



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro  
Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

### AUTORES

July Natali Briceño Huamán  
Elaine Maryedith Cuentas Salazar

### ASESOR

Dr. Nerio Janampa Acuña

### LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión de organizaciones

LIMA - PERÚ

Año 2018 - II

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a)

JULY NATALI BRICEÑO HUAMÁN

Cuyo título es: Proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: *1.0.* (número) *DIECISEIS*.....(letras).

Lima, San Juan de Lurigancho 15 de Diciembre del 2018

  
 .....  
 PRESIDENTE

  
 .....  
 SECRETARIO

  
 .....  
 RECTOR

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a)

ELAINE MARYEDITH CUENTAS SALAZAR

Cuyo título es: Proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 1.5.(número)  
QUINCE.....(letras).

Lima, San Juan de Lurigancho 15 de Diciembre del 2018



-----  
 PRESIDENTE



-----  
 SECRETARIO



-----  
 VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

## **Dedicatoria**

Queremos en primer lugar agradecer a Dios por ser nuestro guía en los momentos más difíciles y por darnos la fortaleza de superarlos.

A nuestras familias por brindarnos todo su apoyo incondicional a lo largo de nuestra carrera.

A todos ellos les dedicamos el presente trabajo, por haber fomentado en nosotras el deseo de superación y triunfo en la vida.

**July y Elaine**

## **Agradecimiento**

A Dios por darnos claridad en el largo camino universitario, a la Universidad César Vallejo por habernos permitido formarnos en ella y contribuir con el cumplimiento de nuestros sueños.

A mi guía Dr. Nerio Janampa Acuña por su apoyo y paciencia, que nos brindó a lo largo de nuestra investigación de tesis.

A Cencosud Retail Perú S.A. por permitirnos realizar las encuestas y a sus colaboradores por su participación.

## Declaratoria de autoría

Nosotras: July Natali Briceño Huamán identificado con DNI N° 43018681 y Elaine Maryedith Cuentas Salazar identificado con DNI N° 45987886 estudiantes de la Escuela de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho; expresamos que la investigación académica titulada "Proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018" para lograr obtener nuestro título profesional de Licenciadas en Administraciones de creación propia.

Por ello, informamos lo siguiente:

1. Describimos que las fuentes utilizadas en la tesis han sido citadas debidamente, asimismo hemos procedido con la traducción de las citas recopiladas y su respectivo parafraseo, siempre respetando el derecho de autoría de los distintos autores y de acuerdo a las normas de redacción establecidas actualmente.
2. No hemos utilizado fuentes distintas a las que se muestran en el estudio de investigación.
3. Esta investigación no ha sido utilizada de manera completa ni parcial para la obtención de otro título profesional.
4. Tenemos conocimiento que nuestra investigación será evaluada de manera virtual a fin de verificar copias.
5. De encontrarse información inadecuada en esta investigación, en cuanto a la procedencia del origen o autor, nos sometemos a las penas que se establecen en el proceso disciplinario.

San Juan de Lurigancho, diciembre del 2018



July Natali Briceño Huamán



Elaine Maryedith Cuentas Salazar

## **Presentación**

Señores integrantes del jurado,

Ante ustedes mostramos nuestra tesis denominada “Proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018” cuyo propósito es determinar el proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, en el distrito de San Juan de Lurigancho, para formalizar el Reglamento de grados y Títulos de la Universidad César Vallejo y lograr el Título Profesional de Licenciados en Administración.

Nuestra investigación se estructura en siete capítulos y un anexo: El primer capítulo, indica la Realidad problemática, que comprende tesis anteriores y relacionadas al tema de estudio, así mismo como teorías sujetas al tema antes indicado, formulación de la problemática, justificación del estudio de investigación, objetivos en general. En el segundo capítulo, se dará a conocer la metodología utilizada compuesta por el diseño de la investigación, las variables, la operacionalización, la población y su muestra, de igual manera las técnicas e instrumentos. En el tercer capítulo se muestran los resultados adquiridos en la investigación. En el cuarto capítulo se plantean las discusiones relacionadas a las conclusiones generadas. En el quinto capítulo se mostrarán las conclusiones que se han llevado a cabo para esta investigación. En el sexto capítulo se plasman las sugerencias brindadas para esta investigación. Finalmente, en el séptimo capítulo se manifiestan las referencias bibliográficas, las cuales nos detallarán las fuentes empleadas para la elaboración de la presente investigación.

Es por eso que, en los párrafos antes indicados, esperamos cumplir con las normas establecidas por la Escuela de pregrado de la Universidad César Vallejo.

Las autoras

## Índice

	<b>Página</b>
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaratoria de autoría	vi
Presentación	vii
Índice	viii
Lista de tablas	x
Lista de figuras	xi
RESUMEN	xii
I. INTRODUCCIÓN	14
1.1 Realidad problemática	15
1.2 Trabajos previos	17
1.2.1 Antecedentes internacionales	17
1.2.2 Antecedentes nacionales	19
1.3 Teorías relacionadas al tema	21
1.3.1 Proceso de Gestión de Compras	21
1.4 Formulación del problema	23
1.4.1 Problema general	23
1.4.2 Problemas específicos	23
1.5 Justificación del estudio	24
1.5.1 Justificación teórica	24
1.5.2 Justificación metodológica	24
1.5.3 Justificación económica	25
1.5.4 Justificación práctica	25
1.5.5 Justificación social	26
1.6 Objetivos	26
1.6.1 Objetivo general	26
1.6.2 Objetivos específicos	26
II. MÉTODO	27
2.1. Diseño de investigación	28
2.2. Variable, Operacionalización	29
2.3. Población y muestra	32
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	32
	viii



2.5. Métodos de análisis de datos	35
2.6. Aspectos éticos	35
III. RESULTADOS	36
IV. DISCUSIÓN	41
V. CONCLUSIÓN	46
VI. RECOMENDACIONES	49
VII. REFERENCIAS	51
VIII. ANEXOS	56

## Lista de tablas

Tabla 1. Matriz de Operacionalización de la variable	31
Tabla 2. Validación de juicio de expertos	33
Tabla 3. Niveles de confiabilidad	34
Tabla 4. Estadística de fiabilidad de proceso administrativo	34
Tabla 5. Descripción de frecuencias de los niveles de la variable proceso de gestión de compras	37
Tabla 6. Descripción de frecuencias de los niveles de la dimensión compra nueva	38
Tabla 7. Descripción de frecuencias de los niveles de la dimensión recompra modificada	39
Tabla 8. Descripción de frecuencias de los niveles de la dimensión recompra directa	40

## **Lista de figuras**

Figura 1. Descripción de porcentajes de los niveles de la variable proceso de gestión de compras	37
Figura 2. Descripción de porcentajes de los niveles de la dimensión compra nueva	38
Figura 3. Descripción de porcentajes de los niveles de la dimensión recompra modificada	39
Figura 4. Descripción de porcentajes de los niveles de la dimensión recompra directa	40

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado: Proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018, tiene como objetivo general determinar el nivel del proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018.

La metodología empleada fue de tipo sustantiva, con un enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo, de diseño no experimental y de corte transversal; según el autor Ligia Heredia se consideró tres dimensiones: compra nueva, recompra modificada y recompra directa publicada en su última edición en el año 2013. La población estuvo conformada por 30 colaboradores de Cencosud Retail Perú S.A., la técnica empleada fue la encuesta utilizando un cuestionario de 30 preguntas en una escala Likert como instrumento, por lo tanto, fueron correctamente validados mediante el juicio de los expertos y determinando su autenticidad a través de estadísticos SPSS, connotando según Alfa de Cronbach (0.902) que el nivel de confiabilidad es de alta confiabilidad.

En la parte descriptiva del trabajo de investigación se alcanzó que el el 83% de los colaboradores de la empresa Cencosud S.A, Metro Próceres del distrito San Juan de Lurigancho indicó que el proceso de gestión de compra es poco eficiente; así mismo el 10% señaló que esta planeación es muy eficiente y el 7% de ellos consideraron que este tipo de planeación es ineficiente. Es decir que, para la gran mayoría de colaboradores el proceso de gestión de compras no logra alcanzar los resultados esperados.

*Palabras Claves:* Gestión de compras, costos y procesos.

Las autoras

## ABSTRACT

The present research work entitled: Purchasing management process of the company Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018, had as general objective to determine the level of the purchasing management process of the company Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018.

The methodology used was substantive, with a quantitative approach, descriptive level, non-experimental design and cross-sectional; According to the author Ligia Heredia, three dimensions were considered: new purchase, modified repurchase and direct repurchase published in its latest edition in 2013. The population consisted of 30 employees of Cencosud Retail Peru SA, the technique used was the survey using a questionnaire of 30 questions on a Likert scale as an instrument, therefore, were correctly validated by the experts' judgment and determining its authenticity through SPSS statistics, connoting according to Cronbach's Alpha (0.902) that the reliability level is of high reliability .

In the descriptive part of the research work, it was reached that 83% of the employees of the company Cencosud S.A, Metro Próceres of the San Juan de Lurigancho district indicated that the purchase management process is not very efficient; Likewise, 10% said that this planning is very efficient and 7% of them considered that this type of planning is inefficient. This means that, for the vast majority of employees, the purchasing management process does not achieve the expected results.

*Keywords:* Management of purchases, costs and processes.

The authors

## **I. INTRODUCCIÓN**

## **1.1 Realidad problemática**

El proceso de gestión de compras, hoy en día, es una de las piezas primordiales dentro del desarrollo productivo de la organización, siendo así el principal eje en el proceso de producción porque ayuda a generar la constante salida de materiales que nutren y dan soporte a las áreas de producción de la empresa. Igualmente, el departamento de compras debe certificar que las fuentes de suministro, también conocidos como proveedores, son los más sobresalientes en su rubro, existiendo así, la posibilidad de reducir los costos mediante convenios con ellos.

Es por ello que, es importante la función que desempeña el departamento de compras ya que su objetivo principal es el de adquirir bienes y/o servicios que se requieren en la empresa, siempre garantizando la reposición inmediata de lo que se necesita proveer en cuanto a tiempo, calidad y precio.

En el ámbito internacional, los hechos comunes que sufren causas no deseadas dentro de un proceso imperfecto en las anotaciones de registros, es la secuencia de las provisiones de los insumos de la producción de madera y fabricación de muebles en la ciudad de Barranquilla - Colombia, donde se encontró un pésimo proceso en la planificación de transacciones y adquisición de materia prima directa, a su vez el sustento diminuto y mayúsculo de los bienes. Además, la ejecución del bien terminado no es el adecuado y las compañías no tienen lugares adecuados para reservar los productos bajo exigencias previas donde respalden la mejor condición y calidad (Salas, Miguel y Acevedo, 2017).

Asimismo, el procedimiento alcanza una de las acciones más complicadas de las organizaciones, ya que implica almacenar provisiones para salvaguardarlos y protegerlos ante algún hecho fortuito. Dicha dificultad se presenta de forma más intensa en finanzas que recién inician, donde las situaciones internas de la empresa y los modelos económicos, legales y corporativos del ámbito externo, afectan el proceso y las situaciones que se presentan con el inicio del uso de tipologías cuantitativas y de negociaciones ejecutadas para tal objetivo (Peña y Silva, 2016).

Por otra parte, en el ámbito nacional, en el Perú existe un constante nivel de competitividad en el campo de servicios de mantenimiento de materiales, puesto que un gran grupo de empresas que se dedican al mismo campo, no están empleando una apropiada gestión en las adquisiciones de los materiales, “la gestión de compras radica en solventar las necesidades de la organización logrando maximizar el valor de inversión realizada”, por lo tanto, las maneras habituales en que se realizan las adquisiciones no son las más adecuadas para poder disputar un puesto en el mercado local (Martínez, 2014).

En el ámbito local, los avances del compartimiento de la función del departamento de compras en la organización Cencosud Retail Perú S.A. se hallan cuestionados a consecuencia de la gestión que se viene efectuando en dicho departamento, ya que no está siendo designada conforme a las necesidades de las tiendas, por lo tanto, se ve afectado directamente al proceso de compras de cada división comercial y a la forma transparente con la que trabajan los colaboradores de la organización.

El principal problema reside en la gestión del área de compras de la tienda Metro Próceres, en donde el departamento de compras no realiza los pedidos de acuerdo a la realidad de la tienda ya que con ello da como consecuencia que las áreas de almacén de las tiendas no cuenten con la zona apropiada para la cantidad de pedidos establecidos. Lo antes mencionado acarrea consecuencias como: decidir por elevar las existencias al punto que se amontone hasta los techos de la tienda, y con ello se ocasiona que exista peligro hacia el estado físico de los colaboradores; del mismo modo se obstruyen los pasadizos los cuales deberían estar despejados para un libre desplazamiento en caso se presente algún tipo de siniestro o accidente; así también, al momento de adquirir productos en grande cantidades trae consigo que las coberturas se eleven y para reducirlas se considera como medida realizar trasposos a aquellos productos de rotación baja, lo cual genera pérdida a la organización.

Por tal motivo, el propósito de realizar este trabajo de tesis es para brindar distintas opciones para poder dar solución a la problemática actual de Cencosud S.A. Metro Próceres S.J.L.



## **1.2 Trabajos previos**

### **1.2.1 Antecedentes internacionales**

Vásquez (2015) en su tesis titulada: *Diseño de un manual de gestión de compras y procedimientos para la evaluación y calificación de proveedores caso: Pasamanería S.A.*, para obtener el título de Ingeniero Industrial por la Universidad de Cuenca. Tuvo como objetivo principal crear un manual de gestión de compras y procedimientos en Pasamanería S.A., para evaluar y calificar el desempeño de sus proveedores. Se consideró como libro base teóricos a los autores Benjamín y Fincowsky (2009) quienes manifestaron que los manuales administrativos constituyen un factor importante en el proceso de toma de decisiones, la mejora continua y el logro de desempeño de la organización, ya que son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación para el mejor desempeño de la empresa. Esta investigación de tesis es descriptiva, documental y bibliográfica. La metodología de la investigación fue de tipo aplicada, de diseño no experimental. Se observa que la técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento empleado fue el cuestionario a todos los proveedores. Se efectuó la creación de un formulario para la evaluación de los proveedores, de los cuales se obtuvieron indicadores planteados en el manual y cuyos valores pertenecen a diciembre 2014 con un 32%, enero 2015 con 16% y 23% en febrero 2015. Se dio como conclusión que la propuesta del manual de gestión de compras y procedimientos en los cuales se evaluaría y calificaría el desempeño de los proveedores presentaron significativas mejoras en relación al modo en que se efectuaba el proceso de compras de la organización, en general, los progresos mostrados en las propuestas se encuentran adaptadas a la situación actual del proceso que realiza el área de compras de la organización, por ende al implementar las propuestas se obtendrá una plataforma concreta para seleccionar y controlar a los proveedores, ya que son sumamente importante para las acciones productivas de la empresa. Dicho manual presentado ha conseguido que el know-how de cada una de las personas que integran el área de compras, pasen a integrarse a la empresa.

Se analizó que efectivamente llevar un control dentro la empresa, mediante un manual de gestión de compras y procedimientos para evaluar y calificar el desempeño de sus proveedores, trae consigo grandes beneficios en relación a su escenario actual.

Parra (2014) en su tesis titulada: *Mejoramiento de los procesos del área de compras a través del estudio del trabajo en la empresa Laboratorios Seres Ltda.*, para obtener el título de Ingeniero Industrial por la Universidad Autónoma de Occidente, Santiago de Cali - Colombia (2014). El principal propósito tuvo como objetivo la mejora de los procesos del departamento de compras mediante el estudio de investigación de la empresa Laboratorios Seres Ltda., con la finalidad de aumentar la productividad. Se consideró como libro base teóricos a los autores Niebel y Freidvals (2004) quienes manifestaron que las etapas de normalización se clasifican en selección del trabajo para el estudio y el registro de la información. Podemos visualizar que la metodología empleada fue de tipo aplicada y de diseño no experimental. Luego de identificar el problema se realizó el diagrama de la caracterización de procesos, el flujo de compras, identificando las funciones más críticas, las situaciones de los puestos de trabajo y reconociendo el personal responsable, la elaboración del documento PHVA, esquemas del proceso, manual de funciones y la capacitación pertinente para la empresa en general. Se concluyó que al aplicar metodologías y períodos en el área de compras de la empresa Laboratorios Seres Ltda., se consiguió elevar la producción y los procedimientos, debido a que se obtuvo la minimización de 19.28% del tiempo total de las operaciones en el área de compras, lo cual refiere que la aplicación de esta mejora fue positiva, en cuanto a tiempo de inicio resultó 76.5 horas y tiempo actual mostró 61.75 horas, con un ahorro de tiempo de 14.75 horas.

Se analiza que la empresa en estudio se encuentra posicionada en el mercado, incluyendo la satisfacción total de sus clientes internos. Sin embargo, se identificó que tiene problemas en el área de productividad y procedimientos, basándose principalmente en el tiempo de ejecución del área de compras.

Amaya y Silva (2013) en su tesis titulada: *Optimización y mejora para el proceso de compras de una línea aérea*, para optar el título de Ingeniero Industrial por la Universidad de la Sabana Chía – Colombia (2013). Su principal objetivo fue conseguir la disminución de tiempos, costes y reclamos de los clientes tanto internos como externos de la organización. Se consideró como libro base teóricos al autor Montoya (2002) quien manifestó que el proceso de compras en las empresas se realiza con la única finalidad de formar actividades diarias, tales como magnitud, volumen y la calidad. La técnica empleada fueron las entrevistas y encuestas por parte de los responsables del área de compras en la empresa, quienes otorgaron la información necesaria para cumplir con el

análisis. Luego de distinguir el problema se recolectaron los tiempos por las diferentes actividades de cada categoría de compra, diagrama de flujo de clasificación de proveedores, diagramas de flujo de compras y del mismo modo la mejora de los procesos de compra, a través del estudio de un modelo de simulación (cuatro escenarios). Se concluyó que para la ejecución de estos escenarios se consideraron tiempos generales por cada actividad, por lo que dio como resultado un 30% de avance en la producción de la empresa.

Se analiza dentro del antecedente, la importancia en la satisfacción que le brindan a sus clientes internos y externos, valorando el tiempo, costos y generando reducción ante las quejas por parte de los clientes ya que ello impacta en la rentabilidad de la empresa.

### **1.2.2 Antecedentes nacionales**

Muñoz (2016) en su tesis titulada: *Mejora continua de procesos de compra en el sistema de abastecimiento de la red asistencial de ESSALUD-Junín*, para optar el grado académico de Doctor en Administración por la Universidad Nacional del Centro del Perú. Su primordial objetivo fue determinar la influencia en la mejora continua de los procesos de compra en el sistema de abastecimiento de la Red Asistencial de Essalud-Junín. Se consideró como libro base teóricos al autor Tozawa y Bodek (2002). La metodología fue de tipo aplicada, de nivel explicativo. Asimismo, el enfoque del estudio es cuantitativo, de corte transversal y presenta un diseño no experimental. La población constó de 350 personas y el muestreo fue empleado a 183 trabajadores entre directivos, funcionarios de nivel intermedio y personal administrativo. Así mismo la técnica utilizada fue principalmente la encuesta aplicando el cuestionario como instrumento. De acuerdo a sus resultados se puede observar que el 45.9% de la muestra está de acuerdo con que los procesos de compra en los últimos años hayan mejorado, 49.2% de la muestra que respondió al cuestionario aplicado es indiferente, es decir no está de acuerdo ni en desacuerdo con que exista mejora continua de procesos, asimismo un mínimo 2.2% considera no estar de acuerdo y el restante 2.7% afirma estar totalmente de acuerdo. Se concluyó que el proceso de compra influye positivamente en la mejora continua del sistema de abastecimiento de la Red Asistencial de Essalud-Junín., debido que a un bajo nivel de mejora continua de los procesos de compra, existe una deficiente gestión en el sistema de abastecimiento, lo cual fue demostrado mediante el cálculo de la media aritmética y la prueba Chi cuadrado es (124,316).

Se analizó que la mejora de procedimientos administrativos influye de manera positiva en una empresa. Asimismo, es bastante relevante que la empresa realice actualizaciones de sus procedimientos internos para que el desempeño de sus colaboradores sea más eficiente.

Espino (2016) en su tesis titulada: *Implementación de una mejora en la gestión de compras, para incrementar la productividad en un concesionario de alimentos en la ciudad de Lima*, para optar el título profesional de Ingeniero Industrial en la Universidad San Ignacio de Loyola. Su principal objetivo fue determinar la implementación y mejoramiento en la gestión de compras que realiza una pequeña empresa de concesionario de alimentos con la intención de aumentar la productividad. Se consideró como libro base teóricos al autor Vega de Ching B. (2011) quien manifestó que la gestión compras consiste en abastecer de modo ininterrumpido materiales, bienes y/o servicios, para incluirlos de manera directa o indirecta a la cadena de comercialización. La metodología de la investigación fue de tipo aplicada, de diseño no experimental. Por lo cual, se realizó un estudio teórico en el área de compras, con la utilización de diferentes herramientas, como la espina de Ishikawa y Pareto. La población estuvo conformada por 60 empleados del concesionario de alimentos, considerando como muestra a 30 empleados. Se utilizó la encuesta como técnica y se aplicó como instrumento el cuestionario. Se concluyó que gracias a la ejecución de la mejora en la gestión de compras se logró disminuir el costo de producción en un 26,42%, en cuanto a reducción de tiempos se obtuvo 1884 horas representando un 55,74%, simultáneamente al segmento de entrega de productos se optimizó la calidad y cantidad en 25,69%.

Se analizó mediante los estudios que existe un alto desarrollo de la empresa, donde en poco tiempo se pudo revertir los indicadores propuestos, generando una mejora y por ende el alcance de su rentabilidad.

Ortiz (2014) en su tesis: *Propuesta de mejora en la gestión de compras de una empresa textil de prendas interiores y exteriores femeninas en la ciudad de Lima*, para optar el título de Ingeniero Industrial por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Su principal objetivo fue reformar la gestión de compras de una microempresa textil de prendas íntimas femeninas en Lima. Se consideró como libro base teóricos a los autores Park, Shin y Chang (2010) quienes manifestaron sobre la importancia estratégica que posee la función de compras en sistema de gestión de relaciones con los proveedores. La

metodología fue de tipo aplicada, de diseño pre-experimental. Este procedimiento tuvo un tiempo de duración de aproximadamente 2 semanas y se formó como resultado un 191 de cumplimiento satisfactorio representando 94.85%, el cual generó una adecuada relación entre los integrantes de ambas áreas de la empresa, tanto del comprador como de los socios estratégicos. Esta propuesta consistió en aplicar y desarrollar el método SRM (Supplier Relationship Management) como salida a la problemática que existió sobre la poca cantidad de envolturas, ya que es un método que se basa únicamente a la expulsión o disminución de los orígenes que llevan al problema. Se concluyó que las ganancias aumentaron debido a la implementación de un sistema para gestionar las relaciones con los proveedores de la empresa, ya que se obtuvo un total de S/.14.500.000 por año, el cual representa un 5.15% de las utilidades, esto se dio a notar usando el método decisivo de las envolturas.

Se analizó que el control dentro de la organización tiene mucha relevancia con la gestión de compras de la empresa. Así mismo, es importante que los procedimientos internos de las empresas y la formación de los colaboradores se desarrollen de manera eficiente, generando así el aumento de su utilidad.

### **1.3 Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1 Proceso de Gestión de Compras**

Para Heredia (2013) definió que:

Adquisiciones consiste en abastecer de modo inagotable, los bienes y/o servicios, para agregarlos directa o indirectamente a todo el proceso productivo. Estos se otorgan en volúmenes adecuados, en el tiempo señalado, con el precio pactado y en las condiciones requeridas por el consumidor; en general, quiere decir que la entrega tiene que ser en el momento preciso y oportuno para no entorpecer los procesos productivos del comprador. (pp. 3-4)

Se entiende por proceso de gestión de compras que es un fragmento importante para un desarrollo óptimo de las organizaciones ya que tiene un impacto marcado en el logro de actividades de la empresa, porque se transforman en una fuente importante de abastecimiento y por ende los productos que se ofertaran en el mercado local.

Heredia dimensiona la variable en:

**Dimensión 1:** Compra nueva

Se entiende a compra nueva cuando en la empresa se realiza la adquisición de un nuevo artículo por primera vez a un proveedor con el que no se había trabajado antes.

**Dimensión 2:** Recompra modificada

Es decir, la empresa adquiere un producto nuevo a un proveedor con el que ya viene trabajando o compra un producto que ya había adquirido con anterioridad a un proveedor diferente.

**Dimensión 3:** Recompra Directa

Se entiende que recompra directa al ejercicio de compra donde el comprador vuelve a comprar un producto con características iguales y en contextos que anteriormente había adquirido, sin realizar modificaciones.

De acuerdo con Escriva, Savall y Martínez (2014) indicaron que:

La situación de obtener bienes o materia prima obligatorios para el avance del trabajo de la empresa, involucra poner en práctica una serie de etapas relacionadas que se inclinan en el instante que surgen las necesidades de abastecer los productos que ingresan al almacén y liquidar la factura de compra en el tiempo adecuado. El ciclo de adquisición de bienes o materia prima es la continuación temporal de labores y por ende se procede a dar inicio a la realización de compras.  
(p. 5)

Se entiende que la gestión de compras implica un conjunto de acciones que deben seguir las empresas para concretar una compra y de esta manera satisfacer sus necesidades del mejor modo.

Para Escudero (2014) indicó que:

El momento en que la empresa pretende adquirir bienes o contar con algún servicio teniendo que realizar un estudio de mercado actual, localizar las fuentes de abastecimiento, constatar y verificar los costos y servicios, entre otros; por ello

que varias organizaciones requieren de un departamento de compras el cual tiene como principal función contar con relaciones comerciales duraderas con los proveedores quienes son de suma importancia para el proceso productivo.

El proceso de gestión de compras es un medio complejo, que sobrepasa al acuerdo con el proveedor y el trámite administrativo. En donde una gestión de compras en óptimas condiciones dentro de la empresa, logra brindar una satisfacción al consumidor, en cuanto volumen y tiempo, en ahorro de costos, y el alcance de la mejora inmediata, puesto que la gestión del área de compras es decisiva para que la empresa obtenga el fracaso o el éxito en el tiempo. (p. 45)

Se entiende que la gestión de compras no está considerada como una actividad para las organizaciones ya que constituye un componente estratégico de gran importancia. Su fin primordial es seleccionar a los proveedores más capaces y competentes para poder suministrar los mejores productos y servicios, a un excelente valor total y con ello obtener los mejores resultados del área.

Asimismo, el autor Sangri (2014) nos menciona la definición, importancia y ética de las compras (véase en el anexo 03).

De la misma manera, el autor Tecnológico Nacional (2017) nos refiere los objetivos de las compras (véase en el anexo 4).

## **1.4 Formulación del problema**

### **1.4.1 Problema general**

¿Cuál es el nivel del proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018?

### **1.4.2 Problemas específicos**

#### **Problemas específico 1**

¿Cuál es el nivel de compra nueva de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018?

## **Problemas específico 2**

¿Cuál es el nivel de recompra modificada de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018?

## **Problemas específico 3**

¿Cuál es el nivel de recompra directa de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018?

## **1.5 Justificación del estudio**

### **1.5.1 Justificación teórica**

Valderrama (2015) detalla:

La intranquilidad que tiene un estudioso por ahondar en uno o diferentes enfoques que estudian el problema que se desea explicar. Es por eso que se parte de esos enfoques para discernir o hallar otras definiciones que cambien o mejoren el discernimiento inicial (p.140).

Bernal (2010) refiere que, “En todo estudio de investigación existe una justificación teórica cuando el propósito de esta es crear meditación y cuestionamiento académico sobre el conocimiento, cotejar las teorías, comprobar los resultados alcanzados y examinar la creación del conocimiento” (p.106).

La presente investigación buscó detallar la variable, para ello se utilizarán libros y catálogos que respaldan y amplían el estudio de investigación con el único propósito de crear mayor sabiduría y especificar cuáles son los elementos e instrumentos que ayudan a dar solución a la problemática que existe en el Departamento de Compras, de tal modo que sirva como referencia para los próximos trabajos de investigación.

### **1.5.2 Justificación metodológica**

Valderrama (2015) refiere que “Esta justificación sugiere la aplicación de métodos y técnicas tales como instrumentos y su empleo mediante las encuestas, fórmulas



matemáticas; que contribuirán como aporte a la investigación en estudio y también la utilización en otras investigaciones” (p.140).

Según Bernal (2010) alude que “El estudio científico se presenta cuando el proyecto a estudiar plantea un nuevos métodos y estrategias para crear conocimiento verídico y confidencial” (p.107).

En este estudio se utilizó como instrumento de medición el cuestionario, lo cual nos permitió obtener los resultados para consecutivamente interpretarlos y poder elaborar estrategias, de igual manera se estudiaron los métodos estadísticos a emplear.

### **1.5.3 Justificación económica**

Según Carrasco (2010) indicó que “consiste en aquellos beneficios que los resultados de la investigación logran para la población, puesto que compone una base primordial y lugar de inicio para ejecutar proyectos sociales y económicos para la sociedad” (p.120).

La presente investigación permitió perfeccionar el proceso de gestión de compras de Cencosud Retail Perú S.A. por medio de las indicaciones implantadas y fundamentadas en las doctrinas científicas, las cuales permitieron ayudar a conservar un sobresaliente nivel de compras y un exhaustivo control de procedimientos, con ello conseguir la satisfacción total de los clientes existentes y potenciales.

### **1.5.4 Justificación práctica**

Según Bernal (2010) indicó que “la justificación práctica se debe realizar cuando el avance del estudio de investigación ayuda a solucionar un problema o al menos, plantea estrategias que al emplearse ayudarían a concluirlo” (p.106).

Esta investigación se realizó porque existe la necesidad de mejorar el nivel del proceso de gestión de compras de Cencosud Retail S.A., para ello se describió y analizó el problema o se proyectaron estrategias que ayudaron a dar solución a los mismos en caso se presenten. Además es práctica porque generó información que podrá servir de referencia para mejorar el área.

### **1.5.5 Justificación social**

La presente investigación permitió brindar estrategias que ayudaran a mejorar los procesos de gestión de compras de la empresa Cencosud Retail S.A., utilizando de forma apropiada el manejo del sistema informático de la empresa y en beneficio de la misma, los cuales se notaran con el aumento de la rentabilidad. Del mismo modo fueron beneficiados los colaboradores y proveedores de la empresa mediante el incremento de beneficios económicos y sociales.

### **1.6 Objetivos**

#### **1.6.1 Objetivo general**

Identificar el nivel del proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018.

#### **1.6.2 Objetivos específicos**

##### **Objetivo específico 1**

Identificar el nivel de compra nueva de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018.

##### **Objetivo específico 2**

Identificar el nivel de recompra modificada de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018.

##### **Objetivo específico 3**

Identificar el nivel de recompra directa de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018.

## **II. MÉTODO**

## **2.1. Diseño de investigación**

### **Enfoque de investigación**

Cuantitativo

Valderrama (2015) indicó que “este enfoque se diferencia de otros por destinar la recolección de datos y su estudio, para hacer frente a la manifestación del problema investigado; además utiliza procesos o formas estadísticas para comprobar si es verdad o falsa la hipótesis” (p. 106).

El presente trabajo cuenta con un enfoque cuantitativo ya que se desea recoger y analizar información por medio de la encuesta, del mismo modo se intenta interpretar los resultados mediante la estadística y con ello obtener veracidad en la investigación.

### **Tipo de investigación**

Sustantiva

Sánchez y Reyes (2015) refieren:

“Responde problemas de teoría o propios y está destinada a expresar, pronosticar o describir la situación real, por lo tanto, busca constituir una teoría científica por medio de manuales y leyes universales” (p. 45).

El actual estudio fue de tipo sustantiva porque busca responder las dificultades teóricas y estuvo orientada a describir, explicar y predecir.

### **Nivel descriptivo**

Simple

Sánchez y Reyes (2006) indican que el nivel descriptivo simple “es aquella en la que el investigador indaga y recolecta información moderna en relación a una situación previamente definida que representa el fin del estudio, no representando la gestión o revisión de los procedimientos” (p. 117).

Este trabajo titulado “Proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018.” fue de nivel descriptivo simple ya que intenta describir las peculiaridades de la variable.

### **Diseño de investigación**

No experimental

Valderrama (2014) indicó que “este diseño se realiza sin falsear las variables individuales, cuando los hechos o actos ya ocurrieron antes del estudio de estas” (p. 178).

El presente trabajo “Proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018.” tiene un diseño no experimental puesto que en su estudio no se manipuló la variable.

### **Corte de investigación**

Transversal

Hernández, Fernández y Baptista (2014) refieren que “Aquellos modelos de estudio transversal recopilan información en un tiempo determinado. Su finalidad es especificar la variable, explorar su predominio y congruencia en un periodo fijo y de modo compatible”. (p. 154).

Esta investigación “Proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018.” fue de corte transversal debido a que estudió en un solo instante el nivel de la variable.

## **2.2. Variable, Operacionalización**

### **Variable: Proceso de gestión de compras**

Según Heredia (2013) especificó:

Adquisiciones consiste en abastecer de modo inagotable, los bienes y/o servicios, para agregarlos directa o indirectamente a todo el proceso productivo. Estos se otorgan en volúmenes adecuados, en el tiempo señalado, con el precio pactado y en las condiciones requeridas por el consumidor; en general, quiere decir que la

entrega tiene que ser en el momento preciso y oportuno para no entorpecer los procesos productivos del comprador. (pp. 3-4).

### **Definición operacional**

De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014) precisaron que “son las operaciones y acciones que se desenvuelven para evaluar la variable” (p. 120).

En el presente trabajo, la variable “Proceso de gestión de compras” será evaluada por medio de las dimensiones tales como: compra nueva, recompra modificada y recompra directa; las cuales fueron propuestas por Heredia (2013).

Tabla 1.

*Matriz de Operacionalización de la variable Proceso de gestión de compras*

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Instrumento	Escala de Medición	Nivel y rango de la dimensión	Nivel y rango de la variable
<b>Variable: Proceso de gestión de compras</b>	Adquisiciones consiste en abastecer de modo inagotable, los bienes y/o servicios, para agregarlos directa o indirectamente a todo el proceso productivo. Estos se otorgan en volúmenes adecuados, en el tiempo señalado, con el precio pactado y en las condiciones requeridas por el consumidor; en general, quiere decir que la entrega tiene que ser en el momento preciso y oportuno para no entorpecer los procesos productivos del comprador. (Heredia, 2013, pp. 3-4).	La variable proceso de gestión de compras será medida por las dimensiones: compra nueva, recompra modificada y recompra directa.	Compra nueva	Pedidos nuevos	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	Siempre (5)	Muy eficiente 55-75	
				Alternativas de suministros	11, 12, 13, 14, 15		Poco eficiente 35-54	
				Volumen de pedido	16,17		Ineficiente 15-34	
			Recompra modificada	Características del producto	18	Casi siempre (4)	Muy eficiente 22-30	Muy eficiente 110-150
				Fecha de entrega	19	A veces (3)	Poco eficiente 14-21	Poco eficiente 70-109
				Condiciones de pago	20, 21	Casi Nunca (2)	Ineficiente 6-13	Ineficiente 30-69
			Recompra directa	Proveedores	22, 23, 24, 25, 26, 27	Nunca (1)	Muy eficiente 33-45	
				Fecha de entrega directa	28, 29		Poco eficiente 21-32	
				Condiciones de pago directa	30		Ineficiente 9-20	

## **2.3. Población y muestra**

### **Población**

Valderrama (2015) refiere que “es la agrupación de medidas de la variable estudiada, dentro de los elementos de la naturaleza, a esto se llama población estadística” (p.182).

La presente investigación consideró como población a 30 colaboradores del área de almacén de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres del distrito de San Juan de Lurigancho.

### **Muestra**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2015) manifestaron que “es un pequeño grupo que representa una parte de la población total en el cual se recolectarán datos, donde se define y determina con precisión los datos estadísticos” (p. 173).

En el presente trabajo se realizó una muestra de forma censal puesto que se considera que el 100% de la población simboliza una cantidad adaptable de personas. De tal manera que la muestra está compuesto por 30 colaboradores del área de almacén de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres del distrito San Juan de Lurigancho.

Se puede definir al censo como un conteo de la población de un país cada cierto tiempo; en este estudio demográfico, se muestran datos importantes para los institutos de estadística nacionales, a fin de comprobar la cantidad de personas que existe por región y que necesidades o características específicas tienen las viviendas en las que habitan.

## **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **Técnicas**

Según Bernal (2010):

Existen distintas técnicas o instrumentos para la recopilación de fundamentos de un estudio específico. Se implementan las metodologías oportunas de acuerdo con el procedimiento y el tipo de investigación que se realizará (p. 192).



Para esta investigación se utilizó como técnica la encuesta con el fin de recolectar datos de forma confiable y precisa de acuerdo a la variable. A su vez, se aplicó el cuestionario como instrumento que nos brindará la información requerida.

### **Instrumentos**

Para Valderrama (2015) el investigador selecciona y recolecta información como: pruebas, investigaciones o manuales, de forma semántica; Likert, Guttman, Checklist, también el registro de referencia de protección (FDS gestión de inventarios), entre otros (p.195).

En este trabajo se manejó un informe de cuestionario que incluyó 30 preguntas para la variable “Proceso de gestión de compras”, el cual tuvo como objetivo recolectar información.

### **Validez**

La Torre (señalado por Valderrama, 2015, p.206) “define a la validez como el nivel con que se miden los rasgos, características o dimensiones que se pretenden calcular. Dicha validez se origina en diferentes niveles y es importante la determinación de los tipos de validez para su respectiva evaluación”.

El autor nos indica que la validez implica que los representantes del jurado manifiesten su decisión en cuanto al cumplimiento de la investigación, es por ello que son quienes validan el instrumento.

Tabla 2.

#### *Validación de juicio de expertos*

N°	Experto	Aplicable
Experto 1.	Godofredo Illa Sihuincha	Aplicable
Experto 2.	Lupe Graus Cortes	Aplicable
Experto 3.	Nerio Janampa Acuña	Aplicable

## Confiabilidad

Según Hernández (2014) refiere que “la veracidad y medición de un instrumento da como referencia que su aplicación repetida provoca resultados idénticos” (p.200).

Valderrama (2015) indica que “para medir la confiabilidad o la igualdad del instrumento, es frecuente utilizar el coeficiente de Alfa de Cronbach. El mencionado factor muestra distintos valores entre 0 y 1, de los cuales “0” representa confiabilidad nula y “1” confiabilidad total” (p.218).

En esta investigación los resultados de confiabilidad detallan con exactitud qué tan confiables son, así mismo brinda veracidad y por ello se utilizará el alfa de Cronbach.

Tabla 3.

### *Niveles de confiabilidad*

<b>Valores</b>	<b>Nivel</b>
De -1 a 0	No es confiable
De 0,01 a 0,49	Baja confiabilidad
De 0,5 a 0,75	Moderada confiabilidad
De 0,76 a 0,89	Fuerte confiabilidad
De 0,9 a 1	Alta confiabilidad

Para (Hogan, 2004) La escala de valores de confiabilidad está precisada por las cifras antes indicadas. El resultado obtenido fue: 0,902

Tabla 4.

### *Estadística de fiabilidad de proceso administrativo*

Alfa de Cronbach	N° de ítems
0.902	30

El resultado nos muestra la confiabilidad de nuestro instrumento, por ende, el nivel es de alta confiabilidad.

## **2.5. Métodos de análisis de datos**

Según Valderrama (2015) indica que “los resultados cuantitativos definen el por qué destinar la recopilación de datos y estudio de la información hacen frente a la problemática; también se emplean procedimientos o formas estadísticas para poder comprobar si la hipótesis es verdadera o falsa” (p. 106).

Dichos resultados que se obtuvieron en la encuesta fueron estudiados bajo el programa de estadísticas (SPSS), en su versión 23.

## **2.6. Aspectos éticos**

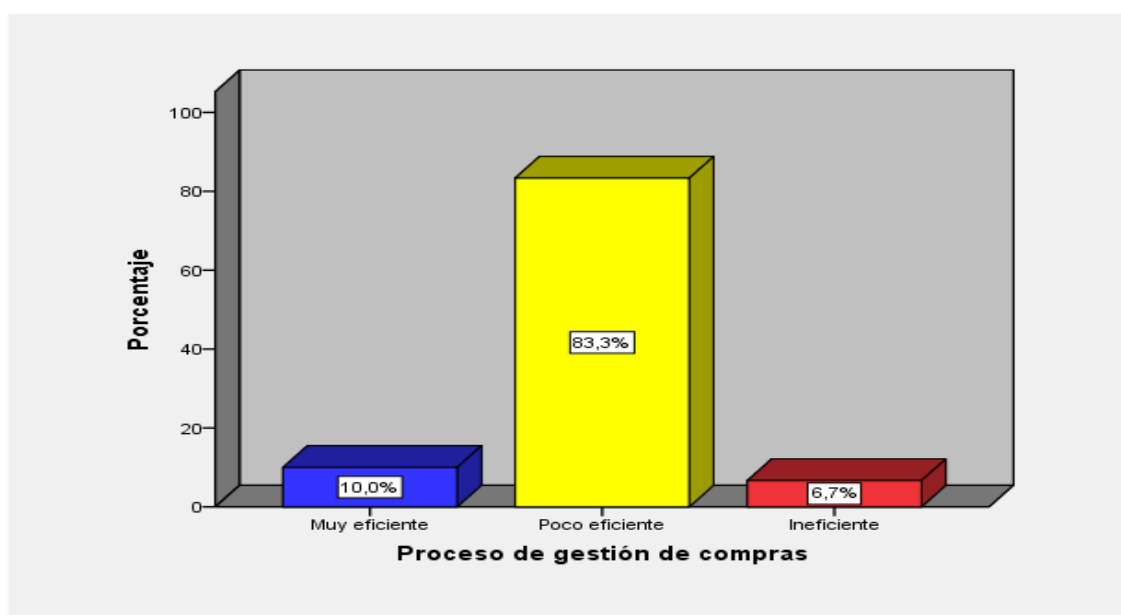
En el presente estudio se empleó principios de carácter ético que estuvieron desarrollados bajo la aplicación de las normas APA otorgado por la Universidad César Vallejo, de tal modo que las referencias utilizadas respetan los derechos propios del autor, por lo tanto, citaremos con cautela los textos facilitados.

### **III. RESULTADOS**

Tabla 5.

*Descripción de frecuencias de los niveles de la variable proceso de gestión de compras*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy eficiente	3	10,0
	Poco eficiente	25	83,3
	Ineficiente	2	6,7
	Total	30	100,0



*Figura 1.* Descripción de porcentajes de los niveles de la variable proceso de gestión de compras

En la tabla 5 y figura 1 se observa que luego de aplicar la encuesta a un total de 30 colaboradores de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho; donde el 83% de ellos indicó que el proceso de gestión de compra es poco eficiente; así mismo el 10% señaló que esta planeación es muy eficiente y el 7% de ellos consideraron que este tipo de planeación es ineficiente. Es decir que, para la gran mayoría de colaboradores el proceso de gestión de compras no logra alcanzar los resultados esperados.

Tabla 6.

*Descripción de frecuencias de los niveles de la dimensión compra nueva*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy eficiente	3	10,0
	Poco eficiente	24	80,0
	Ineficiente	3	10,0
	Total	30	100,0

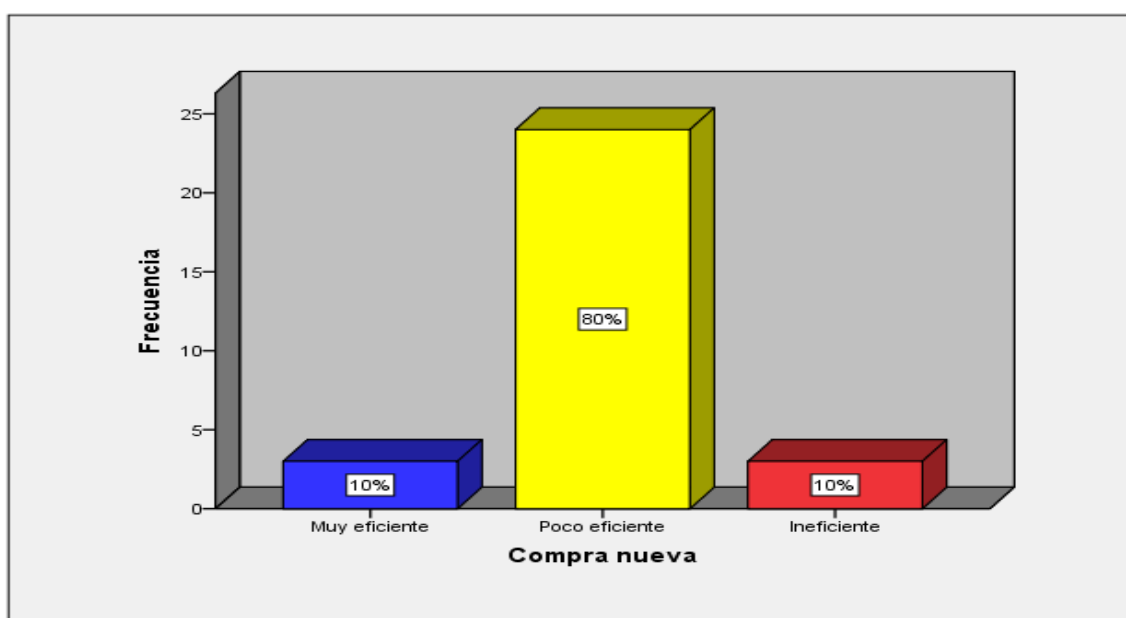


Figura 2. Descripción de porcentajes de los niveles de la dimensión compra nueva

En la tabla 6 y figura 2 se tienen el detalle de los resultados obtenidos al aplicar la encuesta a un total de 30 colaboradores de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho; donde el 80% de ellos consideró que el proceso de compra nueva es poco eficiente; así mismo el 10% señaló que el proceso de compra nueva es muy eficiente y el otro 10% restante consideraron que el proceso de compra nueva es ineficiente. Es decir que, casi el total de colaboradores considera que el proceso de compra nueva no logra cubrir las expectativas de la empresa.

Tabla 7.

*Descripción de frecuencias de los niveles de la dimensión recompra modificada*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy eficiente	9	30,0
	Poco eficiente	18	60,0
	Ineficiente	3	10,0
	Total	30	100,0

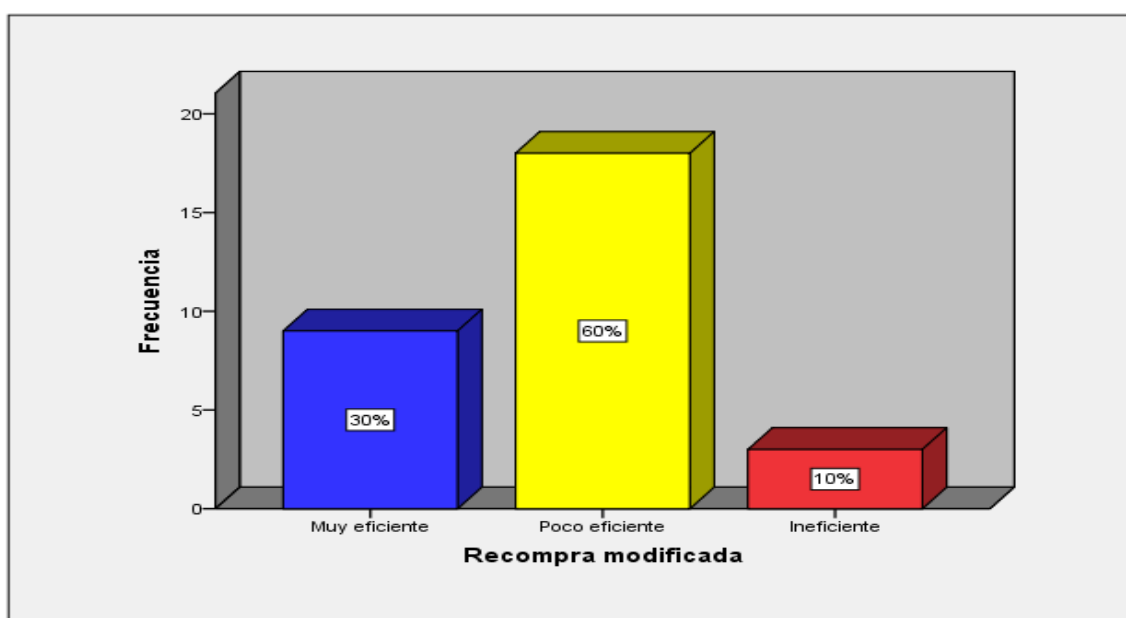


Figura 3. Descripción de porcentajes de los niveles de la dimensión recompra modificada

En la tabla 7 y figura 3 se describen los resultados obtenidos luego de aplicar la encuesta a un total de 30 colaboradores de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho; donde el 60% de ellos consideró que el proceso de recompra modificada es poco eficiente; así mismo el 30% señaló que este proceso de recompra modificada es muy eficiente y el 10% restante consideraron que el proceso de recompra modificada es ineficiente. Es decir que, para algo más de la mitad de trabajadores de la empresa este proceso no alcanza la eficiencia que requiere la empresa.

Tabla 8.

*Descripción de frecuencias de los niveles de la dimensión recompra directa*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy eficiente	12	40,0
	Poco eficiente	15	50,0
	Ineficiente	3	10,0
	Total	30	100,0

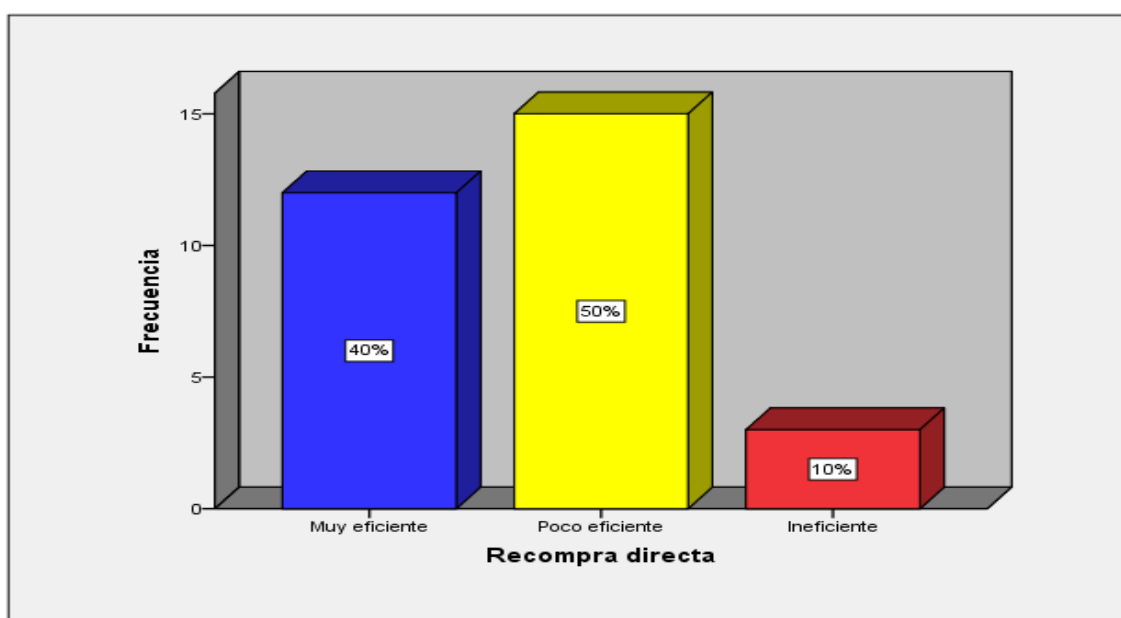


Figura 4. Descripción de porcentajes de los niveles de la dimensión recompra directa

En la tabla 8 y figura 4 se observa que luego de aplicar la encuesta a un total de 30 colaboradores de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho; se obtuvo que el 50% de ellos indicó que el proceso de recompra compra es poco eficiente; así mismo el 40% señaló que este proceso se lleva acabo de manera muy eficiente y el 10% de ellos consideraron que este tipo de proceso se cumple de manera ineficiente. Es decir que, según el criterio de los colaboradores de esta empresa el proceso de recompra es considerado como poco eficiente y muy eficiente respectivamente, por lo que el aspecto del proceso de compra que mejor impacto genera en los colaborador



#### **IV. DISCUSIÓN**

El reciente trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar el nivel del proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, en el periodo 2018. Luego de desarrollar la técnica y aplicar los instrumentos para recolectar datos se cumplió con dicho objetivo, donde, de un total de 30 colaboradores de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho; el 83% de ellos indicó que el proceso de gestión de compra es poco eficiente; Es decir que, para la gran mayoría de colaboradores el proceso de gestión de compras no logra alcanzar los resultados esperados. De ahí que, es necesaria la implementación de planes de mejora como fue el caso del estudio de Amaya y Silva (2013) en su tesis denominada: Optimización y mejora para el proceso de compras de una línea aérea, donde se concluyó que se obtuvo como resultado un 30% de avance en la productividad de la empresa debido a que se optimizaron los tiempos del proceso de compras. Estas evidencias demuestran que la gestión de compras, por un lado, afecta a la productividad y por otro lado, requiere de la implementación de estrategias y planes que permitan incrementar el nivel de eficiencia. Esta formación se fortalece con los resultados de la investigación de Muñoz (2016) denominada Mejora continua de procesos de compra en el sistema de abastecimiento de la red asistencial de Essalud-Junín. En donde se puede observar que el 45.9% de la muestra está de acuerdo con que los procesos de compra en los últimos años han mejorado, gracias a la ejecución del plan de mejora continua del proceso, que a su vez logra influir positivamente en el sistema de abastecimiento en la Red Asistencial de Essalud Junín. Además, existen evidencias en donde se puede observar que cuando el nivel de mejora continua de los procesos de compra es bajo, existe un nivel deficiente de gestión en el sistema de abastecimiento. Es necesario, que la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho implemente planes y estrategias que permitan revertir la cifra del 83% de trabajadores que consideran que los procesos de gestión de compra presentan deficiencias o es poco eficiente en esta organización. Para ello, se puede tomar como base la teoría de Heredia (2013) que define a este proceso como el proceso de abastecer de modo inagotable, los bienes y/o servicios, para agregarlos directa o indirectamente a todo el proceso productivo.

En cuanto al objetivo específico 1: se buscó determinar el nivel de compra nueva de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, logrando establecer que de 30 colaboradores de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho; el 80% de ellos consideró que el proceso de compra nueva es poco

eficiente. Es decir que, casi el total de colaboradores considera que el proceso de compra nueva no logra cubrir las expectativas de la empresa. Este resultado se convalida con el estudio de Vásquez (2015) cuyo título fue Diseño de un manual de gestión de compras y procedimientos para la evaluación y calificación de proveedores caso: Pasamanería S.A., donde se dio como conclusión que el plan del manual de gestión de compras y procedimientos en los cuales se evaluaría y calificaría el desempeño de los proveedores presentaron significativas mejoras en relación al modo en que se efectuaba el proceso de compras de la organización, en general, los progresos mostrados en las propuestas se encuentran adaptadas a la situación actual del proceso que realiza el área de compras de la organización, por ende al implementar las propuestas se obtendrá una plataforma concreta para seleccionar y controlar a los proveedores, ya que son sumamente importantes para las acciones productivas de la empresa. Se puede evidenciar la necesidad de que no solo se agilice la gestión de compra nueva y que para ello se pueda contar con un manual específico, si no que dicho manual debe ser adecuado y contextualizado a la realidad de la empresa. Contar con métodos para gestionar las compras es una de las experiencias beneficiosas que se puede verificar en el estudio de Ortiz (2014) denominado Propuesta de mejora en la gestión de compras de una empresa textil de prendas interiores y exteriores femeninas en la ciudad de Lima. Se concluyó que las ganancias aumentaron debido a la implementación de un sistema para gestionar las relaciones con los proveedores de la empresa, ya que se obtuvo un total de S/.14.500.000 por año, el cual representa un 5.15% de las utilidades, esto se dio a notar usando el método decisivo de las envolturas. En este proceso es necesario tener en cuenta la teoría de Heredia (2013) quien indica que la gestión de compra nueva radica en la ejecución de nuevos pedidos aun cuando no ha existido enlace comercial con el proveedor debido a que se quieren conocer opciones nuevas de suministro o cuando se desea incursionar en técnicas de desarrollo y diversificación del bien. Esto prueba claramente que las acciones que se implementen dentro del manual de gestión de compra nueva deben priorizar la relación con los proveedores y los procesos que se llevaran a cabo para que el producto sea entregado de manera oportuna, minimizando tiempos y realizando procesos que terminen transformados en ahorro para la empresa.

En referencia al objetivo específico 2: se orientó a determinar el nivel de recompra modificada de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho. En referencia a ello se pudo detallar que de un total de 30 colaboradores de la empresa

Cencosud S.A. Metro Próceres, el 60% consideró que el proceso de recompra modificada es poco eficiente; así mismo el 30% señaló que este proceso de recompra modificada es muy eficiente. Es decir que, para algo más de la mitad de trabajadores de la empresa este proceso no alcanza la eficiencia que requiere la empresa, sin embargo, existe un tercio de ellos que lo considera muy eficiente. Estos porcentajes se reflejan claramente en el estudio de Espino (2016) titulado Implementación de una mejora en la gestión de compras para incrementar la productividad en un concesionario de alimentos en la ciudad de Lima. Donde gracias a la ejecución de la mejora en la gestión de compras se logró disminuir el costo de producción en un 26,42%, en cuanto a reducción de tiempos se obtuvo 1884 horas representando un 55,74%, simultáneamente al segmento de entrega de productos se optimizó la calidad y cantidad en 25,69%. Tomando en consideración la teoría de Heredia (2013) que define como característica de la gestión de compras es cuando ya se ha creado un trato comercial con el proveedor y se cambian o modifican los contextos de la compra, tanto en volumen de pedido, particulares del producto, fecha y/o lugar de entrega y medios de pago. Se puede afirmar que, si en base a esa relación se lleva a cabo un reajuste en los tiempos, se incrementara la cantidad de productos entregados por el proveedor, lo que significaría un menor costo en mano de obra, transporte y sobre todo se eliminaría los tiempos de desabastecimiento de productos dentro de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho.

En cuanto al objetivo específico 3: se ha orientado a determinar el nivel de recompra directa de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho. En cuanto a ello los resultados logrados luego de encuesta a 30 trabajadores de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, donde el 50% de ellos indicó que el proceso de recompra directa es poco eficiente; así mismo el 40% señaló que este proceso se lleva a cabo de manera muy eficiente. Es decir que, según el criterio de los colaboradores de esta empresa el proceso de recompra es considerado como poco eficiente y muy eficiente respectivamente, por lo que resulta ser el aspecto del proceso de compra que mejor impacto genera en los colaboradores esto demuestra que para la mitad de los colaboradores es beneficioso para la empresa seguir con los contratos estipulados con los proveedores, a su vez otros consideran que se debe realizar modificaciones sobre todo en lo referente a fecha, lugar de entrega y condiciones de pago. La postura de los trabajadores que consideran necesario la modificación de las condiciones de los

proveedores y la empresa se puede evidenciar claramente en el estudio de Parra (2014) denominado Mejoramiento de los procesos del área de compras a través del estudio del trabajo en la empresa Laboratorios Seres Ltda, donde se concluyó que al aplicar metodologías y períodos en el área de compras de la empresa Laboratorios Seres Ltda., se consiguió elevar la producción y los procedimientos, debido a que se obtuvo la minimización de 19.28% del tiempo total de las operaciones en el área de compras, lo cual refiere que la aplicación de esta mejora fue positiva. Así mismo, se recomienda que la empresa deba realizar evaluaciones constantemente a sus procedimientos, para determinar la evolución de los procesos y seguir con la mejora continua. Como se puede observar, existen distintos mecanismos y herramientas que aplicadas a la gestión de recompra directa, permiten elevar el nivel de eficiencia al interior de la empresa. Para ello es necesario que se tome en cuenta las teorías de Heredia (2013) donde se indica que esta recompra existe cuando se crean acuerdos comerciales con proveedores que ya se conocen y por lo tanto no se modifican las condiciones pactadas anteriormente, referido a las características de los productos, la fecha y/o lugar de entrega y los medios de pago. Esta opción se muestra cuando se conoce al proveedor. Esta teoría nos brinda la oportunidad comprender mejor el proceso de recompra directa y las acciones o mecanismos que para la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho necesita.

## **V. CONCLUSIÓN**

Luego de procesar estadísticamente los datos y analizarlos al detalle, se llegó a las siguientes conclusiones:

**Primero:** Existen evidencias para determinar que para la gran mayoría de colaboradores el proceso de gestión de compras no logra alcanzar los resultados esperados. Ello debido a que de un total de 30 colaboradores de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho; el 83% de ellos indicó que el proceso de gestión de compra es poco eficiente; así mismo el 10% señaló que esta planeación es muy eficiente y el 7% de ellos consideraron que este tipo de planeación es ineficiente.

**Segundo:** Se logró determinar que casi el total de colaboradores considera que el proceso de compra nueva no logra cubrir las expectativas de la empresa. Debido a que el 80% de los colaboradores de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, consideró que el proceso de compra nueva es poco eficiente; así mismo el 10% señaló que el proceso de compra nueva es muy eficiente y el otro 10% restante consideraron que el proceso de compra nueva es ineficiente.

**Tercero:** Se pudo determinar que, para algo más de la mitad de trabajadores de la empresa el proceso de recompra modificada no alcanza la eficiencia que requiere la empresa. Así lo indicaron el 60% de los colaboradores de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho consideró que el proceso de recompra modificada es poco eficiente; así mismo el 30% señaló que este proceso de recompra modificada es muy eficiente y el 10% restante consideraron que el proceso de recompra modificada es ineficiente.

**Cuarto:** Se logró determinar que, según el criterio de los colaboradores de esta empresa el proceso de recompra es considerado como poco eficiente y muy eficiente respectivamente, por lo que resulta ser el aspecto del proceso de compra que mejor impacto genera en los colaboradores. Esto debido a que de un total de 30 colaboradores de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho; el 50% de ellos indicó que el proceso de recompra compra es poco eficiente; así mismo el 40% señaló que este proceso se lleva

acabo de manera muy eficiente y el 10% de ellos consideraron que este tipo de proceso se cumple de manera ineficiente.



## **VI. RECOMENDACIONES**

En base a los resultados nos permitimos recomendar lo siguiente:

**Primero:** Debido a que la gestión de compras afecta a la productividad y por ende a la rentabilidad de la empresa, se recomienda establecer un mecanismo de mejora continua, a través de capacitaciones tanto al personal del departamento de compras como aquellos que desempeñan su labor en tienda, de la misma manera a los proveedores, entre otros. Buscando el logro de mejora de la percepción del colaborador de Cencosud Retail.S.A., quien considera a este proceso como deficiente.

**Segundo:** Se sugiere llevar a cabo una implementación del sistema de gestión de vínculos con los proveedores nuevos. De esta manera se podrá incorporar a aquellos proveedores que contribuyan con el incremento de la rentabilidad de la empresa, ya que gracias al desempeño de los proveedores nuevos se podrá acceder a nuevas ventajas competitivas y se estará a la par de la competencia.

**Tercero:** Se recomienda realizar un ajuste en los tiempos de entrega de los productos por parte de los proveedores, ya que son ellos los principales abastecedores y responsables de la calidad, producción y distribución de los productos; con todo ello se evitará el desabastecimiento; ya que la entrega a destiempo puede generar pérdidas económicas para la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres de San Juan de Lurigancho.

**Cuarto:** Se debe implementar nuevas políticas de gestión de compras para los proveedores antiguos a fin de que implementen nuevos mecanismos de mejora en cuanto al abastecimiento de productos para la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres de San Juan de Lurigancho, siempre manteniendo los estándares de calidad, en el tiempo acordado y condiciones establecidas.

## **VII. REFERENCIAS**

- Amaya, D. y Silva, J. (2013). *Optimización y mejora para el proceso de compras de una línea aérea*. (Título de Ingeniero Industrial). Universidad de la Sabana Chía-Colombia. Recuperado de <https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/9755/Jos%25C3%25A9%2520Miguel%2520Silva%2520Cano%2520%2528TESIS%2529.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy&ved=2ahUKEwj-0JH614nfAhXJnJAKHYu8BqgQFjAAegQIBBAB&usg=AOvVaw3IzE93XgcDF9p9e6NSMLI4>
- Ayala, J. (2017) *Gestión de compras. Selección de proveedores*. 1° ed. España: Editorial Editex S.A.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación: administración, económica, humanidades y ciencias sociales*. (3°ed.) Colombia: Pearson Educación.
- Carrasco, S. (2007). *Metodología de la investigación científica. Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: Editorial San Marcos.
- Escriva, J., Savall, V. y Martínez, A. (2014). *Gestión de compras*. 1° ed. España: McGraw Hill Educación. Recuperado de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448193601.pdf>
- Escudero, M. (2014). *Gestión de Compras*. 1° ed. Madrid, España: Ediciones Paraninfo.
- Espino, E. (2016). *Implementación de una mejora en la gestión de compras, para incrementar la productividad en un concesionario de alimentos en la ciudad de Lima*. (Título Profesional de Ingeniero Industrial). Universidad San Ignacio de Loyola-Perú.
- Díaz, O y Gutiérrez, E. (2014). *La industria de la confección en tres localidades, producción a la mexicana*. Disponible en <http://132.248.9.34/hevila/Compendium/2014/no32/1.pdf>
- Diógenes, Q. (2017). *Análisis de los factores que toman en cuenta los consumidores de indumentaria deportiva frente al mercado oferente del Municipio de Sucre*. Disponible en [http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?pid=S2521-27372017000100004&script=sci\\_arttext&tlng=es](http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?pid=S2521-27372017000100004&script=sci_arttext&tlng=es)

- Gil, M. y Giner, F. (2010) Como crear y hacer funcionar una empresa. 8° ed. España: Esic Editorial
- Gómez, J. (2013). Gestión Logística y Comercial. Recuperado de <https://www.freelibros.org/administracion/gestion-logistica-y-comercial-juan-miguel-gomez-aparicio.html>
- Gómez, M. (2006) Introducción a la metodología de la investigación científica 1° ed. Argentina: Editorial Brujas S.A.
- Heredia (2013). Gerencia de compras. 2° ed. Bogotá: ECOE EDICIONES. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=mb3aQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+compras+pdf&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiRgsKqnbPbAhWMvVMKHTvODgoQ6AEIODAD#v=onepage&q=gestion%20de%20compras&f=false>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill Education.
- Ibáñez, K. (2013). Intervención farmacéutica sobre la gestión de suministro de medicamentos en la microred de salud “El Bosque” de Trujillo, Perú. Recuperado de <file:///C:/Users/ZULY/Downloads/572-1244-1-PB.pdf>
- Iplacex (2017). Compras y abastecimiento. Recuperado de <http://biblioteca.iplacex.cl/MED/Compras%20y%20abastecimiento.pdf>
- López, J. (1999). Procesos de Investigación. Caracas: Editorial Panapo.
- Martínez, E. (2007) Gestión de compras. Negociación y estrategias de aprovisionamiento. 4° ed. España: Fundación Confemetal.
- Montoya, A. (2010) Administración de compras. Quien compra bien, vende bien. 3° ed. Bogotá: Ecoe Ediciones
- Muñoz, M. (2016). *Mejora continua de procesos de compra en el sistema de abastecimiento de la red asistencial de ESSALUD-Junín*. (Grado académico de

- Doctor en Administración). Universidad Nacional del Centro del Perú.  
Recuperado de <http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/UNCP/4125>
- Ortiz, J. (2014). Propuesta de mejora en la gestión de compras de una empresa textil de prendas interiores y exteriores femeninas en la ciudad de Lima. (Título de Ingeniero Industrial). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas -Perú.
- Parra, M. (2014). *Mejoramiento de los procesos del área de compras a través del estudio del trabajo en la empresa Laboratorios Seres Ltda.* (Título de Ingeniero Industrial). Universidad Autónoma de Occidente, Santiago de Cali – Colombia.  
Recuperado de <http://docplayer.es/5640849-Mejoramiento-de-los-procesos-del-area-de-compras-a-traves-del-estudio-del-trabajo-en-la-empresa-laboratorios-seres-ltda-michael-parra-bermudez.html>
- Peña, O y Silva, R. (2016). Factores incidentes sobre la gestión de sistemas de inventario en organizaciones venezolanas. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/993/99345727003.pdf>
- Ramírez, J. (2017). Logística. Recuperado de <https://app.box.com/s/t6ja00ww5p7duxdit9upcq39omm4btc1>
- Salas, K; Miguel, H y Acevedo, J. (2017). Metodología de Gestión de Inventarios para determinar los niveles de integración y colaboración en una cadena de suministro. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/772/77252418014.pdf>
- Sánchez, C. y Reyes, C. (2015). Metodología y diseño en la investigación científica. Lima: San Marcos.
- Sangri (2014). Gestión de compras. Adquisiciones y abastecimiento. 1 ° ed. México: Grupo Editorial Patria.
- Tamayo, M. (2014) El proceso de investigación científica 4° ed. México: Limusa
- Valderrama, S. (2015). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica.* Lima: Editorial San Marcos.
- Vásquez, P. (2015). *Diseño de un manual de gestión de compras y procedimientos para la evaluación y calificación de proveedores caso: Pasamanería S.A. Ecuador-*

2015. (Tesis para Ingeniero Industrial). Universidad de Cuenca. Cuenca -  
Ecuador. Recuperado de:  
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/22343/1/Tesis.pdf>

## **VIII. ANEXOS**



## Anexo 1

### Instrumento de recolección de datos

#### Proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018

En la presente encuesta que parte de un proyecto de investigación, con el objetivo de medir el proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018.

Del mismo modo, la información obtenida es de suma importancia, es de índole anónima y confidencial.

#### **INSTRUCCIONES:**

- Utilice un lapicero para responder el cuestionario.
- Todas las preguntas del cuadro tienen cinco opciones de respuesta, elija la que mejor considere.
- Marque con claridad con una “x”.

Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi siempre, 5 = Siempre

INDICADORES	ITEM	Likert				
<b>VARIABLE 1: Proceso de gestión de compras</b>		1	2	3	4	5
<b>Pedidos nuevos</b>	1. El área de compras realiza el correcto seguimiento antes de hacer pedidos nuevos.					
	2. Los métodos empleados para realizar pedidos nuevos son ventajosos para la empresa.					
	3. Se realiza una planificación de tareas en el área de compras.					

	4. Cuenta con un presupuesto para el área de compras de mercaderías.				
	5. El área de compras presenta políticas y procedimientos para llevar a cabo su gestión de compras.				
	6. El área de gestión de compras depende de otras áreas para cumplir con sus funciones.				
	7. Se controla diariamente la gestión del área de compras.				
	8. Existen reuniones de trabajo para mejorar la gestión de compra.				
	9. Se utiliza la unidad de medida adecuada al realizar un pedido nuevo.				
	10. La empresa cuenta con un equipo multidisciplinario para realizar un buen análisis en la gestión de compras.				
<b>Alternativas de suministros</b>	11. De presentarse la necesidad de compras de productos se cuenta con diversas alternativas de suministros.				
	12. Se realiza un control diario y semanal de las existencias de mercaderías.				
	13. Generan cuadros comparativos para evaluar a los proveedores y a su vez las cotizaciones más convenientes.				
	14. Se negocia las propuestas de todos los proveedores.				

	15. El área de compras negocia solo con las propuestas económicas.				
<b>Volumen de pedido</b>	16. Se debe hacer un estudio antes de llegar a realizar el volumen del pedido.				
	17. Se detectan casos en que los productos no cumplen con los estándares de calidad.				
<b>Características del producto</b>	18. Para la ejecución de compras la empresa y los proveedores determinan previamente las características del producto.				
<b>Fecha de entrega</b>	19. En general, los proveedores cumplen con la fecha de entrega acordada.				
<b>Condiciones de pago</b>	20. La empresa cumple con pagar oportunamente a sus proveedores				
	21. Los proveedores sobrevaloran los precios de recompra modificada.				
<b>Proveedores</b>	22. Los proveedores son realmente estratégicos en cuanto a calidad, precio y distribución.				
	23. El proveedor visita las oficinas con el fin de evaluar cotizaciones, pagos, cantidad, precio.				
	24. La adquisición de los bienes por las recompras directas son más eficientes.				
	25. Los proveedores deben ser sancionados por retraso en tiempo de entrega de mercadería.				
	26. Se mantiene una comunicación permanentemente con los proveedores.				
	27. El área de compras planifica las recompras directas en un plan anual de contrataciones.				

<b>Fecha de entrega directa</b>	28. Los proveedores con los que se trabaja, cumplen con la fecha de entrega.				
	29. Las recompras directas tienen un resultado eficaz para la empresa.				
<b>Condiciones de pago directa</b>	30. Se utiliza estrategias de negociación con respecto a las condiciones de pago con su proveedor directo.				

## Anexo 2

### Validación de instrumento



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

#### Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el proceso de gestión de compras

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
		N	D	A	N	D	A	N	D	A	N	D	A	
<b>DIMENSIÓN 1: COMPRA NUEVA</b>														
1	El área de compras realiza el correcto seguimiento antes de hacer pedidos nuevos.				✓				✓				✓	
2	Los métodos empleados para realizar pedidos nuevos son ventajosos para la empresa.				✓				✓				✓	
3	Se realiza una planificación de tareas en el área de compras.				✓				✓				✓	
4	Cuenta con un presupuesto para el área de compras de mercaderías.				✓				✓				✓	
5	El área de compras presenta políticas y procedimientos para llevar a cabo su gestión de compras.				✓				✓				✓	
6	El área de gestión de compras depende de otras áreas para cumplir con sus funciones.				✓				✓				✓	
7	Se controla diariamente la gestión del área de compras.				✓				✓				✓	
8	Existen reuniones de trabajo para mejorar la gestión de compra.				✓				✓				✓	
9	Se utiliza la unidad de medida adecuada al realizar un pedido nuevo.				✓				✓				✓	
10	La empresa cuenta con un equipo multidisciplinario para realizar un buen análisis en la gestión de compras.				✓				✓				✓	
11	De presentarse la necesidad de compras de productos se cuenta con diversas alternativas de suministros.				✓				✓				✓	
12	Se realiza un control diario y semanal de las existencias de mercaderías.				✓				✓				✓	
13	Se evalúa a los proveedores y a las cotizaciones a través de estrategias comparativas				✓				✓				✓	
14	Se negocia las propuestas de todos los suministradores.				✓				✓				✓	
15	El área de compras negocia solo con las propuestas económicas.				✓				✓				✓	
<b>DIMENSIÓN 2: RECOMPRA MODIFICADA</b>														
<b>Sugerencias</b>														
16	Se debe hacer un estudio antes de llegar a realizar el volumen del pedido.				✓				✓				✓	
17	Se detectan casos en que los productos no cumplen con los estándares de calidad.				✓				✓				✓	
18	Para la ejecución de compras la empresa y los proveedores determinan previamente las características del producto.				✓				✓				✓	
19	En general, los proveedores cumplen con la fecha de entrega acordada.				✓				✓				✓	
20	La empresa cumple con pagar oportunamente a sus proveedores				✓				✓				✓	
21	Los proveedores sobrevaloran los precios de recompra modificada.				✓				✓				✓	
<b>DIMENSIÓN 3: RECOMPRA DIRECTA</b>														
<b>Sugerencias</b>														
22	Los proveedores son realmente estratégicos en cuanto calidad, precio y distribución.				✓				✓				✓	







**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el proceso de gestión de compras**

Nº	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A		
<b>DIMENSIÓN 1: COMPRA NUEVA</b>														
1	El área de compras realiza el correcto seguimiento antes de hacer pedidos nuevos.				✓				✓				✓	
2	Los métodos empleados para realizar pedidos nuevos son ventajosos para la empresa.				✓				✓				✓	
3	Se realiza una planificación de tareas en el área de compras.				✓				✓				✓	
4	Cuenta con un presupuesto para el área de compras de mercaderías.				✓				✓				✓	
5	El área de compras presenta políticas y procedimientos para llevar a cabo su gestión de compras.				✓				✓				✓	
6	El área de gestión de compras depende de otras áreas para cumplir con sus funciones.				✓				✓				✓	
7	Se controla diariamente la gestión del área de compras.				✓				✓				✓	
8	Existen reuniones de trabajo para mejorar la gestión de compra.				✓				✓				✓	
9	Se utiliza la unidad de medida adecuada al realizar un pedido nuevo.				✓				✓				✓	
10	La empresa cuenta con un equipo multidisciplinario para realizar un buen análisis en la gestión de compras.				✓				✓				✓	
11	De presentarse la necesidad de compras de productos se cuenta con diversas alternativas de suministros.				✓				✓				✓	
12	Se realiza un control diario y semanal de las existencias de mercaderías.				✓				✓				✓	
13	Se evalúa a los proveedores y a las cotizaciones a través de estrategias comparativas.				✓				✓				✓	
14	Se negocia las propuestas de todos los proveedores.				✓				✓				✓	
15	El área de compras negocia solo con las propuestas económicas.				✓				✓				✓	
<b>DIMENSIÓN 2: RECOMPRA MODIFICADA</b>														<b>Sugerencias</b>
16	Se debe hacer un estudio antes de llegar a realizar el volumen del pedido.				✓				✓				✓	
17	Se detectan casos en que los productos no cumplen con los estándares de calidad.				✓				✓				✓	
18	Para la ejecución de compras la empresa y los proveedores determinan previamente las características del producto.				✓				✓				✓	
19	En general, los proveedores cumplen con la fecha de entrega acordada.				✓				✓				✓	
20	La empresa cumple con pagar oportunamente a sus proveedores.				✓				✓				✓	
21	Los proveedores sobrevaloran los precios de recompra modificada.				✓				✓				✓	
<b>DIMENSIÓN 3: RECOMPRA DIRECTA</b>														<b>Sugerencias</b>
22	Los proveedores son realmente estratégicos en cuanto calidad, precio y distribución.				✓				✓				✓	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

23	El proveedor visita las oficinas con el fin de evaluar cotizaciones, pagos, cantidad, precio.					✓				✓				✓
24	La adquisición de los bienes por las recompras directas son más eficientes.					✓				✓				✓
25	Los proveedores deben ser sancionados por retraso en tiempo de entrega de mercadería.					✓				✓				✓
26	Se mantiene una comunicación permanentemente con los proveedores.					✓				✓				✓
27	El área de compras planifica las recompras directas en un plan anual de contrataciones.					✓				✓				✓
28	Los proveedores con los que se trabaja, cumplen con la fecha de entrega.					✓				✓				✓
29	Las recompras directas tienen un resultado eficaz para la empresa.					✓				✓				✓
30	Se utiliza estrategias de negociación con respecto a las condiciones de pago con su proveedor directo.					✓				✓				✓

Observaciones: \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable [X]**            **Aplicable después de corregir [ ]**            **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Dr. Gabriel Lla Silvincha ..... DNI: 10596867 .....

Especialidad del validador: Administrador .....

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

06 de 10 del 2018

Firma del Experto Informante.  
Especialidad



### Anexo 3

#### Definición de Compras según el autor Sangri (2014)

Detalló las compras de esta manera:



*Fuente: Sangri (2014)*

#### Importancia de las Compras

Sangri (2014) manifestó:

Desde otro aspecto, la importancia de la gestión de compras es una actividad que consiste en su aplicación para lograr el impacto en el resultado de las organizaciones, debido a que se implanta el logro de la gestión de los recursos requeridos en el momento oportuno. La empresa requiere de materia prima, insumos y equipos para realizar sus operaciones, ya que sin ello no alcanzaría la producción y distribución exacta de sus existencias. Las compras que son proyectadas de forma eficiente deben generar un alto impacto a la organización tanto en ahorro económico, como en su liquidez y la libre circulación de los bienes. Cuando existe un sistema cuidadoso y ordenado en la empresa, las compras representan una apropiada gestión, en los cuales se pactan rebajas, tiempos de entrega, plazos de pago, oportunidades de mejora de productos, entre

otros beneficios. Todo ello es esencial para la lograr una adecuada obtención de productos y todos los medios básicos que lo relacionan, además incluyen aquellos factores que forman la clasificación de las áreas de las organizaciones, que a su vez requieren de insumos de materia prima para su efectiva operatividad. (p. 5)

Se entiende que es una actividad vital que muestra el éxito de la empresa, ya que la adecuada administración de los bienes determina su eficacia. Debido a que la compra bien planificada permite generar ahorros, aumentar su fluidez y elevar su liquidez.

### **Ética en las Compras**

Sangri (2014) señala que:

Las compras en una organización son de suma importancia, ya que el incumplimiento de las buenas prácticas y la moral, pueden causar diversos daños a la organización, entre ellos resaltan:

(a) Sobornos: Esta operación es común en los encargados de compras o los compradores, quienes carentes de poca moral deciden realizar los pedidos con el proveedor que más prometa, ya sea en dinero o regalos con el finalidad de generar la compra, (b) Favoritismos: En algunas circunstancias el encargado de compras o el comprador, toman la decisión de generar los pedidos, sin tener presente la lista de comparación y le ceden la orden a un proveedor que muchas veces suele ser un pariente o amigo, y éste agradece con algún presente, (c) Aceptar invitaciones: Sucede cuando el área de ventas antecede el pedido, ya que han existido invitaciones como ir almorzar, cenar, etc. previas a la ejecución de la orden de pedido con la intención de ser el designado, (d) Aceptar obsequios: Es una forma de expresión que tienen los vendedores con poca ética, ya que para generar la orden de pedido suele entregar regalos al comprador o jefe compra, quien ausente de ética, acepta; por lo general, va negociado al volumen de la orden de compra y (e) Requerir al vendedor que tenga precios más accesibles: Operación efectuada por el jefe de compras o comprador, quien carente de valores éticos, busca que el precio sea más rebajado y accesible, diciendo a cada proveedor, los precios de otros, y con ello obtiene un precio bajo. (p. 8)

Se entiende como ética de compras a toda actividad que influya deshonra, ausencia de ética, falta de transparencia tanto en compradores como proveedores, ya que pueden causar daños y problemas a la empresa.

## **Anexo 4**

### **Objetivos de Compras según Tecnológico Nacional (2017)**

En el Departamento de Compras se desarrollan propósitos generales y específicos los cuales se mencionarán a continuación:

#### Generales:

(a) Instaurar un sistema basado en normas, políticas y estrategias, conforme a las particularidades, situaciones y escases de la organización; en otras palabras, el Departamento de Compras y abastecimientos debe perseguir los lineamientos de la misión, visión y los objetivos principales de la empresa, (b) Determinar cuáles son los artículos, bienes o servicios adecuados que logren cubrir la necesidad de la empresa, considerando los el tiempo, precio, cantidad, calidad y cláusulas de entrega: teniendo conocimiento de los distinto escenarios del mercado actual de la empresa y su respectivo entorno, (c) Aplazar o continuar las compras; comprende la proyectar, controlar, dar seguimiento, gestionar, y valorar los procedimientos que se siguen para la obtención de las existencias, (d) Realizar una compra con los proveedores apropiados, es de vital importancia ya que ayuda indagar sobre la procedencia de los artículos y la gestión de su distribución, los cuales son facilitadas por las áreas responsables para crear recursos finales y obtener reservas para su distribución a los usuarios finales, con la única finalidad de valorar de calidad de los proveedores y decidir continuar trabajando con los mismos o buscar otros y (e) Tener conocimiento permanente acerca de las variaciones tecnológicas el constante cambio del mercado. Las decisiones que tome compras deben estar basadas en las ventajas que trae la tecnología y de comercialización moderna, con la intención de dirigirse por aquellas que brinden mayor eficiencia y eficacia.

#### Específicos:

(a) Diseñar y establecer un sistema de compras con el fin de lograr la optimización de recursos de la empresa, (b) Certificar el servicio de los

proveedores, teniendo en cuenta, precio, calidad y tiempo de entrega, (c) Sustentar la procedencia de los proveedores vigentes y viables; aquellos que se encuentren disponibles para la organización cuando ésta lo requiera, (d) Estimar los impuestos y servicios que elaboren los proveedores, (e) Reconocer la materia prima nueva y los productos necesarios para la empresa, (f) Mantener los inventarios a un nivel conveniente, y que sea suficientemente grato para cubrir las necesidades del área de producción, (g) Estimular la supervisión de los procesos eficaces y de instrucciones de compra, (h) Comunicar a la alta gerencia acerca de los cambios de las existencias que podrían desorganizar a la organización, y también aquellos requerimientos que pudiesen ser más óptimos y logren la satisfacción de necesidades de la empresa, (i) Trabajar de manera organizada y en comunicación constante con otras áreas de la empresa que requieran sus bienes y (j) Archivar el registro de datos, los documentos administrativos y transacciones de las compras (p. 9).

## Anexo 5

### Matriz de Consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
General	General			
¿Cuál es el nivel del proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018?	Identificar el nivel del proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018.		- Compra nueva	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pedidos nuevos</li> <li>✓ Alternativos</li> </ul>
Específicos	Específicos			
¿Cuál es el nivel de compra nueva de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018?	Identificar el nivel de compra nueva de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018.	Proceso de gestión de compras	- Recompra modificada	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Volumen de pedido</li> <li>✓ Características del producto</li> <li>✓ Fecha de entrega</li> <li>✓ Condiciones de pago</li> </ul>
¿Cuál es el nivel de recompra modificada de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018?	Identificar el nivel de recompra modificada de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018.		- Recompra directa	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Proveedores</li> <li>✓ Fecha de entrega directa</li> <li>✓ Condiciones de pago directa</li> </ul>
¿Cuál es el nivel de recompra directa de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018?	Identificar el nivel de recompra directa de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018.			

## Anexo 6

**Tabla de especificaciones**

	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Total	Porcentaje	Escala
<b>Proceso de gestión de compras</b>	Compra nueva	Pedidos nuevos	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	10	50%	Tipo Lickert
		Alternativas de suministros	11, 12, 13, 14, 15	5		
	Recompra modificada	Volumen de pedido	16,17	2	20%	
		Características del producto	18	1		
		Fecha de entrega	19	1		
		Condiciones de pago	20, 21	2		
	Recompra directa	Proveedores	22, 23, 24, 25, 26, 27	6	30%	
		Fecha de entrega directa	28, 29	2		
		Condiciones de pago directa	30	1		

## Anexo 7

### Detalle de confiabilidad de los ítems del instrumento

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,903	30

#### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	1,071,000	152,200	,476	,900
VAR00002	1,075,000	151,737	,678	,897
VAR00003	1,073,500	152,555	,455	,900



VAR00004	1,073,500	150,766	,444	,901
VAR00005	1,077,500	156,724	,323	,902
VAR00006	1,076,500	150,134	,621	,897
VAR00007	1,087,500	157,250	,169	,907
VAR00008	1,068,500	149,608	,617	,897
VAR00009	1,069,000	152,516	,447	,900
VAR00010	1,080,000	149,053	,635	,897
VAR00011	1,070,500	151,524	,580	,898
VAR00012	1,072,500	159,882	,230	,903
VAR00013	1,074,500	159,208	,268	,903
VAR00014	1,071,000	152,200	,476	,900
VAR00015	1,075,000	151,737	,678	,897
VAR00016	1,073,500	152,555	,455	,900
VAR00017	1,073,500	150,766	,444	,901
VAR00018	1,077,500	156,724	,323	,902
VAR00019	1,076,500	150,134	,621	,897
VAR00020	1,087,500	157,250	,169	,907
VAR00021	1,068,500	149,608	,617	,897
VAR00022	1,068,500	149,608	,617	,897
VAR00023	1,072,500	160,829	,161	,904
VAR00024	1,074,500	157,524	,330	,902
VAR00025	1,077,000	154,326	,450	,900
VAR00026	1,076,500	150,766	,588	,898
VAR00027	1,072,500	153,250	,446	,900
VAR00028	1,073,500	154,029	,588	,899
VAR00029	1,071,500	152,029	,606	,898
VAR00030	1,074,500	149,418	,681	,896

---

## Anexo 8

### Base de datos de las variables

Proceso de gestión de compras																																							
N°	Compra nueva											Recompra modificada										Recompra directa																	
	Pedidos nuevos										T	Alternativas de suministros					T	Volumen de pedido		T	Características del producto	R	Fecha de entrega	R	Condiciones de pago		T	Proveedores						T	Fecha de entrega directa		T	Condiciones de pago directa	R
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10		p11	p12	p13	p14	p15		p16	p17						p18	p19		p20	p21	p22	p23	p24	p25		p26	p27			
1	2	3	5	5	4	4	5	3	5	3	39	3	4	2	3	3	15	5	4	9	3	3	4	4	3	5	8	5	3	3	4	4	3	22	3	4	7	5	5
2	2	3	4	5	3	4	5	3	4	2	35	3	4	2	3	3	15	5	3	8	3	3	4	4	3	4	7	5	3	3	4	4	3	22	3	3	6	5	5
3	2	3	3	5	3	4	5	3	4	2	34	2	4	2	4	3	15	5	3	8	3	3	4	4	3	2	5	4	3	3	4	3	2	19	3	4	7	4	4
4	2	2	3	4	3	4	5	3	3	2	31	4	5	3	4	3	19	5	5	10	4	4	3	3	4	5	9	4	3	4	4	3	3	21	3	3	6	3	3
5	4	3	2	5	4	3	4	2	3	2	32	2	4	2	3	2	13	4	3	7	4	4	3	3	3	3	6	4	4	3	4	4	2	21	4	3	7	5	5
6	1	1	2	1	3	2	1	3	4	1	19	3	5	2	1	1	12	4	3	7	5	5	4	4	2	4	6	3	4	3	5	4	4	23	4	2	6	5	5
7	1	4	2	5	4	4	4	3	4	2	33	3	4	3	3	3	16	4	2	6	3	3	3	3	3	3	6	3	3	5	3	4	4	22	3	4	7	5	5
8	1	5	2	5	2	5	5	4	4	1	34	3	4	2	4	2	15	3	1	4	1	1	5	5	2	4	6	3	3	2	4	3	4	19	2	3	5	4	4
9	3	1	1	4	3	5	4	3	4	2	30	2	3	2	3	1	11	5	3	8	3	3	3	3	3	6	1	2	2	3	4	3	15	1	4	5	3	3	
10	5	1	1	3	4	5	4	3	3	4	33	1	3	3	1	2	10	4	3	7	2	2	1	1	1	2	3	2	3	1	1	2	4	13	3	3	6	4	4
11	2	3	5	5	4	4	5	3	5	3	39	3	4	2	3	3	15	5	4	9	3	3	4	4	3	5	8	5	3	3	4	4	3	22	3	4	7	5	5
12	2	3	4	5	3	4	5	3	4	2	35	3	4	2	3	3	15	5	3	8	3	3	4	4	3	4	7	5	3	3	4	4	3	22	3	3	6	5	5
13	2	3	3	5	3	4	5	3	4	2	34	2	4	2	4	3	15	5	3	8	3	3	4	4	3	2	5	4	3	3	4	3	2	19	3	4	7	4	4
14	2	2	3	4	3	4	5	3	3	2	31	4	5	3	4	3	19	5	5	10	4	4	3	3	4	5	9	4	3	4	4	3	3	21	3	3	6	3	3
15	4	3	2	5	4	3	4	2	3	2	32	2	4	2	3	2	13	4	3	7	4	4	3	3	3	6	4	4	3	4	4	2	21	4	3	7	5	5	
16	1	1	2	1	3	2	1	3	4	1	19	3	5	2	1	1	12	4	3	7	5	5	4	4	2	4	6	3	4	3	5	4	4	23	4	2	6	5	5
17	1	4	2	5	4	4	4	3	4	2	33	3	4	3	3	3	16	4	2	6	3	3	3	3	3	6	3	3	5	3	4	4	22	3	4	7	5	5	
18	1	5	2	5	2	5	5	4	4	1	34	3	4	2	4	2	15	3	1	4	1	1	5	5	2	4	6	3	3	2	4	3	4	19	2	3	5	4	4
19	3	1	1	4	3	5	4	3	4	2	30	2	3	2	3	1	11	5	3	8	3	3	3	3	3	6	1	2	2	3	4	3	15	1	4	5	3	3	
20	5	1	1	3	4	5	4	3	3	4	33	1	3	3	1	2	10	5	3	8	2	2	1	1	1	2	3	2	3	1	1	2	4	13	3	3	6	4	4
21	2	3	5	5	4	4	5	3	5	3	39	3	4	2	3	3	15	5	4	9	3	3	4	4	3	5	8	5	3	3	4	4	3	22	3	4	7	5	5
22	2	3	4	5	3	4	5	3	4	2	35	3	4	2	3	3	15	5	3	8	3	3	4	4	3	4	7	5	3	3	4	4	3	22	3	3	6	5	5
23	2	3	3	5	3	4	5	3	4	2	34	2	4	2	4	3	15	5	3	8	3	3	4	4	3	2	5	4	3	3	4	3	2	19	3	4	7	4	4
24	2	2	3	4	3	4	5	3	3	2	31	4	5	3	4	3	19	5	5	10	4	4	3	3	4	5	9	4	3	4	4	3	3	21	3	3	6	3	3
25	4	3	2	5	4	3	4	2	3	2	32	2	4	2	3	2	13	4	3	7	4	4	3	3	3	6	4	4	3	4	4	2	21	4	3	7	5	5	
26	1	1	2	1	3	2	1	3	4	1	19	3	5	2	1	1	12	4	3	7	5	5	4	4	2	4	6	3	4	3	5	4	4	23	4	2	6	5	5
27	1	4	2	5	4	4	4	3	4	2	33	3	4	3	3	3	16	4	2	6	3	3	3	3	3	6	3	3	5	3	4	4	22	3	4	7	5	5	
28	1	5	2	5	2	5	5	4	4	1	34	3	4	2	4	2	15	3	1	4	1	1	5	5	2	4	6	3	3	2	4	3	4	19	2	3	5	4	4
29	3	1	1	4	3	5	4	3	4	2	30	2	3	2	3	1	11	5	3	8	3	3	3	3	3	6	1	2	2	3	4	3	15	1	4	5	3	3	
30	5	1	1	3	4	5	4	3	3	4	33	1	3	3	1	2	10	5	3	8	2	2	1	1	1	2	3	2	3	1	1	2	4	13	3	3	6	4	4

## Anexo 9

### Pantallazo de la prueba de similitud

feedback studio | Proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018 | /0 | 19 de 29 | ?

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro  
Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Administración

**AUTORES**  
Judy Natali Briceño Huamán  
Elaine Maryedith Cuentas Salazar

**ASESOR**  
Dr. Nerio Janampa Acuña

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**  
Gestión de organizaciones

**Resumen de coincidencias**

**30 %**

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	17 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	7 %
3	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	3 %
4	dspace.ucuenca.edu.ec Fuente de Internet	1 %
5	docplayer.es Fuente de Internet	1 %
6	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	1 %
7	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %

Página: 1 de 38 | Número de palabras: 8390 | Text-only Report | Turnitin Classic | High Resolution | Activado



## Anexo 10

### Autorización de la entidad donde se realizó la investigación

**AUTORIZACION DE LA EMPRESA**

Lima, 21 de Noviembre de 2018

**CENCOSUD RETAIL PERU S.A.**

Señor:

Marco Martínez Quispe

Jefe de división

Estimados y distinguidos profesores:

Nos complace enviarles un cordial saludo y por medio del presente hacer de su conocimiento que July Natali Briceño Huamán identificada con Dni 43018681 y Elaine Maryedith Cuentas Salazar identificada con Dni 45987886, estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Cesar Vallejo; a quienes hemos concedido el permiso para que puedan tener acceso a la información importante de la empresa que le permita desarrollar su tesis de investigación satisfactoriamente.

Cencosud Retail Perú S.A. es uno de los grupos de retail más importantes del Perú, líder en el rubro de supermercados; por ello las alumnas han decidido acceder a información interna que puedan brindarles los colaboradores mediante encuestas, con el fin de obtener información útil y completar su Tesis, sobre el tema de investigación relacionado a proceso de gestión de compras.

Les deseo muchos éxitos en la culminación de su investigación y confiamos que la misma pueda ser valiosa para nuestra empresa.

  
Marco Martínez Quispe  
TRAINEE  
CENCOSUD RETAIL PERU S.A.

Marco Martínez Quispe

Jefe de división

## Anexo 11

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD          DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
--	---	---

Yo, Diana Lucila Huamani Cajaleon  
 docente de la Facultad Ciencias Empresariales y Escuela  
 Profesional Administración de la Universidad César Vallejo Este (precarbar  
 filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada

"Proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A.  
 Metro Proceres, San Juan de Lunigaycho, 2018"

del (de la) estudiante July Natali Briceno Huaman  
 constata que la investigación tiene un índice de  
 similitud de 30% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/ta suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las  
 coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis  
 cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la  
 Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha Lima, 09 de Julio de 2019



Firma

Nombres y apellidos del (de la) docente

DNI: 43648948

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02  
 Versión : 10  
 Fecha : 10-06-2019  
 Página : 1 de 1

Yo, Diana Lucila Huamani Cajaleón  
 docente de la Facultad Ciencias Empresariales y Escuela  
 Profesional Administración de la Universidad César Vallejo Este (precisar  
 filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada

" Proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A.  
Matriz Proceres, San Juan de Lunigahcho, 2018"

del (de la) estudiante Estaine Manyedith Cuentas Salazar  
 constato que la investigación tiene un índice de  
 similitud de 30% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las  
 coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis  
 cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la  
 Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha: Lima, 09 de Julio de 2019


Firma

Nombres y apellidos del (de la) docente

DNI: 43648948

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

## Anexo 12

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b> <b>UCV</b>	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 15-12-2018 Página : 1 de 2
--	--	---

Yo JULY NATALI BRICEÑO HUAMÁN, identificado con DNI No 43018681, egresado de la Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33



JULY NATALI BRICEÑO HUAMÁN

DNI: 43018681

Lima, 15 de Diciembre del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE  
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL  
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02  
Versión : 09  
Fecha : 15-12-2018  
Página : 1 de 2

Yo ELAINE MARYEDITH CUENTAS SALAZAR, identificado con DNI No 400987886, egresado de la Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro Próceres, San Juan de Lurigancho, 2018"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

ELAINE MARYEDITH CUENTAS SALAZAR

DNI: 400987886

Lima, 15 de Diciembre del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



Anexo 13



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

DIANA LUCILA HUAMANÍ CAJALEÓN

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Briccio Huamán July Natali

INFORME TITULADO:

"Proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A.  
Metro Proíces, San Juan de Lurigancho, 2018"

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciado en Administración

SUSTENTADO EN FECHA: 15/12/2018

NOTA O MENCIÓN: 16



[Signature]

DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

HUAMANI CASALEON, DIANA LUCILA

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

CUENTAS SALAZAR ELAINE MARYEDITH

INFORME TÍTULADO:

"PROCESO DE GESTIÓN DE COMPRAS DE LA EMPRESA CENCOSUD S.A.

METRO PROCERES, SAN JUAN DE LURIGANCHO, 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

SUSTENTADO EN FECHA: 15/12/2018

NOTA O MENCIÓN: 15



\_\_\_\_\_  
DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN