



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Planeamiento de la demanda y gestión de compras de repuestos en una empresa del
Sector Automotriz, Callao 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Toro Sandoval, Jesús José (ORCID: 0000-0001-7598-0953)

ASESOR:

Mg. Guerra Bendezú, Carlos Andrés (ORCID: 0000-0002-8928-1237)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico a mi familia por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi carrera universitaria. Este trabajo investigativo se lo dedico a la escuela profesional de Administración.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por cuidar siempre de mí y ser mi fortaleza en los altibajos a lo largo de mi vida y por haberme permitido llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre por ser un gran ejemplo de superación, esfuerzo y perseverancia.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO.....	15
2.1. Tipo y diseño de investigación:.....	15
2.2. Variables y operacionalización	26
2.3. Población y muestra	28
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	28
2.5. Procedimiento	29
2.7. Aspectos éticos.....	30
III. RESULTADOS	31
IV. DISCUSIÓN.....	40
V. CONCLUSIONES	42
VI. RECOMENDACIONES	43
REFERENCIAS	44
ANEXOS.....	49

Índice de tablas

TABLA 01: Pruebas de normalidad Kolmogórov-Smirnov.....	32
TABLA 02: Distribución de frecuencia: Planeamiento de la demanda.....	32
TABLA 03: Distribución de frecuencias: Gestión de compras.....	33
TABLA 04: Distribución de frecuencias: Pronóstico de la demanda.....	35
TABLA 05: Distribución de frecuencias: Información del mercado.....	35
TABLA 06: Distribución de frecuencias: Recursos humanos especializados.....	36
TABLA 07: Distribución de frecuencias: Tecnología.....	36
TABLA 08: Correlación de Spearman: Dimensiones -Variable 1.....	38
TABLA 09: Correlación de Spearman entre variables.....	39

Índice de figuras

FIGURA 01: Percepción de la Variable1: Planeamiento de la demanda.....	33
FIGURA 02: Percepción de la Variable1: Gestion de compras.....	34

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el planeamiento de la demanda y la gestión de compras de repuestos en una empresa del sector automotriz, Callao 2019. Se define el concepto de las variables de estudio las cuales son Planeamiento de la demanda y gestión de compras. El diseño de la investigación que se aplicó fue no experimental, transversal y correlacional. Para desarrollar las pruebas estadísticas se trabajó con el total de la población, es decir se trabajó con una muestra censal. La técnica de recolección de datos fue la encuesta. El instrumento utilizado fue el cuestionario, en el cual se obtuvo un alfa de Cronbach 0.988, lo que se interpreta como una alta confiabilidad estadística.

De manera global, se concluye que existe una correlación positiva alta en Rho de Spearman 0.920 y un nivel de significancia de 0.00, en relación con el resultado se puede afirmar que la relación obtenida es directa, es decir que ante la presencia de una óptima gestión del planeamiento de la demanda da como resultado un alto nivel en la gestión de compras.

Palabras clave: Planeamiento de la demanda, gestión de compras, estadística, sector automotriz, gestión.

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine the relationship between demand planning and the management of spare parts purchases in a company in the automotive sector, Callao 2019. The concept of the study variables which are demand planning is defined. and purchasing management. The research design that was applied was non-experimental, transversal, and correlational. To develop the statistical tests, they will be developed with the total population, in other words, they will be handled with a census sample. The data collection technique was the survey. The instrument used was the questionnaire, in which a Cronbach's alpha 0.988 was obtained, which is interpreted as high statistical reliability.

Overall, it is concluded that there is a high positive correlation in Rho of Spearman 0.920 and a level of significance of 0.00, in relation to the result it can be affirmed that the relationship obtained is direct, that is, in the presence of an optimal management of the Demand planning results in a high level of purchasing management.

Keywords: Demand planning, purchasing management, statistics, automotive sector, management.

I. INTRODUCCIÓN

Según un estudio realizado por la organización Pew Research Center (2015) a nivel mundial, se da a conocer las estadísticas acerca de los países que cuentan con más propietarios de motos, siendo Tailandia el país número 1 dentro del ranking de 44 países. Una de las principales causas por las que las personas del ya mencionado país asiático optan por adquirir motos es debido al tráfico que existe en diversas ciudades del país en mención y también por las oportunidades laborales que existen para las personas que cuentan con este medio de transporte.

Argentina, es el segundo país de habla hispana en Latino América que cuenta con mayores propietarios de motos, siendo la marca HONDA la más vendida en este país y que por ende registro mayor inscripción de moto-vehículo por propietarios, cabe resaltar que el modelo de la marca HONDA que más se vendió en el año 2018 es la HONDA WAVE 110S. Estos resultados proporcionados por SIOMAA se pueden interpretar de que la demanda de motocicletas en este país es volátil y esto conlleva a que las empresas comercializadoras de motos, en algunas ocasiones, tengan que administrar de manera más rigurosa la demanda de este producto, teniendo por resultado una mejor gestión de compras y de la demanda de los repuestos de las motos más vendidas en dicho país.

Las ventas de motocicletas en Perú registro un crecimiento de 3.5% durante el 2018, según datos proporcionados por la Asociación Automotriz del Perú. El mercado de motocicletas viene creciendo, por lo cual estos productos necesitan mantenimiento cada cierto tiempo lo cual implicado el cambio de partes por nuevos repuestos de motocicletas.

Tomando como referencia el estudio estadístico realizado por Pew Research Center (2015), Perú es el sexto país de habla hispana que cuenta con un 14% de propietarios de motocicletas. Según datos de la AAP año 2018, la venta e inmatriculación de vehículos menores, en este caso motos, tuvo un acumulado de 165,995 siendo HONDA la marca que tuvo más registro de ventas e inmatriculación de sus motos por parte de sus propietarios o clientes. La marca ya mencionada ocupa un 19.2% del total acumulado del año 2018 lo cual en cifras es 54,611 motos vendidas e inmatriculadas. Estos resultados implican a que la empresa líder en motocicletas en el año 2018 tenga que analizar y estimar de manera exhaustiva su demanda de esta línea de negocio para que así se pueda llevar una mejor gestión de compras y de la demanda de los repuestos que requieran la mencionada línea de negocio.

En el medio local este proyecto de investigación pretende dar a conocer cuán importante es el análisis de la demanda para llevar una gestión de compras eficiente, más aún cuando este mercado de moto-vehículos es más difícil de pronosticar en cuanto a la demanda se refiere.

Si bien es cierto, se están proponiendo nuevas leyes en cuanto al uso de estos medios de transporte con la finalidad de fortalecer la lucha con la inseguridad ciudadana y la reducción de delitos en motocicletas lineales. Una de las propuestas es permitir solo al conductor en la motocicleta mas no a un acompañante y esto podría influir en la demanda de motocicletas y como resultado las empresas comercializadoras de estos medios de transporte tendrían que poner más énfasis en mejorar su planificación de compras de acuerdo con el análisis de la demanda de motocicletas y de los repuestos que estas requieran.

Otro punto importante que considerar es el tráfico que se vive en la ciudad de Lima, la cual ha sido considerada como la tercera entre 403 ciudades de un total de 56 países con más tráfico a nivel mundial, este estudio fue realizado por la compañía holandesa TomTom y publicada por la revista Forbes. Este factor, podría jugar un papel importante dentro de la demanda de motocicletas ya que se hacen más flexibles ante el tráfico, cabe resaltar que las motocicletas también utilizadas como herramientas de trabajo y que estos productos son más económicos que los vehículos pero que, si bien es cierto, tienen cierta desventajas, tales como estar prohibidos de transitar por ciertas avenidas las cuales son; Vía expresa de paseo de la república, Grau, Javier Prado, vía evitamiento y el circuito de playas, pero estas normas muchas veces no se cumplen por los motociclistas. Además, las motos representan un 6% de accidentes de tránsitos en la capital, Lima.

Los repuestos crecerán o disminuirán su demanda de acuerdo con la demanda y oferta de motocicletas. Las motocicletas tienen una vida útil de 12 a 15 años siempre y cuando la moto no haya sufrido accidentes ni caídas importantes, pero también influye el kilometraje y averías de la moto, por lo cual podría ser un punto positivo en la demanda de repuestos de motocicletas, cabe mencionar que los motociclistas también adquieren accesorios para motos y para ellos mismos, este es un factor importante para analizar la demanda de repuestos y accesorios de motos y tener como resultado una buena base para planificar las compras.

En relación a los estudios internacionales, se muestran algunos hallazgos relevantes y estos son:

López (2017) en su tesis *Propuesta de un proceso de planeación de la demanda para una comercializadora de ropa*. Para optar el Grado de Maestro en Ingeniería Industrial. El objetivo general fue generar un modelo de planeación de la demanda de acuerdo al histórico de ventas semanales que permita a la compañía mejorar su nivel de servicio, lograr objetivos financieros y operativos establecidos por la empresa. La metodología se desarrolló en un enfoque cuantitativo de tipo aplicada con diseño no experimental a un nivel descriptivo correlacional, de alcance transaccional. La recolección de datos se realizó mediante el ERP de la empresa, la cual proporciona información de las ventas por semana que a partir de esta data histórica se pudo realizar el planeamiento de la demanda. Los resultados obtenidos en la propuesta del plan de la demanda expresan un crecimiento superior al 15%, lo cual se interpreta que la propuesta de planeamiento de la demanda del autor permite a la empresa lograr sus objetivos propuestos.

Perea (2014) en su tesis *Propuesta de mejoramiento en la planeación de la demanda en una empresa de alimentos*. Para optar el título profesional en Ingeniería industrial. El objetivo general especifica proponer un diseño que permita la mejora del proceso de planeamiento de la demanda en una empresa del sector de alimentos. La metodología aplicada a la mencionada investigación es de tipo descriptivo y aplicado. La recolección de datos se llevó a cabo mediante la actualización de los reportes de ventas, descarga de información a archivos Excel para su análisis y proyecciones. Como resultado se obtuvo que la propuesta de mejoramiento en la planeación de la demanda en una empresa de alimentos, si afecta de manera positiva y genera soluciones que van a crear rentabilidad y mejoras en el nivel de servicio de la empresa como también un efectivo planeamiento de la demanda.

Recari (2015) en su tesis *Gestión administrativa en los departamentos de compras y contrataciones del ministerio de gobernación de Guatemala*. Para optar el título de Licenciado en Administración de empresas. El objetivo general busca determinar cómo se lleva a cabo la gestión administrativa en el departamento de compras y requisiciones del Ministerio de Gobernación de la República de Guatemala. La investigación realizada es de carácter descriptivo y correlacional. La recolección de datos se llevó a cabo mediante boletas de opinión y entrevistas. La población y muestra total fue de 74

personas, las cuales están involucradas directamente en la gestión de compras. Los resultados obtenidos expresan que ambas variables guardan relación y es comprobado por los integrantes que manejan de manera directa el departamento de compras.

Albani, A., Mussigmann, N., & Zaha, J. M. (2007), mencionan que, mantener una relación estratégica con los proveedores a largo plazo con una exigencia de calidad en los servicios otorgador por el proveedor, contribuyen al éxito de la empresa. Las compras, tiene como base fundamental una exigente selección de proveedores, que a largo plazo darán soporte a la planificación de la demanda con la finalidad de generar valor para la empresa en cuanto a la red de suministros estratégicos.

En relación a los estudios nacionales, se muestran algunos hallazgos relevantes y estos son:

Espino (2016), en su tesis *Implementación de mejora en la gestión compras para incrementar la productividad en un concesionario de alimentos*. Para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial. El objetivo general fue incrementar la productividad en una pequeña empresa de Concesionario de alimentos mediante la mejora en la gestión de compras. La metodología aplicada corresponde a una investigación con enfoque cuantitativo y aplicativo, ya que se aplicará conocimientos teóricos-prácticos para la solución de problemas, con un alcance correlacional y de diseño no experimental y transversal, debido a que se analizará el diagnóstico y la propuesta de mejora en la gestión de compras y como incrementa la productividad en un tiempo determinado. La población y la muestra corresponde a las personas con cargos relacionados a la gestión de compras, la cual se tomó a un total de 12 personas. La muestra se obtuvo con el método no probabilístico intencional, se obtuvieron 11 cuestionarios válidos, utilizando como método de recolección de datos por medio de un cuestionario conteniendo 18 preguntas con diferentes respuestas. En los resultados obtenidos se observan que todas las variables se correlacionaron significativamente entre sí alcanzando un nivel de significancia de 0.00 con lo cual se rechazó la hipótesis nula y obtuvo 0.864 de correlación de Pearson obteniendo como resultado que la implementación de mejora en la gestión de compras incrementa la productividad en el concesionario de alimentos.

Melgar (2017), en su tesis *La gestión de compras para mejorar la calidad de servicio en la empresa Segem S.A.C., Lima, 2017*. Para optar el título profesional de Ingeniero Empresarial. El objetivo general indica determinar la manera en que la gestión de compras

mejora la calidad de servicio en la empresa SEGEM S.A.C., Lima, 2017. La metodología aplicada corresponde a una investigación con enfoque cuantitativo de diseño cuasi experimental. La población y la muestra corresponde a los servicios prestados durante 12 meses en la empresa SEGEM S.A.C. Los resultados demuestran que en el periodo de 12 meses incrementa la calidad de servicio en un 13,4% gracias a la mejora en la gestión de compras.

Escobedo (2016), en su tesis *Demanda turística y oferta de establecimientos de hospedaje en la ciudad de Huamachuco, periodo 2010-2015*. Para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración. El objetivo general busca determinar la manera en que la oferta de establecimientos de hospedajes se ve afectada por la demanda turística en la ciudad de Huamachuco. La metodología aplicada a la mencionada investigación corresponde a un estudio correlacional, de método deductivo-inductivo, analítico-sintético y sistémico. El diseño de la investigación es descriptivo transaccional. La población 1, corresponde a 255,756 visitantes a la ciudad de Huamachuco en el año 2015. La población 2 está conformada por un total de 67 establecimientos. La muestra se obtuvo con el método probabilístico aleatorio simple dando como resultado 67 establecimientos a encuestar. Se obtuvieron 67 cuestionarios válidos. En los resultados obtenidos se afirma que la Demanda turística se relaciona de forma positiva con la oferta de establecimientos de hospedajes en la ciudad de Huamachuco en el periodo 2010-2015.

En cuanto al marco teórico, se muestran los conceptos de diversos autores que definen las variables y dimensiones de estudio:

Planeamiento de la demanda: Van Der Laan, E., Van Dalen, J., Rohrmoser, M., Simpson, R. (2019), define planeamiento de la demanda como un conjunto de métodos cualitativos o cuantitativos aplicados para aprovisionar stock a uno o varios centros de almacenaje.

El planeamiento de la demanda, si bien es cierto es un conjunto de acciones y técnicas de cálculo para pronosticar cual sería la demanda del mercado por cliente en un determinado periodo, que por ende tiene por finalidad poder satisfacer la demanda de los clientes teniendo como base un equilibrio entre la demanda y el suministro.

Eric, W., Jason, B., (2018) lo definen como el proceso de analizar las ventas y el mercado con la finalidad de estimar los valores futuros de estas mismas, y a partir de ellos planificar la demanda para tomar decisiones en la gestión de compras, trabajando en conjunto con las diferentes áreas comerciales de la empresa.

Es importante también aplicar la tecnología adecuada para el análisis de datos y de investigación de mercados. Hoy en día la tecnología juega un rol importante en el planeamiento de la demanda, ya que permitirá analizar de manera dinámica los resultados que se den al aplicar los métodos de planeación de la demanda y a partir de ello tomar decisiones que generen beneficios y bajos costos en la empresa, como también, aumentar el nivel de servicio de la empresa a partir de la satisfacción de la demanda.

Pronóstico de la Demanda: D'Souza, E., & White, E. (2006), menciona que el pronóstico de la demanda es suma importancia en la gestión de empresas, debido a que es el primero paso la creación de un negocio sólido, que a su vez funciona también como información de apoyo para la toma de decisiones.

El pronóstico de la demanda otorga la información del comportamiento de los clientes, esta información se debe almacenar en una base de datos para luego proceder con su análisis y de esta manera poder tomar decisiones y acciones para generar valor en la empresa.

Matsumoto, M., Komatsu, S., (2015), enfocan el pronóstico de la demanda a un escenario importante de la cadena de suministros en cuál es la producción, dando un enfoque en el que el pronóstico de la demanda tendrá influencia en la producción en cuanto al volumen de fabricación de productos se refiere con el fin de abastecer la demanda de una forma más exacta, permitiendo de esta manera que el área de producción pueda establecer su plan de producción de acuerdo a los ajustes que se realicen mediante los métodos de pronóstico de la demanda.

Mercado: Parkin y Loria (2015), definen mercado como el lugar donde las personas intercambian bienes y servicios a cambio de un beneficio monetario; antiguamente se le llamaba trueques. (p. 44)

En lenguaje económico y desde un punto de vista administrativo, el mercado es el lugar donde las empresas, personas naturales y jurídicas y fabricas pueden obtener información para a partir de la información puedan realizar negociaciones entre sí.

Precio: Parkin y Loria (2015) El precio unitario es el valor monetario que tiene un bien o servicio y que las personas deben ceder a cambio de estos. (p.56)

Los precios pueden variar de acuerdo con la tendencia del bien o servicio demanda por el mercado, es por ello que los precios deben ser bien administrados, desde el costo final del producto o servicios hasta su margen de utilidad la cual dará el precio final de estos y que son importantes para poder mantenerse en el mercado y ser accesible para el segmento de mercado al cual va dirigido el rubro de la empresa.

Los precios van a tender su tendencia a la baja o al alza de acuerdo a la ley de la demanda que indica mientras más alto sea el precio de un bien, menor será la cantidad demanda y que mientras más bajo sea el precio de un bien, mayor será la cantidad demanda por el mercado.

Competencia: Sabbaghi, A., Vaidyanathan, G. (2007), mencionan que el llevar una eficiente gestión de la cadena de suministros, aporta como una estrategia para mejorar la ventaja competitiva de la compañía, esto debido a que el rediseñar la cadena de suministros, o generar ahorros u optimizar procesos, permitiría sacar ventaja a las empresas del sector, siempre y cuando se apliquen los métodos correspondientes y de un adecuado control de la implementación de los métodos para la mejora de la cadena de suministros.

Recursos Humanos Especializados: Parra, C., Rodríguez, F. (2016), mencionan que contar con un personal especializado en sus funciones y área de desempeño es base para generar calidad en cuanto a los recursos humanos de la empresa se refiere. Contar con una personal capacitación, con buen nivel de comunicación asertiva y dominio de la inteligencia emocional es primordial para poder entablar mejores procesos y obtener resultados positivos. Es por ello, que es sumamente importante mantener un personal capacitado, ya que mientras más se forme al trabajar, mejor serán sus habilidades y sus conocimientos.

Coordinación: Fiala, P. (2008), mediante avanza el tiempo, la tecnología sigue evolucionando y el entorno empresarial va en constante cambio dirigido a lo más complejo y dinámico. La coordinación es ahora mucho más rápida a través de los sistemas de gestión y comunicación corporativa que buscan integrar áreas para que estas interactúen entre sí y las decisiones y proyectos se lleven a cabo de una manera más organizada con una mejor planificación para así obtener mejores resultados gracias a un eficiente flujo de información que mejora la coordinación entre áreas de la empresa y también con los proveedores y clientes.

Tecnología: Addo-Tenkoran, R., Helo, P. (2016), Aplican la tecnología a los procesos y sistemas de flujos operativos de la cadena de suministros, con la finalidad de optimizar procesos y llevar una mejor gestión de la Big Data.

Las herramientas para visualizar y analizar datos son importantes para gestionar mejor la organización, debido a que el plena era de la información y la tecnología, gracias a estos ERP, Softwares u cualquier otro sistema de programación, permiten a la empresa controlar mejor sus operaciones, tener información en el momento exacto para generar información que permita tomar decisiones e implementar mejoras en la empresa. El tema de big data, va desde la recolección de información hasta su análisis para obtener cierta información específica que permita a los colaboradores de cargos ejecutivos desarrollar nuevos proyectos enfocándose en temas específicos. Cabe resaltar que la tecnología hoy en día es un aspecto importante a la que toda empresa debe poner énfasis para mejorar su competitividad empresarial.

Carbonneau, R., Vhidov, R., Laframboise, K. (2009), hacen mención a los algoritmos, los cuales son métricas y/o parámetros que mediante un sistema de programación inteligente pueden ir de la mano con lo que sucede a diario en los datos cargados al sistema, estos algoritmos permiten que el sistema reconozca el movimiento y variación de los datos en el sistema y que fácilmente se acopla a lo que sucede a diario en las operaciones de la empresa, esto permite que los pronósticos o proyecciones puedan ser más exactos.

Gestión de Compras: Montoya, A., indica que las compras es una actividad dentro de la empresa que se considera altamente calificada y especializada, por la razón de que gracias a esta actividad se pueda generar rentabilidad para la empresa y generar una motivación a los proveedores para seguir estableciendo negociaciones. La administración de compras se puede resumir en adquirir o comprar productos y/o servicios en la cantidad, calidad, precio, momento, sitio y proveedor justo y/o adecuado. (p.18)

Andino, R. (2006), menciona que las compras también son vistas como estrategia. Una de las estrategias es la de participar en mercados futuros, donde se comercian contratos para fijar un precio a futuro, el cual también se verá afectado por la volatilidad del precio del producto negociado con un contrato “forward” y esto puede generar beneficios o rentabilidad como también perdidas en la operación negociada. (p.37)

Abastecimiento Estratégico: Kotabe, M., Murray, J. (2004), mencionan que el abastecimiento estratégico o en inglés Strategic Sourcing, es un método estratégico aplicado a las compras y abastecimiento de la empresa que permite mejorar la competitividad en el mercado y que por ende trae consigo beneficios que podrían ser ahorros, mejora en la calidad de los productos y una mejor gestión de los productos de la compañía.

Talluri, S., Narasimhan, R. (2004), Definen strategic sourcing como un método de innovación en la gestión de compras o adquisiciones. El abastecimiento estratégico lleva una estricta relación con los proveedores, ya que es un punto crítico que se tomara en cuenta al momento de realizar las negociaciones. Este nuevo enfoque de compras permite generar ahorros mediante la reducción de costos, aumento de la productividad y eficiencia de la empresa, medición del riesgo de las compras, entre otros factores que permiten a la empresa tener más control y dominio de las compras con la finalidad de optimizar la cadena de suministros.

Nivel de stock: Vilana (2011) define que el stock es la cantidad de artículos que una empresa posea con la finalidad de venderlo añadiéndole un margen de ganancia al costo unitario de cada artículo. (p.2)

Se puede definir también como la cantidad de artículos que una empresa requiere para poder continuar con su proceso productivo y comercial.

Cabe resaltar que mientras los artículos o productos de una empresa se encuentren almacenados, no van a generar retorno de inversión hasta que sean vendidos.

Selección de proveedores: Krajewski, Ritzman y Malhotra (2013), mencionan que para la selección de proveedores es necesario analizar un punto determinante la cual son los costos. (p.418)

Esta etapa es importante para elegir al proveedor que más convenga, en el que la negociación sea ganar-ganar, y que gracias a esto la empresa pueda tener un abastecimiento que no genere altos costos dentro de la cadena de suministro.

Los costos a considerar para la elección de proveedores son los siguientes:

- Costos de material
- Costos de flete

El tiempo de entrega

Costos anuales de inventario

- Costos administrativos
- Costo total anual.

Analizando estos costos, se puede llegar a la conclusión de cuál sería el proveedor ideal para cerrar el contrato de abastecimiento.

Wong, T. (2008), menciona el método Mahalanobis Taguchi System, el cual es un sistema que permite conocer más a fondo la calidad del producto que se adquiere que a su vez también permite pronosticar mediante una base de datos historia, cuáles serían los requerimientos a futuro de un producto.

Costos: Altahona (2009), menciona que los costos representan una salida de dinero a la empresa, la cual se ve reflejada en la inversión para la producción, compra o almacenaje de distintos productos, como también para servicios que una empresa ofrezca.

Así mismo, los costos, los cuales son inventariables y que se asigna ya sea a un bien o servicio que la empresa ofrezca al mercado tendrá la capacidad de generar beneficios a futuro, en la manera que los clientes de la empresa adquieran los bienes o servicios de la empresa, para así recuperar la inversión realizada incluyendo un porcentaje más, el cual se considera el margen de utilidad.

Calidad: Anwar, S. (2009), define calidad como el conjunto de propiedades de un producto o servicio, el cual le da valor y superioridad a comparación de otros productos similares.

Los temas en donde se aplica la calidad han evolucionado en cuanto a mejores significativas se refiere, ya que ahora se busca no solo tener la mejor calidad en cuanto productos o servicios sino también tener calidad en la gestión empresarial, la cual indica que al tener calidad en la gestión empresarial, también se podrá cumplir con la demanda

de calidad que se presenta en los clientes.

Técnicas de compras: Se define como el conjunto de habilidades o skill que el personal de compras domina y conoce en base teórica para aplicar estos conocimientos y habilidades al realizar el análisis de reabastecimiento o compras para la empresa.

Negociación Efectiva: Homs, R. (2013), menciona que el carisma y los atributos de liderazgo son las habilidades claves que todo buen negociador debe tener.

La característica de liderazgo representa lo que los demás quieren ser o tener, es lo que menciona el autor, cabe resaltar que otra de las características de la personalidad de líder, es tener la facilidad para saber llegar a la persona con la cual se negocia, y llegar siempre al acuerdo win to win.

Cantidad de pedido: Krajewski, Ritzman y Malhotra (2013), mencionan que existe una presión en los administradores de la cadena de suministros, por el hecho que estos tienen la obligación de mantener un bajo nivel de inventario para evitar el exceso de costos de almacenaje, pero a la vez necesitan mantener también un alto inventario para reducir costos de preparación y ordenar. (p.315)

En conclusión, la cantidad de pedido busca minimizar los costos totales, manteniendo un punto de equilibrio en la gestión de inventarios, teniendo la capacidad de poder atender los pedidos presentes y futuros y también evitar un posible quiebre de stock.

Valor Agregado: Voelkl, J., Silva, J., Solano, C., Pulido, L. (2009), definen valor agregado a las características extras que se le añaden a un producto en beneficio para sus clientes como también una diferenciación de sus productos con el de otros proveedores.

Automatización: La automatización es la implementación y el uso de sistemas variados, ya sean computarizados o electromecánicos con la finalidad de optimizar los flujos de trabajo en las empresas.

Las compañías implementan sistemas con los cuales buscan optimizar sus procesos operativos como también de producción y que a su vez les permita gestionar una mejor fuente de datos que conlleve a una gestión empresarial más dinámica y eficiente.

Koh, S. L., & Maguire, S. (2009), hacen mención al sistema de gestión SAP R3, un ERP de solución empresarial que permite automatizar los procesos operativos de la empresa,

siempre y cuando se le dé buen uso y se cargue datos correctos. Este sistema permite almacenar cantidades enormes de data en la nube, que en futuro posiblemente sirva para análisis de datos y para la toma de decisiones. A su vez este sistema permite la integración comercial entre proveedor, empresa y cliente.

Potdar, V., Wu, C., Chang, E. (2007), da a conocer que la captura automatizada de datos es un aspecto de suma importancia que se debe aplicar dentro de los procesos de la cadena de suministros, ya que esto permitirá llevar una gestión adecuada de la cadena de suministros. La captura de datos mediante sistemas recoge la información completa de un producto y se actualiza en el software sin necesidad de intervención humana.

Formulación del problema: De acuerdo con las variables, lo que se busca es resolver el siguiente problema general y específicos:

¿Existe relación entre el planeamiento de la demanda y gestión de compras en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019?

Problemas específicos:

- a) ¿Existe relación entre planeamiento de la demanda y pronóstico de la demanda en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019?
- b) ¿Existe relación entre planeamiento de la demanda e información del mercado en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019?
- c) ¿Existe relación entre el planeamiento de la demanda y recursos humanos especializado en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019?
- d) ¿Existe relación entre el planeamiento de la demanda y tecnología en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019?

Justificación del estudio: Behar (2008), menciona que la justificación del estudio permite que el contenido de la investigación sea clara y precisa, y que es este es el primer paso para realizar una investigación. La elección del tema y del contenido va a depender de la decisión del investigador y de la calidad de la información que se maneje para realizar la investigación. (p.27)

Justificación teórica: Hernández, Fernández y Baptista (2014), indican que el valor teórico es lo que el autor busca aportar de su investigación realizada, en este caso a las ciencias sociales, brindando conceptos y nuevas hipótesis que mediante un análisis estadístico se pueden afirmar o rechazar como también encontrar la relación entre las

variables estudiadas. (p.40)

Justificación metodológica: Hernández, Fernández y Baptista (2014), hacen mención a crear nuevos métodos de análisis o recolección de datos, a la definición de conceptos y mejoras en la forma de experimentar con las variables. (p.40)

La presente investigación, busca la relación entre variables tomando en cuenta una metodología descriptiva – correlacional, para hallar cual es la confiabilidad de la relación entre las variables estudiadas, para de esta manera brindar información que sirva para futuras investigaciones, donde se pueda reforzar los resultados de esta investigación y se pueda reforzar los conceptos o definiciones que brindar diversos autores acerca de las variables tratadas en esta investigación.

Justificación practica: Hernández, Fernández y Baptista (2014), mencionan que las implicaciones prácticas de la investigación buscan resolver problemas reales. (p.40)

Las variables presentadas en esta investigación buscan resolver problemas reales acerca del planeamiento de la demanda y la administración de compras, con la finalidad de aportar un reforzamiento a los conceptos que brindan diversos autores acerca de estas variables que son muy utilizadas y aplicadas en las empresas. Gracias a esta investigación se podrá tomar medidas en la práctica en la manera que se tomará la relación que existe entre las variables estudiadas.

Hipótesis: De acuerdo con las variables de estudio, se determina la siguiente hipótesis general y específicas:

Existe relación entre planeamiento de la demanda y gestión de compras en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.

Hipótesis específicas:

- a) Existe relación entre planeamiento de la demanda y pronóstico de la demanda en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.
- b) Existe relación entre planeamiento de la demanda e información del mercado en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.
- c) Existe relación entre el planeamiento de la demanda y recursos humanos especializado en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.

- d) Existe relación entre el planeamiento de la demanda y tecnología en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.

Objetivos: De acuerdo con las variables de estudio, se determina el siguiente objetivo general y específicos:

Determinar la relación que existe entre el planeamiento de la demanda y gestión de compras en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.

Objetivos Específicos:

- a) Determinar la relación que existe entre planeamiento de la demanda y pronóstico de la demanda en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.
- b) Determinar la relación que existe entre planeamiento de la demanda e información del mercado en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.
- c) Determinar la relación que existe entre planeamiento de la demanda y recursos humanos especializados en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.
- d) Determinar la relación que existe entre el planeamiento de la demanda y tecnología en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación:

Enfoque de la investigación:

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), define que el enfoque cuantitativo, utiliza la recolección de datos para probar una hipótesis.

Se utilizó el enfoque cuantitativo con la finalidad de probar las variables mediante la recolección de datos para luego confirmar si la hipótesis propuesta se rechaza o se acepta; para conocer la respuesta acerca de la hipótesis, los datos recolectados serán procesados en un sistema de estadística, con la finalidad de poder interpretar de manera más exacta el resultado de la correlación entre variables.

Diseño de investigación

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), mencionan que la investigación no experimental es aquella en la que no se manipulan las variables y que se utiliza la observación para recoger información en un momento determinado para luego analizarla. (p.149)

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), mencionan que una investigación no experimental – transaccional tiene como propósito describir y analizar la incidencia e interrelación entre variables en un momento determinado. (p.151)

La presente investigación se basa en un diseño no experimental transversal por el hecho de que no se intervendrá o manipulará las variables y por el motivo de que la recolección de datos se dará en un momento determinado gracias a un cuestionario que será procesado y analizado mediante técnicas estadísticas.

Tipo de investigación

Maya (2014), define investigación aplicada como los conocimientos teóricos puestos en práctica. (p.17)

Vargas (2009), El presente proyecto es de investigación aplicada, ya que se utilizó los conocimientos adquiridos y que también se fueron adquiriendo a lo largo del desarrollo

de este proyecto, con la finalidad de implementarlos en la investigación basada en la práctica. (p.159)

Método de investigación

Gómez (2012), menciona que el método deductivo es un procedimiento racional que va de lo general a lo particular.

De acuerdo con lo definido por el autor, la presente investigación conlleva un método deductivo, partiendo de una verdad universal para llegar a plantear conclusiones particulares y que se verán reflejadas en su aceptación o rechazo una vez se analice estadísticamente las variables para determinar si la hipótesis se acepta o se rechaza.

Nivel de investigación

Niño (2011), menciona que la investigación descriptiva tiene como propósito describir la realidad del objeto de estudio. (p.34)

Hernández, Fernández y Baptista (2014), mencionan que la investigación con alcance correlacional tiene como finalidad conocer la relación entre los objetivos de estudio.

La presente investigación es de nivel descriptivo correlacional, ya que se representa mediante palabras la descripción de los objetivos de estudio y a su vez se busca determinar el grado de relación entre las variables de estudio.

2.2. Variables y operacionalización

Matriz Operacional de la variable 1: Planeamiento de la demanda

Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Escala
<p>Van Der Laan, E., Van Dalen, J., Rohrmoser, M., Simpson, R. (2019), define planeamiento de la demanda como un conjunto de métodos cualitativos o cuantitativos aplicados para aprovisionar stock a uno o varios centros de almacenaje.</p>	<p>Se preparó un cuestionario con 13 ítems para medir las siguientes dimensiones: Pronóstico de la demanda, información del mercado, recursos humanos especializados y tecnología.</p>	Pronóstico de la demanda	Recolección de datos	La recolección de datos es sumamente importante para realizar un pronóstico.	<p>4 = Completamente de acuerdo 3 = Bastante de acuerdo 2 = Poco de acuerdo 1 = Nada de acuerdo</p>	Ordinal
			Métodos Cuantitativos	Considera factible utilizar métodos cuantitativos para realizar pronósticos.		
			Métodos Cualitativos	Considera factible utilizar métodos cualitativos para realizar pronósticos.		
		Información del mercado	Demanda del producto	La información acerca de la demanda del producto permite que el planeamiento de mejores resultados.		
			Precio del producto	La información acerca del del producto permite realizar un mejor planeamiento		
			Competencia	La información sobre la competencia permite realizar un mejor planeamiento.		
			Clientes	La información sobre los clientes permite realizar un mejor planeamiento.		
			Coordinación	La coordinación del área de planeamiento con las demás áreas de la empresa es importante para realizar una mejor planificación.		
			Cooperación	La cooperación del área de planeamiento con las demás áreas de la empresa es importante para realizar una mejor planificación.		
			Personal capacitado	Es importante mantener capacitado al personal de planeamiento con la finalidad de mejorar la gestión de esta área.		
		Tecnología	Sistema ERP	Los sistemas ERP optimizan los procesos para realizar el planeamiento de la demanda.		
			Herramienta de análisis de datos	Las herramientas de análisis de datos permiten que el planeamiento sea más efectivo.		
			Herramienta de visualización de datos	Las herramientas de visualización de datos permiten que el planeamiento sea más efectivo.		

Matriz Operacional de la variable 2: Gestión de compras

Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Escala
<p>Montoya, A., indica que las compras es una actividad dentro de la empresa que se considera altamente calificada y especializada, por la razón de que gracias a esta actividad se pueda generar rentabilidad para la empresa y generar una motivación a los proveedores para seguir estableciendo negociaciones.</p>	<p>Se preparó un cuestionario con 16 ítems para medir las siguientes dimensiones: Abastecimiento estratégico, selección de proveedores, técnicas de compras y automatización.</p>	Abastecimiento estratégico	Gestión eficiente del gasto	Es importante gestionar los gastos al momento de realizar compras para el abastecimiento de la empresa	<p>4 = Completamente de acuerdo 3 = Bastante de acuerdo 2 = Poco de acuerdo 1 = Nada de acuerdo</p>	Ordinal
			Gestión del riesgo de compra	Es importante gestionar los riesgos al momento de realizar compras para el abastecimiento de la empresa		
			Administración por categorías	Al realizar compras para el abastecimiento de la empresa, se toma en cuenta las categorías de productos del portafolio.		
			Nivel de stock	Se toma en cuenta los niveles de stock antes de realizar las compras.		
			Nivel de inventarios	Se toma en cuenta el nivel de inventario antes de realizar las compras.		
			Plazos de pago	El plazo de pago es un factor importante al momento que se debe seleccionar proveedores.		
		Selección de proveedores	Plazo de entrega	El plazo de entrega es un factor importante al momento que se debe seleccionar proveedores.		
			Calidad	La calidad es un factor importante al momento que se debe seleccionar proveedores.		
			Costos	El costo es un factor importante al momento que se debe seleccionar proveedores.		
			Especificaciones técnicas	Se debe pasar por inspección de calidad los productos adquiridos, para verificar que cumplen con las especificaciones técnicas.		
			Negociación efectiva	El personal de la empresa debe estar capacitado para los temas de negociación con los proveedores.		
			Valor agregado	Se considera importante el valor agregado del proveedor al momento de negociar las compras.		
			Cantidad mínima de pedido	Se considera importante conocer la cantidad mínima de pedido establecida por el proveedor al momento de negociar las compras.		
			Flujo de pedidos	Es importante que el flujo de pedido sea automático y a través de sistemas de compras o de gestión.		
Automatización	Control de compras	Se debe contar con un formato, software, hardware o un ERP para llevar el control de compras de la empresa				
	Control de gastos	Se debe contar con un formato, software, hardware o un ERP para llevar el control de gastos de la empresa				

2.3. Población y muestra

Población

López (2004) Define población al conjunto de personas u objetos de los cuales se busca recaudar información en una investigación. La población, cabe resaltar que puede estar constituida por personas, objetos, animales, documentación, entre otros.

La población que se considera es el total de personal de la empresa en su sede logística ubicada en el departamento constitucional del Callao. El personal total de esta sede es de 50 personas que están ubicadas en las áreas administrativas. Para el presente estudio se tomó la población como muestra total.

Muestra

Hernández, Fernández y Baptista (2014) Definen muestra como al subgrupo de la población. La muestra se puede considerar como un subconjunto de la población de la cual se buscará recolectar información.

En la presente investigación se utiliza una muestra no probabilística. Se consideran 50 personas, las cuales son integrantes de áreas relacionadas al área de planeamiento de la empresa.

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

Técnica de recolección de datos

Gómez (2012), describe que las técnicas de recolección de datos permitirán recoger información a través de distintos instrumentos aplicados a la investigación.

Instrumento

Hernández, Fernández y Baptista (2014), mencionan que en la investigación se dispone de distintitos instrumentos para la recolección de datos, las cuales ayudaran a medir las variables o los objetivos de estudio en la investigación. (p.217)

Para la presente investigación se utilizará como instrumento un cuestionario compuesto de 29 preguntas previamente seleccionadas para realizar la medición de las variables con base a la información que se recibirá de la aplicación de este instrumento a la muestra.

Hernández, Fernández y Baptista (2014), citan a Chateaufeuf (2009) que el cuestionario es el conjunto de preguntas que se realizan de acuerdo con las variables de estudio. Así mismo, para realizar la encuesta se requirió a utilizar la escala de Likert

Validez

Hernández, Fernández y Baptista (2014), mencionan que la validez representará el grado en que un instrumento medirá la variable. (p.200)

Experto	Grado	Resultados
Mg. Merino Garcés, José	Mg. Administración	Aplicable
Dr. Vázquez Espinoza, Juan	Dr. Administración	Aplicable
Mg. Guerra Bendezú, Carlos	Mg. Administración	Aplicable

Confiabilidad

Hernández, Fernández y Baptista (2014), mencionan que la confiabilidad es el grado de exactitud de la medida, esto de acuerdo con que, si se aplica el mismo instrumento repetidas veces al mismo sujeto u objetivo, por ende, los instrumentos aplicados nos darán los mismos resultados.

En la confiabilidad de muestras encuestadas se utilizó el programa estadístico SPSS Statistics 24, en la cual se aplicó el coeficiente de Cronbach para medir la confiabilidad, obteniendo como resultado 0,988, lo cual indica una alta confiabilidad en el instrumento aplicado.

2.5. Procedimiento

Se realizó una búsqueda de información en fichas electrónicas de bases de datos de la asociación automotriz del Perú, revistas indexadas, artículos científicos y libros acerca de las variables de estudio para formular las encuestas y proceder a su aplicación y análisis estadístico.

2.6. Método de análisis de datos

Prieto (2017), menciona que el método deductivo conduce al investigador a razonar acerca de sus variables y por ende también sobre su hipótesis. Para la presente investigación se usará el método estadístico descriptivo.

Para reforzar la deducción, se procede a analizar estadísticamente el instrumento que mide las variables para de esta manera dar el resultado de que si se acepta o rechaza la hipótesis general, la cual se formula con fundamentos teóricos científicos que dan explicación a los objetivos de estudio.

2.7. Aspectos éticos

En la presente investigación se empleó diversos elementos de estándares éticos, tales como el respeto al derecho de autor, ya que se tomó referencias de diversos autores y sus conceptos otorgados a la comunidad o población estudiantil académica de diversas partes del mundo, es este motivo que se emplea el estilo APA para su respectivo citado bibliográfico.

Aspectos éticos para tomar en cuenta:

Anónimo: Se mantendrá la total privacidad y discreción de la información otorgada por la empresa para que se pueda realizar esta investigación.

Confiabilidad: La información obtenida, se guardará en un grado de confidencia profesional. Los resultados obtenidos en esta investigación serán otorgados a la compañía, así mismo también se hará pública la investigación para la comunidad académica.

Objetividad: La investigación presente será neutral y efectiva con la finalidad de revelar la situación de la empresa en cuanto a las variables de estudio.

Finalmente, el investigador, toma la responsabilidad de la autenticidad de los resultados, la fiabilidad de los datos que se han proporcionado por la empresa y la identidad de las personas que aportaron la información necesaria para realizar el presente trabajo de investigación.

III. RESULTADOS

Pruebas de normalidad:

Pruebas de hipótesis:

Se estableció las siguientes hipótesis para la Variable 1: Planeamiento de la demanda.

H0: Los datos de la variable planeamiento de la demanda de una empresa del sector automotriz en la provincia constitucional del Callao, año 2019 muestran una distribución normal.

H1: Los datos de la variable planeamiento de la demanda de una empresa del sector automotriz en la provincia constitucional del Callao, año 2019 no muestran una distribución normal.

Se estableció las siguientes hipótesis para la Variable 2: Gestion de compras.

H0: Los datos de la variable gestión de compras de una empresa del sector automotriz en la provincia constitucional del Callao, año 2019 muestran una distribución normal.

H1: Los datos de la variable gestión de compras de una empresa del sector automotriz en la provincia constitucional del Callao, año 2019 no muestran una distribución normal.

Se utilizó un 5% de nivel de significación para un contraste bilateral, los resultados obtenidos son mostrados en la tabla 1.

Tabla 1

Pruebas de normalidad Kolmogórov-Smirnov para la variable 1 y variable 2.

	Estadístico	gl	Sig.
PLANEAMIENTO DE LA DEMANDA	0.183	50	0.000
GESTIÓN DE COMPRAS	0.168	50	0.001

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos muestran que p-valor es menor que 0.05 en ambas variables, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna para las variables planeamiento de la demanda y gestión de compras, debido a que las variables no muestran normalidad.

Resultados Descriptivos

Resultados descriptivos de la variable 1: Planeamiento de la demanda

Tabla 2

Distribución de frecuencia de la Variable 1: Planeamiento de la demanda

	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	3	6,0
Poco de acuerdo	8	16,0
Bastante de acuerdo	11	22,0
Completamente de acuerdo	28	56,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta a colaboradores

En la tabla 2, se muestran los resultados obtenidos de la variable 1, luego de aplicar el instrumento de recolección de datos a los colaboradores de la empresa. El 6% de los encuestados percibió estar nada de acuerdo, el 16% percibió estar poco de acuerdo, el 22% representa a los colaboradores que están bastante de acuerdo, mientras que el 56%, percibe estar completamente de acuerdo.

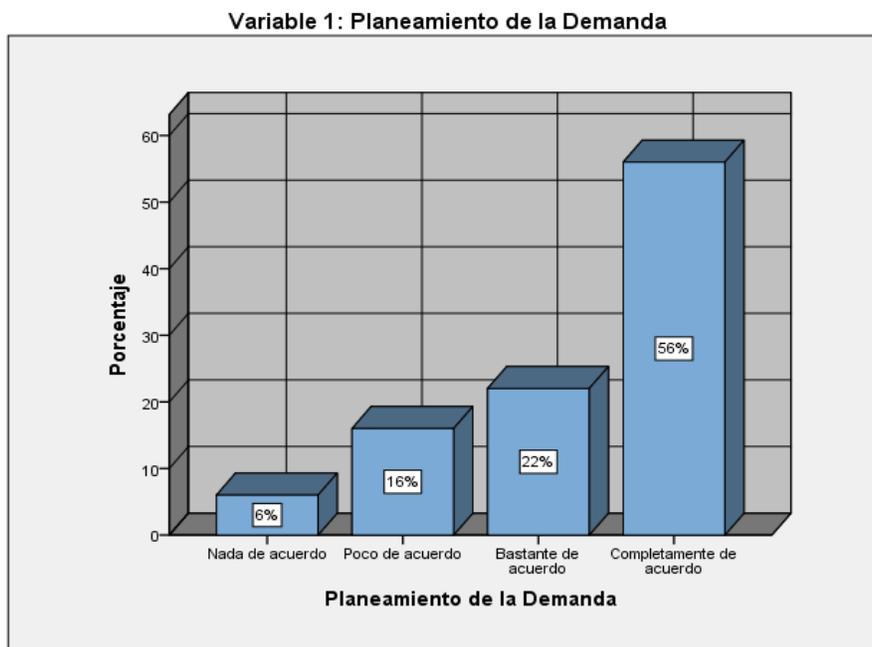


Figura 1. Percepción de la Variable1: Planeamiento de la demanda

Según los resultados mostrados en la figura 1, el porcentaje que obtuvieron nada de acuerdo y poco de acuerdo son los colaboradores de la empresa que no pertenecen al área de planeamiento, mientras que el porcentaje de bastante de acuerdo y completamente de acuerdo son los colaboradores que tienen relación y que pertenecen al área de planeamiento.

Resultados descriptivos de la variable 2: Gestión de compras

Tabla 3

Distribución de frecuencias de la variable 2: Gestión de compras

	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	3	6,0
Poco de acuerdo	6	12,0
Bastante de acuerdo	15	30,0
Completamente de acuerdo	26	52,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta a colaboradores

En la tabla 3, se muestran los resultados obtenidos de la variable 2, luego de aplicar el instrumento de recolección de datos a los colaboradores de la empresa. El 6% de los encuestados percibió estar nada de acuerdo, el 12% percibió estar poco de acuerdo, el 30% representa a los colaboradores que están bastante de acuerdo, mientras que el 52%, percibe estar completamente de acuerdo.

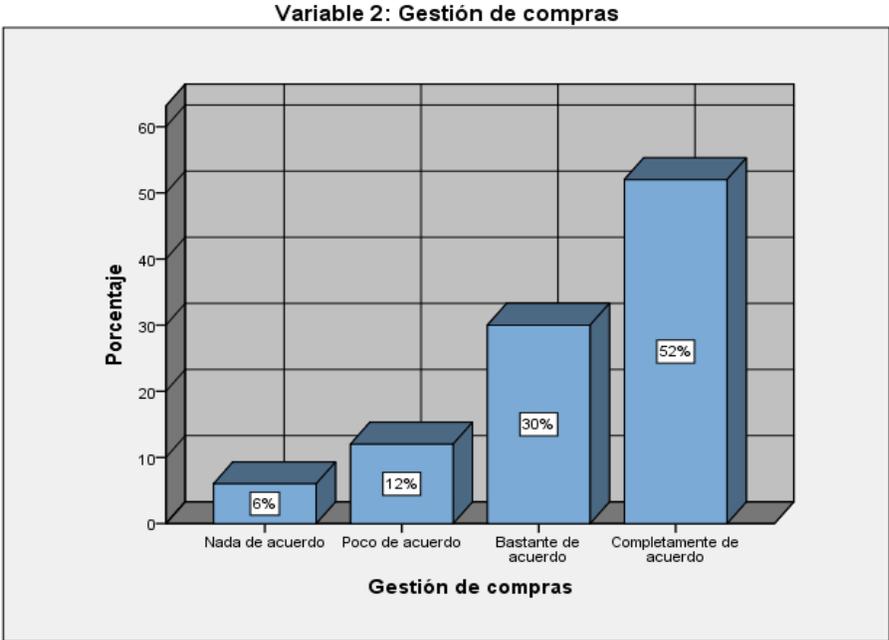


Figura 2. Percepción de la Variable 2: Gestión de compras.

Según los resultados mostrados en la figura 2, el porcentaje que obtuvieron nada de acuerdo y poco de acuerdo son los colaboradores de la empresa que no pertenecen al área de planeamiento, mientras que el porcentaje de bastante de acuerdo y completamente de acuerdo son los colaboradores que tienen relación y que pertenecen al área de planeamiento.

Resultados descriptivos de la dimensión 1: Pronóstico de la demanda

Tabla 4

Distribución de frecuencias de la dimensión 1

	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	3	6,0
Poco de acuerdo	6	12,0
Bastante de acuerdo	5	10,0
Completamente de acuerdo	36	72,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta a colaboradores

En la tabla 4, se muestran los resultados obtenidos de la dimensión 1, luego de aplicar el instrumento de recolección de datos a los colaboradores de la empresa. El 6% de los encuestados percibió estar nada de acuerdo, el 12% percibió estar poco de acuerdo, el 10% representa a los colaboradores que están bastante de acuerdo, mientras que el 72%, percibe estar completamente de acuerdo.

Resultados descriptivos de la dimensión 2: Información del mercado

Tabla 5

Distribución de frecuencias de la dimensión 2

	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	6	12,0
Poco de acuerdo	3	6,0
Bastante de acuerdo	11	22,0
Completamente de acuerdo	30	60,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta a colaboradores

En la tabla 5, se muestran los resultados obtenidos de la dimensión 2, luego de aplicar el instrumento de recolección de datos a los colaboradores de la empresa. El 12% de los

encuestados percibió estar nada de acuerdo, el 6% percibió estar poco de acuerdo, el 22% representa a los colaboradores que están bastante de acuerdo, mientras que el 60%, percibe estar completamente de acuerdo.

Resultados descriptivos de la dimensión 3: Recursos Humanos Especializados

Tabla 6

Distribución de frecuencias de la dimensión 3

	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	8	16,0
Bastante de acuerdo	15	30,0
Completamente de acuerdo	27	54,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta a colaboradores

En la tabla 6, se muestran los resultados obtenidos de la dimensión 3, luego de aplicar el instrumento de recolección de datos a los colaboradores de la empresa. El 16% de los encuestados percibió estar nada de acuerdo, el 30% percibió bastante de acuerdo, mientras que el 54%, percibe estar completamente de acuerdo

Resultados descriptivos de la dimensión 4: Tecnología

Tabla 7

Distribución de frecuencias de la dimensión 4

	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	6	12,0
Poco de acuerdo	3	6,0
Bastante de acuerdo	8	16,0
Completamente de acuerdo	33	66,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta a colaboradores

En la tabla 7, se muestran los resultados obtenidos de la dimensión 4, luego de aplicar el instrumento de recolección de datos a los colaboradores de la empresa. El 12% de los encuestados percibió estar nada de acuerdo, el 6% percibió estar poco de acuerdo, el 16% representa a los colaboradores que están bastante de acuerdo, mientras que el 66%, percibe estar completamente de acuerdo.

Resultado de las correlaciones

Como resultado de distribución de las variables, ambas no presentan una distribución normal, por lo tanto, se utilizó la técnica no paramétrica de correlación de Spearman para probar las hipótesis específicas y la hipótesis general. Además, el tipo de estudio es censal, por lo cual solo se va a considerar el valor de índice de correlación Rho de Spearman y se descartara el valor del sig. o p-valor.

Hipótesis específica 1:

H0: No existe relación entre planeamiento de la demanda y pronóstico de la demanda en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.

H1: Existe relación entre el planeamiento de la demanda y pronóstico de la demanda en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.

Hipótesis específica 2:

H0: No existe relación entre planeamiento de la demanda e información del mercado en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.

H1: Existe relación entre el planeamiento de la demanda e información del mercado en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.

Hipótesis específica 3:

H0: No existe relación entre planeamiento de la demanda y recursos humanos especializados en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.

H1: Existe relación entre planeamiento de la demanda y recursos humanos especializados en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.

Hipótesis específica 4

H0: No existe relación entre el planeamiento de la demanda y tecnología en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.

H1: Existe relación entre el planeamiento de la demanda y tecnología en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.

Tabla 8

Correlación de Spearman: Dimensiones -Variable 1

		PLANEAMIENTO DE LA DEMANDA	
Rho de Spearman	Pronóstico de la demanda	Coefficiente de correlación	0,519
	Información del mercado	Coefficiente de correlación	0,827
	Recursos Humanos Especializados	Coefficiente de correlación	0,832
	Tecnología	Coefficiente de correlación	0,671

Fuente: Elaboración propia

Según los resultados expresados en la tabla 8, para todas las dimensiones en relación con la variable planeamiento de la demanda se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, debido a que el índice de coeficiente de correlación de Spearman fue para la primera dimensión 0.519, para la segunda dimensión 0.827, para la tercera dimensión 0.832 y para la cuarta dimensión 0,671 en las cuales existe una correlación positiva moderada y una correlación positiva alta.

Hipótesis general

H0: No existe relación entre el planeamiento de la demanda y gestión de compras en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.

H1: Existe relación entre el planeamiento de la demanda y gestión de compras en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.

Tabla 9

Correlación de Spearman entre variables

		GESTIÓN DE COMPRAS	
Rho de Spearman	PLANEAMIENTO DE LA DEMANDA	Coefficiente de correlación	0,920

Fuente: Elaboración propia

Según los resultados expresados en la tabla 9, en la cual se encuentra el resultado del coeficiente de correlación entre las variables planeamiento de la demanda y gestión de compras el cual es de 0.920, indica que la correlación es positiva muy alta, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna.

IV. DISCUSIÓN

De acuerdo a la presente investigación, es importante tomar en cuenta aspectos importantes acerca del planeamiento de la demanda y de la gestión de compras, estos aspectos vienen desde lo tecnológico hasta el manejo de la base de datos mediante el uso de sistemas que permitan desarrollar una mejor gestión de ambas variables, no cabe duda que gracias a un buen planeamiento, haciendo uso de métodos cuantitativos o cualitativos para pronosticar la demanda, los resultados de esta aplicación influirán de manera significativa en la gestión de compras eficientes debido a que se tomara una posición de tomar decisiones en base de datos que sean más exactos y que tengan más relación con la realidad, con la finalidad de evitar problemas de inventario, de stock, de insatisfacción de la demanda o aumento de los gastos y costos. Es por ello importante que se gestión de manera adecuada las variables presentadas en la investigación para tener una gestión adecuada de la primera fase de la cadena de suministros.

En este sentido, Albani, A., Mussigmann, N., & Zaha, J. M. (2007), confirman que la gestión de compras es suma importante para la cadena de suministros y que va de la mano con el planeamiento de la demanda. Dentro de la gestión de compras, se encuentra la selección de proveedores, un tema el que los autores pones énfasis y confirman que el seleccionar y mantener una buena relación con los proveedores a largo plazo con una exigencia de calidad en los productos, puede mantener el éxito de la empresa. De acuerdo con lo confirmado por los autores, es importante mantener una adecuada administración de las dimensiones de la gestión de compras, la cual será abastecida de información por los datos del planeamiento de la demanda.

Perea (2014), está de acuerdo que el planeamiento de la demanda de una empresa, si es bien gestionada, mediante algoritmos en los software u ERP, permitirá que la información y en planeamiento sea más confiable, por lo cual mediante esta información se puedan tomar decisiones que conlleven al aumento de la rentabilidad y la mejora en el nivel de servicio de la empresa.

Además, tomando en cuenta el resultado obtenido, conociendo y verificando que el planeamiento de la demanda va de la mano con la gestión de compras, no solo se da en la empresa que se aplicó el estudio, sino también en empresas de otros países diferentes al Perú, las cuales implementan una eficiente gestión del planeamiento para asegurar el éxito en un

futuro, ya que no hay empresa que llegue al éxito si no existe un planeamiento adecuado.

A través que pasa el tiempo, los sistema de gestión se hacen más complicados, por lo cual las empresas ponen todo su esfuerzo para lograr ser competitivos en su entorno, y en donde se pone más énfasis es en la tecnología aplicada al planeamiento ya que es la fase de suma importancia de la cadena de suministros y lo que se busca es tener datos exactos para una mejor gestión a largo plazo, apoyándose en los pronósticos y automatizando la cadena de suministros para generar ahorros, mejorar en la productividad y en el nivel de servicio, es por ellos que el persona de estas áreas de planeamiento y compras deben ser bien capacitados en temas estadísticos y de metodologías para la planificación y la gestión de compras con la finalidad de que se cumpla con los planes estratégicos de la compañía.

V. CONCLUSIONES

Las conclusiones a las que se arribó están en concordancia con el objetivo general y los objetivos específicos de la investigación. Estos fueron:

1. Se demuestra que el planeamiento de la demanda se relaciona con la gestión de compras en una empresa del sector automotriz, Callao, 2019.
2. Se demuestra que el planeamiento de la demanda se relaciona con el pronóstico de la demanda en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.
3. Se demuestra que el planeamiento de la demanda se relaciona con la información del mercado en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.
4. Se demuestra que el planeamiento de la demanda se relaciona con el recurso humano especializado en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.
5. Se demuestra que el planeamiento de la demanda se relaciona con la tecnología en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que el para el estudio del planeamiento de la demanda se especifiquen los métodos cuantitativos más utilizados en las empresas del sector automotriz.
2. Se debe efectuar el presente estudio no solo a una empresa sino a una industria específica para obtener mayor conocimiento del comportamiento de las variables.
3. Se recomienda someter la presente tesis a un análisis cualitativo para confirmar si se obtiene el mismo resultado
4. Se debe preparar un cuestionario específico acerca de los métodos de pronósticos para conocer cuál es el más exacto o el que más se utiliza por las empresas para mejorar su efectividad en los pronósticos.
5. Se recomienda realizar un estudio en cuanto a la tecnología aplicada a las variables de la presente tesis, con la finalidad de aportar conocimientos acerca de la evolución del planeamiento de la demanda y la gestión de compras.
6. Se debe analizar y especificar la importancia de la gestión de stock en relación con la demanda del sector automotriz para determinar las mejoras que repercuten en la gestión de compras y evitar los quiebres de stock y desabastecimiento.

REFERENCIAS

- Altahona, T. (2009). *Libro práctico sobre Contabilidad de costos*. Universidad de investigación y desarrollo. Recuperado de: <https://docplayer.es/8433235-Libro-practico-sobre-contabilidad-de-costos-teresa-de-jesus-altahona-quijano.html>
- Asociación Automotriz del Perú (2018). *Venta e inmatriculación de vehículos menores*. Recuperado de: https://aap.org.pe/estadisticas/ventas_inmatriculaciones_vehiculos_nuevos/inm-2018/
- Behar, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Editorial Shalom.
- Escobedo, S. (2016). *Demanda turística y oferta de establecimientos de hospedajes en la ciudad de Huamachuco periodo 2010-2015 (Tesis de pregrado)*. Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.
- Espino, E. (2016). *Implementación de mejora en la gestión compras para incrementar la productividad en un concesionario de alimentos (Tesis pregrado)*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.
- Gomez, S. (2012). *Metodología de la investigación*. Estado de México: Red Tercer Milenio.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación (5ta Ed.)*. México DF, México: The MacGraw-Hill
- Krajewski, L., Ritzman, L. and Malhotra, M. (2013). *Operations Management: Processes and Supply Chains*. México DF, México: Pearson.
- López, O. (2017). *Propuesta de un proceso de planeación de la demanda para una comercializadora de ropa (Tesis de maestría)*. Instituto Politécnico Nacional, Ciudad de México, México.
- Lopez, P. (2004). *Población, Muestra y Muestreo*. Scielo. Recuperado de: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012

- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación: Una propuesta ágil para la presentación de trabajos científicos en las áreas de arquitectura, urbanismo y disciplinas afines*. México D.F., México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Melgar, J. (2017). *La gestión de compras para mejorar la calidad de servicio en la empresa Segem S.A.C., Lima 2017 (Tesis pregrado)*. Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Montoya, A. (2009). *Administración de compras*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Niño, V. (2011). *Metodología de la investigación: Diseño y ejecución*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Parkin, M., Esquivel, G. y Muñoz, M. (2007). *Macroeconomía*. México DF, México: Pearson educación de México.
- Parkin, M., y Loria, E. (2015). *Microeconomía*. México DF, México: Pearson educación de México.
- Perea, C. (2014). *Propuesta de mejoramiento en la planeación de la demanda en una empresa del sector alimenticio (Tesis de pregrado)*. Universidad ICESI, Santiago de Cali, Colombia.
- Poushter, J. (2015). *Car, Bike or motorcycle? Depends on where you live*. Pew Research Center. Recuperado de: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/04/16/car-bike-or-motorcycle-depends-on-where-you-live/>
- Prieto, B. (2017). *El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales*. Pontificia Universidad Javeriana, Colombia. Recuperado de: file:///C:/Users/Jesus.DESKTOP-VHSLM9R/Desktop/El_uso_de_los_metodos_deductivo_e_inductivo_para_a.pdf
- Recari, F. (2015). *Gestión administrativa en los departamentos de compras y contrataciones del Ministerio de gobernación de Guatemala (Tesis de pregrado)*. Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango, México.

- Vargas, Z. (2009). *La investigación aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencia científica*. San Pedro, Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
- Vilana, J. (2011). *Gestion de stocks*. Escuela de organización industrial. Recuperado de: [file:///C:/Users/Jesus.DESKTOP-VHSLM9R/Desktop/componente75254%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Jesus.DESKTOP-VHSLM9R/Desktop/componente75254%20(2).pdf)
- Albani, A., Mussigmann, N., & Zaha, J. M. (2007). A Reference Model for Strategic Supply Network Development. In P. Fettke, & P. Loos (Eds.), *Reference Modeling for Business Systems Analysis* (pp. 217-240). Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-59904-054-7.ch011
- D'Souza, E., & White, E. (2006). Demand Forecasting for the Net Age: From Thought to Fulfillment in One Click. In Y. Lan, & B. Unhelkar (Eds.), *Global Integrated Supply Chain Systems* (pp. 29-47). Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-59140-611-2.ch003
- Carbonneau, R., Vahidov, R., & Laframboise, K. (2009). Forecasting Supply Chain Demand Using Machine Learning Algorithms. In V. Sugumaran (Ed.), *Distributed Artificial Intelligence, Agent Technology, and Collaborative Applications* (pp. 328-365). Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-60566-144-5.ch018
- Van der Laan, E., van Dalen, J., Rohrmoser, M., & Simpson, R. (2016). Demand forecasting and order planning for humanitarian logistics: An empirical assessment. *Journal of Operations Management*, 45, 114-122. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0272696316300377>
- Wilson, E., & Breault, J. (2018). The Core of Demand Planning and Data Science. *Journal of Business Forecasting*, 37(1). Recuperado de: <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=506674c7-fa37-4913-816e660f70783b1a%40sessionmgr4006&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZH MtbGl2ZQ%3d%3d#AN=130794586&db=a9h>
- Addo-Tenkorang, R., Helo, P.T., *Big Data Applications in Operations/Supply-Chain Management: A Literature Review*, *Computers & Industrial Engineering* (2016), doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.cie.2016.09.023>

- Kotabe, M., & Murray, J. Y. (2004). Global sourcing strategy and sustainable competitive advantage. *Industrial marketing management*, 33(1), 7-14.
- Jensen, P. A. (2017). Strategic sourcing and procurement of facilities management services. *Journal of Global Operations and Strategic Sourcing*, 10(2). <https://doi.org/10.1108/JGOSS-10-2016-0029>
- Talluri, S., & Narasimhan, R. (2004). A methodology for strategic sourcing. *European journal of operational research*, 154(1), 236-250.
- Parra-Penagos, C. & Rodríguez-Fonseca, F. (2016). La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las empresas. *Rev.investig.desarro.innov*, 6(2), 131-143. doi: <http://dx.doi.org/10.19053/20278306.4602>
- Penguin Random House Grupo Editorial México, 1 set. 2013
- Peñaloza, J. R. V., Rueda, J. A. S., Vanegas, C. M. S., & Moreno, L. M. P. (2009). Enfoque CRM percepciones de los usuarios de los procesos administrativos académicos y su valor agregado. *Revista Universidad EAFIT*.
- Quayle, M. (2006). Quality Management and Customer Service. In M. Quayle (Ed.), *Purchasing and Supply Chain Management: Strategies and Realities* (pp. 89- 103). Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-59140-899-4.ch004
- Koh, S. L., & Maguire, S. (2009). Current Developments and Diffusions in ICT: ERP, SCM, CRM. In S. Koh, & S. Maguire (Eds.), *Information and Communication Technologies Management in Turbulent Business Environments* (pp. 222-265). Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-60566-424-8.ch013
- Sabbaghi, A., & Vaidyanathan, G. (2007). Integration of Global Supply Chain Management with Small to Mid-Size Suppliers. In W. Chung Wang, M. Heng, & P. Chau (Eds.), *Supply Chain Management: Issues in the New Era of Collaboration and Competition* (pp. 128-164). Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-59904-231-2.ch006

- Fiala, P. (2008). Modeling and Coordination of Dynamic Supply Networks. In D. Laha, & P. Mandal (Eds.), Handbook of Computational Intelligence in Manufacturing and Production Management (pp. 227-248). Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-59904-582-5.ch012
- Wong, T. (2008). PMA Supplier Selection Using the Mahalanobis Taguchi System. In G. Putnik, & M. Cruz-Cunha (Eds.), Encyclopedia of Networked and Virtual Organizations (pp. 1230-1237). Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-59904-885-7.ch162
- Potdar, V. (2007). Automated Data Capture Technologies: RFID. In Q. Zhang (Ed.), E-Supply Chain Technologies and Management (pp. 112-141). Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-59904-255-8.ch006

ANEXOS

Anexo 1. Instrumento de recolección de datos

**“Planeamiento de la demanda y gestión de compras de repuestos en una empresa del sector automotriz,
Callao, 2019”**

OBJETIVO: Determinar la relación entre Planeamiento de la demanda y gestión de compras de repuestos en la empresa Honda del Perú S.A., Lima, 2019.

INSTRUCCIONES: Marque con una **X** la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

	ÍTEMS	VALORES DE LA ESCALA			
		Completamente de acuerdo	Bastante de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
	Variable 1: Planeamiento de la demanda	4	3	2	1
	Dimensión 1: Pronósticos de la demanda				
1	La recolección de datos es sumamente importante para realizar un pronóstico.				
2	Considera factible utilizar métodos cuantitativos para realizar pronósticos.				
3	Considera factible utilizar métodos cualitativos para realizar pronósticos.				
	Dimensión 2: Información del mercado				
4	La información acerca de la demanda del producto permite que el planeamiento de mejores resultados.				
5	La información acerca del del producto permite realizar un mejor planeamiento				
6	La información sobre la competencia permite realizar un mejor planeamiento.				
7	La información sobre los clientes permite realizar un mejor planeamiento.				
	Dimensión 3: Recursos Humanos especializado				
8	La coordinación del área de planeamiento con las demás áreas de la empresa es importante para realizar una mejor planificación.				
9	La cooperación del área de planeamiento con las demás áreas de la empresa es importante para realizar una mejor planificación.				
10	Es importante mantener capacitado al personal de planeamiento con la finalidad de mejorar la gestión de esta área.				
	Dimensión 4: Tecnología				
11	Los sistemas ERP optimizan los procesos para realizar el planeamiento de la demanda.				
12	Las herramientas de análisis de datos permiten que el planeamiento sea más efectivo.				
13	Las herramientas de visualización de datos permiten que el planeamiento sea más efectivo.				
	Variable 2: Gestión de compras	4	3	2	1
	Dimensión 1: Abastecimiento estratégico				
14	Es importante gestionar los gastos al momento de realizar compras para el abastecimiento de la empresa				

15	Es importante gestionar los riesgos al momento de realizar compras para el abastecimiento de la empresa				
16	Al realizar compras para el abastecimiento de la empresa, se toma en cuenta las categorías de productos del portafolio.				
17	Se toma en cuenta los niveles de stock antes de realizar las compras.				
18	Se toma en cuenta el nivel de inventario antes de realizar las compras.				
Dimensión 2: Selección de proveedores					
19	El plazo de pago es un factor importante al momento que se debe seleccionar proveedores.				
20	El plazo de entrega es un factor importante al momento que se debe seleccionar proveedores.				
21	La calidad es un factor importante al momento que se debe seleccionar proveedores.				
22	El costo es un factor importante al momento que se debe seleccionar proveedores.				
Dimensión 3: Técnicas de compras					
23	Debe pasar por inspección de calidad los productos adquiridos, para verificar que cumplen con las especificaciones técnicas.				
24	El personal de la empresa debe estar capacitado para los temas de negociación con los proveedores.				
25	Se considera importante el valor agregado del proveedor al momento de negociar las compras.				
26	Se considera importante conocer la cantidad mínima de pedido establecida por el proveedor al momento de negociar las compras.				
Dimensión 4: Automatización					
27	Es importante que el flujo de pedido sea automático y a través de sistemas de compras o de gestión.				
28	Se debe contar con un formato, software, hardware o un ERP para llevar el control de compras de la empresa				
29	Se debe contar con un formato, software, hardware o un ERP para llevar el control de gastos de la empresa				

Gracias por su colaboración

Anexo 2: Matriz de consistencia

Título: Planeamiento de la demanda y gestión de compras de repuestos en una empresa del sector automotriz, Callao, 2019						
Problema	Objetivos	Hipotesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Problema general	Objetivo General	Hipótesis general				
¿Existe relación entre el planeamiento de la demanda y gestión de compras en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019?	Determinar la relación que existe entre el planeamiento de la demanda y gestión de compras en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.	Existe relación entre planeamiento de la demanda y gestión de compras en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.	Planeamiento de la demanda	Pronóstico de la demanda	Recolección de datos	Enfoque: Cuantitativo
					Métodos cuantitativos	
					Métodos cualitativos	
				Información del mercado	Demanda del producto	
					Precio del producto	
					Competencia	
					Clientes	
				Recursos Humanos Especializados	Coordinación	
					Cooperación	
					Personal capacitado	
Tecnología	Sistemas ERP					
	Herramientas de análisis de datos					
	Herramientas de visualización de datos					
a) ¿Existe relación entre planeamiento de la demanda y pronóstico de la demanda en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019?	a) Determinar la relación que existe entre planeamiento de la demanda y pronóstico de la demanda en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.	a) Existe relación entre planeamiento de la demanda y pronóstico de la demanda en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.	Planeamiento de la demanda	Abastecimiento estratégico	Gestión eficiente del gasto	Diseño: Transaccional No experimental
					Gestión del riesgo de compra	
					Administración por categorías	
				Selección de proveedores	Nivel de Stock	
					Nivel de inventarios	
					Plazo de pago	
					Plazo de entrega	
				Técnicas de compras	Calidad	
					Costos	
					Especificaciones técnicas	
Negociación efectiva						
Automatización	Valor agregado					
	Cantidad mínima de pedido					
	Flujo de pedidos					
d) ¿Existe relación entre el planeamiento de la demanda y tecnología en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019?	d) Determinar la relación que existe entre el planeamiento de la demanda y tecnología en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.	d) Existe relación entre el planeamiento de la demanda y tecnología en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.	Gestión de compras	Automatización	Control de compras	Nivel: Descriptiva - Correlacional
					Control de gastos	
c) ¿Existe relación entre el planeamiento de la demanda y recursos humanos especializado en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019?	c) Determinar la relación que existe entre planeamiento de la demanda y recursos humanos especializados en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.	c) Existe relación entre el planeamiento de la demanda y recursos humanos especializado en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.	Gestión de compras	Técnicas de compras		Método: Hipotético – deductivo
b) ¿Existe relación entre planeamiento de la demanda e información del mercado en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019?	b) Determinar la relación que existe entre planeamiento de la demanda e información del mercado en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.	b) Existe relación entre planeamiento de la demanda e información del mercado en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.	Gestión de compras	Selección de proveedores		Población: 50 personas
c) ¿Existe relación entre el planeamiento de la demanda y recursos humanos especializado en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019?	c) Determinar la relación que existe entre planeamiento de la demanda y recursos humanos especializados en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.	c) Existe relación entre el planeamiento de la demanda y recursos humanos especializado en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.	Gestión de compras	Técnicas de compras		Muestra: Muestra censal 50 personas
d) ¿Existe relación entre el planeamiento de la demanda y tecnología en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019?	d) Determinar la relación que existe entre el planeamiento de la demanda y tecnología en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.	d) Existe relación entre el planeamiento de la demanda y tecnología en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.	Gestión de compras	Automatización		Técnica: Encuesta
a) ¿Existe relación entre el planeamiento de la demanda y pronóstico de la demanda en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019?	a) Determinar la relación que existe entre planeamiento de la demanda y pronóstico de la demanda en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.	a) Existe relación entre planeamiento de la demanda y pronóstico de la demanda en la empresa del sector automotriz, Callao, 2019.	Gestión de compras	Abastecimiento estratégico		Instrumento: Cuestionario

Anexo 3: Validación del instrumento de recolección de datos.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN				
Título de la investigación: Planeamiento de la demanda y gestión de compras de repuestos en una empresa del sector automotriz, Callao, 2019.				
Apellidos y nombres del investigador: Tono Sandoval, Jesus Jose				
Apellidos y nombres del experto: <u>DR. VASQUEL ESPINOZA JUAN MANUEL</u>				
ASPECTO POR EVALUAR		OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTAS	ESCALA
PLANEAMIENTO DE LA DEMANDA		Recolección de datos	La recolección de datos es sumamente importante para realizar un pronostico.	4 = Complemento de acuerdo 3 = Básicamente de acuerdo 2 = Poco de acuerdo 1 = Nada de acuerdo
Pronóstico de la demanda	Métodos Cuantitativos	Métodos Cualitativos	Considera factible utilizar métodos cuantitativos para realizar pronosticos.	
		Métodos Cualitativos	Considera factible utilizar métodos cualitativos para realizar pronosticos.	
Información del mercado	Demanda del producto	Competencia	La información acerca de la demanda del producto permite que el planeamiento de mejores resultados.	
		Clientes	La información acerca del producto permite realizar un mejor planeamiento.	
		Coordinación	La información sobre la competencia permite realizar un mejor planeamiento.	
		Cooperación	La información sobre los clientes permite realizar un mejor planeamiento.	
Recursos Humanos especializados	Personal capacitado	Cooperación	La coordinación del área de planeamiento con las demás áreas de la empresa es importante para realizar una mejor planificación.	
		Cooperación	La cooperación del área de planeamiento con las demás áreas de la empresa es importante para realizar una mejor planificación.	
		Cooperación	Es importante mantener capacitado al personal de planeamiento con la finalidad de mejorar la gestión de esta área.	
Tecnología	Sistema ERP	Herramienta de análisis de datos	Los sistemas ERP optimizan los procesos para realizar el planeamiento de la demanda.	
		Herramienta de visualización de datos	Las herramientas de análisis de datos permiten que el planeamiento sea más efectivo.	
GESTION DE COMPRAS	Abastecimiento estratégico	Gestión eficiente del gasto	Las herramientas de visualización de datos permiten que el planeamiento sea más efectivo.	
		Gestión del riesgo de compra	Es importante gestionar los gastos al momento de realizar compras para el abastecimiento de la empresa.	
	Selección de proveedores	Administración por categorías	Nivel de stock	Al realizar compras para el abastecimiento de la empresa, se toma en cuenta las categorías de productos del portafolio.
			Nivel de inventarios	Se toma en cuenta los niveles de stock antes de realizar las compras.
			Plazo de pago	Se toma en cuenta el nivel de inventario antes de realizar las compras.
			Plazo de entrega	El plazo de pago es un factor importante al momento que se debe seleccionar proveedores.
	Técnica de compras	Especificaciones técnicas	Calidad	El plazo de entrega es un factor importante al momento que se debe seleccionar proveedores.
			Costos	La calidad es un factor importante al momento que se debe seleccionar proveedores.
			Negociación efectiva	El costo es un factor importante al momento que se debe seleccionar proveedores.
			Valor agregado	Se debe pasar por inspección de calidad los productos adquiridos, para verificar que cumplen con las especificaciones técnicas.
Automatización	Control de compras	Control de gastos	El personal de la empresa debe estar capacitado para los temas de negociación con los proveedores.	
		Control de gastos	Se considera importante el valor agregado del proveedor al momento de negociar las compras.	
		Control de gastos	Se considera importante conocer la cantidad mínima de pedido establecida por el proveedor al momento de negociar las compras.	
		Control de gastos	Es importante que el flujo de pedido sea automático y a través de sistemas de compras o de gestión.	

Firma del experto: 
 Fecha de firma: 21, 11, 2019

DR. VASQUEL ESPINOZA JUAN MANUEL
 CORLAUD REGUC 23823

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN

Título de la investigación: Planeamiento de la demanda y gestión de compras de repuestos en una empresa del sector automotriz, Callao, 2019.
 Apellidos y nombres del investigador: Tago Sandoval, Jesus Jose
 Apellidos y nombres del experto: Dr. Hernan Garcia, Jose Luis

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTAS	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		OBSERVACIONES/ SUGERIDAS	
					SI CUMPLE	NO CUMPLE		
PLANEAMIENTO DE LA DEMANDA	Pronóstico de la demanda	Recolección de datos	La recolección de datos es sumamente importante para realizar un pronóstico.		/			
		Métodos Cuantitativos	Considera factible utilizar métodos cuantitativos para realizar pronósticos.		/			
	Información del mercado	Métodos Cualitativos	Considera factible utilizar métodos cualitativos para realizar pronósticos.	La información acerca de la demanda del producto permite que el planeamiento de mejores resultados.		/		
		Demanda del producto	La información acerca del producto permite realizar un mejor planeamiento	La información sobre la competencia permite realizar un mejor planeamiento.		/		
		Precio del producto	La información sobre los clientes permite realizar un mejor planeamiento.	La coordinación del área de planeamiento con las demás áreas de la empresa es importante para realizar una mejor planificación.		/		
	Recursos Humanos especializados	Clientes	La cooperación del área de planeamiento con las demás áreas de la empresa es importante para realizar una mejor planificación.	La cooperación del área de planeamiento con las demás áreas de la empresa es importante para realizar una mejor planificación.		/		
		Cooperación	Es importante mantener capacitado al personal de planeamiento con la finalidad de mejorar la gestión de esta área.	Es importante mantener capacitado al personal de planeamiento con la finalidad de mejorar la gestión de esta área.		/		
	Tecnología	Personal capacitado	Sistema ERP	Los sistemas ERP optimizan los procesos para realizar el planeamiento de la demanda.		/		
		Herramienta de análisis de datos	Herramienta de análisis de datos	Las herramientas de análisis de datos permiten que el planeamiento sea más efectivo.		/		
		Herramienta de visualización de datos	Herramienta de visualización de datos	Las herramientas de visualización de datos permiten que el planeamiento sea más efectivo.		/		
GESTION DE COMPRAS	Abastecimiento estratégico	Gestión eficiente del gasto	Es importante gestionar los gastos al momento de realizar compras para el abastecimiento de la empresa.		/			
		Gestión del riesgo de compra	Es importante gestionar los riesgos al momento de realizar compras para el abastecimiento de la empresa.		/			
	Selección de proveedores	Administración por categorías	Al realizar compras para el abastecimiento de la empresa, se toma en cuenta las categorías de productos del portafolio.	Al realizar compras para el abastecimiento de la empresa, se toma en cuenta las categorías de productos del portafolio.		/		
		Nivel de stock	Se toma en cuenta los niveles de stock antes de realizar las compras.	Se toma en cuenta los niveles de stock antes de realizar las compras.		/		
		Plazos de pago	El plazo de pago es un factor importante al momento que se debe seleccionar proveedores.	El plazo de pago es un factor importante al momento que se debe seleccionar proveedores.		/		
		Plazo de entrega	La calidad es un factor importante al momento que se debe seleccionar proveedores.	La calidad es un factor importante al momento que se debe seleccionar proveedores.		/		
	Técnica de compras	Calidad	El costo es un factor importante al momento que se debe seleccionar proveedores.	El costo es un factor importante al momento que se debe seleccionar proveedores.		/		
		Costos	Se debe pasar por inspección de calidad los productos adquiridos, para verificar que cumplen con las especificaciones técnicas.	Se debe pasar por inspección de calidad los productos adquiridos, para verificar que cumplen con las especificaciones técnicas.		/		
		Especificaciones técnicas	Negociación efectiva	El personal de la empresa debe estar capacitado para los temas de negociación con los proveedores.		/		
		Negociación efectiva	Valor agregado	Se considera importante conocer el valor agregado del proveedor al momento de negociar las compras.	Se considera importante conocer el valor agregado del proveedor al momento de negociar las compras.		/	
Automatización	Cantidad mínima de pedido	Flujo de pedidos	Es importante que el flujo de pedido sea automático y a través de sistemas de compras o de gestión.		/			
	Control de compras	Control de compras	Se debe contar con un formato, software, hardware o un ERP para llevar el control de compras de la empresa.		/			
	Control de gastos	Control de gastos	Se debe contar con un formato, software, hardware o un ERP para llevar el control de gastos de la empresa.		/			
Firma del experto:			Fecha de firma <u>01/11/19</u>					

4 = Completamente de acuerdo
 3 = Bastante de acuerdo
 2 = Poco de acuerdo
 1 = Nada de acuerdo

