
<b>3.2. Diseño de investigación .....</b>	<b>34</b>
<b>3.3. Hipótesis .....</b>	<b>35</b>
<b>3.3.1. Hipótesis general .....</b>	<b>35</b>

3.3.2. Hipótesis específicos.....	36
3.4. Población y muestra .....	36
3.5. Diseño del instrumento.....	37
3.6.2. Confiabilidad de los instrumentos.....	38
Capítulo IV .....	41
Resultados y Discusiones .....	41
CAPÍTULO V. Conclusiones y recomendaciones .....	53
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	55
Anexos .....	59

## Índice de tablas

Tabla 1.	Operacionalidad de las variables .....	36
Tabla 2.	Confiabilidad del instrumento gestión de compras .....	41
Tabla 3.	Información socio demográfica .....	43
Tabla 4.	Información socio laboral .....	44
Tabla 5.	Resultados promedios de la variable gestión de compras y sus dimensiones.....	45
Tabla 7.	Prueba de Kruskal wallis de la gestión de compras de dos empresas multiservicios.....	49
Tabla 8.	Prueba de Kruskal wallis de las operaciones previas a las compras de dos empresas multiservicios.....	50
Tabla 9.	Prueba de Kruskal wallis de la búsqueda y selección de proveedores de dos empresas multiservicios.....	51
Tabla 10.	Prueba de Kruskal wallis de la negociación y realización del pedido de dos empresas multiservicios.....	52
Tabla 11.	Prueba de Kruskal wallis del modelo de selección de oferta de dos empresas multiservicios.....	54
Tabla 12.	Prueba de Kruskal wallis del seguimiento y control de las órdenes de compras de dos empresas multiservicios.....	55

## **Índice de figuras**

Figura 1. Proceso de compra. Fuente: Melgar (2017) de la Empresa Segem S.A.C.....	34
Figura 2. Puntaje promedio de las dimensiones de la variable gestión de compras.....	47

## Índice de Anexos

Anexo 1. Matriz de consistencia .....	61
Anexo 2. Instrumento de recolección de datos .....	63
Anexo 3. Validación por expertos de los instrumentos .....	65

## Resumen

En la actualidad, las empresas por más grandes, medianas o pequeñas que fueran, siempre se destaran en algo, sus procesos de compras y el análisis de sus elementos que con llevan a una buena gestión, busca mejorar su satisfacción como empresa y la de los clientes. Buscando el mejor análisis y procesos que predominante a tener una buena gestión de compras buscamos medir e indagar y luego enlazar la realidad con nuestras herramientas y relacionar con nuestras dimensiones a fin de conocer y mejorar la asociación de teorías y la práctica cotidiana de la empresa.

En este proyecto y trabajo de investigación, el objetivo general se plantea de este modo: ¿Cuál es el nivel de la gestión de compras en empresas multiservicios de Ucayali, 2019? La que es tratada mediante el tipo de estudio no experimental, diseño de investigación cuantitativo y descriptivo, con una población de 2 empresas multiservicios de Ucayali 2019, dedicadas a la compra y venta de artículos del hogar, cuya muestra de 50 trabajadores del área de compras donde: 19 mujeres y 31 varones; el instrumento que se utilizó para la recolección de la información fue un cuestionario de 35 preguntas aplicadas según la necesidad de estudio a medir relacionadas con las dimensiones.

En cuanto a los instrumentos y modelo, se tomó para la variable gestión de compras, se basó en Cabrera 2017, Universidad Cesar Vallejo; Escala ordinal de Likert; confiabilidad Alpha de Cronbach de 0.798.

En la investigación se utilizó la prueba de Kruskal-Wallis para contrastar las hipótesis, prueba estadística que permite comparar las varianzas de las dos muestras de cada empresa de multiservicios en Ucayali.

Palabras clave: Gestion de Compras, análisis, mejoras, procesos, estrategias, tecnología y empresa.

## Abstract

At present, companies, however large, medium or small they may be, always stand out in something, their purchasing processes and the analysis of their elements that lead to good management, seeks to improve their satisfaction as a company and that of the customers. Looking for the best analysis and processes that predominate to have a good purchasing management we seek to measure and investigate and then link reality with our tools and relate to our dimensions in order to know and improve the association of theories and the daily practice of the company.

In this project and research work, the general objective is stated in this way: What is the level of purchasing management in multiservice companies of Ucayali, 2019? Which is treated by the type of non-experimental study, quantitative and descriptive research design, with a sample population of 50 participants from the purchasing area: 19 women and 31 men; With a sample of the same 50 people, the instrument used to collect the information was a questionnaire of 35 questions applied according to the need for study to measure related to the dimensions.

Regarding the instruments and model, it was taken for the purchasing management variable, based on Cabrera 2017, Universidad Cesar Vallejo; Likert ordinal scale; Cronbach's Alpha reliability of 0.798.

In the investigation, the Kruskal-Wallis test was used to test the hypotheses, a statistical test that allows comparing the variances of the two samples of each multiservice company in Ucayali.

Keywords: Procurement Management, analysis, improvements, processes, strategies, technology and company.

## **Capítulo I**

### **El problema**

#### **1.1. Descripción de la situación Problemática**

Las Empresas Multiservicios ubicadas en la ciudad de Pucallpa del departamento de Ucayali se dedica a Compra y venta de artículos del hogar desde el año 2015. La calidad de las compras y su buena gestión es sin duda uno de los procesos más importantes y que se encuentran relacionados con los precios y con la rentabilidad, dado que la mejora del mismo es de importancia para nuestra investigación, la gestión de proveedores ayudara también a dar un excelente financiamiento con futuras y atractivas inversiones a corto, mediano y largo plazo. La compra lo realiza el área administrativa Se considera que frente a los nuevos conocimientos que se tiene sobre el área de compras este departamento se renovó e incorporo ideas, procesos, gestiones, implementación, tecnología y desarrollo que mejorarán el sistema de compras a la par con los resultados materia de estudio. Frente a un entorno globalizado y competitivo es necesario tomar medidas de contingencias para futuras tomas de decisiones financieras, porque vemos que cada vez más el mercado comercial se ve sensible frente a los cambio buenos o malos optando a menudo siempre antes precios más bajos y de calidad, en ofertas y en nuevos modelos o diseños los que a su vez demandaremos a nuestros proveedores estas exigencia, sugerencias y oportunidades de mejorar y como mejora porque los fines justifican los medios. Por este motivo queriendo orientar se ha determinado proponer la ejecución del proyecto titulado “Análisis de la gestión de compras en empresas multiservicios de Ucayali, 2019”

## **1.2. Formulación del problema.**

### **1.2.1. Problema general.**

¿Cómo son los niveles de la gestión de compras en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019?

### **1.2.2. Problemas específicos.**

- ¿Cómo son los niveles de operaciones previas en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019?

- ¿Cómo son los niveles de búsqueda y selección de proveedores en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019?

- ¿Cómo son los niveles de negociación y realización del pedido en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019?

- ¿Cómo son los niveles de modelo de selección de oferta idónea en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019?

- ¿Cómo son los niveles en el proceso de seguimiento y control de las órdenes de compras en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019?

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar y comparar los niveles de la gestión de compras en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Comparar los niveles de operaciones previas en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019
- Comparar los niveles de búsqueda y selección de proveedores en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019
- Confrontar los niveles de negociación y realización del pedido en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019
- Confrontar los niveles de modelo de selección de oferta idónea en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019
- Confrontar los niveles en el proceso de seguimiento y control de las órdenes de compras en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019

#### **1.4. Justificación de la investigación**

La razón principal que conduce a realizar este proyecto es mejorar la competitividad de la empresa, partiendo de la mejora de la gestión de compras. Esta mejora se podrá realizar si se parte de un diagnóstico previo.

## Capítulo II

### Fundamento teórico de la investigación

#### 2.1. Antecedentes de la investigación

##### 2.1.1. Antecedentes internacionales

ARAYA, Giorganella. 2009. *Estrategia de mejoramiento en la gestión de compras de la Dirección de Servicios Institucionales de la CCSS*. Tesis Magister. ICAP. Costa Rica.

**Resumen:** Aplica una encuesta y revisa documentos para lograr los objetivos propuestos. Se determinó que la administración no tiene un claro proceso de compras, escasas políticas de compra. Construyó una matriz de procesos la cual con las acciones descritas ayudaron a obtener un proceso de compras eficiente. También se observaron algunos procesos riesgosos para la empresa. Se propone renovar el proceso del área de compras

LARGO, Adriana. 2018. *Propuesta de mejoramiento del proceso de compras en American School Way*. Trabajo para Título. Corporación Universitaria Minuto de Dios. México.

**Resumen:** Considera de suma importancia el área de compras ya sea en materias primas o mercaderías (inventario) donde podría fortalecer flaquezas transformando en oportunidades enfatizando que de estos procesos son parte de su desarrollo como empresa. Siendo que visualizando estos procesos darán más confiabilidad para toma de decisiones frente a la reducción posibles de tiempo y costos en la producción. Con la ayuda de un diagnostico matriz de correlación DOFA conocido en el entorno metodológico a su vez un cronograma de selección de proveedores.

OSORIO, Jorge. 2014. *Un modelo para la gestión de proveedores en el área de compras de la Empresa Comertex S.A.* Universidad Industrial de Santander. Colombia.

**Resumen:** En conformidad con el buen servicio de un proveedor que facilite una buena venta de un bien o servicio se toma en cuenta los procesos aplicando en este caso el ciclo Deming, aplicando herramientas técnicamente analizadas reduciendo costos y llegando a un proceso integral. Apoyados en la Matriz de Peter Kraljic así mismo en el ciclo Deming. Se consideró una metodología de evaluación y selección de proveedores para llegar a mejores resultados, dando lugar a una encuesta para seleccionar proveedores.

PARRA, Michael. 2014. *Mejoramiento de los procesos del área de compras a través del estudio del trabajo en la Empresa Laboratorios Seres LTDA.* Tesis para título. Universidad Autónoma del Occidente. Colombia.

**Resumen:** La competitividad es un reto para toda empresa a ella la acompañan las herramientas que se implementan para el desarrollo y mejora de la planificación de los procesos, el compromiso de trabajadores y la gestión de la gerencia a capacitarlos es un factor a destacar para mejorar. La metodología Kirkpatrick brinda un proceso de evaluación en diagramas confiable para los fines de estudio.

VASQUEZ, Pedro.2015. *Diseño de un manual de gestión de compras y procedimientos para la evaluación y calificación de proveedores caso: Pasamanería S.A.* Universidad de Cuenca Facultad de Ciencias Químicas Escuela de Ingeniería Industrial. Ecuador.

**Resumen:** Tiene como propósito evaluar la gestión y sus procesos, calificar sus manejos, esmeros de los proveedores en sus diseños aplicando una investigación descriptiva. Dividida en 4 capítulos donde muestras los acontecimientos por pasos, hay un grado de similitud entre los objetivos ya mencionados en anteriores proyectos, como: procesos, mejoras, calificación de proveedores, desempeños, capacitaciones y reducciones de costos con los procesos anteriormente mencionados.

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

DE LA CRUZ, Milagros y SANTIVANEZ, Johnny. 2017. *Análisis de la mejora de la gestión de compras en las grandes empresas comercializadoras de prendas de vestir en Lima. Propuesta de mejora en la empresa Trading Fashion Line S.A.* Tesis Licenciatura. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

**Resumen:** Investigación mixta. Se utilizaron herramientas tales como la matriz de bitácora de contexto y la matriz de procesamiento de datos por categorías para obtener respuestas a las preguntas de investigación. Se procesaron los datos de las encuestas. Concluye afirmando que “la negociación con los proveedores nacionales e internacionales y el acceso a financiamiento contribuirán a mejorar la gestión de compras en las empresas comercializadoras de prendas de vestir de Lima”.

ARANDA, Virginia. 2016. *Influencia de la gestión de compras en la rentabilidad de la Empresa de Transportes Caipo S.R.L. de la ciudad de Huamachuco*. Tesis. Universidad Nacional de Trujillo.

**Resumen:** Utiliza un diseño descriptivo, transversal. Mediante una encuesta y el análisis de documentos, reporta falencias en los procedimientos de compras, ausencia de bases de datos de proveedores, ausencia de evaluación de los proveedores, muy poco usaban las órdenes de compra. Confluye que la gestión de compras, influye sobre la rentabilidad de la empresa.

QUIROZ, María. 2016. *Control interno en el área de compras y su efecto en la gestión económica de la empresa Construcciones & Servicios Dieguito S.A.C. año 2015*. Tesis para Título Profesional de Contador. Universidad César Vallejo.

**Resumen:** En esta investigación cuantitativa y descriptiva, recolectó datos a través de una encuesta, ordenó, revisó documentación contable tales como los registros de compra, estados financieros, estado de resultados, facturas de compras, cotizaciones, correspondiente al año 2015. Concluye lo siguiente: “La falta de control interno en el área de compras de la empresa, nos permitió observar el efecto que tiene en la gestión económica obteniendo un ahorro de S/. 5,155.39 que equivale al 0.13% en las compras. ... queda demostrado que al proponer la implementación de un sistema de control interno en el área de compras mejorara positivamente la gestión económica de la empresa al reducir los costos en la compra de los materiales”

MÁRQUEZ, Sherilyn y MILLA Ana. 2017. *Sistema de control interno del departamento de compras y su efecto en la gestión de las existencias en la empresa Deltrónico SAC Año 2016*. Tesis para Título de Contador Público. Universidad Tecnológica del Perú.

**Resumen:** Esta investigación realizada con un enfoque mixto, realizó estudios de campo y análisis documental, archivos de la empresa, utilizando el informe COSO. Concluye afirmando lo siguiente: “Los resultados dieron a conocer que en promedio el 35% de los encuestados no aplicaban ni conocían la existencia de normas de control interno del departamento de compras, lo que impedía realizar una adecuada gestión de inventario para evitar problemas de abastecimientos, pérdidas por obsolescencia, sobrecostos entre otros, que garanticen utilizar adecuadamente los recursos financieros para obtener un resultado óptimo”.

MORMONTOY, André. 2017. *Incidencias del control interno en el área de compras y la optimización de la gestión*. Tesis para título profesional de Contador Público. Universidad Ricardo Palma.

**Resumen:** Se realizó una investigación descriptiva y aplicada. La población estuvo constituida por cuatro entidades bancarias del Distrito de San Isidro-Lima. Concluye que el control interno en el área de compras sí incide en la optimización de la gestión de la entidad bancaria.

DÁVILA, Karin y MILIAN, José. 2018. *El control interno del área de compras y su influencia en la rentabilidad del grupo consultor y ejecutor Jartkwey SAC. Santa Cruz.2015*. Tesis. Universidad Señor de Sipán.

**Resumen:** Esta investigación cuantitativa, descriptiva, propositiva, aplicó instrumentos para recolectar datos en una población-muestra de cuatro personas. Asimismo, se han revisado documentos diversos correspondientes al área de compras. Concluye que no existe un control apropiado en el área de compras debido a que no tienen procesos administrativos establecidos ni políticas de control. Asimismo, sostiene que el control interno del área de compras influye en la rentabilidad de la empresa.

CORZO, Willian. 2018. *Propuesta de mejora del proceso de compras de la empresa Corporación Oxigas del Sur SAC 2017*. Universidad San Ignacio de Loyola.

**Resumen:** Considera romper límites y barreras dando un sistema de procesos, con una investigación descriptiva aplicando metodología de investigación en la gestión de compras elaborando diagramas, muestras y toda herramienta posible, contando con un cronograma de actividades que de forma progresiva se ejecutaran las propuestas, presupuestos para la ejecución, y las recomendaciones, variaciones de diseños como de trabajadores, diagramas y mejoras que se den en este estudio.

## **2.2. Marco filosófico**

La adquisición de bienes o servicios de buena calidad, es una responsabilidad muy grande, pues de ello dependerá el crecimiento de una empresa debido a la satisfacción que encuentra el cliente.

Durante la construcción del templo de Jerusalén, realizado por Salomón, se puede observar los pasos que hoy se consideran en esta tesis en cuanto a la adquisición de servicios, materiales, insumos y productos de calidad que habrían de servir en la construcción del templo. En 1Reyes 5, se lee lo siguiente <sup>6»</sup> Ahora, pues, ordena que se talen para mí cedros del Líbano. Mis obreros trabajarán con los tuyos, y yo te pagaré el salario que determines para tus obreros. Tú sabes que no hay entre nosotros quien sepa talar madera tan bien como los sidonios» Salomón había enviado un grupo de negociadores para que evalúen la oferta. Asimismo, había obtenido referencias de la buena calidad del servicio que ofrecían los sidonios.

## **2.3. Marco teórico**

### **2.3.1. Gestión de compras**

#### **2.3.1.1. Definición de gestión de compras.**

Según Bedey y col. 2008, no existen muchas definiciones de Gestión de Compras y la diferencia con el conocido concepto de compras estratégicas no es muy clara. Compras estratégicas a menudo se describe y define como: cuando las actividades de compra están vinculadas al proceso de planificación estratégica corporativa. Aquí hay una definición más explícita de compra estratégica escrita por Carr y Smeltzer (1997): "Compras estratégicas es el proceso de planificar, implementar, evaluar y controlar las decisiones de compra estratégicas y operativas para dirigir todas las actividades de la función de compras hacia oportunidades consistentes con las capacidades de la empresa para lograr sus objetivos a largo plazo".

**2.3.1.2. Objetivos de la compra.** Monczka y col. (2009) presenta los siguientes objetivos.

**Objetivo 1: Continuidad del suministro.** En esta actividad se debe:

- Comprar productos y servicios al precio justo.
- Cómpralos de la fuente correcta.
- Cómpralos con la especificación correcta que satisfaga las necesidades de los usuarios.
- Cómpralos en la cantidad adecuada
- Organizar la entrega en el momento adecuado
- Requieren entrega al cliente interno correcto

**Objetivo 2: Gestionar el proceso de compra de forma eficiente y eficaz.** Las compras deben gestionar sus operaciones internas de forma eficiente y eficaz, mediante la realización de las siguientes acciones:

- Determinación de los niveles de dotación de personal
- Desarrollo y cumplimiento de los presupuestos administrativos
- Proporcionar formación profesional y oportunidades de crecimiento para los empleados.
- Introducir sistemas de compras para pagar que mejoren la visibilidad del gasto, la eficiencia de la facturación y el pago, y la satisfacción de los usuarios.

**Objetivo 3: Desarrollar la gestión de la base de suministros.** Uno de los objetivos más importantes de la función de compras es la selección, desarrollo y mantenimiento del suministro,

un proceso que a veces se describe como gestión de la base de suministro. Las compras deben mantenerse al tanto de las condiciones actuales de los mercados de suministro para asegurar que las compras (1) seleccionen proveedores que sean competitivos, (2) identifiquen a nuevos proveedores que tengan el potencial para un desempeño excelente y desarrollen relaciones más estrechas con estos proveedores, (3) mejoren a los proveedores existentes, y (4) desarrollen nuevos proveedores que no sean competitivos.

**Objetivo 4: Desarrollar metas alineadas con *stakeholders* funcionales internas.** Las compras deben comunicarse estrechamente con otros grupos funcionales, que son los clientes internos de la empresa. A veces se les llama *stakeholders*, en el sentido de que tienen un interés significativo en la eficacia del rendimiento de las compras.

**Objetivo 5: Apoyar las metas y objetivos de la organización.** Este es el objetivo más importante pero no es fácil lograrlo. Este objetivo implica que las compras pueden afectar directamente (positiva o negativamente) al rendimiento total y que las compras deben preocuparse por las directrices de la organización.

**Objetivo 6: Desarrollar estrategias de compra integradas que apoyen las estrategias de la organización.** En muy pocas empresas, el área de compras, desarrolla estrategias y planes para apoyar a las estrategias de la empresa. Esto debido a que los empleados del área de compras no conocen las directivas generales.

Estos objetivos podrían estar resumidos en tres procesos principales:

- Proceso de planificación
- Proceso de adquisición y contratación

- Proceso de almacenaje

### **2.3.1.3. Características de los productos comprados**

Según Parikh (2005) citado por Pal (2017), las compras pueden dividirse en dos grandes categorías, compras grandes y pequeñas, basadas en siete características del producto comprado:

- volumen,
- especificidad,
- complejidad tecnológica,
- esencialidad,
- fragilidad,
- variabilidad
- valor económico.

### **2.3.1.4. Importancia de las compras**

“Un gran estudio basado en 175 encuestas de empresas con una tasa de respuesta del 22% realizadas por Carr y Pearson (2002) muestra que los factores de compras estratégicas y de gestión de compras tienen un impacto positivo en el rendimiento financiero de la empresa, tanto en las pequeñas como en las grandes empresas. Carr y Pearson (2002) también escriben que la gestión de compras y la participación de los proveedores afectan el éxito de la introducción de un nuevo producto. Este estudio también muestra que existe un vínculo entre la implementación de la gestión estratégica de compras y el logro de los objetivos globales de una empresa. También se afirma en el informe de Carr y Pearson (2002) que se cree que la mayoría de las empresas

reconocen la importancia de las compras estratégicas, porque gastan un gran porcentaje de sus ventas en insumos adquiridos” (Bedey y col. 2008).

### **2.3.1.5. Organización de las compras**

Las compras deben facilitar actividades de tres tipos diferentes: operativas, tácticas y estratégicas (Van Weele, 2005). Según Gadde, et al. (2001), la profesión de compras incluye hoy en día cuatro subfunciones en esos diferentes niveles:

- pedidos,
- negociación,
- abastecimiento
- gestión de la cadena de suministro en términos de sincronización de los flujos de materiales.

### **2.3.1.6. Rol de la gestión de compras**

La gerencia de compras se ocupa de la planificación y control de la adquisición de bienes y recursos de los proveedores, para cumplir con los objetivos administrativos y estratégicos de la organización. En la práctica, los responsables de compras tienen que tratar tanto con clientes internos como externos. Tiene que responder creativamente a las necesidades de los clientes internos, por un lado, y mantener una relación mutuamente beneficiosa con los proveedores, por otro. En los últimos años, se ha reconocido cada vez más que esta perspectiva de doble función de la gestión de compras comprende tareas complejas en la integración de las actividades de gestión de la cadena de suministro internas/externas y ascendentes/descendentes. (Fung, 1999, citado por Pal, 2017).

### **2.3.1.7. Importancia de la gestión de compras**

***Para producir mayor rentabilidad.*** El área de compras es responsable de conocer los requisitos internos, localizar y seleccionar proveedores, obtener los materiales, piezas, suministros y servicios necesarios para producir un producto o prestar un servicio. Un gerente de compras también es responsable de la negociación de precios con los proveedores. Usted puede hacerse una idea de la importancia de comprar cuando considera que en la industria manufacturera más del 60 por ciento del costo de los productos terminados proviene de piezas y materiales comprados. Además, los porcentajes de existencias compradas son aún mayores para las empresas minoristas y mayoristas, que a veces superan el 90 por ciento (Pal, 2017).

***Para fines estratégicos.*** En las grandes empresas el área de compras tiene una gran importancia. Sin embargo, en algunas organizaciones, especialmente a pequeña escala, las compras se consideran una actividad administrativa. Asignan este trabajo a las personas que simplemente son leales a la organización. Pero es un camino equivocado. En las compras, los ejecutivos deben ser dinámicos, innovadores, creativos y deben tener una toma de decisiones analítica. La aparición del concepto de gestión de la cadena de suministro ha iluminado a los directivos sobre el papel estratégico que desempeñan las compras. Las compras ayudan a determinar la estructura de costos de una empresa a través de negociaciones con los proveedores.

***Las compras pueden generar ahorro.*** Si los ejecutivos son eficientes en la negociación, entonces pueden ahorrar para las organizaciones y esto ayudará a las organizaciones a reducir costes y a obtener una ventaja competitiva en el mercado. Las iniciativas de compra pueden llevar a reducir el inventario y mejorar la calidad de las piezas y componentes entrantes mediante la selección de proveedores y el desarrollo de los mismos.

*Las compras apoyan a la innovación.* Las compras también apoyan el desarrollo de nuevos productos al fomentar la participación de los proveedores en el desarrollo de productos.

**2.3.1.8. Procesos de compras** Según Montoya (2010) citado por De La Cruz y Santivañez (2017) señalan las siguientes etapas del proceso de compras:

- Conocer los requerimientos de la empresa
- P
- reparación de la cita o entrevista
- Definición de la compra
- Codificación de los productos
- Colocación del pedido
- Seguimiento a la rotación
- Retroalimentar al proveedor

Según Quayle (2006), se puede encontrar una amplia variedad de acuerdos relativos a las actividades que deben incluirse bajo el control del director de compras. El modelo más eficaz es aquel en el que el gerente de compras tiene autoridad para todas aquellas actividades que conducen al suministro de bienes y servicios a los departamentos de usuarios.

- Compras.
- Transporte de entrada.

- Calidad total
- Planificación de la demanda y oferta
- Recepción, manejo de materiales y almacenaje
- Materiales o control de inventarios
- Procesamiento de pedidos
- Planificación, programación y control de la producción
- Almacenaje/ distribución
- Envío
- Transporte de salida
- Servicio al cliente.

El servicio al cliente incluye un amplio conjunto de actividades que intentan mantener a un cliente satisfecho con un producto o servicio. Los tres elementos principales del servicio de atención al cliente son las actividades previas a la transacción, transacción y posteriores a la transacción.

SEGEM S.A.C.

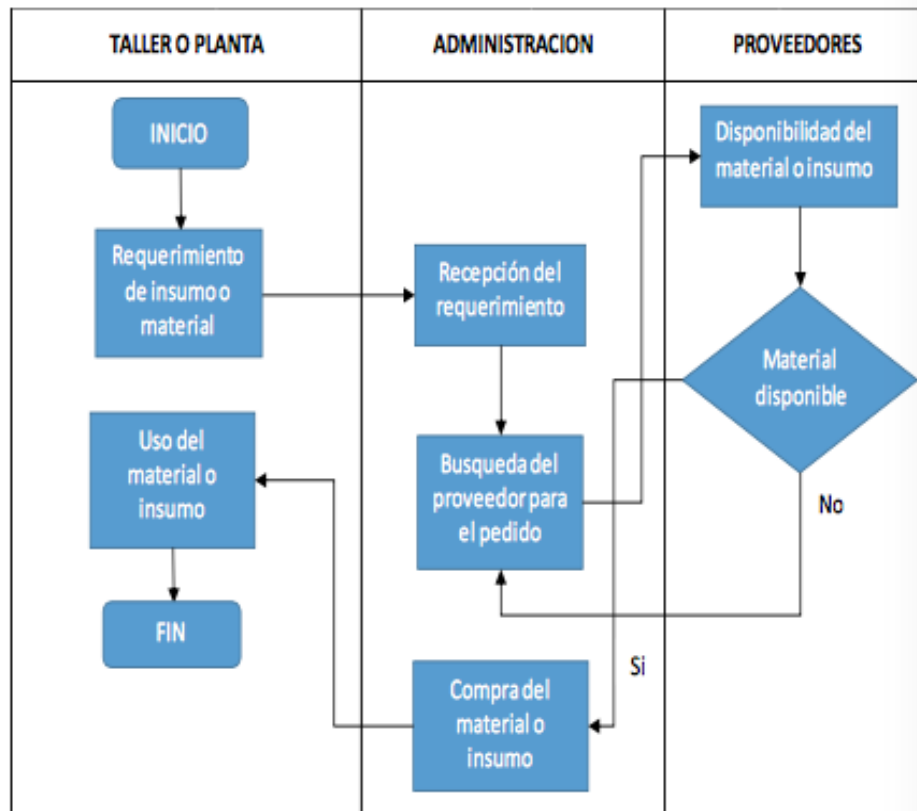


Figura 1. *Proceso de compra*. Fuente: Melgar (2017) de la Empresa Segem S.A.C.

**2.3.1.9. Políticas y condicionamiento de las políticas de compras** Según De La Cruz y Santivañez (2017) citando a Cruz (2007) “indica que el departamento de compras debe establecer sus políticas respecto al sistema de compras que empleará la empresa, sea centralizada, descentralizada o mixto, ya que el mismo afectará a toda una serie de políticas internas, relativas a las líneas de autoridad, procedimiento y relaciones interdepartamentales y definirá el alcance y responsabilidad del departamento de compras”.

Según Quayle (2006), la capacidad de la organización para desarrollar y aplicar una política de compras eficaz estará condicionada por varios factores, y hay funciones para un gerente de compras que se relacionan con el desarrollo de la política. Entre ellos se encuentran:

- generar soluciones alternativas a los problemas de aprovisionamiento,
- la protección de la estructura de costes de la organización,
- minimizando los costes de compra,
- asegurar fuentes de suministro de largo alcance, y
- mantener buenas relaciones con los proveedores.

**2.3.1.10. Teoría de la logística.** Se vincula el flujo de bienes y servicios desde la compra de las materias primas, insumos, productos hasta la venta final o entrega al usuario.

#### **2.3.1.11. Definición de términos**

**Gestión de compras.** Del proceso de compra. Abarca el conocimiento de los requisitos, la identificación y selección de un proveedor y la negociación de precios. Según Veritas (2009) incluye operaciones previas a la compra, la búsqueda y elección de los proveedores, los pedidos y la evaluación de las ofertas, la negociación de la compra y realización del pedido, posteriormente el seguimiento y control de la compra.

La gestión de compras se medirá con las respuestas obtenidas de una encuesta que contiene las dimensiones del estudio, utilizando la escala de Likert.

## Capítulo III

### Metodología

#### 3.1. Método de investigación

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo del nivel descriptivo y según Kerlinger (2002), corresponde a una investigación de una sola casilla, por tener una sola variable.

#### 3.2. Diseño de investigación

Tabla 1

*Operacionalización de la variable Gestión de Compras (Basado en Cabrera, 2017)*

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA	NIVELES
Operaciones previas a las compras	Conocer la información completa del producto.	Del 1 al 6	1: Nunca	
	Información necesaria de la solicitud (fecha de emisión, lugar de entrega, cantidad)		2: Casi nunca	
Búsqueda y selección de proveedores	Firmas de las personas autorizadas	Del 7 al 16	3: A veces	Alto: 129-175
	Seleccionar a los proveedores que reúnan condiciones aceptables.		4: Casi siempre	
	La solicitud de oferta		5: Siempre	
Negociación y realización del pedido	Evaluación de ofertas	Del 17 - 21		Moderado: 82-128
	Comunicación de la negociación con los proveedores			

---

	Ganancia equitativa	
	Incentivar el intercambio comercial	Bajo: 35-81
	Tamaño de la empresa	
	Tiempo suficiente para la entrega de la propuesta	
Modelo de selección de oferta idónea	Minimización de los retrasos de entregas	Del 22 al 29
	Control de calidad	
	Control de cantidad	
Seguimiento y control de las órdenes de compra	Análisis de las propuestas ofertadas	Del 30 al 35
	Reunión de equipo multidisciplinario especializado para análisis de las propuestas	
	Importancia del tamaño de la empresa seleccionada	
	Características del producto	
	Nivel de aceptación de la oferta	

---

### 3.3. Hipótesis

#### 3.3.1. Hipótesis general

Existe diferencias significativas al comparar los niveles de la gestión de compras en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019

### **3.3.2. Hipótesis específicos**

- Existe diferencias significativas al comparar las operaciones previas a las compras en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019
- Existe diferencias significativas al comparar la búsqueda y selección de proveedores en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019
- Existe diferencias significativas al comparar los niveles de negociación y realización del pedido en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019
- Existe diferencias significativas al comparar los niveles de modelo de selección de oferta idónea en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019
- Existe diferencias significativas al comparar los niveles en el proceso de seguimiento y control de las órdenes de compras en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019.

### **3.4. Población y muestra**

Muestra no probabilística del tipo intencional, La población corresponde a 2 empresas multiservicios de Ucayali dedicadas a la compra y venta de artículos del hogar y muebles en general, la muestra corresponde a los responsables del área de compras de las Empresas Multiservicios de Ucayali, 2019. El estudio se realizó a nivel del área de compras de las empresas los que se encuestaron a 50 colaboradores en total de cada empresa de multiservicios en la región de Ucayali en el 2019.

### 3.5. Diseño del instrumento

Se aplicó una encuesta para determinar las características de la gestión de compras. Asimismo, se hicieron preguntas relacionados con los compromisos y/o cargos al área de compras para estar seguros de que la información esté relacionada con la investigación.

Los datos del instrumento utilizado en el estudio se detallan a continuación:

Autor:	Carlos Enrique Cabrera Maceda
Año:	2017
Tipo:	Encuesta
Objetivo:	Evaluar la gestión de compras
Tiempo de duración:	De 6 a 8 minutos
Aplicación:	Directa
Niveles de aplicación:	Trabajadores de nivel técnico y superior
Escala:	Ordinal de Likert
Niveles:	1: Nunca hasta 5: Siempre
Validez:	Por juicio de expertos
Confiabilidad:	Alfa de Cronbach 0,813
Número de ítems:	35
Dimensiones:	Operaciones previas a las compras Búsqueda y selección de proveedores Negociación y realización de pedido Modelo de selección de oferta idónea Seguimiento y control de las órdenes de compra

### 3.6. Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos.

#### 3.6.1. Validación por juicio de expertos

Para la validación por expertos, a pesar que los instrumentos ya se encuentran validados, pensando que corresponden a realidades distintas a la nuestra, se recurrió a cinco profesionales Investigadores del entorno, Dr. Alfonso Paredes Aguirre, Dr. Enoc López Navarro, CPC. Obed Flores, Mag. Rocio Romero, Mag. Wendy Ruiz Coral los que validaron el instrumento y los que a su vez no presentaron observaciones al instrumento (ver anexo).

#### 3.6.2. Confiabilidad de los instrumentos

En la Tabla 2, se observa la fiabilidad del instrumento utilizado para la recolección de la información, el primer instrumento es para gestión de compras que consta de 35 ítems, donde se obtuvo un coeficiente de alfa de Cronbach de 0.798 y en sus dimensiones valores superiores a 0.6, lo cual demuestra que el instrumento es confiable para ser aplicado en poblaciones o empresas de similares características.

Tabla 2

*Confiabilidad del instrumento gestión de compras y sus dimensiones*

Elementos	Alpha de Cronbach	N de Ítems
<b>Gestión de compras</b>	.798	35
Operaciones previas a las compras	.700	6
Búsqueda y selección de proveedores	.649	10
Negociación y realización del pedido	.765	5
Modelo de selección de oferta	.770	8
Seguimiento y control de las órdenes de compra	.679	6

### **3.7. Técnicas para el procesamiento y análisis de datos**

Se obtuvo datos descriptivos tales como frecuencias y medias, las mismas que serán graficadas para una mejor comprensión. El paquete estadístico a utilizar es el SPSS versión 25. Sánchez y Reyes (2015) indicaron que “la técnica de recolección de datos es un medio por el cual el investigador recoge información relevante de una realidad en función de los objetivos del estudio” (p. 151) y también según Quezada (2015) indicó que la encuesta es “una pesquisa o averiguación en la que se emplean cuestionarios para conocer la opinión pública” (p. 40)

### **3.8. Procesamiento de la información**

La aplicación de métodos estadísticos y el proceso de análisis de datos fue posible mediante la aplicación de métodos de datos estadísticos, tales como la estadística descriptiva o inferencial.

La presente información se hizo mediante cuadros y gráficos estadísticos, así como los estadígrafos correspondientes, entre otras aplicables al estudio.

Descriptiva: Para describir la variable se organizó los datos en tablas de frecuencia y figuras que describan los porcentajes de las respuestas en cada nivel o rango usando el software estadístico SPSS versión 25 Inferencial: Se hizo la generalización de los resultados encontrados en la muestra de acuerdo con los objetivos de la investigación, a través de los métodos estadísticos. Según Pino (2010) explicó que: El objetivo de los estudios descriptivos comparativos es la recolección de datos para indagar la tendencia o incidencia y los valores en la que se manifiesta una o más variables. Su interés es medir y describir las características individuales de la variable (p. 357).

En la investigación se utilizó la prueba de Kruskal-Wallis para contrastar las hipótesis, prueba estadística que permite comparar las varianzas de las dos muestras que vienen a ser las empresas multiservicios.

La prueba estadística de Kruskal-Wallis según Newbolt, Carlson y Thorne (2008) en su libro Estadística para administración y economía, explicaron que: esta prueba se usa cuando el investigador percibe o sospecha que las puntuaciones de las poblaciones pueden ser muy diferentes de la normal. Por tal motivo esta prueba no se basa en los supuestos de la normalidad o supuestos paramétrico (p. 696).

## Capítulo IV

### Resultados y Discusiones

#### 4.1. Resultados estadísticos

##### 4.1.1. Descripción de los datos socio demográficos de la muestra

La tabla 3, representa los resultados sociodemográficos, los participantes en el estudio son 50 colaboradores del área de compras de una empresa multiservicio. La edad de los colaboradores se distribuye: Menores que 27 años son 9 representa un 18%; Entre 28 - 35 años son 8 personas y representan el 16%; Entre 36 - 42 años son 16 personas representan el 32%; Y finalmente de 43 años a mas son 17 representando el 34%. Con respecto al sexo de los participantes, el 38% son 19 mujeres y el 62% son 31 varones.

Tabla 3

##### *Información socio demográfica*

		<i>N</i>	<i>%</i>
Sexo	Masculino	31	62.0%
	Femenino	19	38.0%
	Total	50	100.0%
Edad	<= 27	9	18.0%
	28 – 35	8	16.0%
	36 – 42	16	32.0%
	43+	17	34.0%
	Total	50	100.0%

En la tabla 4, se presenta la información socio laboral, donde se puede describir que el 50% son 25 personal del área administrativa y 25 en el área operativa también de 50%. Mientras que las informaciones de la antigüedad en el cargo son: Mayores a 5 años 16 personas el 32%; Entre

6 a 10 años de antigüedad en el cargo son 12, representan el 24%; De 11 a 20 años de antigüedad en el cargo son 15 personas, el 30%; De 21 a más en el cargo son 7, dando un 14%. Haciendo un total de 50 participantes al 100%.

Tabla 4

*Información socio laboral*

		<i>N</i>	<i>%</i>
Área de trabajo	Administrativa	25	50.0%
	Operativa	25	50.0%
	Total	50	100.0%
Años de antigüedad	<= 5	16	32.0%
	6 – 10	12	24.0%
	11 – 20	15	30.0%
	21+	7	14.0%
	Total	50	100.0%

**4.1.2. Análisis descriptivo de la variable de gestión de compras**

En la tabla 4, se describen las 5 dimensiones de la variable gestión de compras, donde los valores tiene una media de 4.17, con una desviación estándar de 0.29 que indica que según las alternativas es bastante de acuerdo; las dimensiones presentaremos a continuación; la primera, *Operaciones previas a las compras* con una media de 4.24, y con una desviación estándar de 0.28, este estudio antes del pago promueve una mejor compra. La segunda dimensión *búsqueda y selección de proveedores*, con una media de 4.11 con una desviación estándar de 0.38 mayor confianza mayor utilidad el compromiso crece junto. La tercera dimensión, *Negociación y realización de pedidos*, con una media de 4.18 y una desviación estándar de 0.55, anticipándose a futuro en todo. La cuarta dimensión, *modelo de selección de ofertas*, con una media de 4.18 y una desviación estándar de 0.48, selección de clientes y temporadas. La quinta dimensión *seguimiento*

y control de órdenes de compra con una media de 4.17 y una desviación estándar de 0.40, las que se cumplan en el presente y el futuro para una mejor satisfacción.

Tabla 5

*Resultados promedios de las dimensiones de la variable gestión de compras.*

	<i>M</i>	<i>DE</i>
<b>Gestión de compras</b>	<b>4.17</b>	<b>0.29</b>
<b>operaciones previas a las compras</b>	<b>4.24</b>	<b>0.28</b>
1. ¿En la solicitud de pedido se detalla la información del producto?	4.04	0.60
2. ¿Todo requerimiento de compra tiene información necesaria?	4.18	0.83
3. ¿En toda solicitud de pedido se detalla la cantidad requerida?	4.18	0.72
4. ¿En todo requerimiento se detalla el lugar de entrega?	4.44	0.58
5. ¿En la solicitud de pedido suelen equivocarse en la unidad de medida de la cantidad?	3.88	0.77
6. ¿Suelen dar las cantidades globales de todos los productos enviados?	4.16	0.74
<b>búsqueda y selección de proveedores</b>	<b>4.11</b>	<b>0.38</b>
7. ¿En la empresa a menudo seleccionan a los proveedores adecuados para solicitudes de cotización?	4.08	0.67
8. ¿En la empresa se solicita cotización a proveedores que no están certificados (homologados)?	4.12	1.00
9. ¿En la empresa solo invitan a cotizar a proveedores que están certificados (homologados)?	4.14	0.73
10. ¿En la empresa envían su solicitud de oferta por correo electrónico?	4.02	1.00
11. ¿La empresa solicita por teléfono o celular la solicitud de oferta?	4.22	0.74
12. ¿En la empresa se negocia solo las mejores propuestas económicas?	4.16	0.87
13. ¿La empresa comunica por teléfono la invitación a la negociación?	4.04	0.67
14. ¿La empresa busca una negociación adecuada entre ambas partes?	3.92	0.49
15. ¿Existe buena comunicación entre proveedores y la empresa?	4.36	0.83
16. ¿El proveedor incentiva la negociación por anticipado?	4.04	0.70
<b>Negociación y realización del pedido</b>	<b>4.18</b>	<b>0.55</b>
17. ¿En la evaluación de propuestas la empresa toma en cuenta la envergadura de la empresa?	4.14	0.73
18. ¿La empresa suele dar tiempo suficiente para que los proveedores coticen?	4.20	0.78

19. ¿La empresa da el tiempo suficiente al proveedor para la entrega de propuestas finales?	4.10	0.81
20. ¿La empresa lleva el control de las compras en las que no se detalla presupuesto operativo?	4.18	0.85
21. ¿Las compras realizadas suelen estar dentro del presupuesto operativo?	4.26	0.66
<b>Modelo de la selección de ofertas</b>	<b>4.18</b>	<b>0.48</b>
22. ¿La empresa analiza todas las propuestas ofertadas y comparadas de los proveedores?	4.26	0.72
23. ¿La empresa solo analiza la propuesta más económica?	4.24	0.72
24. ¿La empresa cuenta con un equipo multidisciplinario para la selección de todos los tipos de ofertas?	4.20	0.64
25. ¿La empresa le da prioridad a las propuestas económicas de las grandes compañías?	4.26	0.80
26. ¿La empresa suele elegir las propuestas de las empresas pequeñas?	4.14	0.81
27. ¿La empresa prioriza características de producto sin escatimar precio?	4.04	0.88
28. ¿Los productos ofertados cumplen con los estándares establecidos o solicitados?	4.24	0.77
29. ¿Seleccionaría la empresa alguna oferta idónea de bajo nivel de aceptación?	4.06	0.84
<b>Seguimiento y control de las órdenes de compra</b>	<b>4.17</b>	<b>0.40</b>
30. ¿En la empresa se hace seguimiento de entrega de producto?	4.28	0.76
31. ¿Logra la empresa minimizar los retrasos de entrega de productos por parte de proveedores?	4.12	0.80
32. ¿La empresa hace control de calidad de los productos recibidos?	4.32	0.79
33. ¿La empresa detecta casos en la que el producto no cumplió los estándares de calidad?	4.26	0.69
34. ¿La empresa lleva control de la cantidad que entrega el proveedor?	4.32	0.68
35. ¿Permite la empresa que el proveedor aumente o disminuya la cantidad detallada en orden de compra?	4.06	0.93

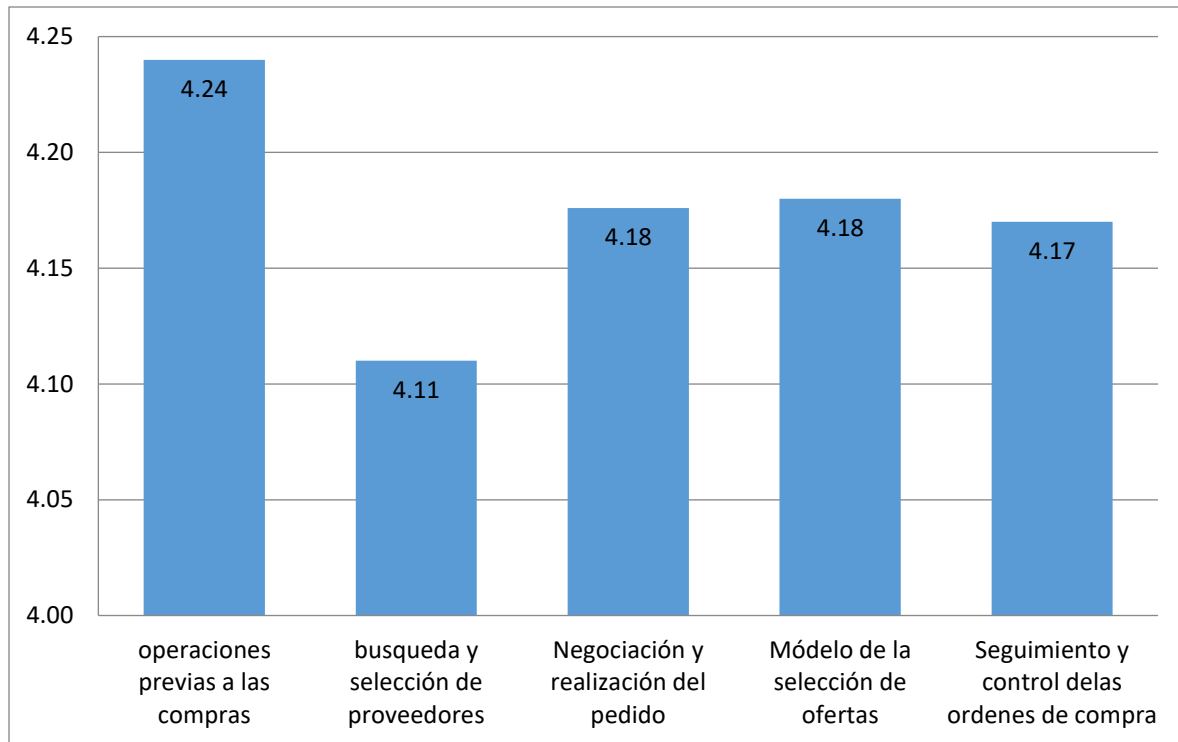


Figura 2. Puntaje promedio de las dimensiones de la variable gestión de compras

### 4.1.3. Contratación de hipótesis

#### *Prueba de normalidad*

La prueba de normalidad es un análisis para poder conocer la distribución de la información, así poder aplicar estadísticos paramétricos o no paramétricos.

#### *Criterio de decisión*

Datos < 30 = Shapiro Wilk

Datos > 30 = Kolmogorov Smirnov

Entonces:

Nuestra muestra es mayor a 30, por consiguiente, se usará Kolmogorov Smirnov.

#### *Regla de decisión*

Si el p-valor es mayor a 0.05 (p-valor > 0.05) se acepta la hipótesis nula.

Si el p-valor es menor a 0.05 ( $p\text{-valor} < 0.05$ ) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

#### 4.1.3.1. Prueba de normalidad para gestión de compras y dimensiones

Ho: Gestión de compras se ajusta a una distribución normal.

Ha: Gestión de compras no se ajusta a una distribución normal.

Como se observa en la Tabla 6, el p-valor de los resultados es menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, lo que indica que la distribución de los datos es no normal. Por tal motivo el estadístico adecuado para la comparación entre las empresas multiservicios, es la prueba de Kruskal wallis

Tabla 6

#### *Prueba de normalidad para gestión de compras y dimensiones*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	GI	p-valor
Gestión de compras	0.139	50	0.016
operaciones previas a las compras	0.157	50	0.004
búsqueda y selección de compras	0.170	50	0.001
Negociación y realización del pedido	0.217	50	0.000
Modelo de la selección de ofertas	0.134	50	0.025
Seguimiento y control de las órdenes de compra	0.138	50	0.019

a. Corrección de significación de Lilliefors

#### 4.1.3.2. Hipótesis general

Ho: No Existe diferencias significativas al comparar los niveles de la gestión de compras en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019

Ha: Existe diferencias significativas al comparar los niveles de la gestión de compras en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019

#### *Regla de decisión*

Si el p-valor es mayor a 0.05 ( $p\text{-valor} > 0.05$ ) se acepta la hipótesis nula.

Si el p-valor es menor a 0.05 ( $p\text{-valor} < 0.05$ ) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

En la tabla 7 se aprecia el  $p\text{-valor} < 0.05$ , con margen de error menor al 5% lo que indica que es significativo para el estudio, por lo tanto, se decidió rechazar la hipótesis nula. En tal sentido se concluye que hay suficiente evidencia estadística que afirmar que existe diferencias significativas en las dos muestras.

Tabla 7

*Prueba de Kruskal wallis de la gestión de compras de dos empresas multiservicios*

<b>Estadísticos de prueba<sup>a,b</sup></b>	
	Gestión de compras
H de Kruskal-Wallis	24.653
GI	2
p-valor	0.000

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación:

#### 4.1.3.2.1. Hipótesis específica 1

Ho: No existe diferencias significativas al comparar las operaciones previas a las compras en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019

Ha: Existe diferencias significativas al comparar las operaciones previas a las compras en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019

##### *Regla de decisión*

Si el p-valor es mayor a 0.05 ( $p\text{-valor} > 0.05$ ) se acepta la hipótesis nula.

Si el p-valor es menor a 0.05 ( $p\text{-valor} < 0.05$ ) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

En la tabla 8 se aprecia el  $p\text{-valor} > 0.05$ , con margen de error menor al 5% lo que indica que es significativo para el estudio, por lo tanto, se decidió aceptar la hipótesis nula. En tal sentido se concluye que hay suficiente evidencia estadística que afirmar que no existe diferencias significativas en las dos muestras.

Tabla 8

*Prueba de Kruskal wallis de las operaciones previas de las compras de dos empresas multiservicios*

<b>Estadísticos de prueba<sup>a,b</sup></b>	
	operaciones previas a las compras
H de Kruskal-Wallis	1.672
Gl	2
p-valor	0.196

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación:

#### 4.1.3.2.2. Hipótesis específica 2

Ho: No existe diferencias significativas al comparar la búsqueda y selección de proveedores en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019

Ha: Existe diferencias significativas al comparar la búsqueda y selección de proveedores en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019.

##### *Regla de decisión*

Si el p-valor es mayor a 0.05 ( $p\text{-valor} > 0.05$ ) se acepta la hipótesis nula.

Si el p-valor es menor a 0.05 ( $p\text{-valor} < 0.05$ ) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

En la tabla 9 se aprecia el p-valor  $< 0.05$ , con margen de error menor al 5% lo que indica que es significativo para el estudio, por lo tanto, se decidió rechazar la hipótesis nula. En tal sentido se concluye que hay suficiente evidencia estadística que afirmar que existe diferencias significativas en las dos muestras.

Tabla 9

*Prueba de Kruskal wallis de la búsqueda y selección de proveedores de dos empresas multiservicios*

<b>Estadísticos de prueba<sup>a,b</sup></b>	
	búsqueda y selección de proveedores
H de Kruskal-Wallis	15.395
GI	2
p-valor	0.000

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación:

### 4.1.3.2.3. Hipótesis específica 3

Ho: No existe diferencias significativas al comparar la negociación y realización del pedido en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019

Ha: Existe diferencias significativas al comparar la negociación y realización del pedido en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019.

#### *Regla de decisión*

Si el p-valor es mayor a 0.05 ( $p\text{-valor} > 0.05$ ) se acepta la hipótesis nula.

Si el p-valor es menor a 0.05 ( $p\text{-valor} < 0.05$ ) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

En la tabla 10 se aprecia el  $p\text{-valor} < 0.05$ , con margen de error menor al 5% lo que indica que es significativo para el estudio, por lo tanto, se decidió rechazar la hipótesis nula. En tal sentido se concluye que hay suficiente evidencia estadística que afirmar que existe diferencias significativas en las dos muestras.

Tabla 10

*Prueba de Kruskal wallis de la negociación y realización del pedido de dos empresas multiservicios*

<b>Estadísticos de prueba<sup>a,b</sup></b>	
	Negociación y realización del pedido
H de Kruskal-Wallis	8.392
GI	2
Sig. Asintótica	0.004

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación:

#### 4.1.3.2.4. Hipótesis específica 4

Ho: No existe diferencias significativas al comparar el modelo de selección de oferta en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019

Ha: Existe diferencias significativas al comparar el modelo de selección de oferta en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019.

##### *Regla de decisión*

Si el p-valor es mayor a 0.05 ( $p\text{-valor} > 0.05$ ) se acepta la hipótesis nula.

Si el p-valor es menor a 0.05 ( $p\text{-valor} < 0.05$ ) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

En la tabla 11 se aprecia el  $p\text{-valor} < 0.05$ , con margen de error menor al 5% lo que indica que es significativo para el estudio, por lo tanto, se decidió rechazar la hipótesis nula. En tal sentido se concluye que hay suficiente evidencia estadística que afirmar que existe diferencias significativas en las dos muestras.

Tabla 11

*Prueba de Kruskal wallis del modelo de selección de oferta de dos empresas multiservicios*

#### **Estadísticos de prueba<sup>a,b</sup>**

	Modelo de la selección de oferta
H de Kruskal-Wallis	14.383
GI	2
Sig. Asintótica	0.000

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación:

#### 4.1.3.2.5. Hipótesis específica 5

Ho: No existe diferencias significativas al comparar el seguimiento y control de las órdenes de compra en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019

Ha: Existe diferencias significativas al comparar el seguimiento y control de las órdenes de compra en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019.

##### *Regla de decisión*

Si el p-valor es mayor a 0.05 ( $p\text{-valor} > 0.05$ ) se acepta la hipótesis nula.

Si el p-valor es menor a 0.05 ( $p\text{-valor} < 0.05$ ) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

En la tabla 12 se aprecia el  $p\text{-valor} < 0.05$ , con margen de error menor al 5% lo que indica que es significativo para el estudio, por lo tanto, se decidió rechazar la hipótesis nula. En tal sentido se concluye que hay suficiente evidencia estadística que afirmar que existe diferencias significativas en las dos muestras.

Tabla 12

*Prueba de Kruskal wallis del seguimiento y control de las órdenes de compra de dos empresas multiservicios*

<b>Estadísticos de prueba<sup>a,b</sup></b>	
	Seguimiento y control de las órdenes de compra
H de Kruskal-Wallis	8.873
Gl	2
Sig. Asintótica	0.003

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación:

## 4.2. Discusión

De los objetivos propuestos en esta investigación se pueden distinguir diferencia significativa en la variable gestión de compras en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019.

Los colaboradores encuestados de las dos empresas multiservicios demostraron que, existe diferencia significativa (H de Kruskal-Wallis = 24.653, p-valor<0.05) en la variable gestión de compras, interpretándose que hay una aparente similitud en los diferentes niveles de la gestión de compras, las empresas en su conjunto indican con alto nivel de organización, previsión y control de actividad, debido a su gran actividad de adquisición de bienes y/o servicios. Datos que al ser comparados con lo encontrado por Cabrera (2018) *Gestión de compras en empresas constructoras Lima, 2017*. Universidad Cesar Vallejo, en donde el estudio realizado acerca de gestión de compras en tres empresas constructoras proporciona información que sustenta nuestro resultado de objetivo general, de la manera que coincide en que, si existe diferencia significativa (H de Kruskal-Wallis = 21.114, p-valor<0.05) en la variable gestión de compras además Van Weele (2005) nos menciona que las compras deben facilitar actividades de tres tipos diferentes: operativas, tácticas y estratégicas.

## **CAPÍTULO V. Conclusiones y recomendaciones**

## 5.1. Conclusiones

En base a los resultados de la percepción de los colaboradores del área de compras de dos empresas de multiservicios en Ucayali, 2019, se concluye lo siguiente.

- Existe diferencias significativas (H de Kruskal-Wallis = 24.653, p-valor<0.05) en la variable gestión de compras lo cual indica que hay una aparente similitud en los diferentes niveles de la gestión de compras, las empresas en su conjunto indican un alto nivel de organización, previsión y control de actividad, debido a su gran actividad de adquisición de bienes y/o servicios.
- Con respecto a la dimensión operaciones previas a las compras en la investigación nos indica que no existe diferencias significativas (H de Kruskal-Wallis = 1.672, p-valor>0.05).
- La siguiente dimensión que es la búsqueda y selección de proveedores, en la investigación nos indica que existe diferencias significativas (H de Kruskal-Wallis = 15.395, p-valor<0.05).
- Existe diferencias significativas (H de Kruskal-Wallis = 8.392, p-valor<0.05) con respecto a la dimensión negociación y realización del pedido.
- Con respecto a la dimensión modelo de selección de ofertas en la investigación nos indica que existe diferencias significativas (H de Kruskal-Wallis = 14.383, p-valor<0.05).
- Y finalmente la dimensión seguimiento y control de las órdenes de compra en la investigación nos indica que existe diferencias significativas (H de Kruskal-Wallis = 8.873, p-valor<0.05).

## 5.2. Recomendaciones

Con base en los resultados obtenidos del análisis estadístico realizado, se recomienda a las empresas multiservicios lo siguiente:

- Se recomienda a la empresa trabajar en Las operaciones previas a las compras, procesos de compras, estrategias, planificación, selección de proveedor con la finalidad de lograr objetivo claro y propuestos en las operaciones.

- La empresa debe afinar Los términos de selección de proveedores, así como su fidelidad en pagos financieros, ya que esta selección demandara de parte de ellos esta condición por anticipado en algunos casos, operaciones, fletes, temporadas e inflaciones.

- A manera de consejos también, a la administración de la empresa debe establecer formas de negociación y realización de pedidos de forma vertical y horizontal, para poder expresar la búsqueda de soluciones en forma conjunta sobre aspectos relacionados a la misión, visión y objetivos de la empresa.

- Las capacitaciones darán mejoras del servicio y estrategias claras al modelo de selección de ofertas porque se tendrán más aciertos a los ofrecimientos del mercado nacional y local.

Fomentar metas y desafíos en el seguimiento y control de las órdenes de compra. ¿Cómo habrá satisfacción en lo que se haga? Si esto sucede, mejorara la imagen de la empresa y se verán cambios positivos en la gestión de compras en las empresas multiservicios.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- ARANDA, Virginia. 2016. *Influencia de la gestión de compras en la rentabilidad de la Empresa de Transportes Caipo S.R.L. de la ciudad de Huamachuco.*
- ARAYA, Giorgianella. 2009. *Estrategia de mejoramiento en la gestión de compras de la Dirección de Servicios Institucionales de la CCSS. Costa Rica.*
- BLANCOS Y DE PABLOS. 2016. “*Análisis de la homologación y evaluación de proveedores bajo criterios de responsabilidad social y sostenibilidad, una aproximación metodológica.*”2016.
- CABRERA, Carlos, 2017.*Gestión de compras en empresas constructoras Lima, 2018.*
- CORZO, Willian. 2018. *Propuesta de mejora del proceso de compras de la empresa Corporación Oxigas del Sur SAC 2017.*
- COTRINA, Jessica. 2016. *Diseño del proceso de compras corporativas y su incidencia en los resultados económicos-financiero de la Universidad Cesar Vallejo SAC, 2013–2014.*
- DÁVILA, Karin y MILIAN, José. 2018. *El control interno del área de compras y su influencia en la rentabilidad del grupo consultor y ejecutor Jartkwey SAC. Santa Cruz.2015.*
- DE LA CRUZ, Milagros y SANTIVANÉZ, Johnny. 2017. *Análisis de la mejora de la gestión de compras en las grandes empresas comercializadoras de prendas de vestir en Lima. Propuesta de mejora en la empresa Trading Fashion Line S.A.*
- ESPINO, Edward.2016. “*Implementación de mejora en la Gestion Compras para Incrementar la Productividad en un Concesionario de Alimentos*”

- ESCOBEDO, Carlos, 2006. *“Guía del Jefe del Departamento de Compras de una Empresa Manufacturera”*
- LARGO, Adriana. 2018. *Propuesta de mejoramiento del proceso de compras en American School Way*. México.
- MÁRQUEZ, Sherilyn y MILLA Ana. 2017. *Sistema de control interno del departamento de compras y su efecto en la gestión de las existencias en la empresa Deltrónico SAC Año 2016*.
- MORMONTOY, André. 2017. *Incidencias del control interno en el área de compras y la optimización de la gestión*.
- NEWBOLT, P., Carlson, W., & Thorne, B. (2008). *Estadística para administración y economía*. Madrid: Pearson Educación S. A.
- OSORIO, Jorge. 2014. *Un modelo para la gestión de proveedores en el área de compras de la Empresa Comertex S.A*. Colombia.
- PARRA, Michael. 2014. *Mejoramiento de los procesos del área de compras a través del estudio del trabajo en la Empresa Laboratorios Seres LTDA*. Colombia.
- PINO (2010). *Metodología de la investigación*. Lima, Perú: San Marcos.
- QUEZADA, N. L. (2015). *Metodología de la investigación*. Lima: Macro.
- QUIROZ, María. 2016. *Control interno en el área de compras y su efecto en la gestión económica de la empresa Construcciones & Servicios Dieguito S.A.C. año 2015*.
- SANCHEZ, H. C., & Reyes, C. M. (2015). *Metodología y diseños en la investigación científica*

(5 ed.). Lima: Business Support Aneth SRL.

SALIRROSAS, Evelin 2016. *“Incidencia de la Planificación en los Requerimientos de los Pedidos de Compra para lograr la Eficiencia en la Gestión de compras de bienes en el Instituto Regional de Oftalmología La Libertad 2016.*

VASQUEZ, Pedro.2015. *Diseño de un manual de gestión de compras y procedimientos para la evaluación y calificación de proveedores caso: Pasamanería S.A. Ecuador.*

## Anexos

### Anexo 1

#### *Matriz de consistencia de la gestión de compras en empresas multiservicios de Ucayali, 2019*

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLE	METODOLOGIA
¿Cómo son los niveles de la gestión de compras en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019?	Determinar y comparar los niveles de la gestión de compras en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019	Existe diferencias significativas al comparar los niveles de la gestión de compras en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019	<b>GESTION DE COMPRAS</b>	Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo del nivel descriptivo y según Kerlinger corresponde a una investigación de una sola casilla, por tener una sola variable.
PROBLEMAS SPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICO	HIPOTESIS ESPECIFICO		DISEÑO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo son los niveles de operaciones previas en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019?</li> <li>• ¿Cómo son los niveles de búsqueda y selección de proveedores en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019?</li> <li>• ¿Cómo son los niveles de negociación y realización del pedido en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019?</li> <li>• ¿Cómo son los niveles de modelo de selección de oferta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comparar los niveles de operaciones previas en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019</li> <li>• Comparar los niveles de búsqueda y selección de proveedores en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019</li> <li>• Confrontar los niveles de negociación y realización del pedido en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019</li> <li>• Confrontar los niveles de modelo de selección de oferta idónea en dos empresas multiservicios de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe diferencias significativas al comparar las operaciones previas a las compras en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019</li> <li>• Existe diferencias significativas al comparar la búsqueda y selección de proveedores en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019</li> <li>• Existe diferencias significativas al comparar los niveles de negociación y realización del pedido en dos empresas multiservicios de Ucayali,</li> </ul>		Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo del nivel descriptivo y según Kerlinger(2002) corresponde a una investigación de una sola casilla, por tener una sola variable.

idónea en dos empresas Ucayali, 2019  
multiservicios de Ucayali, 2019?

- ¿Cómo son los niveles en el proceso de seguimiento y control de las órdenes de compras en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019?

- Confrontar los niveles en el proceso de seguimiento y control de las órdenes de compras en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019

2019

- Existe diferencias significativas al comparar los niveles de modelo de selección de oferta idónea en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019

- Existe diferencias significativas al comparar los niveles en el proceso de seguimiento y control de las órdenes de compras en dos empresas multiservicios de Ucayali, 2019.

## Anexo 2

### *Instrumento de recolección de datos*

#### UNIVERSIDAD PERUANA UNION

#### Cuestionario de Gestión de Compras

El presente cuestionario es parte de un trabajo de investigación que me permitirá continuar con el proceso de mi titulación. Por este motivo su contribución a la educación es grande, por lo tanto, le pido que responda lo más preciso posible. Este cuestionario es anónimo.

Considere lo siguiente:

1: Nunca      2: Casi nunca      3: A veces      4: Casi siempre      5: Siempre

#### A. Datos generales

Sexo:              Masculino ( )              Femenino ( )

Edad : .....

Área de trabajo:              Administrativo ( ) Operativa ( )

Años de antigüedad laboral: .....

#### B. Gestion de Compras

A continuación, encontrará una serie de frases. Lea cada una de ellas y conteste de acuerdo a la siguiente escala:

1=Nunca      2=Casi nunca      3=A veces      4=Casi siempre      5=Siempre

Responda todas las preguntas, teniendo en cuenta que no es una prueba, no hay respuestas correctas ni incorrectas y todas las respuestas son estrictamente confidenciales.

Variable: Gestión de Compras	1	2	3	4	5
	N	CN	AV	CS	S
1) ¿En la solicitud de pedido se detalla la información del producto?					
2) ¿Todo requerimiento de compra tiene información necesaria?					
3) ¿En toda solicitud de pedido se detalla la cantidad requerida?					
4) ¿En todo requerimiento se detalla el lugar de entrega?					
5) ¿En la solicitud de pedido suelen equivocarse en la unidad de medida de la cantidad?					
6) ¿Suelen dar las cantidades globales de todos los productos enviados?					
7) ¿En la empresa a menudo seleccionan a los proveedores adecuados para solicitudes de cotización?					
8) ¿En la empresa se solicita cotización a proveedores que no están certificados (homologados)?					
9) ¿En la empresa solo invitan a cotizar a proveedores que están certificados?					

(homologados)?					
10) ¿En la empresa envían su solicitud de oferta por correo electrónico?					
11) ¿La empresa solicita por teléfono o celular la solicitud de oferta?					
12) ¿En la empresa se negocia solo las mejores propuestas económicas?					
13) ¿La empresa comunica por teléfono la invitación a la negociación?					
14) ¿La empresa busca una negociación adecuada entre ambas partes?					
15) ¿Existe buena comunicación entre proveedores y la empresa?					
16) ¿El proveedor incentiva la negociación por anticipado?					
17) ¿En la evaluación de propuestas la empresa toma en cuenta la envergadura de la empresa?					
18) ¿La empresa suele dar tiempo suficiente para que los proveedores coticen?					
19) ¿La empresa da el tiempo suficiente al proveedor para la entre de propuestas finales?					
20) ¿La empresa lleva el control de las compras en las que no se detalla presupuesto operativo?					
21) ¿Las compras realizadas suelen estar dentro del presupuesto operativo?					
22) ¿La empresa analiza todas las propuestas ofertadas y comparadas de los proveedores?					
23) ¿La empresa solo analiza la propuesta más económica?					
24) ¿La empresa cuenta con un equipo multidisciplinario para la selección de todos los tipos de ofertas?					
25) ¿La empresa le da prioridad a las propuestas económicas de las grandes compañías?					
26) ¿La empresa suele elegir las propuestas de las empresas pequeñas?					
27) ¿La empresa prioriza características de producto sin escatimar precio?					
28) ¿Los productos ofertados cumplen con los estándares establecidos o solicitados?					
29) ¿Seleccionaría la empresa alguna oferta idónea de bajo nivel de aceptación?					
30) ¿En la empresa se hace seguimiento de entrega de producto?					
31) ¿Logra la empresa minimizar los retrasos de entrega de productos por parte de proveedores?					
32) ¿La empresa hace control de calidad de los productos recibidos?					
33) ¿La empresa detecto casos en la que el producto no cumplió los estándares de calidad?					
34) ¿La empresa lleva control de la cantidad que entre el proveedor?					
35) ¿Permite la empresa que el proveedor aumente o disminuya la cantidad detallada en orden de compra?					

Anexo 3.

Validación por expertos de los instrumentos

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS  
POR JUICIO DE EXPERTOS**

**INSTRUCCIÓN:**

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. ¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?  
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
2. ¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?  
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?  
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
4. Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?  
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
5. ¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?  
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
6. ¿Qué ítems cree usted que se podría agregar? .....
7. ¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar? .....

Fecha (d/m/a): 08/08/2019 Firma: [Firma]

Validado por: ALFONSO PAREDES ACUÑA Título: DOCTOR

Institución: UPeU Ciudad/País: Lima, Perú

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS  
POR JUICIO DE EXPERTOS

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. ¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?

0 10 20 30 40 50 60 70 (80) 90 100

2. ¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?

0 10 20 30 40 50 60 70 (80) 90 100

3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?

0 10 20 30 40 50 60 (70) 80 90 100

4. Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?

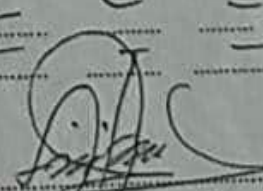
0 10 20 30 40 50 60 70 (80) 90 100

5. ¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?

0 10 20 30 40 50 60 70 (80) 90 100

6. ¿Qué ítems cree usted que se podría agregar? .....

7. ¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar? .....

Fecha (d/m/a): 11 AGOSTO 2019 Firma: 

Validado por: DR. ENOC LÓPEZ NAVARRO Título: CONTADOR PÚBLICO

Institución: UNU Ciudad/País: PUCALLPA

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS  
POR JUICIO DE EXPERTOS

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. ¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

2. ¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

4. Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

5. ¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

6. ¿Qué ítems cree usted que se podría agregar? .....

7. ¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar? .....

Fecha (d/m/a): 01/08/2019 ..... Firma: .....

Validado por: José Flores Ocaña ..... Título: C.P.C. U.P.

Institución: U.P. .... Ciudad/País: Pucallpa - Perú

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS  
POR JUICIO DE EXPERTOS

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. ¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?  
0 10 20 30 40 50 60 70 **80** 90 100
2. ¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?  
0 10 20 30 40 50 60 70 80 **90** 100
3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?  
0 10 20 30 40 50 60 70 80 **90** 100
4. Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?  
0 10 20 30 40 50 60 70 80 **90** 100
5. ¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?  
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**
6. ¿Qué ítems cree usted que se podría agregar? .....
7. ¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar? .....

Fecha (d/m/a): 12 agosto del 2019 ..... Firma: *Romero*

Validado por: *Rocío Estrella Romero Amador* Título: *MAGISTER*

Institución: *UPEU - UNU* Ciudad/País: *Pucallpa*

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS  
POR JUICIO DE EXPERTOS

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. ¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (100)

2. ¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (100)

3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (100)

4. Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?

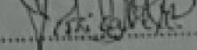
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (100)

5. ¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 (100)

6. ¿Qué ítems cree usted que se podría agregar? .....

7. ¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar? .....

Fecha (d/m/a): 10/08/19 ..... Firma: 

Validado por: Jessica Meléndez Navarro ..... Título: Magister

Institución: UAP - UPEU ..... Ciudad/País: Pucallpa - Perú

