



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La gestión de compras y la mejora continua en la empresa

Neptunia S.A, Callao 2020

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en administración

AUTORA:

Chang Flores, Josselin Almendra (ORCID 0000-0002-0737-2515)

ASESOR:

Dr. Carranza Estela Teodoro (ORCID 0000-0002-4752-6072)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA - PERÚ

2021

Dedicatoria

A mis queridos padres Andrés y Mirian por el amor incondicional, y el sacrificio que me brindaron a lo largo de mi carrera Profesional. Para mi hija Catalina, hermanos y sobrinos. Gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y me siento orgullosa de ser su hija, mama, hermana, y tía.

Agradecimiento

Agradezco a mi Asesor por su tiempo y dedicación para lograr concluir esta tarea investigativa.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	9
3.1. Tipo y diseño de investigación	9
3.2. Variables y operacionalización	10
3.3. Población, muestra y muestreo.	10
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	11
3.5. Procedimientos.	12
3.6. Método de análisis de datos	13
3.7. Aspectos éticos	13
IV. RESULTADOS	14
IV. DISCUSIÓN	20
V. CONCLUSIONES	22
VI. RECOMENDACIONES	23
REFERENCIAS	23
ANEXOS	26

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de las variables	26
Tabla 2 Matriz de consistencia	29
Tabla 3 Validación de juicio de expertos	56

Índice de gráficos y figuras

Figura 1. Representación gráfica de la hipótesis	30
Figura 2 . Detalle grafico de concepto	30
Figura 3. El ciclo PDCA o circulo de Deming	31

RESUMEN

EL objetivo del trabajo fue de determinar la relación entre la gestión de compras y la mejora continua, en NEPTUNIA S.A, en Callao, 2020. El método manejado en el trabajo fue descriptivo con enfoque cuantitativo, utilizando el diseño no experimental. El tipo de investigación fue aplicado, ya que está encaminada a reparar las molestias de las acciones humanas. La muestra que se utilizó en el presente trabajo fue probabilístico de tipo aleatorio simple. El instrumento que se utilizó fue del cuestionario. En uno de los resultados obtenidos se puede afirmar que existe una relación significativa entre La Gestión de compras y la Mejora Continua. (p -valor: $0.0000 < 0.05$). Además, La Gestión de compras y la Mejora Continua se relacionan de forma positiva en un 85.3%. Una de nuestras conclusiones se ha determinado que existe relación significativa entre la gestión de compras y la mejora continua en la empresa Neptunia, 2020, mencionando que es de forma positiva en un 0.853. Es decir que siempre va de la mano las dos variables que si son compatibles.

Palabra Clave: Compras, Mejora continua, Proceso.

ABSTRACT

The objective of this present work was implemented to determine the relationship between purchasing management and continuous improvement, in NEPTUNIA S.A, in Callao, 2020. The method used in the work was descriptive with a quantitative approach, using the non-experimental design. The type of investigation was applied, since it is aimed at repairing the annoyances of human actions. The sample used in the present work was probabilistic of the simple random type. The instrument used was the questionnaire. In one of the results obtained, it can be affirmed that there is a significant relationship between Purchasing Management and Continuous Improvement. (p-value: $0.0000 < 0.05$). In addition, Purchasing Management and Continuous Improvement are positively related by 85.3%. One of our conclusions has been determined that there is a significant relationship between purchasing management and continuous improvement in the Neptunia company, 2020, mentioning that it is positively at 0.853. In other words, the two variables that are compatible always go hand in hand.

Keywords: Shopping, continuous improvement, process.

I. INTRODUCCIÓN

En esta investigación se da a conocer el valor de la gestión de compras y la mejora continua ya que es indispensable para toda empresa. A través del estudio identificaremos los problemas del área de compras de la empresa Neptunia S.A. Cabe recalcar que el tema a tratar es fundamental mejorar las carencias que tenga el área y así la empresa pueda mejorar las dificultades que se le presente.

Como realidad problemática la gestión de compras su objetivo está en adquirir bienes y servicios de la corporación, también está encargada de adquirir productos de buena calidad en buen tiempo y bajos costos.

De acuerdo con Diario del exportador (2020) la gestión de compras es excelente factor para la estabilidad, así como también para el buen desarrollo. Podemos decir que se ha vuelto un área indispensable para la organización.

Neptunia S.A es la empresa con más de 30 años de experiencia en el comercio exterior y la industria nacional. Hoy en día Neptunia dio un cambio muy grande con la fusión de Neptunia y Tritón Transports a la marca DP World logistics que permitirá mayor posicionamiento como operador logístico integrado.

El problema general: ¿Existe relación entre la gestión de compras y la mejora continua, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020?, de igual manera, los **problemas específicos** fueron: ¿existe relación entre el proceso de compras y la planificación, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020? ¿Existe relación entre el tiempo y hacer la implementación de la ISO, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020? :¿Existe relación entre el control y la verificación, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020?

Según el punto de vista teórico se pretende dar a conocer y mostrar en realidad que es lo que representa la gestión de compras para las empresas: de acuerdo a Nohora Ligia Heredia (2013), la gestión de compras a oposición de las definiciones que tienen los empresarios, es la clave fundamental para la mejoría de la empresa, podemos decir que es el área que influye bastante (p.1). La mejora continua para, Lander Tolosa (1978), se basa en una serie de principios: 1 Kiss, simplificar y buscar la solución más evidente u obvia.2 Gigo quiere decir que es necesario eliminar todo aquello desechable.3 Trust but verify, verificar que el sistema funciona aunque se confié en el. 4 If you can't measure it, yo cant manage it, si no lo puedes medir, no lo puedes gestionar, es decir hay que tener siempre un registro de los datos para poder comprarlos y tener el control sobre ellos. (p.11)

La investigación se justifica teóricamente. De acuerdo con Humberto Ñaupas, Elías Mejía, Eliana Novoa y Alberto Villagomez (2013), se puede decir que dicho proyecto tiene un valor agregado ya que investigamos los inconvenientes y así poder tener en claro que es lo que vamos a investigar. Los resultados de esta indagación incrementaran la literatura disponible referida a la gestión de compras y la mejora continua en la organización Neptunia S.A.

La investigación se justifica prácticamente. De acuerdo con Cesar Augusto Bernal (2006) este tipo de investigación se utiliza para absolver las dificultades que se presenten en dicho trabajo y así buscar la solución para poder contribuir. Los

resultados de esta averiguación serán puestos en práctica en el contexto seleccionado, mejorando la gestión del área de compras.

Respecto a la investigación metodológica. Deduce Humberto Ñaupas, Elías Mejía, Eliana Novoa y Alberto Villagomez (2013), tal como otras informaciones pudieron ayudarnos a nosotros a realizar nuestro proyecto, el nuestro servirá a futuras investigaciones y puedan guiarse de informaciones modernas. Para este estudio, el tesista construyó un cuestionario que se validó por expertos, y sometido a la prueba de confiabilidad, determinándose confiable; los métodos y otras técnicas podrán ser tomadas por otros investigadores, para su réplica.

Según Ildelfonso Grande y Elena Abascal (2009), los **objetivos de investigación** consisten en precisar exactamente cuál será el objeto de la investigación; que se estudiara y por qué. A continuación se detallaran los objetivos de sondeo de este estudio:

El **objetivo general** fue: Determinar la relación entre la gestión de compras y la mejora continua, en NEPTUNIA S.A, en Callao, 2020; de igual manera, los **objetivos específicos** fueron: ¿Determinar relación entre la gestión de compras y la planificación, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020? ¿Determina la relación gestión de compras y hacer, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020? : ¿Determinar relación entre la gestión de compras y la verificación, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020? ¿Determina la relación gestión de compras y actuar, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020.

Para López (1990), una **hipótesis** es aquella explicación anticipada que le permite al científico asomarse a la realidad, en ese sentido, a continuación se detallan las hipótesis de este estudio:

La **hipótesis general** fue: Existe relación entre la gestión de compras y la mejora continua, de la empresa Neptunia, en Callao, 2020; de igual manera, las **hipótesis específicas** fueron existe relación entre la gestión de compras y la planificación, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020; existe relación entre la

gestión de compras y hacer la implementación de la ISO, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020?; existe relación entre la gestión de compras y la verificación, la organización Neptunia, en Callao, 2020; existe relación entre la gestión de compras y actuar, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020.

II. MARCO TEÓRICO

En el **ámbito internacional** En Colombia, José Luis Alzate (2017) realizó un estudio para prescribir una idea de perfección de compras para la compañía C.R.P, S.A.S. de manera de reducir sus riesgos operativos y administrativos, el autor planteó una investigación de enfoque cuantitativo, la muestra se realizó a 29 empleados de la empresa mediante la técnica de la encuesta, en conclusión para el 93% de los empleados, la empresa cuenta con un proceso de compras definido y para el 7% de ellos, no lo tiene.

En Ecuador, Diomedes Rodríguez (2018) en su tesis propuso calcular los requisitos de compras con la finalidad de proponer indicadores de gestión que vayan alineados al giro del negocio, el método que utilizaron en su investigación es el enfoque mixto, manipularon la técnica de encuestas y su instrumento fue del cuestionario, aplicaron las interrogaciones a 720 personas dentro de ellos esta 420 trabajadores de la empresa y 300 proveedores de la empresa, la conclusión con respecto a los trabajadores determinó que existen algunas falencias dentro del área de compras, por un lado, no establecer contratos o licitaciones con proveedores categorizados de acuerdo a su importancia. Para los proveedores como conclusión se identificó inconsistencias en la información recibida, lo cual genera que los requerimientos de compras no se gestionen de manera óptima, generando atrasos en la cotización, dificultando la atención del requerimiento por parte del proveedor y por ende retrasos en el proceso de compras, no se definen y no se planifican con anticipación los requerimientos urgentes, los que son requeridos para mejorar el proceso de producción, afectando la trazabilidad en el proceso de compras y la comunicación adecuada con el proveedor.

En Colombia, Daniela Amaya López y José miguel Silva (2013), para dicha investigación pretendió poder dar una solución al proceso de compras manejado por las áreas del CEO, y así puedan optimizar los tiempos y costos del transcurso de las solicitudes de compras y así pueda mejorar el servicio a los clientes internos, que vienen hacer los usuarios de cada áreas respectivas y los clientes externos, que vienen hacer los proveedores. La investigación planteo un estudio cualitativo con la herramienta de las encuestas, se recopiló data de las 6 áreas de la empresa, como conclusión se encontró una pobre información por parte de las personas involucradas en el proceso de compras, desorden dentro del proceso, incumpliendo de las normas estipuladas dentro del proceso de compras, insatisfacción por la forma en la que se realizaba el proceso, quejas por los tiempos tan largos que se manejan dentro del proceso, falta de presupuesto, falta de información, mala comunicación y proveedores desactualizados.

En Costa Rica, Gioreginella Araya (2009) en el trabajo propone elaborar una táctica para optimizar la gestión de compras, desde dicha indagación se necesita tener bien claro los procesos de convenio. El enfoque que se realiza es cualitativo, la población fue de 3 funcionarios de la dirección de servicios mediante un cuestionario, luego de realizar 31 preguntas a los funcionarios implicados en la gestión de compras, el resultado de la valoración de los expedientes si bien identifica aspectos fuertes dentro de la gestión, a su vez muestra debilidades en los procesos tanto de inicio de los concursos como en el proceso de adjudicación, con ausencia de requisitos básicos, lo cual crea riesgo en el proceso de contratación que consigue crear procedimientos infructuosos o vacíos con un precio que sea de suma importancia y los productos tengan buena calidad.

A **nivel nacional** En Lima, Espino Acebedo (2019) en su averiguación utilizaron comprobar la manera de depreciación de los precios de creación involucrados en la gestión de compras y así extender la instauración de una nueva empresa que se dedica al concesionario de alimentos, el método que utilizó en su investigación es por enfoque cuantitativo y nivel correlacional. La población fue dirigida a doce empleados de la empresa. Se llegó a la conclusión respecto al

resultado estadística rho de Spearman, los resultados de similitud asintótica bilateral de 0.001, por ello al ser menor que 0.05. Por lo tanto se determina que consta correlación entre la variable costos de producción y gestión de compras, la magnitud de la correlación fue de positiva moderada ($r=0,927$).

En Lima, Orellana Ferro Roberto y Roncal López Hugo (2019). Propusieron mejorar la gestión de compras de una compañía minera del sur del Perú con un modelo logístico propuesto. Se realizó una investigación de enfoque cuantitativo, la población de la investigación se hizo con los 1865 requerimientos generados, el enfoque que se utilizó fue de estudio mixto que se refiere a enfoque cualitativo y cuantitativo, la población da un total de 720 personas que se dividen en trabajadores de la empresa y proveedores, la conclusión que da referente a los trabajadores se observa que el 49% de los encuestados manifestaron que se encuentran satisfechos con el trato recibido, un 20% se siente muy satisfecho con el trato recibido, un 8% se siente muy insatisfecho y un 6% se siente insatisfecho. La conclusión que da respecto a los proveedores, definen inconsistencias en la información recibida, lo cual genera que los requerimientos de compras no se gestionen de manera óptima, generando atrasos en la cotización, dificultando la atención del requerimiento por parte del proveedor y por ende retrasos en el proceso de compras.

En Lima, Hurtado Cabrera Oscar (2018) se propuso determinar el mejoramiento continuo y la productividad de una empresa privada, año 2018, para ello planteo una investigación cuantitativa y nivel correlacional en lo cual se encuestó a 36 trabajadores de dicha empresa. Se hizo uso de la estadística rho Spearman, obteniendo significación asintótica bilateral de 0,000 y un coeficiente de correlación significativa al nivel de 0,001. Dichos resultados permitió a la autora afirmar que su hipótesis está validada, por cuanto se concluyó que existe dependencia entre la mejora continua y la productividad de una empresa privada, al año 2018.

La teoría clásica de la administración de Henry Fayol, publicada mediante la obra Administración Industrial y General en 1916 detalla las funciones comerciales. Para Julio Anaya (2015), es el área que tiene restricciones, y se encarga de beneficiar a la asociación en buenas condiciones de mercancías y servicios que puedan obtener.

La teoría burocrática, planteada por Max Weber determinó los principios de la burocracia como un procedimiento formal de organización y gestión fijado para asegurar la eficiencia y eficacia.

De acuerdo con Diario del Equipo Altran (2016) tal como nos explica cada organización necesita encargarse de impulsar hacia la mejoría y así la empresa obtenga éxitos.

Eduardo Deming identificó el ciclo PDCA o círculo de Deming, se utiliza para poder autoevaluarnos, se encarga de ver las dificultades que tienen la empresa o área y así aplicar una mejora.

Con respecto a los **enfoques conceptuales** se hace necesario individualizar las concepciones de las variables, dimensiones e indicadores.

Gestión de compras según Alberto Montoya (2002), desde el punto de vista del autor se dice que las compras son necesarias para todas las empresas. Se necesita de una buena gestión para seguir todos los procesos tan conocidos. También se busca rentabilidad y tratar a nuestros usuarios externos como se lo merecen para no perder contacto.

Función de compras según Emilio Martínez Moya (4° Edición), lo que la función de compras representa para dicha organización, es la recompensa de lo trabajado, concluir a quién comprar, a quien, cuando y cuanto y así seguir los procesos.

Detección y descripción de la necesidad según Emilio Martínez Moya (4° Edición),

Las empresas siempre tienen que tener una buena infraestructura, pero se da que así la organización sea avanzada tecnológicamente, es importante que siempre puedan tener un feedback con los proveedores y así nos ayuden a mejorar cada día la empresa.

Preparación de la compra según Emilio Martínez Moya (4ª Edición), recomienda conocer bien a nuestros proveedores, evaluándolos y así saber a quién le compramos, saber dónde están ubicados, para confiar en los productos que obtengamos de ellos y así decidir si serían proveedores de la empresa.

La ejecución de la compra según Emilio Martínez Moya (4ª Edición), de acuerdo a la evaluación que se habló el autor en líneas arriba continuamos con la selección del proveedor indicado y enviar a cotizar y así comparar los precios, pero no descuidando los medios que nos brinda cada uno de ellos, el factor económico interviene bastante en este proceso de elección ya que los compradores se fijan mucho en el costo, el tiempo de entrega de cada producto o servicio también influye.

Seguimiento y control según Emilio Martínez Moya (4ª Edición), continuando con el proceso que no acaba con el párrafo anterior, luego de haber elegido el proveedor y generar la OC correspondiente el proceso sigue su camino, se tiene que hacer el rastreo al proveedor si entrega en el día indicando el producto y así las áreas solicitantes no se vean afectados por la entrega de sus requerimientos y nos veamos envueltos en un mayor problema, si se detecta a tiempo que no llegó el servicio o producto podemos tener una alternativa de la compra.

Mejora continua según Pastor Emilio y Francisco Nahúm (2007) la mejora continua son métodos de medida, que nos permite tener la información necesaria y así poder actuar con vigor y validez.

Planear según Pastor Emilio y Francisco Nahúm (2007) tal como su nombre lo dice también llamado planificación, tenemos que ser proactivos estableciendo metas y tener un objetivo, para estos temas como mejora planear es saber las dificultades que se presentan en la organización y así poder actuar.

Hacer según Pastor Emilio y Francisco Nahúm (2007) en este punto se implementa el plan hablado en líneas anteriores y así poder implementar la mejora.

Verificar según Pastor Emilio y Francisco Nahúm (2007) teniendo en cuenta los efectos que arrojaron las dificultades que se encontraron hacemos una comparación de cómo era anteriormente el área a la información que obtuvimos luego de buscar la mejora y así dar solución.

Actuar según Pastor Emilio y Francisco Nahúm (2007) desde esta posición se da por finalizado el tiempo planteado, pero en caso no resulte lo que en primera instancia se requiere, se tiene que buscar otra solución.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El enfoque cuantitativo, por lo tanto caracteriza por que se recaudó antecedentes para llegar a suposiciones e instaurar modelos que puedan moderar (Hernández, Fernández y Baptista, 2006).

El tipo fue aplicado, encaminada a reparar las molestias de las acciones humana (Ñaupas, Mejia y Villagomez, 2014).

El **nivel** de estudio fue descriptivo, ya que se describe el contexto y así llegar a la realidad (Víctor Miguel, 2014).

El **diseño** de investigación fue no experimental según Hernández, Fernández y Baptista (2014), es donde las variables determinadas negativa sufren de alteraciones u efectos en las mismas.

Además el **corte** fue transversal ya que estos estudios son totalmente descriptivos puesto que son información de variables a estudiarse (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

3.2. Variables y operacionalización

Digno disertación fue de nivel relacional, manifestaron dos variables; variable 1 y variable 2.

La variable 1 es: **Gestión de compras** en todo referido a sus dimensiones, estos fueron: función de compras, tiempos y control.

La variable 2 fue: Mejora continua, en cuanto a sus dimensiones, estos son: planificar, hacer, verificar y actuar.

Cabe predominar que ambas variables son cualitativas, por lo que serán cuantificadas a través de la escala Likert de cinco opciones, y medida ordinal.

Se elaboró una matriz de operacionalización de variables, la cual se localiza en el ANEXO 1.

3.3. Población, muestra y muestreo.

La metrópoli revela agregado de todos los casos que concuerden con determinadas explicaciones (Francisco Jorge Gutierrez, 2015).

Para esta investigación la población fue el personal de las áreas administrativas de la empresa Neptunia S.A ubicada en El Callao.

Esta población de estudio fue finita pues se conoce la cantidad total de personal, que asciende a 100 colaboradores de las áreas administrativas.

Los criterios de inclusión de esta investigación coexistieron todo el personal administrativo de la agrupación Neptunia S.A situada en El Callao, de acuerdo a la planilla de colaboradores a julio de 2019.

Respecto a los criterios de exclusión estos yacieron todo el personal que no son situados de la empresa Neptunia S.A ubicada en El Callao, de acuerdo a la planilla de colaboradores a julio de 2019.

La muestra es un subgrupo de la población, se utiliza por economía de tiempo y recursos, implica definir una unidad de análisis; por lo que se requiere delimitar la población para generalizar resultados y establecer parámetros (Francisco Jorge Gutierrez, 2015).

Ejemplo de cómo detallarlo: Para sacar la muestra se designó la fórmula estadística de población finita ya que se conoce el total de la población de estudio, el cálculo se puede verificar en el ANEXO 13, y que dio como resultado la cantidad de 25 colaboradores administrativos.

Se utilizó el muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple ya que toda la población tiene la misma probabilidad de ser elegidos, la selección es independiente, se elige la cantidad necesaria de sujetos para completar el total de la prototipo (Arias-Gómez, Villasís-Keever y Miranda-Novales, 2016; Otzen y Manterola, 2017).

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

La técnica aprovechada, encuesta. Según Victor Niño Rojas (2011), según sean los enfoques y tipos de investigación desde donde se mire, los datos se entienden de diferente manera. El proceso de recolección de datos depende, en gran medida, no solamente de las técnicas escogidas, sino también del problema, del objetivo, de la muestra seleccionada, de la hipótesis y variables adoptadas (si hay), entre otros factores.

El instrumento tratado en esta investigación fue del cuestionario. Según Ernesto A. Rodríguez (2003), así poder obtener los resultados esperados, el

cuestionario es el mas indicado para llegar a los problemas principales que tiene el área.

Las opciones de respuesta para las preguntas manifestadas en el cuestionario son de escala de Likert.

La validez fue determinada bajo los enfoques cuantitativos y cualitativos a través de 3 expertos. Cualitativamente, los 3 expertos opinaron que el instrumento es aplicable (ver anexo 7). Cuantitativamente, el coeficiente de V. de aiken calculado fue de 0.99, siendo valorado como cercano a perfecto (ver anexo 8y9).

La confiabilidad fue medida de los coeficientes de Cronbach y de dos mitades de Guttman, cuyos coeficientes fueron interpretados de acuerdo con la validación de Chavez-Barboza y Rodríguez Miranda (2018).

3.5. Procedimientos.

Para la elaboración de recopilación de datos se dividió en tres partes, se solicitó la carta de autorización a la empresa Neptunia y así sucesivamente hacer la investigación, la segunda parte fue el uso de formulario google y así poder enviar la encuesta a cada uno de los encuestados, la tercera parte fue pasar los datos recoleccionada de las encuestas al programa SPS para consolidar la información que se necesitaba.

3.6. Método de análisis de datos

Se plasmó **prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov**, por que el prototipo de disertación superaba las 25 personas y para probar si los testimonios obtenidos de la muestra provenían de un prorratio normal.

Se puntualizaron los datos descriptivos generales, cuales muestran la media, el rango, el valor mínimo y máximo, la desviación y la varianza estadística.

Además pormenorizaron los datos descriptivos por ítem, donde se observa, la frecuencia de las respuestas elegidas por los encuestados, el porcentaje general, así como el porcentaje válido y acumulado.

También se perpetró la prueba de hipótesis, a través del estadístico rho de Spearman.

3.7. Aspectos éticos

El vigente trabajo en esta indagación cuenta la autenticidad de los resultados y única de mi autoría, se manifiesta que la investigación de dicho trabajo es real.

La información proporcionada de la empresa Neptunia es original y real, los datos que se obtuvieron son de los trabajadores de la empresa y se les envió a cada uno de ellos y así argumentar mediante el programa estadístico y se obtuvieron los resultados alcanzados.

IV. RESULTADOS

Análisis Descriptivo

Tabla 3: Distribución de costumbres de la variable Gestión de compras según los colaboradores de la empresa Neptunia SA 2020.

Gestión de compras				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	1	4,0	4,0
	Casi siempre	18	72,0	76,0
	Siempre	6	24,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0

Se puede observar que el 72% de todos los colaboradores de la empresa Neptunia SA 2020 han respondido “Casi Siempre” en la Variable Gestión de compras. Mientras que solo el 24% de todos los colaboradores de la empresa Neptunia SA 2020 han respondido “Siempre” en la Variable Gestión de compras. Por último, 4% de colaboradores Neptunia SA 2020 han respondido “A veces” en la Variable Gestión de compras.

Tabla 4: Dividendo frecuencias de la variable Mejora continua según los colaboradores de la empresa Neptunia SA 2020.

Mejora Continua				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	18	72,0	72,0
	Siempre	7	28,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0

Se puede observar que el 72% de todos los colaboradores de la empresa Neptunia SA 2020 han respondido “Casi Siempre” en la Variable Mejora continua. Mientras que solo el 28% de todos los colaboradores de la empresa Neptunia SA 2020 han respondido “Siempre” en la Variable Mejora continua.

Tabla 5: Distribución de frecuencias de la Dimensión Planificación según los colaboradores de la empresa Neptunia SA 2020.

Planificación				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	1	4,0	4,0	4,0
Casi siempre	18	72,0	72,0	76,0
Siempre	6	24,0	24,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Se puede observar que el 72% de todos los colaboradores de la empresa Neptunia SA 2020 han respondido “Casi Siempre” en la Dimensión Planificación. Mientras que solo el 24% de todos los colaboradores de la empresa Neptunia SA 2020 han respondido “Siempre” en la Dimensión Planificación. Por último, el 4% de los colaboradores de la empresa Neptunia SA 2020 han respondido “A veces” en la Dimensión Planificación.

Tabla 6: Distribución de frecuencias de la Dimensión Hacer según los colaboradores de la empresa Neptunia SA 2020.

Verificar				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	1	4,0	4,0	4,0
Casi siempre	18	72,0	72,0	76,0
Siempre	6	24,0	24,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Se puede observar que el 72% de todos los colaboradores de la empresa Neptunia SA 2020 han respondido “Casi Siempre” en la Dimensión Verificar. Mientras que solo el 24% de todos los colaboradores de la empresa Neptunia SA 2020 han respondido “Siempre” en la Dimensión Verificar. Por último, el 4% de los colaboradores de la empresa Neptunia SA 2020 han respondido “A veces” en la Dimensión Verificar.

Tabla 7: Distribución de frecuencias de la Dimensión Actuar según los colaboradores de la empresa Neptunia SA 2020

Actuar				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	1	4,0	4,0	4,0
Casi siempre	19	76,0	76,0	80,0
Siempre	5	20,0	20,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Se puede observar que el 76% de todos los colaboradores han respondido “Casi Siempre” en la Dimensión Actuar. Mientras que solo el 20% de todos los colaboradores han respondido “Siempre” en la Dimensión Actuar. Por último, el 4% de los colaboradores han respondido “A veces” en la Dimensión Actuar.

Prueba de normalidad

Como el tamaño de las personas encuestadas son menores a cincuenta observaciones, usará la prueba de Shapiro Wilk para el análisis de normalidad.

Pruebas de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de compras	,972	25	,689
Mejora Continua	,857	25	,002
Planificación	,847	25	,002
Hacer	,875	25	,005
Verificar	,711	25	,000
Actuar	,788	25	,000

*. Este es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Se puede observar que sólo la variable Gestión de compras se distribuye con normalidad ($p\text{-valor}: 0.689 > 0.05$). Mientras que la variable Mejora Continua y sus dimensiones: Planificación, Hacer, Verificar y Actuar no se distribuye con una Normalidad ($p\text{-valor} < 0.05$).

Para el análisis de correlación se usará la tentativa de Spearman.

Estadística Inferencial

Correlaciones:

Grado de correlación y nivel de significación entre Gestión de compras y Mejora Continua.

		Mejora Continua
Rho de Spearman	de Gestión de compras	,853
	Coeficiente de correlación	
	Sig. (bilateral)	,000
	N	25

Se puede afirmar que existe una relación significativa entre La Gestión de compras y la Mejora Continua. (p-valor: 0.0000 < 0.05). Además, La Gestión de compras y la Mejora Continua se relacionan de forma positiva en un 85.3%.

Grado de correlación y nivel de significación entre La gestión de compras y La Dimensión Planificación.

				Planificación
Rho de Spearman	Gestión de compras	Coeficiente de correlación	de	,744
		Sig. (bilateral)		,000
		N		25

Se puede afirmar que coexiste una dependencia significativa entre La Gestión de compras y la Planificación. (p-valor: 0.0000 < 0.05). Además, La Gestión de compras y la Longitud Planificación se relacionan forma positiva un 74.4%.

Grado de similitud y nivel de significación entre La gestión de compras y La Dimensión Hacer.

				Verificar
Rho Spearman	de Gestión de compras	de Coeficiente de correlación	de	,506
		Sig. (bilateral)		,010
		N		25

Se puede afirmar que preexiste concordancia significativa entre La Gestión de compras y Hacer. (p-valor: 0.001 < 0.05). Además, La Gestión de compras y la Dimensión Hacer se relacionan de forma positiva en un 64.5%.

IV. DISCUSIÓN

El objetivo general fue Determinar la relación entre la gestión de compras y la mejora continua, en NEPTUNIA S.A, en Callao, 2020, en relación y de acuerdo a los resultados que se lograron mediante el estadístico Spearman se dio como resultado un coeficiente de correlación de 0.853 elevación de significancia de 0.0000, afirmando que existe una relación significativa entre la gestión de compras y la mejora continua.

Gioreginella Araya (2009) propuso la elaboración de una táctica para optimizar la gestión, creando procedimientos que ayuden a mejorar, lo cual corrobora los resultados evidenciados, lo cual corrobora con nuestros resultados, que nuestras variables tienen una relación.

Alberto Montoya (2002), el autor nos mencionó que el área de compras es indispensable para todas las empresas y concuerda con nuestros resultados que tiene relación con la mejora continua porque de eso se trata cada día innovar y mejorar.

En reciprocidad al objetivo específico 1 bosquejado en esta investigación concerniente fue Estipular relación entre la gestión de compras y la planificación, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020, por consiguiente a los resultados que se obtuvieron mediante el estadístico Spearman se benefició un coeficiente de correlación de 0.744 y un nivel de significancia de 0.0000, determinando que concurre relación significativa en la gestión de compras y la planificación.

Orellana y Roncal (2019) Propusieron mejorar la gestión de compras, pretendían que antes de gestionar tienes que planificar cada movimiento para que así tenga un orden el área. Pastor Emilio y Franciso Nahum (2007) el autor menciona que seamos proactivos instituyendo metas con un objetivo y así cada día el área pueda mejorar.

En correspondencia al objetivo específico dos proyectado la investigación perteneciente fue Determinar la relación gestión de compras y hacer, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020, al respecto y de acuerdo a los resultados que se obtuvieron mediante el estadístico Spearman se benefició un coeficiente de correlación de 0.506 y un nivel de significancia de 0.001, determinando que preexiste trato significativa en la gestión de compras y hacer. Pastor Emilio y Franciso Nahum (2007) nos mencionó que aquí es donde se tiene que implementar lo que se requiere mejorar en el área de compras para la buena gestión.

En dependencia al objetivo específico 3 Determinar relación entre la gestión de compras y la verificación, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020, al respecto y de acuerdo a las deducciones que se obtuvieron mediante el estadístico Spearman se benefició un coeficiente de correlación de 0.506 y un nivel de significancia de 0.010, determinando que consta una trato significativa en la gestión de compras y verificar. Pastor Emilio y Franciso Nahum (2007) el autor hizo una aclaración que aquí se tiene que verificar como se está llevando a cabo la mejora que se implementó, eso quiere decir que va de la mano con nuestros resultados obtenidos.

En proporción al objetivo específico 4 Determina la relación gestión de compras y actuar, en Neptunia S.A, en Callao, 2020, al respecto y de acuerdo a los resultados que se obtuvieron mediante el estadístico Spearman se benefició un coeficiente de correlación de 0.774 y un nivel de significancia de 0.0000, determinando que coexiste dependencia significativa en la gestión de compras y actuar.

Pastor Emilio y Franciso Nahum (2007) dedujo que es el final de nuestros resultados obtenidos, también enfatizo que si aquí no mejora la gestión de compras se tiene que buscar otra solución.

V. CONCLUSIONES

Primera: Se ha determinado que existe relación significativa entre la gestión de compras y la mejora continua en la empresa Neptunia, 2020, mencionando que es de forma positiva en un 0.853. Es decir que siempre va de la mano las dos variables que si son compatibles.

Segunda: Se ha determinado que existe relación significativa entre la gestión de compras y la planificación en el área de compras de la empresa Neptunia, 2020. Aquí se evidencio una correlación 0.744

Tercera: Se ha determinado que existe relación significativa entre la gestión de compras y hacer en el área de compras de la empresa Neptunia, 2020. Ya que se evidencio una correlación de 0.645.

Cuarta: Se ha determinado que concurre correspondencia significativa entre la gestión de compras y verificar del área compras de la empresa Neptunia, 2020. Ya que se evidenció una correlación de 0.506.

Quinta: se ha determinado que consta relación significativa entre la gestión de compras y actuar del área de compras de la empresa Neptunia, 2020. Ya que se evidencio una correlación de 0,744.

VI. RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda mejorar la gestión de compras con el rendimiento de los colaboradores del área, para que así se pueda lograr un buen resultado.

Segunda: Es recomendable planificar que se va requerir hacer en el área para que la gestión que se va hacer no se perjudique y así obtenga mejoras.

Tercera: Implementar normativas para el área, como la delegación de trabajos con los colaboradores para que así pueda de una manera contribuir la mejora continua que se requiere hacer cada día.

REFERENCIAS

Alberto Montoya Palacio (2002) Concepto modernos de administración de compras. San Juan, Santiago de Chile, Santo Domingo: Editorial norma.

Alberto Sangri Coral (2014) Administración de compras, adquisiciones y abastecimiento, México.

Diomedes Rodríguez Villacis, Ph.D. (2018). Análisis de compras para diseñar una propuesta de indicadores de gestión que permita mejorar los procesos del

área de compras, Guayaquil, Ecuador, año 2018 (Tesis de Magister).
Universidad católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado de:

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11016/1/T-UCSG-POS-MAE-187.pdf>

Daniela Amaya Y Jose Miguel (2013). Optimización y mejora para el proceso de compras en una línea aérea, Chia, Colombia, año 2013 (Titulo Pregrado).
Universidad de la sabana ingeniería. Recuperado de:

<https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/9755/Jos%C3%A9%20Miguel%20Silva%20Cano%20%28TESIS%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Emilio Martínez Moya (4° edición). Gestión de compras. Negociación y estrategias de aprovisionamiento, Madrid, España: FC Editorial.

Ernesto A. Rodríguez (2003). Metodología de la investigación, Mexico.

Francisco Jorge Gutierrez (2015). Apuntes de conceptos básicos para muestreo estadístico, Guadalajara, Mexico.

García Córdoba Fernando (2004). Recomendaciones metodológicas para el diseño de un cuestionario, Córdoba, México.

Gómez, C. (2016). *Metodología de la Investigación*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Brujas.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. México DF, México: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Humberto Ñaupas, Elías Mejía, Eliana Novoa y Alberto Villagomez (2014). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis, Bogotá, Colombia.

Hurtado Cabrera Oscar (2019). Mejoramiento continuo y la productividad de una empresa privada, Lima, Perú, año 2019 (Tesis para optar el grado de académico de maestro en administración).

Universidad Federico Villareal. Recuperado de:

<http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/3635/HURTADO%20CABRE%20OSCAR%20HUMBERTO%20-%20MAESTRIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ildelfonso Grande y Elena Abascal (2009). Fundamentos y técnicas de investigación comercial, Madrid, España.

Julio Jun Anaya (2015). Logística integral la gestión operativa de la empresa.

Recuperado

de

<https://books.google.com.pe/books?id=yndcDwAAQBAJ&pg=PT79&dq=la+gesti%C3%B3n+de+compras+tiene+por+objetivo+adquirir+los+bienes+y+servicios+que+la+empresa+necesita,+garantizando+el+abastecimiento+de+las+cantidades+requeridas+de+tiempo,+calidad+y+precio.&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiJxuTB59HtAhVoILkGHQI1AbYQ6AEwAHoECAUQAq#v=onepage&q=la%20gesti%C3%B3n%20de%20compras%20tiene%20por%20objetivo%20adquirir%20los%20bienes%20y%20servicios%20que%20la%20empresa%20necesita%20garantizando%20el%20abastecimiento%20de%20las%20cantidades%20requeridas%20de%20tiempo%20calidad%20y%20precio.&f=false>

Nohora Ligia Heredia (2013). Gerencia de compras, Bogotá, Colombia.

Victor Niño Rojas (2011). Metodología de la investigación diseño y ejecución, Bogotá, Colombia.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de las variables.

Tabla 1

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Gestión de compras	La gestión de compras en cualquier organización, deben ser analíticas y racionales para lograr los objetivos de una acertada gestión de adquisiciones que se resume en adquirir productos y servicios en la cantidad, calidad, precio, momento, sitio y proveedor justo o adecuado, buscando la máxima rentabilidad para la empresa y una motivación para que el proveedor desee seguir realizando negocios con su cliente. (Alberto Montoya, 2002, p.34)	Son las etapas por la que pasa un comprador, que se inician desde la necesidad de un bien o servicio del área de una empresa.	Función de compras	Detección y descripción de la necesidad	Escala de medición Likert Ordinal (5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca
				Preparación de la compra	
				Ejecución de la compra	
				Seguimiento y control	
			Tiempos	Reducción de tiempos en los procesos de compras	
				Reducción de tiempo en la entrega de bien o servicio	
Control	Proceso de compras				
	Evaluación de proveedores				
Mejora continua	La mejora continua son procesos de medición, análisis y mejora que incluyen aquellos necesarios para medir y recopilar datos para realizar el análisis del desempeño y la mejora de la eficacia y la eficiencia. (Pastor Emilio y Francisco Nahum, 2007, p.50).	La mejora continua en si consiste en la evaluación de oportunidades de mejora y dar soluciones, se logra aplicando el concepto de PHVA, planificar, hacer, verificar y actuar.	Planificar	Cumplimiento de las normas ISO 9001	(5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca
				Implementación de cronograma de planes	
				Plan de implementación de un sistema de control de procesos	
			Hacer	Plan de motivación a los colaboradores	
			Verificar	Mapear los procesos	
				Información sobre resultados	
Actuar	Manual de procedimientos				
	Manual de funciones				

Operacionalización de las variables

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 2: Instrumento de recolección de datos.

Cuestionario de Administración estratégica y comportamiento organizacional

Cuestionario para la gestión de compras y la mejora continua, según el personal administrativo de la empresa Neptunia ubicada en El callao, Callao 2020.

Instrucciones:

Lea detenidamente cada ítem y en función a su perspectiva como personal de la empresa marque con una "X" las respuestas que aparecen en el siguiente cuadro.

Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
5	4	3	2	1

N°	Indicadores	Valoración				
		5	4	3	2	1
	(V1) Variable 1: Gestion de compras					
	(D1) Dimensión 1: Función de compras					
1	El área de compras actúa desde la solicitud que realiza los usuarios de cada área					
2	El área de compras envía a cotizar a tiempo					
3	El área de compras genera la OC a tiempo					

4	El área de compras hace el seguimiento correspondiente hasta que la OC llegue al proveedor					
	(D2) Dimensión 2: Tiempos					
5	El área de compras cumple con el tiempo de generación de oc de acuerdo a sus procesos					
6	Los proveedores entregan el producto o bien a tiempo					
	(D3) Dimensión 3: Control					
7	El área de compras cumple con sus procesos					
8	El área de compras realiza seguimiento de los acuerdos con los proveedores					
	(V2) Variable 2: Mejora continua					
	(D4) Dimensión 4: Planificar					
9	El área de compras cumple con la normativa ISO 9001					
10	La implementación de un cronograma de planes sería una mejora para el área compras para el tiempo de atención					
	(D5) Dimensión 5: Hacer					
11	El área de compras mejoraría con una plan de implementación de un sistema de control de procesos					
12	El área de compras tiene un plan de motivación a sus colaboradores					
	(D6) Dimensión 6: Verificar					
13	El área de compras actuaría de una manera más eficaz con el mapeo de sus procesos					
14	El área de compras informa a sus colaboradores sobre los resultados del área					
	(D7) Dimensión 7: Actuar					
15.-	El área de compras cuenta con manual de procedimientos					

16.-	El área de compras tiene bien claro sus funciones					
------	---	--	--	--	--	--

Anexo 3: Matriz de consistencia.

Tabla 2
Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS PRINCIPAL	VARIABLES	DISEÑO METODOLÓGICO
¿Existe relación entre la gestión de compras y la mejora continua, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020?	Determinar la relación entre la gestión de compras y la mejora continua, en NEPTUNIA S.A, en Callao, 2020	Existe relación entre la gestión de compras y la mejora continua, de la empresa Neptunia, en Callao, 2020	<p>Variable 1:</p> <p>Gestión de compras</p> <p>Dimensiones:</p> <p>a) Función de compras</p> <p>b) Tiempos</p> <p>c) Control</p> <p>Variable 2:</p> <p>Evaluación del desempeño laboral en la empresa Agrícola Tres Palmeras S.R.L Huaral, Lima, 2020</p> <p>a) Planificar</p> <p>b) Hacer</p> <p>c) Verificar</p> <p>d) Actuar</p>	<p>Tipo de estudio</p> <p>Tipo: aplicada.</p> <p>Nivel: Descriptivo - correlacional</p> <p>Enfoque: cuantitativo.</p> <p>Diseño: No experimental de corte transversal.</p> <p>Área de estudio: Empresa Neptunia S.A, Callao, 2020</p> <p>Población</p> <p>25 colaboradores.</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Valoración estadística</p> <p>Paquete estadístico SSPS 24 (versión en español)</p>
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS		
1) ¿existe relación entre el proceso de compras y la planificación, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020?	1) Determinar relación entre la gestión de compras y la planificación, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020	1) las hipótesis específicas fueron existe relación entre la gestión de compras y la planificación, en la empresa Neptunia S.A, en Callao		
2) ¿Existe relación entre el tiempo y hacer la implementación de la ISO, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020?	2) Determina la relación gestión de compras y hacer, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020	2) existe relación entre la gestión de compras y hacer la implementación de la ISO, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020		
3) :¿Existe relación entre el control y la verificación, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020?	3) Determinar relación entre la gestión de compras y la verificación, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020	3) existe relación entre la gestión de compras y la verificación, en la empresa Neptunia S.A, en Callao, 2020		

FIGURA 1. REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA HIPÓTESIS

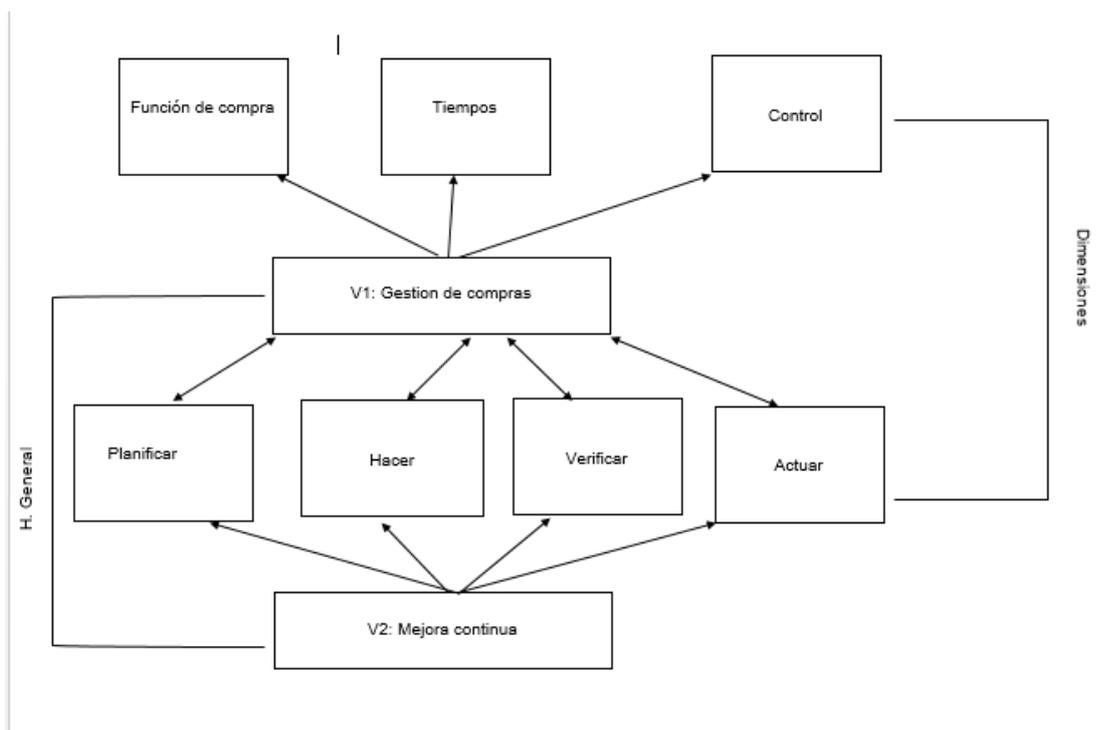
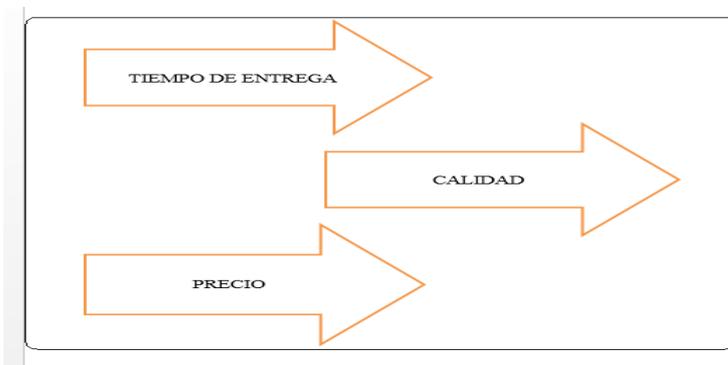


FIGURA 2 . DETALLE GRÁFICO DE CONCEPTO



Elaboración propia



Figura 3. El ciclo PDCA o círculo de Deming

Fuente: Elisenda Garcia (2016).

Anexo 4: Carta de aceptación para realizar la investigación /// Detalle de la empresa anonimizada.



Callao, 20 de noviembre de 2020.

Señor(es)

Universidad César Vallejo - Sede Lima Norte.

Presente. -

Referencia: Carta de autorización para Proyecto de Tesis.

De mi mayor consideración

La empresa DP WORLD LOGISTICS, cuya razón social es NEPTUNIA S.A, con RUC 20100010217, autoriza a Josselin Almendra Chang Flores con DNI 77531638, estudiante de la facultad de Ciencias Empresariales, de la Escuela Profesional de Administración, para que dé inicio a las investigaciones necesarias para el desarrollo del informe de investigación titulado: La Gestión de compras y la mejora continua en la empresa NEPTUNIA S.A, Callao, 2020.

Por medio de la presente, se deja constancia de lo antes señalado.

Atentamente,


DP WORLD LOGISTICS
WILLIAM PORTALES FARRILLO
APODERADO NEPTUNIA S.A.

Av. Argentina 2065
Callao 1
Perú
T: +511 614 2800

www.dpworldlogistica.pe

Anexo 5: Declaración de consentimiento informado.

Carta de consentimiento informado para participantes del CUESTIONARIO para el proyecto **“LA GESTION DE COMPRAS Y LA MEJORA CONTINUA EN LA EMPRESA NEPTUNIA, CALLAO 2020”**

Mi nombre es Josselin Almendra Chang Flores y me encuentro desarrollando un estudio para conocer la relación entre la gestión de compras y la mejora continua de personal administrativo de la empresa Neptunia ubicada en Argentina 2, Callao.

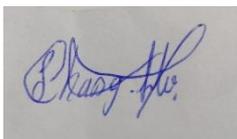
Estamos realizando una encuesta que busca conocer los puntos de vista de todo el personal administrativo de la empresa Neptunia ubicada en Argentina, Callao, con respecto a la gestión de compras, así como sobre aquellas acciones que podrían coadyuvar a incentivarlo. Por ello estamos invitando a todo el personal administrativo de la empresa Neptunia ubicada en Argentina, Callao, a participar contestando un cuestionario.

Si usted está de acuerdo en participar en este estudio, queremos invitarlo a que conteste este cuestionario que tiene una aplicación de alrededor de 5 minutos. En el mismo vamos a preguntarle algunos datos sociodemográficos, posteriormente preguntaremos asuntos relacionados a la **gestión de compras** y su relación con la **mejora continua**.

Su participación en esta encuesta no tiene costo alguno y es totalmente voluntaria. Es decir, no tiene que participar si no lo desea y puede suspender su participación en el momento que usted decida, sin que haya ninguna consecuencia. El hecho de que decida participar o no en el estudio, así como el hecho de expresar libremente sus opiniones, cualesquiera que estas sean, no tendrá ninguna repercusión negativa para usted o su puesto de trabajo o estudio.

La información se reportará de manera general, es decir, se eliminará cualquier dato que le pudiera identificar a usted. Todos los datos serán registrados directamente en una base de datos, y únicamente los investigadores responsables podrán tener acceso a los mismos mediante claves de seguridad.

Si está de acuerdo en participar en el estudio, por favor escriba “Sí estoy de acuerdo en participar” en la parte inferior de la encuesta, además de su firma.



¡Muchas gracias por su partici

Anexo 6: Fichas de validación de expertos.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado Dr. Teodoro Carranza.

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarnos con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales EP de Administración, en la sede Los Olivos, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el título Profesional de Licenciado en Administración.

El título de mi proyecto de investigación es: **La gestión de compras y la mejora continua en la empresa Neptunia S.A Callao, 2020** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en las variables comprendidas en mi investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,

Josselin Almendra Chang Flores
D.N.I: 77531638

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable 1: Función de compras

Alberto Montoya (2002) La gestión de compras en cualquier organización, deben ser analíticas y racionales para lograr los objetivos de una acertada gestión de adquisiciones que se resume en adquirir productos y servicios en la cantidad, calidad, precio, momento, sitio y proveedor justo o adecuado, buscando la máxima rentabilidad para la empresa y una motivación para que el proveedor desee seguir realizando negocios con su cliente. (p. 34).

Dimensiones de las variables:

Dimensión 1: Funcion de compras

Emilio Martínez Moya (4º Edición) lo que la función de compras representa para cada empresa, es fruto de muy variadas circunstancias, entre las que tienen un valor relevante las internas, decidir a quién comprar, a quien. Cuando y cuanto es algo común en todos los procesos de aprovisionamiento.
(p. 17).

Dimensión 2: Tiempos

Emilio Martínez Moya (4º Edición) Con la firma del contrato o con el hecho de pasar un pedido no termina la responsabilidad de compras. Además de cursar las ordenes de entrega hay que realizar un cuidadoso seguimiento, que habitualmente debe incluir no solo el control administrativo si no también visitas a los proveedores, con el doble objetivo de tener seguridad del cumplimiento de los plazos o para detectar tiempo los posibles retrasos y poder adoptar las medidas correctoras(p.35).

Dimensión 3. Control

Nohora ligia heredia (2º Edición) Con la búsqueda y evaluación de proveedores se trata de tener una calificación de los proveedores en función de su capacidad de respuesta frente a las necesidades de la empresa
(p. 6)

MODELO DE ENCUESTA DE LA VARIABLE 1: ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

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

Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
5	4	3	2	1

ÍTEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
1	El área de compras actúa desde la solicitud que realiza los usuarios de cada área					
2	. El área de compras envía a cotizar a tiempo					
3	El área de compras genera la OC a tiempo					
4	El área de compras hace el seguimiento correspondiente hasta que la OC llegue al proveedor					
5	El área de compras cumple con el tiempo de generación de oc de acuerdo a sus procesos					
6	Los proveedores entregan el producto o bien a tiempo					
7	El área de compras cumple con sus procesos					
8	El área de compras realiza seguimiento de los acuerdos con los proveedores					

Gracias por su colaboración

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE 1: ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE				
VARIABLE 1	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de compras	Función de compras	Detección y descripción de la necesidad	1.El área de compras actúa desde la solicitud que realiza los usuarios de cada área.	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi Nunca 1 = Nunca
		Preparación de la compra	2. El área de compras envía a cotizar a tiempo.	
		Ejecución de la compra	3. El área de compras genera la OC a tiempo	
		Seguimiento y control	4. El área de compras hace el seguimiento correspondiente hasta que la OC llegue al proveedor.	
	Tiempos	Reducción de tiempos en los procesos de compras	5. El área de compras cumple con el tiempo de generación de oc de acuerdo a sus procesos.	
		Reducción de tiempo en la entrega de bien o servicio	6. Los proveedores entregan el producto o bien a tiempo.	
	Control	Proceso de compras	7. El área de compras cumple con sus procesos..	
		Evaluación de proveedores	8. El área de compras realiza seguimiento de los acuerdos con los proveedores.	

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 1: ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Función de compras							
1	El área de compras actúa desde la solicitud que realiza los usuarios de cada área	x		x		x		
2	El área de compras envía a cotizar a tiempo	x		x		x		
3	El área de compras genera la OC a tiempo	x		x		x		
4	El área de compras hace el seguimiento correspondiente hasta que la OC llegue al proveedor	x		x		x		
	DIMENSIÓN 2: Tiempos	Si	No	Si	No	Si	No	
5	El área de compras cumple con el tiempo de generación de oc de acuerdo a sus procesos	x		x		x		
6	Los proveedores entregan el producto o bien a tiempo	x		x		x		
	DIMENSIÓN 3: Control	Si	No	Si	No	Si	No	
7	El área de compras cumple con sus procesos	x		x		x		
8	El área de compras realiza seguimiento de los acuerdos con los proveedores	x		x		x		

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable 2: La mejora continúa

Pastor Emilio Perez y Francisco Nahum Munera (2007) La mejora continua son procesos de medición, análisis y mejora que incluyen aquellos necesarios para medir y recopilar datos para realizar el análisis del desempeño y la mejora de la eficacia y la eficiencia (p.50)

Dimensiones de las variables:

Dimensión 1: Planificar

Pastor Emilio Perez y Francisco Nahum Munera (2007) Primero se definen los planes y la visión de la meta que tiene la empresa en donde quiere estar en un tiempo determinado (p. 50).

Dimensión 2: Hacer

Pastor Emilio Perez y Francisco Nahum Munera (2007) en esta etapa se lleva a cabo el plan de trabajo establecido anteriormente, junto con algún control para vigilar que el plan se esté llevando a cabo según lo acordado. Para poder realizar el control existen varios métodos, como la gráfica de GANTT en la que podemos medir las tareas y el tiempo (p. 50).

Dimensión 3: Verificar

Pastor Emilio Perez y Francisco Nahum Munera (2007) aquí se comparan los resultados planeados con los que obtuvimos realmente. Antes de esto se establece un indicador de medición, porque lo que no se puede medir, no se puede mejorar en una forma sistemática (p.50).

Dimensión 4: Actuar

Pastor Emilio Perez y Francisco Nahum Munera (2007) Con esta etapa se concluye el ciclo de la calidad: si al verificar los resultados se logró lo que teníamos planeado entonces se sistematizan y documentan los cambios que hubo, pero si al hacer una verificación nos damos cuenta que no hemos logrado lo deseado, entonces hay que actuar rápidamente y corregir la teoría de solución y establecer un nuevo plan de trabajo (p.51).

MODELO DE ENCUESTA DE LA VARIABLE 2: La mejora continua

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

Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
5	4	3	2	1

ÍTEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
1	El área de compras cumple con la normativa ISO 9001					
2	La implementación de un cronograma de planes sería una mejora para el área compras para el tiempo de atención					
3	El área de compras mejoraría con una plan de implementación de un sistema de control de procesos					
4	El área de compras tiene un plan de motivación a sus colaboradores					
5	El área de compras actuaría de una manera más eficaz con el mapeo de sus procesos					
6	El área de compras informa a sus colaboradores sobre los resultados del área					
7	El área de compras cuenta con manual de procedimientos					
8	El área de compras tiene bien claro sus funciones					

Gracias por su colaboración

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE 2: COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE				
VARIABLE 2	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Mejora continua	Planificar	Cumplimiento de las normas ISO 9001	1. El área de compras cumple con la normativa ISO 9001.	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi Nunca 1 = Nunca
		Implementación de cronograma de planes	2. La implementación de un cronograma de planes sería una mejora para el área compras para el tiempo de atención.	
	Hacer	Plan de implementación de un sistema de control de procesos	3. El área de compras mejoraría con un plan de implementación de un sistema de control de procesos.	
		Plan de motivación a los colaboradores	4. El área de compras tiene un plan de motivación a sus colaboradores.	
	Verificar	Mapear los procesos	5. El área de compras actuaría de una manera más eficaz con el mapeo de sus procesos.	
		Información sobre resultados	6. El área de compras informa a sus colaboradores sobre los resultados del área.	
	Actuar	Manual de procedimientos	7. El área de compras cuenta con manual de procedimientos	
		Manual de funciones	8. El área de compras tiene bien claro sus funciones.	

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 2: COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Planificar							
1	El área de compras cumple con la normativa ISO 9001	x		x		x		
2	La implementación de un cronograma de planes sería una mejora para el área compras para el tiempo de atención	x		x		x		
	DIMENSIÓN 2: Hacer							
3	El área de compras mejoraría con una plan de implementación de un sistema de control de procesos	x		x		x		
4	El área de compras tiene un plan de motivación a sus colaboradores	x		x		x		
	DIMENSIÓN 3: Verificar							
5	El área de compras actuaría de una manera más eficaz con el mapeo de sus procesos	x		x		x		
6	El área de compras informa a sus colaboradores sobre los resultados del área	x		x		x		
	DIMENSIÓN 4: Actuar							
7	El área de compras cuenta con manual de procedimientos	x		x		x		
8	El área de compras tiene bien claro sus funciones	x		x		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. CARRANZA ESTELA , Teodoro

DNI: 08171

Especialidad del validador: Doctor en Administración

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**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

14 de noviembre de 2020



Teodoro Carranza Estela
DR. TEODORO CARRANZA ESTELA
LIC. EN ADMINISTRACIÓN
CLAD 08171

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado Mgtr. Víctor Hugo Fernández Bedoya

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarnos con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales EP de Administración, en la sede Los Olivos, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el título Profesional de Licenciado en Administración.

El título de mi proyecto de investigación es: **La gestión de compras y la mejora continua en la empresa Neptunia S.A Callao, 2020** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en las variables comprendidas en mi investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,

Josselin Almendra Chang Flores
D.N.I: 77531638

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable 1: Función de compras

Alberto Montoya (2002) La gestión de compras en cualquier organización, deben ser analíticas y racionales para lograr los objetivos de una acertada gestión de adquisiciones que se resume en adquirir productos y servicios en la cantidad, calidad, precio, momento, sitio y proveedor justo o adecuado, buscando la máxima rentabilidad para la empresa y una motivación para que el proveedor desee seguir realizando negocios con su cliente. (p. 34).

Dimensiones de las variables:

Dimensión 1: Funcion de compras

Emilio Martínez Moya (4º Edición) lo que la función de compras representa para cada empresa, es fruto de muy variadas circunstancias, entre las que tienen un valor relevante las internas, decidir a quién comprar, a quien. Cuando y cuanto es algo común en todos los procesos de aprovisionamiento. (p. 17).

Dimensión 2: Tiempos

Emilio Martínez Moya (4º Edición) Con la firma del contrato o con el hecho de pasar un pedido no termina la responsabilidad de compras. Además de cursar las ordenes de entrega hay que realizar un cuidadoso seguimiento, que habitualmente debe incluir no solo el control administrativo si no también visitas a los proveedores, con el doble objetivo de tener seguridad del cumplimiento de los plazos o para detectar tiempo los posibles retrasos y poder adoptar las medidas correctoras(p.35).

Dimensión 3. Control

Nohora ligia heredia (2º Edición) Con la búsqueda y evaluación de proveedores se trata de tener una calificación de los proveedores en función de su capacidad de respuesta frente a las necesidades de la empresa (p. 6)

MODELO DE ENCUESTA DE LA VARIABLE 1: ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

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

Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
5	4	3	2	1

ÍTEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
1	El área de compras actúa desde la solicitud que realiza los usuarios de cada área					
2	. El área de compras envía a cotizar a tiempo					
3	El área de compras genera la OC a tiempo					
4	El área de compras hace el seguimiento correspondiente hasta que la OC llegue al proveedor					
5	El área de compras cumple con el tiempo de generación de oc de acuerdo a sus procesos					
6	Los proveedores entregan el producto o bien a tiempo					
7	El área de compras cumple con sus procesos					
8	El área de compras realiza seguimiento de los acuerdos con los proveedores					

Gracias por su colaboración

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE 1: ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE				
VARIABLE 1	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de compras	Función de compras	Detección y descripción de la necesidad	1. El área de compras actúa desde la solicitud que realiza los usuarios de cada área.	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi Nunca 1 = Nunca
		Preparación de la compra	2. El área de compras envía a cotizar a tiempo.	
		Ejecución de la compra	3. El área de compras genera la OC a tiempo	
		Seguimiento y control	4. El área de compras hace el seguimiento correspondiente hasta que la OC llegue al proveedor.	
	Tiempos	Reducción de tiempos en los procesos de compras	5. El área de compras cumple con el tiempo de generación de oc de acuerdo a sus procesos.	
		Reducción de tiempo en la entrega de bien o servicio	6. Los proveedores entregan el producto o bien a tiempo.	
	Control	Proceso de compras	7. El área de compras cumple con sus procesos.	
		Evaluación de proveedores	8. El área de compras realiza seguimiento de los acuerdos con los proveedores.	

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 1: ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

Nº	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Función de compras								
1	El área de compras actúa desde la solicitud que realiza los usuarios de cada área	✓		✓		✓		
2	El área de compras envía a cotizar a tiempo	✓		✓		✓		
3	El área de compras genera la OC a tiempo	✓		✓		✓		
4	El área de compras hace el seguimiento correspondiente hasta que la OC llegue al proveedor	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: Tiempos								
5	El área de compras cumple con el tiempo de generación de oc de acuerdo a sus procesos	✓		✓		✓		
6	Los proveedores entregan el producto o bien a tiempo	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: Control								
7	El área de compras cumple con sus procesos	✓		✓		✓		
8	El área de compras realiza seguimiento de los acuerdos con los proveedores	✓		✓		✓		

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

Apellidos y nombres del juez validador, Mgtr. Víctor Hugo Fernández Bedoya.

DNI: 44326351

Especialidad del validador: **Investigador en Ciencias Empresariales**

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: 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

Victor Hugo Fernández Bedoya



**Investigador en Ciencias
Empresariales
Lic. en Administración**

13 de noviembre de 2020

Firma del Experto Informante.

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable 2: La mejora continúa

Pastor Emilio Perez y Francisco Nahum Munera (2007) La mejora continua son procesos de medición, análisis y mejora que incluyen aquellos necesarios para medir y recopilar datos para realizar el análisis del desempeño y la mejora de la eficacia y la eficiencia (p.50)

Dimensiones de las variables:

Dimensión 1: Planificar

Pastor Emilio Perez y Francisco Nahum Munera (2007) Primero se definen los planes y la visión de la meta que tiene la empresa en donde quiere estar en un tiempo determinado (p. 50).

Dimensión 2: Hacer

Pastor Emilio Perez y Francisco Nahum Munera (2007) en esta etapa se lleva a cabo el plan de trabajo establecido anteriormente, junto con algún control para vigilar que el plan se esté llevando a cabo según lo acordado. Para poder realizar el control existen varios métodos, como la gráfica de GANTT en la que podemos medir las tareas y el tiempo (p. 50).

Dimensión 3: Verificar

Pastor Emilio Perez y Francisco Nahum Munera (2007) aquí se comparan los resultados planeados con los que obtuvimos realmente. Antes de esto se establece un indicador de medición, porque lo que no se puede medir, no se puede mejorar en una forma sistemática (p.50).

Dimensión 4: Actuar

Pastor Emilio Perez y Francisco Nahum Munera (2007) Con esta etapa se concluye el ciclo de la calidad: si al verificar los resultados se logró lo que teníamos planeado entonces se sistematizan y documentan los cambios que hubo, pero si al hacer una verificación nos damos cuenta que no hemos logrado lo deseado, entonces hay que actuar rápidamente y corregir la teoría de solución y establecer un nuevo plan de trabajo (p.51).

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE 1: ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE				
VARIABLE 1	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de compras	Función de compras	Detección y descripción de la necesidad	1. El área de compras actúa desde la solicitud que realiza los usuarios de cada área.	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi Nunca 1 = Nunca
		Preparación de la compra	2. El área de compras envía a cotizar a tiempo.	
		Ejecución de la compra	3. El área de compras genera la OC a tiempo	
		Seguimiento y control	4. El área de compras hace el seguimiento correspondiente hasta que la OC llegue al proveedor.	
	Tiempos	Reducción de tiempos en los procesos de compras	5. El área de compras cumple con el tiempo de generación de oc de acuerdo a sus procesos.	
		Reducción de tiempo en la entrega de bien o servicio	6. Los proveedores entregan el producto o bien a tiempo.	
	Control	Proceso de compras	7. El área de compras cumple con sus procesos..	
		Evaluación de proveedores	8. El área de compras realiza seguimiento de los acuerdos con los proveedores.	

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Planificar							
1	El área de compras cumple con la normativa ISO 9001		✓	✓		✓		Necesita reformular
2	La implementación de un cronograma de planes sería una mejora para el área compras para el tiempo de atención	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Hacer							
3	El área de compras mejoraría con una plan de implementación de un sistema de control de procesos	✓		✓		✓		
4	El área de compras tiene un plan de motivación a sus colaboradores	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Verificar							
5	El área de compras actuaría de una manera más eficaz con el mapeo de sus procesos	✓		✓		✓		
6	El área de compras informa a sus colaboradores sobre los resultados del área	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 4: Actuar							
7	El área de compras cuenta con manual de procedimientos	✓		✓		✓		
8	El área de compras tiene bien claro sus funciones	✓		✓		✓		

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

Apellidos y nombres del juez validador. Mgtr. Víctor Hugo Fernández Bedoya.

DNI: 44326351

Especialidad del validador: Investigador en Ciencias Empresariales

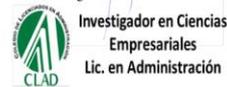
¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: 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

Víctor Hugo Fernández Bedoya



13 de noviembre de 2020

Firma del Experto Informante.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado Dr. Jose Luis Merino.

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarnos con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales EP de Administración, en la sede Los Olivos, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el título Profesional de Licenciado en Administración.

El título de mi proyecto de investigación es: **La gestión de compras y la mejora continua en la empresa Neptunia S.A Callao, 2020** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en las variables comprendidas en mi investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,

Josselin Almendra Chang Flores
D.N.I: 77531638

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable 1: Función de compras

Alberto Montoya (2002) La gestión de compras en cualquier organización, deben ser analíticas y racionales para lograr los objetivos de una acertada gestión de adquisiciones que se resume en adquirir productos y servicios en la cantidad, calidad, precio, momento, sitio y proveedor justo o adecuado, buscando la máxima rentabilidad para la empresa y una motivación para que el proveedor desee seguir realizando negocios con su cliente. (p. 34).

Dimensiones de las variables:

Dimensión 1: Función de compras

Emilio Martínez Moya (4º Edición) lo que la función de compras representa para cada empresa, es fruto de muy variadas circunstancias, entre las que tienen un valor relevante las internas, decidir a quién comprar, a quién. Cuando y cuanto es algo común en todos los procesos de aprovisionamiento.
(p. 17).

Dimensión 2: Tiempos

Emilio Martínez Moya (4º Edición) Con la firma del contrato o con el hecho de pasar un pedido no termina la responsabilidad de compras. Además de cursar las ordenes de entrega hay que realizar un cuidadoso seguimiento, que habitualmente debe incluir no solo el control administrativo si no también visitas a los proveedores, con el doble objetivo de tener seguridad del cumplimiento de los plazos o para detectar tiempo los posibles retrasos y poder adoptar las medidas correctoras(p.35).

Dimensión 3. Control

Nohora ligia heredia (2º Edición) Con la búsqueda y evaluación de proveedores se trata de tener una calificación de los proveedores en función de su capacidad de respuesta frente a las necesidades de la empresa
(p. 6)

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 1: ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSION 1: Función de compras							
1	El área de compras actúa desde la solicitud que realiza los usuarios de cada área	✓		✓		✓		
2	El área de compras envía a cotizar a tiempo	✓		✓		✓		
3	El área de compras genera la OC a tiempo	✓		✓		✓		
4	El área de compras hace el seguimiento correspondiente hasta que la OC llegue al proveedor	✓		✓		✓		
	DIMENSION 2: Tiempos	Si	No	Si	No	Si	No	
5	El área de compras cumple con el tiempo de generación de oc de acuerdo a sus procesos	✓		✓		✓		
6	Los proveedores entregan el producto o bien a tiempo	✓		✓		✓		
	DIMENSION 3: Control	Si	No	Si	No	Si	No	
7	El área de compras cumple con sus procesos	✓		✓		✓		
8	El área de compras realiza seguimiento de los acuerdos con los proveedores	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): si tiene suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mgtr. Merino Garcés, Jose Luis

DNI: 40590566

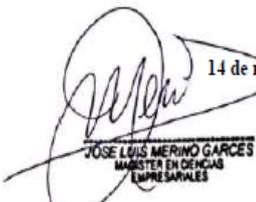
Especialidad del validador: Gestión de Organizaciones

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: 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


 14 de noviembre de 2020
 JOSE LUIS MERINO GARCÉS
 MAESTRO EN CIENCIAS
 EMPRESARIALES

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: Planificar								
1	El área de compras cumple con la normativa ISO 9001	✓		✓		✓		
2	La implementación de un cronograma de planes sería una mejora para el área compras para el tiempo de atención	✓		✓		✓		
DIMENSION 2: Hacer								
3	El área de compras mejoraría con una plan de implementación de un sistema de control de procesos	✓		✓		✓		
4	El área de compras tiene un plan de motivación a sus colaboradores	✓		✓		✓		
DIMENSION 3: Verificar								
5	El área de compras actuaría de una manera más eficaz con el mapeo de sus procesos	✓		✓		✓		
6	El área de compras informa a sus colaboradores sobre los resultados del área	✓		✓		✓		
DIMENSION 4: Actuar								
7	El área de compras cuenta con manual de procedimientos	✓		✓		✓		
8	El área de compras tiene bien claro sus funciones	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si tiene suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Mgtr. Merino Garcés, Jose Luis

DNI: 40590566

Especialidad del validador: Gestión de Organizaciones

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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



JOSE LUIS MERINO GARCÉS
MAESTRO EN CIENCIAS
EMPRESARIALES

14 de noviembre de 2020

Anexo 7: Resultados de validez: Aplicabilidad por juicio de expertos.

Tabla 3
Validación de juicio de expertos

N°	Experto	Aplicabilidad
2	Dr. Teodoro Carranza Estela	Aplicable
3	Mgtr. Jose Luis Merino	Aplicable
4	Mgtr. Víctor Hugo Fernández Bedoya	Aplicable

Fuente: Ficha de expertos.

La tabla 12 de validación de juicio de expertos, muestra la aplicabilidad del cuestionario, el cual fue revisando en relación a su pertinencia, relevancia y claridad por 3 expertos, cuyos nombres se detallan en la tabla anterior.

Anexo 8: Resultados de validez: Cálculo de V. de Aiken.

Nº de jueces 3 <----- cambiar

V. DE AIKEN TOTAL 0.99

Ítem	PERTINENCIA					RELEVANCIA					CLARIDAD					V. AIKEN GENERAL
	J1	J2	J3	S	v. AIKEN	J1	J2	J3	S	V. AIKEN	J1	J2	J3	S	V. AIKEN	
1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
2	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
3	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
4	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
5	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
6	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
7	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
8	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
9	0	1	1	2	0.666667	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	0.89
10	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
11	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
12	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
13	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
14	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
15	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
16	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00

Validez: V de Aiken

La validez fue obtenida de cada ítem mediante la aplicación del Coeficiente V de Aiken, utilizando la siguiente fórmula:

$$V = \frac{S}{(n(c-1))}$$

siendo:

S = la sumatoria de si

si = valor asignado por el juez i

n = número de jueces

c = número de valores de la escala de valoración (2, e este caso)

Anexo 9: Resultados de validez: Coeficiente de V. de Aiken.

Coeficiente de V. de Aiken Total: 0.99

Regla de valoración:

Valor mínimo = 0.00

Valor máximo = 1.00

Valor obtenido = 0.99

Decisión:

El instrumento es validado siendo cercano a perfecto

Anexo 10: Resultados de fiabilidad: Coeficiente de Alfa de Cronbach general, por dimensión y por indicador.

Variable o Dimension	Coeficiente de alfa de cronbach
V1:Gestion de compras	0.892
V2:Mejora continua	0.807
D1 Funcion de compras	0.519
D2:Tiempos	0.356
D3:Control	0.647
D4: Planificar	0.479
D5:Hacer	0.507
D6:Verificar	0.672
D7:Actuar	0.670

Anexo 11: Resultados de fiabilidad: Coeficiente de Dos mitades de Guttman.

Estadísticos de fiabilidad			
Alfa de Cronbach	Parte 1	Valor	.795
		N de elementos	8 ^a
	Parte 2	Valor	.807
		N de elementos	8 ^b
	N total de elementos		16
Correlación entre formas			.835
Coeficiente de Spearman-Brown	Longitud igual		.910
	Longitud desigual		.910
Dos mitades de Guttman			.906

Anexo 12: Resultados de fiabilidad: Coeficiente de alfa de Cronbach general si se elimina algún elemento.

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
1.El área de compras actúa desde la solicitud que realiza los usuarios de cada área	63.08	29.660	.465	.892
2.El área de compras envía a cotizar a tiempo	63.28	31.793	.514	.887
3.El área de compras genera la OC a tiempo	63.16	28.473	.730	.877
4.El área de compras hace el seguimiento correspondiente hasta que la OC llegue al proveedor	63.48	32.927	.249	.895
5.El área de compras cumple con el tiempo de generación de oc 4 a sus procesos	63.32	29.643	.644	.881
6.Los proveedores entregan el producto o bien a tiempo	63.48	31.760	.381	.892
7.El área de compras cumple con sus procesos	63.16	29.973	.757	.878
8.El área de compras realiza seguimiento de los acuerdos con los proveedores	63.24	30.023	.695	.880
9.El área de compras cumple con la normativa ISO 9001	63.08	31.077	.630	.883
10.La implementación de un cronograma de planes sería una mejora para el área compras para el tiempo de atención	63.08	29.993	.557	.885
11.El área de compras mejoraría con una plan de implementación de un sistema de control de procesos	63.16	30.557	.652	.882
12.El área de compras tiene un plan de motivación a sus colaboradores	63.40	32.167	.320	.894
13.El área de compras actuaría de una manera más eficaz con el mapeo de sus procesos	63.24	32.440	.363	.891
14.El área de compras informa a sus colaboradores sobre los resultados del área	63.12	30.693	.608	.883
15.El área de compras cuenta con manual de procedimientos	63.16	29.973	.757	.878
16.El área de compras tiene bien claro sus funciones	63.16	31.140	.666	.883

Anexo 13: Cálculo de la muestra.

La fórmula utilizada para el cálculo de la muestra fue la de población finita, ya que se tuvo conocimiento de la población total de estudio, a continuación se muestra la fórmula.

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

Dónde:

n: Tamaño de la muestra = 25

N: Población = 100

Z: Nivel de confianza = 95% - 1.96

p: Variabilidad positiva = 0.5

q: Variabilidad negativa = 0.5

e: Precisión o el error = 0.05

$$n = \frac{100 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (100 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 79$$

Los resultados del cálculo de la fórmula arrojó una muestra de 25 personas, quienes fueron encuestados para esta investigación.