



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

La gestión de compras y abastecimiento en una empresa
productora de chocolates, Barranco, 2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración de Empresas

AUTORA:

Millones Lamas Lady, Elizabeth (orcid.org/0000-0002-0229-8774)

ASESOR:

Mgtr. Reyes Linares, Angela Elsa (orcid.org/0000-0003-3416-038X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2023

Dedicatoria

A mi madre, a mi recordada abuelita quien se encuentra en el cielo quien fue mi motivo para seguir surgiendo y a mi compañero de vida por el cual me apoyó a culminar la carrera.

Agradecimiento

Primero a Dios porque es quien a pesar de todas las adversidades me ha permitido culminar la tesis, a mis asesores que han sido un faro en el camino por haberme guiado y han sabido direccionar mis conocimientos.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, REYES LINARES ANGELA ELSA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "La gestión de compras y abastecimiento en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023", cuyo autor es MILLONES LAMAS LADY ELIZABETH, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 22 de Noviembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
REYES LINARES ANGELA ELSA DNI: 40170331 ORCID: 0000-0003-3416-038X	Firmado electrónicamente por: ANGELAREYESL el 22-11-2023 20:37:31

Código documento Trilce: TRI - 0661074



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, MILLONES LAMAS LADY ELIZABETH estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "La gestión de compras y abastecimiento en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
MILLONES LAMAS LADY ELIZABETH DNI: 47475130 ORCID: 0000-0002-0229-8774	Firmado electrónicamente por: LMILLONESL12 el 25- 11-2023 11:44:49

Código documento Trilce: INV - 1445380

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Declaratoria de Autenticidad del Asesor.....	iv
Declaratoria de Originalidad del Autor.....	v
Índice de contenidos.....	vi
Índice de tablas.....	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	10
3.1. Tipo y diseño de investigación	10
3.2. Variable y operacionalización	10
3.3. Población, muestra y muestreo	12
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	13
3.5 Procedimientos	14
3.6. Método de análisis de datos	14
3.7. Aspectos éticos	15
IV. RESULTADOS	16
V. DISCUSION	26
VI. CONCLUSIONES	28
VII. RECOMENDACIONES	29
REFERENCIAS	30
ANEXOS.....	33

Índice de tablas

Tabla 1: Análisis de variable: la gestión de compras	16
Tabla 2: Análisis de dimensión: Negociación	17
Tabla 3: Análisis de dimensión: Evaluación de proveedores	17
Tabla 4: Análisis de dimensión: Homologación	18
Tabla 5: Análisis de variable: Abastecimiento	18
Tabla 6: Análisis de dimensión: Planeación	19
Tabla 7: Análisis de dimensión: Aprovisionamiento	19
Tabla 8: Análisis de dimensión: Distribución	20
Tabla 9: Prueba de normalidad	21
Tabla 10: Correlación entre variable Compras y Abastecimiento	22
Tabla 11: Correlación entre variable Compras y Planeación	23
Tabla 12: Correlación entre variable Compras y Aprovisionamiento	24
Tabla 13: Correlación entre variable Compras y Distribución	25

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado como La gestión de compras y abastecimiento en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023 tuvo como objetivo principal determinar que la gestión de compras y abastecimiento se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023.

La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo debido a que empleó estadística descriptiva e inferencial para ofrecer los resultados; de tipo aplicada haciendo uso del diseño no experimental descriptivo; la recolección de datos se empleó la técnica de la encuesta como instrumento el cuestionario a 60 trabajadores de la empresa, que fueron elegidos con criterios de exclusión e inclusión para responder dieciocho preguntas vinculadas a la gestión de compras y abastecimiento.

Obteniendo como resultado general que existe una correlación negativa débil de $-0,273$ según el resultado de Rho de Spearman el cual fue de $0,035$ entre ambas variables con un nivel de significancia de $0,035$. Según la regla de decisión ($Rho < 0.05$). Por ello determinamos que la gestión de compras y abastecimiento se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023.

Palabras clave: Gestión de compras, abastecimiento, homologación, negociación.

ABSTRACT

The main objective of this research work entitled Purchasing and supply management in a chocolate producing company, Barranco, 2023 was to determine that purchasing and supply management are related in a chocolate producing company, Barranco, 2023.

The methodology used was quantitative in approach because it used descriptive and inferential statistics to offer the results; applied type using descriptive non-experimental design; To collect data, the survey technique was used as an instrument: a questionnaire was sent to 60 company workers, who were chosen with exclusion and inclusion criteria to answer eighteen questions related to purchasing and supply management.

Obtaining as a general result that there is a weak negative compensation of -0.273 according to the result of Spearman's Rho which was 0.035 between both variables with a significance level of 0.035 . According to the decision rule ($Rho < 0.05$). For this reason, we determined that purchasing and supply management are related in a chocolate producing company, Barranco, 2023.

Keywords: Purchasing management, supply, approval, negotiation.

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día debido a las secuelas de la COVID-19 y el conflicto entre Ucrania y Rusia se generó problemas en la gestión de compras y abastecimiento. Por ello, el actual informe recogió esos dos temas importantes en la cadena logística. Los efectos del conflicto bélico entre Ucrania y Rusia se percibieron en mayor preocupación en el sector alimentario. El Perú al ser un país dependiente y su influencia del contexto internacional de guerras, enfermedades u otros factores; justificaban que la necesidad de las empresas debe tener gestión de compras y abastecimiento adecuado; con posibilidad de mejora continua para que el proceso de compras no tenga un impacto monetario significativo.

Es muy importante entender el nivel de significancia tanto de compras y abastecimiento se basó a necesidad por ayudar a generar rentabilidad para la empresa que afectó directamente en el costo de lo vendido y tener como ventaja competitiva e integrar las diversas operaciones del centro de distribución.

En contexto local esta empresa productora de chocolates, ubicado en Barranco dedicándose a la elaboración de cacao, chocolate, cereales y productos de confitería, de venta a nivel nacional e internacional, maneja materia prima importado y nacional de alta calidad, se pudo decir que cuenta con déficit del conveniente gestión de compras y abastecimiento legible, lo cual se había registrado quiebres de stock teniendo como dimensiones la falta de negociación, evaluación, homologación de proveedores, planificación, aprovisionamiento y poco control en la distribución.

Por lo detallado en el párrafo anterior, se planteó el problema de investigación, ¿De qué manera la gestión de compras y abastecimiento se relaciona en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023? del mismo modo se plantearon los problemas específicos, a)¿De qué manera la gestión de compras y la planeación se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023?, b)¿Qué relación existe entre la gestión de compras y el aprovisionamiento en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023? y c)¿De qué manera la gestión de compras y la distribución se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023?

La necesidad era tener un ordenado proceso de compras coadyuvará a una óptima negociación con proveedores, mejorando la calidad y servicio, ampliando la cartera de proveedores para un adecuado abastecimiento. Se consideró de manera estratégica la planificación que se vería reflejado en el aprovisionamiento y distribución. Las actividades que se desarrollaron están basadas en cuestionarios de evaluación que logrará el cumplimiento del objetivo.

Tafur y Yzaguirre (2015), la justificación teórica procuró ayudar al entendimiento de la investigación. Con este tipo de investigación se deseó contribuir en el desarrollo de algún aspecto de la ciencia que antes no se habían descrito o la descripción era limitada. En la justificación práctica según Bernal (2010), se daba cuando el desarrollo facilita a solucionar problemas o proponer formas que al adaptarse ayudarán a resolverlo y pueda utilizarse en investigaciones similares. Ñaupas et al (2014); manifestó que cuando se usa técnicas determinadas e instrumentos de investigaciones sirven para otras investigaciones. Pueden emplearse técnicas o instrumentos tales como cuestionario, test, pruebas, modelos, diagramas, entre otros. Todo aquello que pueda considerar el investigador como similares. La justificación fue metodológica porque se estuvo empleando los métodos de la investigación científica en el proyecto.

El objetivo general de la tesis fue: Determinar que la gestión de compras y abastecimiento se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023. Asimismo, se propusieron objetivos específicos: a) Determinar que la gestión de compras y la planeación se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023. b) Identificar que la gestión de compras y el aprovisionamiento se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023. c) Determinar la gestión de compras y la distribución se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023.

Por lo tanto, se formuló la siguiente hipótesis de investigación: La gestión de compras y abastecimiento se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023. Del mismo modo se plantearon las hipótesis específicas: a) La gestión de compras y la planeación se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023. b) La gestión de compras y el aprovisionamiento se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023. c) La gestión

de compras y la distribución se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023.

II. MARCO TEÓRICO.

Gutiérrez (2020), en Colombia apoya acciones para optimizar la gestión de compras, sugiriendo estructurar procesos de compras y liberación de bienes mediante triangulación con fabricas ubicadas en diferentes lugares del mundo, con enlaces ERP, documentación de procesos, condiciones de entrega, tiempos de facturación y recolección de bienes. La comunicación agiliza el proceso con los diferentes representantes comprometidos en el conjunto de actividades.

Asimismo, Lara (2018), demostró con éxito en México que tener una cartera de proveedores honestos puede incrementar las ganancias de una empresa, lo que lleva a la mejora continua de los procesos, confianza en la entrega al clientes, materia prima e inventarios. Contar con estos proveedores te permite planear y producir sin demoras; esto se refleja en el flujo eficiente del crecimiento de la empresa.

En el mismo contexto Espinoza (2018), afirma que la inclusión de indicadores en su manejo de compras para su abastecimiento permite detectar errores durante la ejecución, como cantidades adquiridas no procesadas, falta de control, etc. Todos estos son factores que impiden que una empresa no funcione correctamente. Su investigación muestra que el uso de métricas ayudará en el proceso de compras al producir resultados medibles.

Por otro lado, Noa (2022), en su tesis explica mejorar en su gestión por abastecer, incrementando valor en servicio en una empresa ubicada en callao, demostró exitosamente que mejorar el abastecimiento impacta positivamente en la calidad de los pedidos que entregan, esto se realiza evaluando proveedores, permitiendo aquellos que sean acto para recibir atención en el plazo requerido y que tengan niveles de inventario basados en pronósticos de demanda.

Además, Requena (2014), con su tesis enfocada gestionar compras con abastecer en una empresa de impresiones, empleó diagramas de flujo para mejorar el proceso de planificar las solicitudes de compra, formatos de comparación para mejorar las condiciones de compra y optimización del inventario. Asimismo, se incorporan los parámetros y metas del área a través de los indicadores de las empresas peruanas.

Del mismo modo Román (2009) nos dice que la gestión de compras comienza con personas que hacen trueque o intercambian sus posesiones a cambio de la posesión de algún bien injusto. Siempre la base para el desarrollo y bienestar personal, o ya asumiendo parte de la responsabilidad dentro del grupo.

Por otro lado, Carreño A. J. (2017), afirmó que el área de compras es funcionalmente responsable de obtener los materiales necesarios para desarrollar el negocio de la empresa, en las cantidades necesarias, en el momento y lugar preciso y al mejor precio, de esta forma garantiza crecimiento continuo eficiente en la organización.

Así mismo Kauris et al. (2006), mencionó que el conjunto de actividades destinadas a comprar son las que están relacionadas, teniendo requisitos en fase inicial, los estándares o características del producto en la fase de planeación, preselección de proveedores en la fase de licitación o calificación, selección de abastecedores ganadores e inspección con la entrega.

Sin embargo, las actividades relacionadas a comprar surgieron con necesidad de ser reconocida como rol estratégico para la empresa, Hace años que no existía ningún acuerdo de las compras con los autores. Cousin et al (2006), mencionó que la discusión comienza en los años 70, y desde este año han aparecido varias investigaciones que han intentado justificar el aporte estratégico de la Gestión de compras al logro de los objetivos corporativos.

En efecto Gadde y H. (1994), afirmaron que recién en los años 90 se reconoció el rol estratégico de la gestión de compras y el aporte que brinda hacia la empresa.

No obstante Martínez Moya, Emilio (2012), determinó las actividades vinculadas a comprar tal como realizar múltiples pasos que permite adquirir de forma eficiente bienes, materiales y/o servicios para colocarlos en la cadena de suministros, estos productos adquiridos deben ser en números adecuados, en el tiempo solicitado, con el monto y lugar previsto, en función a las políticas de compra que se ha establecido.

Cabe señalar que para el éxito de las compras debe existir una buena gestión por lo cual estos dos términos están interrelacionados. Así como Fung (1999) definió que "La Gestión de Compras se ocupa de la adquisición de los recursos y bienes de proveedores que contribuyen a los objetivos estratégicos y administrativos de la organización. Así mismo, es una actividad que responde creativamente a las necesidades de los consumidores internos y a mantener una buena relación con los proveedores y consumidores externos".

Las actividades para comprar integraron diferentes dimensiones para llegar al éxito, y estas son la negociación, evaluación de proveedores y homologación para el presente estudio. Cabe considerar que Pulido (2018), mencionó que la negociación son procesos relacionados para tomar decisiones interpersonales, estuvo enmarcado en una comunicación de por lo menos dos partes que tienen intereses en común y buscan concretar un pacto o acuerdo.

En medio de los procesos de negociación se contó con indicadores asociados al proveedor y formas de pago como antigüedad de negocio, plazos de entrega, precio y crédito. La negociación es el suceso en el cual dos o más partes con intereses discrepantes se comunican de ambas partes utilizando el poder, la disposición con el fin de llegar a un acuerdo en conjunto aceptando las condiciones que ha configurado, desde ese momento representa un objetivo en común para el logro de las partes que se han comprometido. Aldao - Zapiola (2009).

El procedimiento de la gestión de compras fue sumamente importante poder evaluar a los proveedores. De igual importancia Ortiz et al. (2015), planteó que la evaluación de proveedores debía utilizar metodología de valoración cualitativa y/o cuantitativa teniendo parámetros del proveedor que varían las características de la razón de estudio, disponibilidad de información y su naturaleza.

Los proveedores durante el proceso de la gestión de compras deben contar con la respectiva homologación. Así mismo Pinedo (2005), señaló que el proveedor idóneo dependió del cumplimiento de satisfacción a las necesidades para el cual fue contratado, para lo cual debió cumplir requisitos para lograr la homologación; como son solidez financiera, conocimiento y capacidad para brindar el producto o

servicio solicitado, flexibilidad de contrato, confidencialidad y un compromiso de mejora continua.

En el mismo contexto Manquilef (2018), diseñó una pauta con las actividades para comprar donde ayude comercialmente decidir abastecer mercadería importada, vendidos por una empresa industrial en Chile. Modelo de estudio descriptivo no experimental, teniendo núcleo de estudio productos importados, su muestra fue no probabilístico por conveniencia y empleo como instrumentos el forecast, el análisis de producto ABC y KPI'S. Teniendo como resultado la compra eficiente con respecto a unidades, flete, tiempo e inventario y concluyendo con la optimización de costos en flete y almacenaje.

El abastecimiento tuvo una evolución a lo largo de los años, y esto nace a raíz de la necesidad del mercado por requerir mayor demanda de productos y servicios. En cuanto a Barrascout (2005), señaló que a raíz de tener variedad de mercadería y servicios causaba necesidad, la cual era organizar mayor número de descripciones y stocks, en las áreas de producción y distribución. Ante el continuo avance de la rivalidad nacional e internacional, buscaron tener mejorías en sus procesos de abastecimiento, llegando a utilizar en la década del ochenta recursos orientales ejemplo preciso en tiempo o calidad completa.

En cuanto a Molander (2014), señaló que "el modelo de abastecimiento estratégico ha sido diseñado para ayudar a las compañías a definir alternativas como apoyo en sus procesos para conseguir la máxima ventaja de costos, calidad y tecnología, aprovechando el poder de compra y negociación que posee" empleando una metodología de casos concluyendo beneficios que equivalió haber aplicado el aprovisionamiento estratégico dentro de procedimientos a comprar de toda organización.

Sin embargo, Cabanilla (2017), se planteó formular alternativa de adquisición para el lapso de elegir compras del área encargada a aprovisionar en una universidad al norte en el área destinada en una universidad del norte del Perú. Siendo estudio descriptivo no experimental, su población fueron los expedientes a comprar en el año 2017, su muestra fue no probabilístico por conveniencia y los instrumentos empleados fueron fichas de observación y entrevistas. Los principales resultados

mostraron el desorden en la planificación de compras y de las entrevistas fue la nula evaluación de los resultados del control de productividad. Se concluyó que la tesis va a optimizar los procesos reduciendo costos y mejorando tiempos de abastecimiento.

En consecuencia Cabrera (2017), determinó y comparó grados de gestión para comprar en empresas del rubro construcción ubicado en Lima, este estudio fue de tipo sustantivo descriptivo, la población fue de tres empresas constructoras con denominación reservada, su muestra fue del tipo probabilístico estratificado utilizando como instrumento fichas de encuesta y obteniendo como resultados los niveles de compra, las operaciones búsqueda y selección de proveedores, negociaciones y solicitud del pedido, selección de la oferta idónea, monitoreo y dominio de las solicitudes de compra. Las conclusiones del estudio se enfocaron a los resultados de los indicadores en los cuales manifestaron el desconocimiento del proceso de compras, la repercusión en el ahorro del tiempo y la conformidad, mejorar las actividades de negociación y la comunicación, así como el requerimiento de un grupo técnico para una adecuada solicitud de compra y realizar un seguimiento de las órdenes de compra para disminuir los retrasos de las entregas.

Por otro lado, Mendoza (2017), encontró un vínculo entre planificar las compras y abastecimiento en los almacenes de la empresa Ezentis Perú SAC en el Perú. Fue un tipo de estudio aplicado y explicativo, considerando su población toda la gente que trabaja en la empresa, su muestra fue probabilística en base a un muestro aleatorio simple. Teniendo como resultado que la empresa debería mejorar la apropiación de servicios y bienes, de igual modo confirmar existencia de un correcto abastecimiento, calidad, precio, salida de materiales, niveles de stock y la consideración de las peticiones del trabajador o consumidor. Se concluyó la investigación determinando que hay coherencia positiva entre planificación de adquisiciones y abastecimiento en los almacenes de la empresa.

A demás Serrano (2014), señaló que la planificación es planear y utilizar los medios para el almacenaje manteniendo el estado óptimo de cada insumo. La planeación en el presente estudio fue la dimensión para poder clasificar a los materiales como estratégicos, no estratégicos, especializados y de cuello de botella.

Al contar con una buena planificación se pudo contar con un adecuado aprovisionamiento. Mientras Del Pozo (2013,) mencionó que el aprovisionamiento se ha vuelto en un punto importante de toda empresa y para que se tenga éxito se debe contar con control de stocks, comunicación y control de costos [...] el aprovisionamiento no debe ser visto como aprovisionar materiales, se debió tener una visión más amplia a la empresa porque pueden ser materiales o servicios o transporte o recursos humanos, etc.

Finalmente, para cumplir con todo el proceso de una gestión de compras exitosa se debió tener en cuenta tener adecuados canales de comunicación con el cliente, se identificó las rutas de reparto y los tiempos de entrega. Como resultado West (1991) sostuvo que el reparto en físico contiene lo planeado y el control de traslado físico de los productos desde donde se fabrica hasta el consumidor.

III. METODOLOGÍA.

La investigación contó con un enfoque cuantitativo debido a que empleó estadística descriptiva e inferencial ofreciendo resultados cuantitativos.

3.1. Tipo y diseño de investigación.

Se empleó la investigación aplicada. Según Guillermina Baena (2014), se propuso problemas precisos que necesitan soluciones cercanas y específicas. Contó con un objeto de estudio del problema destinado a la acción.

En tal sentido la investigación fue diseño no experimental descriptivo. Ya que Hernández (2014), sostenía que la investigación es aquel que se ejecuta sin maniobrar variables, no se manipula de manera intencional sus efectos en otras variables.

3.2. Variables y operacionalización.

Variable Gestión de compras:

Definición conceptual:

Según Van Weele (1994), nos menciona que es un procedimiento por el cual se incluyen las actividades que se requieren para poder obtener un artículo o producto que se encuentran desde los proveedores hasta el destino final.

Definición operacional:

Fue medido a través de sus siguientes dimensiones: negociación, evaluación de proveedores y homologación para lo cual se utilizó cuestionario de evaluación con los 9 ítems propuestos.

Dimensión: negociación.

Según Bercoff (2005), la negociación tuvo sus propias técnicas, variables, reglas y métodos. Es un desarrollo y por ende dispuso de dinámica propia. Como también interacciones de personas hábiles y valores, disponiendo oportunidades de creatividad, improvisación, inspiración y creatividad.

Indicadores: Antigüedad de negocio, plazos de entrega, precio y crédito.

Dimensión: evaluación de proveedores.

Según Sánchez (2021), se evaluó a los proveedores para conseguir mejoras en indicadores como calidad, servicio, tiempos de entrega y luego de ello escoger aquellos que se ajusten a nuestras solicitudes.

Indicadores: calidad y servicio.

Dimensión: homologación.

Nos mencionó Vivanco A., Fernandes A. y Arteta A. (2021), que la homologación de proveedores es un proceso donde la empresa decide a sus proveedores calificados para los suministros de productos o servicios que son importantes para ello, basándose en una investigación circunstanciada de varios aspectos del proveedor que se estime indispensable evaluar para emplear sus servicios o productos.

Indicadores: producto y proveedor:

Variable abastecimiento:

Definición conceptual:

Según Chopra & Meindl (2008), mencionó al abastecimiento como el proceso por el cual las empresas compraban materia prima, componente, u otros recursos de los proveedores para poder realizar sus operaciones. Es conjunto de procedimientos que toda empresa necesita adquirir servicios y bienes.

Definición operacional:

El abastecimiento se midió mediante las próximas dimensiones: Planeación, aprovisionamiento y distribución para lo cual se utilizará cuestionario con los 9 ítems propuestos.

Dimensión: planeación.

De acuerdo a Sánchez (2009), la planeación formó parte de la capacidad del ser humano para poder construir estructuras que permitió comprender los nuevos casos y caminos que se tomaron para orientar y regular las acciones del ser humano en diferentes contextos de organización y social.

Indicadores: materiales no estratégicos, materiales estratégicos, materiales especializados y materiales de cuello de botella.

Dimensión: aprovisionamiento.

Según Gancedo P. & V. (2017), el aprovisionamiento de suministros fue clave para el correcto manejo de la empresa, fue importante no solo para tener en el instante lo adecuado, también el correcto transporte y otras dimensiones.

Indicadores: recepción e inventario.

Dimensión: distribución.

Según Sierra et al (2015), consideró que la distribución es la participación de un conjunto de personas afiliadas a una organización que se encargaron de realizar las actividades necesarias para llevar el producto hasta su destino final.

Indicadores: canales de comunicación, rutas de reparto y tiempo de entrega.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población:

La empresa contaba con 130 trabajadores, dicha información fue proporcionada por RRHH.

Criterios de inclusión: Trabajadores del área de compras, administración, calidad, distribución y almacén, el cual representó a 70 personas.

Criterios de Exclusión: Trabajadores del área de producción, RRHH, Marketing, mantenimiento, SSOMA, el cual representa a 60 personas.

La población considerando criterios ya detallados obtuvo 70 trabajadores.

3.3.2. Muestra:

De acuerdo, López (2004), considera toda muestra es extracto de la población en la cual se realizó la investigación.

En la tesis el tamaño de muestra fue una representación de 60 trabajadores donde “se aplicó el nivel de confianza al 95% con un margen de error al 5%”, lo cual se utilizó la calculadora para muestras de investigación que se muestra en el anexo 5.

3.3.3. Muestreo:

Mata et al (1997), señaló que el muestreo son todos los procedimientos, bases y criterios por el cual se eligió un grupo de elementos del total de la población que representó lo que se desea inferir en esta población.

Se ha seleccionó a los trabajadores mediante criterios, de acuerdo al área que desarrollan sus actividades y su antigüedad en la empresa; ello con el fin de responder las encuestas con el más amplio conocimiento de los procesos que desarrolla la empresa.

La selección de los representantes vinculados en “la gestión de compras y abastecimiento” se detalla en anexo 6.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Las técnicas son las actividades sistemáticas y organizadas que brindó información al investigador con el fin de tener el conocimiento de la línea de investigación (Maya,2014). Por lo descrito en la investigación se utilizó cuestionarios por cada variable.

Empleando como instrumento de recolección; la escala LIKERT.

Validez. Para Hernández, F. y B. (2010), manifiestan que está relacionada con el nivel de medición con las variables que necesitan calcular.

Se realizó dos matrices de validación de instrumento de recolección de datos por cada variable cuyos documentos están aceptados por 3 juicio de expertos. Dicha matriz está en anexo 3.

Confiabilidad. Para McDaniels y D. (2016), Se refieren al nivel que los cálculos están liberados de errores aleatorios de modo que proporcionen datos consistentes. Al haber menos errores, el estudio es mas fiable porque una medición sin errores

es una medición correcta; por lo tanto, las mediciones confiables no cambian cuando el valor del concepto de medición permanece constante.

Se realizó una prueba piloto por cada variable de estudio la cual se ha encuestado a 10 personas y se obtuvo un margen del 0.7007 para gestión de compras y 0.6960 para abastecimiento; esto indica que es confiable, lo visualizamos en anexo 7.

3.5. Procedimientos.

Se recogió los datos de la investigación que se realizó en la interna de la empresa: Se solicitó reunión con el representante legal de la empresa y requiriendo la autorización para realizar el cuestionario a las áreas involucradas.

Una vez que aceptaron la autorización, y se tuvo como condicionante; mantener la estricta reserva del nombre e información de la empresa. Se procedió a planificar las fechas para la entrega de los cuestionarios a las áreas compras, administración, calidad, distribución y almacén.

Se realizó la selección de los trabajadores que registraron el cuestionario de compras y abastecimiento, en función a los criterios antes señalados.

Se entregó los cuestionarios a los trabajadores empleando 4 preguntas para el ítem de negociación, 2 preguntas para el ítem de evaluación de proveedores y 2 preguntas para el ítem de homologación en la primera variable. En la segunda variable se utilizarán 4 preguntas para el ítem de planeación, 3 preguntas de aprovisionamiento y 2 preguntas en distribución.

Posterior a ello se procedió a subir la información a Excel para procesarlos mediante tablas que permitan visualizar los resultados de dicha encuesta.

3.6. Métodos de análisis de datos.

Se ejecutó mediante método descriptivo e inferencial; por lo que nos permitió describir e interpretar datos que se obtuvieron por medio de los cuestionarios en base a una muestra. Los datos fueron tratados al software SPSS; el cual nos brindó tablas y gráficos con data preponderante para emplear en la presente tesis.

3.7. Aspectos éticos.

Siguió un estricto cumplimiento del compromiso asumido con la gerencia de la empresa productora de chocolate en mantener en reserva el nombre de la organización, así como los datos de los encuestados. Los principios éticos que fueron de aplicación se fundamentan con la veracidad de información registrada, originalidad de estudio mediante el respeto por los estudios de los investigadores que fueron citados al momento de emplear su información.

IV. RESULTADOS.

4.1. Estadística descriptiva.

Analizando mejor los resultados, se agruparon los ítems de acuerdo características de las variables y sus dimensiones, con rangos que interpretan los valores utilizados en la escala de medición.

Nivel bajo agrupó la categoría muy desacuerdo con el valor de 1 y en desacuerdo con el valor de 2; nivel medio agrupado por la categoría ni de acuerdo ni en desacuerdo con el valor de 3; y nivel alto considerando la categoría de acuerdo con el valor 4 y muy de acuerdo con el valor 5.

Los resultados fueron los siguientes:

Tabla N°1:

Análisis de variable: La gestión de compras.

		Respuestas		Porcentaje acumulado	
		N	Porcentaje		
Gestión de Compras	ni de acuerdo ni en desacuerdo	36	6.7%	6.7%	Medio
	de acuerdo	191	35.4%	93.3%	Alto
	muy de acuerdo	313	58.0%		
Total		540	100.0%		

Interpretación: La tabla N°1 compuesta por 60 trabajadores encuestados precisaron que el 93% calificado como el rango alto significa que la empresa productora de chocolates ubicada en barranco se encuentra realizando correctamente la gestión de compra, el 6.7% encontrándose en un rango medio indicaron que deberían mejorar en parte de la negociación como ampliación de créditos.

Tabla N°2:*Análisis de dimensión: Negociación.*

		Respuestas		Porcentaje	
		N	Porcentaje	acumulado	
Negociación	ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	5.8%	5.8%	Medio
	de acuerdo	88	36.7%	94.2%	Alto
	muy de acuerdo	138	57.5%		
Total		240	100.0%		

Interpretación: La tabla N°2 compuesta por 60 trabajadores encuestados precisaron que el 94.2% calificado como el rango alto significa que la empresa productora de chocolates ubicada en barranco se encuentra realizando correctamente las negociaciones, el 5.8% encontrándose en un rango medio indicaron que deberían mejorar en revisar la antigüedad del proveedor en el mercado por su experiencia, reforzando las comparaciones de precios y líneas de créditos como sus condiciones de pago.

Tabla N°3:*Análisis de dimensión: Evaluación de proveedores.*

		Respuestas		Porcentaje	
		N	Porcentaje	acumulado	
Evaluación de proveedores	ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	8.3%	8.3%	Medio
	de acuerdo	61	33.9%	91.7%	Bajo
	muy de acuerdo	104	57.8%		
Total		180	100.0%		

Interpretación: La tabla N°3 compuesta por 60 trabajadores encuestados precisaron que el 91.7% calificado como el rango alto significa que la empresa productora de chocolates ubicada en barranco se encontraban realizando correctamente las evaluaciones hacia sus proveedores, el 8.3% se encontró en un rango medio

indicando que deben mejorar en que los proveedores deben entregar correctamente los certificados de calidad, mejorar el servicio y que los proveedores sean flexibles en las entregas de la mercadería.

Tabla N°4:

Análisis de dimensión: Homologación.

		Respuestas		Porcentaje	
		N	Porcentaje	acumulado	
Homologación	ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	5.8%	5.8%	Medio
	de acuerdo	42	35.0%	94.2%	Alto
	muy de acuerdo	71	59.2%		
Total		120	100.0%		

Interpretación: La tabla N°4 compuesta por 60 trabajadores encuestados indicaron que el 94.2% calificado como el rango alto significa que la empresa productora de chocolates ubicada en barranco se encuentra realizando correctamente la homologación de productos y proveedores, el 5.8% encontrándose en un rango medio indica que deben mejorar en la revisión de las fichas técnicas, brochure, etc.

Tabla N°5:

Análisis de variable: Abastecimiento.

		Respuestas		Porcentaje	
		N	Porcentaje	acumulado	
Abastecimiento	ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	3.0%	3.0%	Medio
	de acuerdo	239	44.3%	97.0%	Alto
	muy de acuerdo	285	52.8%		
Total		540	100.0%		

Interpretación: La tabla N°5 compuesta por 60 trabajadores encuestados dieron como resultado que el 97% calificado como el rango alto significa que la empresa

productora de chocolates ubicada en barranco se encuentra realizando correctamente el abastecimiento, el 3.0% encontrándose en un rango medio indica que deben revisar detalles en su planeación, aprovisionamiento y distribución.

Tabla N°6:

Análisis de dimensión: Planeación.

		Respuestas		Porcentaje acumulado
		N	Porcentaje	
Planeación	ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	1.7%	1.7% Media
	de acuerdo	98	40.8%	98.3% Alta
	muy de acuerdo	138	57.5%	
Total		240	100.0%	

Interpretación: La tabla N°6 compuesta por 60 trabajadores encuestados dieron como resultado que el 98.3% calificado como el rango alto significa que la empresa productora de chocolates ubicada en barranco se encuentra realizando correctamente la planeación, el 1.7% encontrándose en un rango medio indica que debería revisar detalles en la correcta distribución de categoría en los compradores.

Tabla N°7:

Análisis de dimensión: Aprovisionamiento.

		Respuestas		Porcentaje acumulado
		N	Porcentaje	
Aprovisionamiento	ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	4.4%	4.4% Media
	de acuerdo	88	48.9%	95.6% Alta
	muy de acuerdo	84	46.7%	
Total		180	100.0%	

Interpretación: La tabla N°7 compuesta por 60 trabajadores encuestados dieron como resultado que el 95.6% calificado como el rango alto significa que la empresa productora de chocolates ubicada en barranco se encontraba realizando correctamente el aprovisionamiento, el 4.4% encontrándose en un rango medio indica que deben manejar mejor el inventario de los almacenes y mejorar los horarios de entrega con los horarios de atención en los almacenes.

Tabla N°8:

Análisis de dimensión: Distribución.

		Respuestas		Porcentaje de acumulado
		N	Porcentaje	
Distribución	ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	3.3%	3.3% Medio
	de acuerdo	53	44.2%	96.7% Alto
	muy de acuerdo	63	52.5%	
	Total	120	100.0%	

Interpretación: La tabla N°8 compuesta por 60 trabajadores encuestados dieron como resultado que el 96.7% calificado como el rango alto significa que la empresa productora de chocolates ubicada en barranco se encuentra realizando correctamente su distribución, manejando adecuadamente sus rutas de reparto, cumpliendo con los clientes en los tiempos y horarios de entrega, mientras tenemos 3.3 % encontrándose en un rango medio.

4.2. Análisis estadístico inferencial.

4.2.1. Prueba de normalidad.

Los parámetros calificados para validar y evaluar sus hipótesis se muestran en el anexo 10.

Tabla N°9:

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Compras	,174	60	,000	,940	60	,005
Abastecimiento	,140	60	,005	,956	60	,029

Interpretación: La tabla N°9 nos muestra dos estadísticos, cual se optó por emplear a Kolmogorov, debido que el valor de la muestra es de 60 colaboradores, mostrando significancia (< 0.05) por ello se rechaza la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna, es decir que la muestra tiene una distribución no normal.

4.3. Contrastación de hipótesis.

Según el contraste de esta tesis se emplearon pruebas no paramétricas.

Llinas (2017), menciona que el coeficiente de Rho Spearman es un estudio estadístico que se utiliza para evaluar la correlación entre las variables de estudio y se calcula al (Ver. Anexo 10).

4.4. Prueba de hipótesis general.

H0: “No existe relación entre la gestión de compras y abastecimiento en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023”.

H1: “Existe relación entre la gestión de compras y abastecimiento en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023”.

Tabla N°10:

Correlación entre variable Compras y Abastecimiento.

		Correlaciones		
		Compras	Abastecimiento	
Rho de Spearman	Compras	Coefficiente de correlación	1,000	-,273*
		Sig. (bilateral)	.	,035
		N	60	60
	Abastecimiento	Coefficiente de correlación	-,273*	1,000
		Sig. (bilateral)	,035	.
		N	60	60

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación: Los resultados adquiridos usando la prueba no paramétrica Rho de Spearman, arrojan que el nivel de significancia entre la variable “gestión de compras y abastecimiento”, es de (0.035), es decir (<menor 0.05), por ello se rechaza la hipótesis nula, afirmando que si existe relación entre la gestión de compras y abastecimiento. A su vez visualizamos un coeficiente de correlación de (- 0.273) lo cual según la tabla nos dice que existe una correlación negativa débil.

Prueba de hipótesis específica 1:

H0: “No existe relación entre la gestión de compras y planeación en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023”.

H1: “Existe relación entre la gestión de compras y planeación en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023”.

Tabla N°11:

Correlación entre variable Compras y Planeación.

		Correlaciones		
		compras	planeación	
Rho de Spearman	compras	Coeficiente de correlación	1,000	-,308*
		Sig. (bilateral)	.	,017
		N	60	60
	planeación	Coeficiente de correlación	-,308*	1,000
		Sig. (bilateral)	,017	.
		N	60	60

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación: Los resultados adquiridos usando la prueba Rho de Spearman, arrojan que la significancia entre la variable “gestión de compras y planeación”, es de (0.017), (sig. Rho < 0.05), entonces se rechaza la hipótesis nula, afirmando “que si existe relación entre la gestión de compras y planeación”. A su vez visualizamos una correlación de (-0.308), lo cual según la tabla nos dice que existe una correlación negativa débil.

Prueba de hipótesis específica 2:

H0: “No existe relación entre la gestión de compras y aprovisionamiento en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023”.

H1: “Existe relación entre la gestión de compras y aprovisionamiento en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023”.

Tabla N°12:

Correlación entre variable Compras y Aprovisionamiento.

		Correlaciones	
		compras	aprovisiona miento
Rho de Spearman	compras	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	60
	aprovisionamiento	Coeficiente de correlación	-,118
		Sig. (bilateral)	,368
		N	60

Interpretación: Los resultados obtenidos usando Rho de Spearman, arrojan significancia entre la variable “gestión de compras y aprovisionamiento”, (0.368) evidenciando (> 0.05), por lo que se acepta la hipótesis nula, afirmando que no existe relación entre la gestión de compras y aprovisionamiento. A su vez visualizamos correlación de (- 0.118) cual según la tabla nos dice que existe una correlación negativa muy débil.

Prueba de hipótesis específica 3:

H0: “No existe relación entre la gestión de compras y distribución en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023”.

H1: “Existe relación entre la gestión de compras y distribución en una empresa productora de chocolates, Barranco 2023”.

Tabla N°13:

Correlación entre variable Compras y Distribución.

		Correlaciones		
			compras	distribución
Rho de Spearman	compras	Coefficiente de correlación	1,000	-,125
		Sig. (bilateral)	.	,340
		N	60	60
	distribución	Coefficiente de correlación	-,125	1,000
		Sig. (bilateral)	,340	.
		N	60	60

Interpretación: Los resultados obtenidos usando Spearman, arrojan significancia entre “gestión de compras y distribución”, es (0.340), es decir (> 0.05), por lo que se acepta la hipótesis nula, afirmando que no existe relación entre la gestión de compras y distribución. A su vez visualizamos un coeficiente de correlación de (-0,125) lo cual según la tabla nos dice que existe una correlación negativa muy débil.

V. DISCUSIÓN

Hipótesis alternativa general:

Con los resultados obtenidos, mediante el uso Rho de Spearman, se verificó que “la gestión de compras tiene relación con abastecimiento en una empresa productora de chocolates” ($\rho = - 0.273$), teniendo numeración significancia equivalente a 0,035 ($p < 0,05$), concluyendo la existencia con significancia entre variables descripta. Dicho resultado se contrasta con Parrilla (2022), que efectivamente hizo su investigación en gestión de compra con la finalidad de conocer como el proceso de adquisición en una municipalidad ubicada en el departamento de Tarapoto en el año 2022, muestra que existe relación significativa, ya que el análisis estadístico de rho equivale a 0,949 que representa una correlación positiva muy alta y además tiene significancia 0.000. EL 90.06% de gestionar las compras tienen influencia con abastecimiento. Esto radica que el proceso de gestión para comprar posee variabilidad importante, y permite tener abastecimiento eficiente.

Hipótesis específica 1.

Se acepta la hipótesis alternativa que establece que “existe relación entre la gestión de compras y planeación en una empresa productora de chocolates”, esto guarda relación con lo que menciona Albani, M, & Z. (2007), afirman que gestionar la compra es clave para la cadena de adquisiciones y está vinculado con planeamiento. Dentro de la gestión de compras, se encuentra la selección de proveedores y han determinado que la acción de tener una cordial relación con los proveedores en el tiempo sumándole calidad en los productos aseguraría la rentabilidad de toda organización.

Hipótesis específica 2.

Conforme al resultado obtenido para la “gestión de compras y aprovisionamiento en la empresa productora de chocolates”, estas dos no cuentan con relación; por ende, se acepta la hipótesis nula. Ello contradice lo descrito por Saldaña &

M. (2020), quienes señalan que al mejorar la gestión de aprovisionamiento y tomando como inicio la gestión de compras y stock generaría un impacto significativo sobre las ventas; con lo cual tendrían una vinculación secuenciada; es decir, si las compras están correctamente gestionadas; el aprovisionamiento tendría existo en su gestión.

Hipótesis específica 3.

En el resultado obtenido para “determinar la vinculación entre la gestión de compras y distribución en la empresa productora de chocolates” ha traído consigo aceptación de la hipótesis nula, con lo cual no se tiene relación entre las dos variables mencionadas, caso contrario lo descrito por Rimache y D. (2016), quienes en su propuesta de mejorar la gestión de almacén y distribución demostraron que mediante la técnica EOQ fortaleció la toma de decisión al momento de la gestión de compras (¿Qué? y ¿cuánto compras?), para no tener mercancía acumulada y que no sea necesaria. Con ello, para los autores descritos el área de distribución y almacén están vinculados por una cadena que incluye el proceso de la gestión de compras.

VI. CONCLUSIONES

Comparando los resultados de este objetivo de investigación, se extraen las siguientes conclusiones:

Se cumplió el objetivo general y a la vez la hipótesis general propuesta, dado lo cual los resultados obtenidos indicaron que las variables del estudio alcanzaron un nivel de significancia bajo "0.05", es decir " $0.035 < 0.05$ ", entonces aceptamos la hipótesis alterna, "determinando que la gestión de compras y abastecimiento se relacionan en la empresa productora de chocolates", con un coeficiente de correlación negativa débil (-0.273).

Cumpliendo el objetivo específico 1 y a la vez la hipótesis específica 1 frente a los resultados y a la muestra de un nivel de significancia bajo "0.05", es decir " $0.017 < 0.05$ ", entonces se acepta la hipótesis alterna, "determinando la gestión de compras y la planeación se relacionan en la empresa productora de chocolates", con un coeficiente de correlación negativa débil (-0.308). De no tener correctamente distribuida la categorización de materiales su planeación se encontraría con dificultad en las compras.

Se cumplió el objetivo específico 2 y a la vez la hipótesis específica 2 frente a los resultados y a la muestra de un nivel de significancia mayor "0,05", es decir " $0,368 > 0,05$ ", entonces rechazamos la hipótesis alterna, "identificando que no existe una relación entre la gestión de compras y el aprovisionamiento en la empresa productora de chocolates", con un coeficiente de correlación negativa muy débil de (-0.118). Para esta empresa la gestión de compras y no le involucra el control de stock de materia prima ya que se abastecen de acuerdo al mrp que indica producción para las solicitudes de los pedidos de ventas.

Se cumplió el objetivo específico 3 y a la vez la hipótesis específica 3 frente a los resultados y a la muestra de un nivel de significancia mayor "0.05", es decir " $0,340 > 0,05$ ", entonces se rechaza la hipótesis alterna, "determinando que la gestión de compras y la distribución no se relacionan en la empresa productora de chocolates", con un coeficiente de correlación negativa muy débil (-0.125). Para esta empresa la gestión de compras no va de la mano con la distribución que tiene como indicadores las rutas de reparto y tiempos de entrega al cliente.

VII. RECOMENDACIONES

Se sugiere a la empresa productora de chocolates ubicado en barranco que debe revisar constantemente los procesos de evaluación hacia los proveedores, para lo que se recomienda actualizar sus formatos de desempeño de proveedores.

Se recomienda ampliar su check list de solicitud para la homologación de proveedores la cual nos permitirá simplificar costos y tiempos para poder contar con proveedores correctamente calificados.

Se debe solicitar a los compradores que deben cotizar como mínimo a tres proveedores para saber el flujo del precio en el mercado, mostrando el comparativo de precios para obtención de ahorros sin damnificar la calidad y servicio.

Se sugiere prever los quiebres de stock para los productos de alta rotación.

.

REFERENCIAS

- Arango, J., Giraldo, J. y Castrillón, O. (diciembre,2013). Gestión de compras e inventarios a partir de pronósticos Holt-Winters y diferenciación de nivel de servicio por clasificación ABC. *Revista UTP, Vol. (18)*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/849/84929984023.pdf>
- Arias, J., Villais, M., Miranda, M. (Abril/Junio, 2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México. vol. (63)*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=486755023011>
- Ballou, R. (2004). *Logística. Administración de la cadena de suministro*. (5ta. Ed). México: Pearson Educación.
- Barrascout, D. (2005). *Administración de la cadena de abastecimiento interna en una compañía transnacional dedicada a la fabricación y comercialización de cereales listos para consumir*. Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_2745.pdf
- Benito, J. (Octubre/Diciembre, 2006), Efectos Competitivos de la integración estratégica de la gestión de compras. *Universia Business Review, (12)*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43301202>.
- Bercoff, M. (2005). *El arte de la negociación. El método de Harvard en 10 preguntas*. Ediciones Deusto.
- Flechsing, C., Anslinger, F. & Rainer, L. (January 2022), Robotic Process Automation in purchasing and supply management: A multiple case study on potentials, barriers, and implementation. *Journal of Purchasing and Supply Management, Vol. 28, (100718)*. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1478409221000522>
- Gancedo P. & Vega S. (2017), *Aprovisionamiento y restauración*. España: Paraninfo.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (5ta Ed.). México DF.

- Ligia Heredia, N. (2013). *Gerencia de compras. La nueva estrategia competitiva*. (2da. Ed). Bogotá: ECOE Ediciones.
- López, L. (2004). Población, muestra y muestreo. *Revista SciELO Analytics.*, (09/08), pp 69-73.
- López, R. (2021). *Logística de aprovisionamiento*. (2da. Ed). Madrid: Paraninfo.
- Martínez, E. (2007). *Gestión de compras. Negociación y estrategias de aprovisionamiento*. (4ta. Ed). Madrid: FC.
- Mendoza, M. y Cevallos, N. (abril, 2016). El abastecimiento estratégico y su aplicación en las empresas. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, Vol. (11). Recuperado de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/498>
- 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: ECOE Ediciones.
- Mora, L. (2011). *Gestión logística integral. Las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento*. (2da. Ed). Bogotá: ECOE Ediciones.
- Niño, V. (2011). *Metodología de la investigación: Diseño y ejecución*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Pinedo, C. (2008). *Sistema de evaluación y homologación de proveedores*. Recuperado de https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/1513/Pinedo_cn.pdf?sequence=1
- Pulido, M. (2018). *Análisis de la gestión logística de aprovisionamiento para la selección y negociación con proveedores de repuestos mecánicos en una empresa de transporte*. Recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/20601/PulidoCa%C3%B1onMauricioHendrey2018.pdf?sequence=2>
- Rodríguez, J. (2008). *La relación entre las prácticas y desempeño de la función de compras en la industria española: el papel de la integración estratégica y de la*

- implantación de tecnologías de la información y la comunicación*. Recuperado de https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/17501/DAEE_Relacion%20 practicas_y_desempeno_funcion_compras.pdf?sequence=3
- Román R. (2009). *Manual de compras para la micro y pequeña empresa*. México. <http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/015101/015101.pdf>
- Sánchez, O. (2021). *Gestión de proveedores*. España: Ediciones Paraninfo.
- Selva, G. y Zolezzi, S. (Mayo/agosto 2009), *Gestión de compras en Corporación San Diego*. *Incae Business Review*, pp 1-15. Recuperado de <https://1library.co/document/z1r3grpq-gestion-de-compras-en-corporacion-san-diego.html>
- Serrano, J. (2014). *Gestión de compras*. Madrid: Paraninfo.
- Silvera, R. (2021). *Logística 2100. Gestión y operaciones en la cadena de suministro*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Vargas, O. (Julio, 2014) *Gestión de compras eficientes y sostenibles: Modelo para la gestión de la cadena de suministro y para romper paradigmas*. *Revista Punto de Vista*, Vol.5 (8). Recuperado de <https://journal.poligran.edu.co/index.php/puntodevista/article/view/491>
- Vilana, J. (2011). *Gestión 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)
- Vivancos A., Fernández A., Velasco A., & Fernández L. (2021), *Las compras en la empresa: fundamentos y experiencias*. Madrid: 2021.
- 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-fa37-4913816e660f70783b1a%40sessionmgr4006&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=130794586&db=a9h>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia.

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
Título: La gestión de compras y abastecimiento en una empresa productora de chocolates, Barranco, 2023.						
Autor: Lady Elizabeth Millones Lamas						
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores			Método
Problema General: ¿De qué manera la gestión de compras y abastecimiento se relaciona en una empresa productora de chocolates, Barranco 2023?.	Objetivo general: Determinar que la gestión de compras y abastecimiento se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco 2023.	Hipótesis general: La gestión de compras y abastecimiento se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco 2023.	Variable 1: Gestión de compras			Tipo: Aplicada Diseño: No experimental Método: Cuantitativo
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	
Problemas Específicos: ¿De qué manera la gestión de compras y la planeación se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco 2023?.	Objetivos específicos: Determinar que la gestión de compras y la planeación se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco 2023.	Hipótesis específicas: La gestión de compras y la planeación se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco 2023.	Negociación	Antigüedad de negocio. Plazos de entrega Precio. Crédito.	Tiempo en el mercado. Ciclo de la OC Comparativo. Tiempo de pago	Tipo: Aplicada Diseño: No experimental Método: Cuantitativo
			Evaluación de proveedores	Calidad Servicio	Certificado. Nivel de cumplimiento Flexibilidad.	
¿Qué relación existe entre la gestión de compras y el aprovisionamiento en una empresa productora de chocolates, Barranco 2023?.	Identificar qué relación existe en la gestión de compras y el aprovisionamiento en una empresa productora de chocolates, Barranco 2023.	La gestión de compras y el aprovisionamiento se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco 2023.	Variable 2: Abastecimiento			Población: 130 personas Tipo de muestreo: Criterios de selección Tamaño de muestra: 60 personas Técnica: Cuestionario Instrumento: Escala Likert
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	
¿De qué manera la gestión de compras y la distribución se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco 2023?.	Determinar que la gestión de compras y la distribución se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco 2023.	La gestión de compras y la distribución se relacionan en una empresa productora de chocolates, Barranco 2023.	Planeación	Materiales no estratégicos Materiales estratégicos Materiales especializados Materiales de cuello de botella	Grupo de Categoría Grupo de Categoría Grupo de Categoría Grupo de Categoría	Población: 130 personas Tipo de muestreo: Criterios de selección Tamaño de muestra: 60 personas Técnica: Cuestionario Instrumento: Escala Likert
			Aprovisionamiento	Recepción Inventario	Horario recepción Control de stock	
			Distribución	Canales de comunicación Rutas de reparto Tiempo de entrega	Correos electrónicos Distancia Horario reparto	

Elaborado por el/la autora(a). Lady Elizabeth Millones Lamas.

Anexo 2: Matriz de Operacionalización.

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala de medición
Gestión de compras	Van Weele (1994): Gestión de Compras es el proceso que incluye todas las actividades requeridas para adquirir un artículo, desde los proveedores a su destino final.	La gestión de compras será medida a través de las siguientes dimensiones: negociación, evaluación de proveedores y homologación para lo cual se utilizará cuestionario de evaluación con los 9 ítems propuestos.	Negociación	Antigüedad en el negocio.	1. Tiempo en el mercado.	Escala ordinal
				Plazo de entrega.	2. Ciclo de la OC.	
				Precio	3. Comparativo	
				Crédito	4. Tiempo de pago	
			Evaluación de proveedores	Calidad.	5. Certificado.	
				Servicio.	6. Nivel de cumplimiento	
					7. Flexibilidad	
			Homologación	Producto	8. Ficha técnica	
				Proveedor	9. Brochure.	
Abastecimiento	Chopra & Meindl (2008) menciona al abastecimiento como "Un proceso mediante el cual las compañías adquieren materias primas (commodities), componentes, productos, servicios u otros recursos de los proveedores para ejecutar sus operaciones. El aprovisionamiento es todo un conjunto de procesos empresariales requeridos para comprar bienes y servicios" (p. 417).	El abastecimiento será medido a través de las siguientes dimensiones: Planeación, aprovisionamiento y distribución para lo cual se utilizará cuestionario con los 9 ítems propuestos.	Planeación	Materiales no estratégicos.	1. Grupo de categoría.	Escala ordinal
				Materiales estratégicos.	2. Grupo de categoría.	
				Materiales especializados	3. Grupo de categoría.	
				Materiales de cuello de botella.	4. Grupo de categoría.	
			Aprovisionamiento.	Recepción.	5. Horario recepción	
				Inventario.	6. Control de stock.	
				Canales de comunicación.	7. Correos electrónicos.	
			Distribución	Rutas de reparto.	8. Distancia	
				Tiempo de entrega.	9. Horario reparto.	

Anexo 3: Instrumento recolección de datos.

CUESTIONARIO COMPRAS

Estimado Colaborador, el presente cuestionario se esta realizando con el fin de apoyar al proyecto de investigación denominado:

Gestión de Compras y abastecimiento en una empresa productora de chocolates, por el cual la información que responda será de mucha utilidad para inferir conclusiones acerca de la investigación señalada.

Escala de LIKERT:

5	4	3	2	1
Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy desacuerdo

Marque con una (X) de acuerdo a su apreciación en la empresa

A. NEGOCIACIÓN

1. La antigüedad del Proveedor en el mercado influye en la gestión de compras.

5	4	3	2	1

2. Los proveedores cumplen con los plazos de entrega.

5	4	3	2	1

3. Se realiza comparación de precios con todos los requerimientos.

5	4	3	2	1

4. Los proveedores brindan línea de crédito y condición de pago.

5	4	3	2	1

B. EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

5. Los proveedores brindan certificado de calidad.

5	4	3	2	1

6. Los proveedores brindan un servicio óptimo.

5	4	3	2	1

7. Los proveedores son flexibles en cuanto a las entregas de los productos.

5	4	3	2	1

C. HOMOLOGACIÓN

8. Se cuenta con ficha técnica de los productos de los proveedores homologados.

5	4	3	2	1

9. Es importante contar con el brochure de los proveedores.

5	4	3	2	1

CUESTIONARIO ABASTECIMIENTO

Estimado Colaborador, el presente cuestionario se esta realizando con el fin de apoyar al proyecto de investigación denominado:

Gestión de Compras y abastecimiento en una empresa productora de chocolates, por el cual la información que responda será de mucha utilidad para inferir conclusiones acerca de la investigación señalada.

Escala de LIKERT:

5	4	3	2	1
Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy desacuerdo

Marque con una (X) de acuerdo a su apreciación en la empresa

A. PLANEACION

1. Considera usted que suministros de construcción y servicios son materiales no estratégicos.

5	4	3	2	1

2. Considera usted que suministros de envases y embalajes son materiales estratégicos.

5	4	3	2	1

3. Considera usted que suministros de mantenimiento son materiales especializados.

5	4	3	2	1

4. Considera usted que suministros de materia prima son materiales de cuello de botella (estancamiento).

5	4	3	2	1

B. APROVISIONAMIENTO

5. Los horarios de entrega de los requerimientos son acorde al horario atención en almacén.

5	4	3	2	1

6. Se cuenta con inventario de todos los productos en la empresa.

5	4	3	2	1

7. Se da respuesta inmediata a los requerimientos de aprovisionamiento por correo.

5	4	3	2	1

C. DISTRIBUCIÓN

8. Se tiene una ruta de reparto por distrito.

5	4	3	2	1

9. Se cumple con los clientes en los tiempos y horarios de entrega.

5	4	3	2	1

Anexo 4:

Validaciones de Juicios de Expertos Gestión de Compras y Abastecimiento.



Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "...de la variable Gestión de Compras, en una empresa productora de chocolates, Lima, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Dr. Teodoro Carranza Estela	
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor (X)
Área de formación académica:	Clinica ()	Social ()
	Educativa ()	Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	Marketing	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)		



2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario Compras.
Autora:	Lady Elizabeth Millanes Lamas.
Procedencia:	Se creó este cuestionario para determinar con los resultados si tienen el correcto manejo de gestión de compras.
Administración:	60 personas.
Tiempo de aplicación:	1 semana.
Ámbito de aplicación:	En una empresa productora de chocolates en Barranco
Significación:	Está compuesta por escala de Likert (1. Muy desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3. Ni desacuerdo, ni en acuerdo, 4. De acuerdo, 5. Muy de acuerdo. Cuenta con 9 ítems que medirá las dimensiones de negociación, evaluación de proveedores y homologación de proveedor y producto.

4. Soporte teórico

(describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Escala de Likert.	Negociación Evaluación de proveedores Homologación	<ul style="list-style-type: none"> - De acuerdo con Fisher y Ury, (1994), la negociación "es la comunicación de ida y vuelta que aspira a alcanzar un acuerdo cuando diferentes partes tienen intereses contrapuestos y otros parcialmente compartidos". - Según Blog Tienda, la evaluación de proveedores es un proceso esencial para cualquier negocio que quiera asegurarse de que está trabajando con los mejores proveedores posibles. - Según Julia R, (2011). Al homologar algo, lo estamos sometiendo por obligación al dictamen de un organismo certificado, para probar su consistencia o no con las o reglamentaciones normativas de obligado cumplimiento.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

 A continuación a usted le presento el cuestionario Gestión de compras elaborado por Lady Elizabeth Rillores Lamas en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente



1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Gestión de compras

- Primera dimensión: Negociación
- Objetivos de la Dimensión: Conocer el tiempo en el mercado del proveedor, la comparación de precios, los certificados, nivel de cumplimiento y su tiempo de pago

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Antigüedad en el negocio	La antigüedad del proveedor en el mercado influye en la gestión de compras.	3	3	3	
Plazo de entrega	Los proveedores cumplen con los plazos de entrega.	3	3	3	
Precio	Se realiza comparación de precios con todos los requerimientos.	3	3	3	
Crédito	Los proveedores brindan línea de crédito y condición de pago	3	3	3	

- Segunda dimensión: Evaluación de proveedores
- Objetivos de la Dimensión: si cuentan con certificados, flexibilidad en las entregas del proveedor

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Calidad	Los proveedores brindan certificado de calidad.	3	3	3	
Servicio	Los proveedores brindan un servicio óptimo	3	3	3	
Servicio	Los proveedores son flexibles en cuanto a las entregas de los productos	3	3	3	



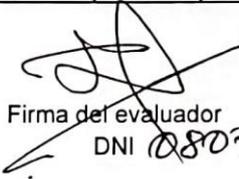
- Tercera dimensión: Homologación



- Objetivos de la Dimensión: Si manejan fichas técnicas, revisen los brochure de los proveedores.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Producto	Se cuenta con ficha técnica de los productos de los proveedores homologados.	3	3	3	
Proveedor	Es importante contar con el brochure de los proveedores.	3	3	3	




 Firma del evaluador
 DNI 08074405

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "De la variable Abastecimiento, en una empresa productora de chocolates, Lima, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Dr. Teodoro Carranza Esteban	
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor (X)
Área de formación académica:	Clinica ()	Social ()
	Educativa ()	Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	MARKETING	
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (X)	
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)		



2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario Abastecimiento
Autora:	Lady Elizabeth Millones Lamas .
Procedencia:	Se creó este cuestionario para determinar con los resultados si tienen el correcto abastecimiento .
Administración:	60 personas .
Tiempo de aplicación:	1 semana
Ámbito de aplicación:	En una empresa productora de chocolates en Barranco .
Significación:	Está compuesta por escala de Likert (1. Muy desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3. Ni desacuerdo, ni en acuerdo, 4. De acuerdo , 5. Muy de acuerdo . Cuenta con 9 ítems que medirá las dimensiones de planeación, aprovisionamiento y distribución .



4. Soporte teórico

(describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Escala de Likert	Planeación	-Según Roche (2007), "La planeación es aquella que se realiza para anticiparse o aproximarse al futuro en el presente, para poder prepararse y formar escenarios que ayuden a dar forma a las ideas u objetos".
	Aprovisionamiento	-Según Escudero (2014) "Es el conjunto de acciones que desarrolle una empresa para abastecerse de bienes o materiales dentro de su proceso productivo o comercialización, si es utilizado adecuadamente busca cumplir con los objetivos de la empresa".
	Distribución	-Según Col (2021) "La distribución es un elemento indispensable en el mundo de la empresa y del marketing. Con distribución estamos haciendo referencia al conjunto de actividades que se realizan desde que un producto es elaborado, hasta que es comprado por el cliente".

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación a usted le presento el cuestionario Abastecimiento elaborado por Lady Elizabeth Huilanes Lamas en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente



1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: *Abas de cemento*

- Primera dimensión: *Planeación*
- Objetivos de la Dimensión: *Conocer si están correctamente categorizados por grupos de familia.*

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Material no estratégicos	Considera usted que suministros de construcción y servicios son materiales no estratégicos.	3	3	3	
Material estratégico	Considera usted que suministros de envases y embalajes son materiales estratégicos.	3	3	3	
Material especializado	Considera usted que suministros de mantenimiento son materiales especializados.	3	3	3	
Material de cuello de botella	Considera usted que suministro de materia prima son materiales de cuello de botella (estancamiento).	3	3	3	

- Segunda dimensión: *Aprovisionamiento.*
- Objetivos de la Dimensión: *Conocer si manejan horarios de recepción y manejan un correcto control de stock.*

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Recepción	Los horarios de entrega de los requerimientos son acorde al horario de atención en almacén.	3	3	3	
Inventario	Se cuenta con inventario de todos los productos en la empresa.	3	3	3	
Canales de Comunicación	Se da respuesta inmediata a los requerimientos de aprovisionamiento por correo.	3	3	3	

- Tercera dimensión: *Distribución* -





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

- Objetivos de la Dimensión: Conocer si cumplen con las rutas de reparto por distrito considerando los tiempos de entrega y horarios.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Rutas de reparto	Se tiene una ruta de reparto por distrito.	3	3	3	
Tiempo de entrega	Se cumple con los clientes en los tiempos y horarios de entrega.	3	3	3	



Firma del evaluador

DNI 88074405

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento ".....
 De la variable gestor de compras, en una empresa chocolatera, Lima, 2027". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Juan Manuel Alarcón Camero	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clinica ()	Social ()
	Educativa ()	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Logística	
Institución donde labora:	Conadis	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (X)	
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)		



2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario Compras
Autora:	Lady Elizabeth Millones Lamas.
Procedencia:	Se creó este cuestionario para determinar con los resultados, si tienen el correcto manejo de gestión de compras.
Administración:	60 personas.
Tiempo de aplicación:	1 semana
Ámbito de aplicación:	En una empresa productora en Barranco
Significación:	Esta compuesta por escala de Likert (1. Muy desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3. Ni desacuerdo, ni en acuerdo, 4. De acuerdo, 5. Muy de acuerdo). Cuenta con 9 ítems que miden las dimensiones de negociación, evaluación de proveedores y homologación de proveedor y producto.



4. **Soporte teórico**
(describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Escala de Likert.	Negociación Evaluación de proveedores Homologación	- De acuerdo con Fisher y Ury, (1994), la negociación "es la comunicación de ida y vuelta que aspira a alcanzar un acuerdo cuando diferentes partes tienen intereses contrapuestos y otros parcialmente compartidos". - según blog Twind, la evaluación de proveedores es un proceso esencial para cualquier negocio que quiera asegurarse de que está trabajando con los mejores proveedores posibles. - según Julia R., (2011). Al homologar algo, lo estamos sometiendo por obligación al dictamen de un organismo calificado, para probar su consistencia o no con las o regulaciones normativas de obligado cumplimiento.

5. **Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación a usted le presento el cuestionario Gestión de compras elaborado por Lady Elizabeth Millones Lamas en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente





1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Gestión de compras.

- Primera dimensión: Negociación
- Objetivos de la Dimensión: Conocer el tiempo en el mercado del proveedor, la comparación de precios, el cumplimiento de entrega y el tiempo de pago.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Antigüedad en el mercado	La antigüedad del proveedor influye en la gestión de compras.	4	4	4	
Plazo de entrega	Los proveedores cumplen con los plazos de entrega.	4	4	4	
Precio	Se realiza comparación de precios en todos los requerimientos	4	4	4	
Crédito	Los proveedores brindan línea de crédito y condición de pago.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Evaluación de proveedores
- Objetivos de la Dimensión: Si cuentan con los certificados de calidad flexibilidad en las entregas de proveedores.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Calidad	Los proveedores brindan certificado de calidad.	4	4	4	
Servicio	Los proveedores brindan un servicio óptimo.	4	4	4	
Servicio	Los proveedores son flexibles en cuanto a las entregas de los productos.	4	4	4	

- Tercera dimensión:





- Objetivos de la Dimensión: *Si manejan fichas técnicas, revisan los brochures.*

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Producto	<i>Se cuenta con ficha técnica de los productos de los proveedores homologados.</i>	<i>4</i>	<i>4</i>	<i>4</i>	
Proveedor	<i>Es importante contar con el brochure de los proveedores.</i>	<i>4</i>	<i>4</i>	<i>4</i>	



Juan Manuel Alarcón Camero
Firma del evaluador

DNI 44830868

Mgtr. Juan Manuel Alarcón Camero

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento ".....
 De la variable abastecimiento en una empresa chocolatera Lima 2023.....". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Juan Manuel Alarcón Camero		
Grado profesional:	Maestría <input checked="" type="checkbox"/>	Doctor	()
Área de formación académica:	Clinica	()	Social ()
	Educativa	()	Organizacional <input checked="" type="checkbox"/>
Áreas de experiencia profesional:	Logística		
Institución donde labora:	Conadis		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años	()	
	Más de 5 años	<input checked="" type="checkbox"/>	
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)			



2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario Abastecimiento
Autora:	Lady Elizabeth Millones Lamas
Procedencia:	Se creó este cuestionario para determinar con los resultados si tienen el correcto abastecimiento.
Administración:	60 personas.
Tiempo de aplicación:	1 semana
Ámbito de aplicación:	En una empresa productora de chocolates en Barranco
Significación:	Esta compuesta por escala de Likert (1. Muy desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3. Ni desacuerdo, ni en acuerdo, 4. De acuerdo, 5. Muy de acuerdo. Cuenta con 9 items que medirá las dimensiones de planeación, aprovisionamiento y distribución.



4. Soporte teórico (describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Escala de Likert	Planeación	-Según Roche (2007), "La planeación es aquella que se realiza para anticiparse o aproximarse al futuro en el presente, para poder prepararse y formar escenarios que ayuden a dar forma a las ideas u objetivos".
	Aprovisionamiento	-Según Escudero (2014) "Es el conjunto de acciones que desarrolla una empresa para abastecerse de bienes o materiales dentro de su proceso productivo o comercialización, si es diligido adecuadamente busca cumplir con los objetivos de la empresa".
	Distribución	-Según Col (2021) "La distribución es un elemento indispensable en el mundo de la empresa y del marketing. Con distribución estamos haciendo referencia al conjunto de actividades que se realizan desde que un producto es elaborado, hasta que es comprado por el cliente".

5. Presentación de instrucciones para el juez: Abastecimiento
 A continuación a usted le presento el cuestionario elaborado por Lady Elizabeth Villanés Lamas en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente





1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Abastecimiento

- Primera dimensión: Planeación
- Objetivos de la Dimensión: Conocer si están correctamente categorizados por grupos de familia

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Materiales no estratégicos	Considera usted que suministros de construcción y servicios son materiales no estratégicos	4	4	4	
Materiales estratégicos	Considera usted que suministros de envases y embalajes son materiales estratégicos	4	4	4	
Materiales especializados	Considera usted que suministros de mantenimiento son materiales especializados.	4	4	4	
Materiales de cuello de botella.	Considera usted que suministro de materia prima son materiales de cuello de botella.	4	4	4	

- Segunda dimensión : Aprovisionamiento
- Objetivos de la Dimensión: Conocer si manejan horarios de recepción y si manejan un correcto control de stock.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Recepción	Los horarios de entrega de los requerimientos son acorde al horario de atención en almacén	4	4	4	
Inventario	Se cuenta con inventario de todos los productos en la empresa	4	4	4	
Canales de Comunicación	Se da respuesta inmediata a los requerimientos de aprovisionamiento por correo	4	4	4	

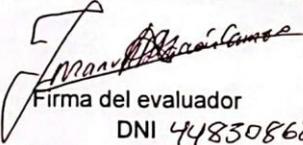
- Tercera dimensión:



- Objetivos de la Dimensión: Conocer si dan respuesta a los correos electrónicos por los horarios de reparto y si consideran rutas según distancia.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Rutas de reparto	Se tiene una ruta de reparto por distrito.	4	4	4	
Tiempo de entrega	Se cumple con los clientes en los tiempos y horarios de entrega.	4	4	4	




 Firma del evaluador
 DNI 44830868
 Mgtr. Juan Manuel Alarcón Camero

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 5: Calculadora tamaño muestra.

questionpro.com/es/calculadora-de-muestra.html

YouTube Maps

QuestionPro Productos Soluciones Recursos Características Precios

Calculadora de tamaño de muestras para tu investigación

Con esta calculadora podrás cuantificar de forma rápida y efectiva el tamaño de la muestra de tu siguiente investigación. Sin duda, utilizarla te permitirá ahorrar una gran cantidad de tiempo. Así que sácale el máximo provecho y utilízala cada vez que sea necesario.

Calculadora de muestra

Nivel de confianza: 95% 99%

Margen de Error:

Población:

Tamaño de Muestra:

Anexo 6: Criterio de selección muestra.

Área	Criterio de Selección
Alta Gerencia	- Gerentes de todas las áreas.
Compras	- Antigüedad en la empresa. -Conocimiento en la gestión de compras. - Conocimiento en la negociación con los proveedores. - Conocimiento con la evaluación de los proveedores. - Conocimiento de la homologación de los proveedores.
Administración	- Antigüedad en la empresa -Conocimiento de las actividades que desarrolla la empresa y el control de las mismas.
Calidad	- Antigüedad en la empresa -Conocimiento de verificar las propiedades inherentes al requerimiento y que cumplan con las especificaciones solicitadas.
Distribución	- Antigüedad en la empresa -Conocimiento de los tiempos de entrega y cumplimiento con los clientes. - Conocimiento de las rutas de entrega.
Almacén	- Antigüedad en la empresa -Conocimiento del abastecimiento de la empresa. - Conocimiento del control de stock

Anexo 7:

Prueba Piloto – Cuestionario Compras.

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista													
Normal Ver salt. Diseño Vistas				<input checked="" type="checkbox"/> Regla <input checked="" type="checkbox"/> Líneas de cuadrícula				<input checked="" type="checkbox"/> Barra de fórmulas <input checked="" type="checkbox"/> Encabezados				Zoom 100 Zo	
L7 : X ✓ fx SUMA													
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1													
2	DATOS DE PRUEBA DE CAMPO: CUESTIONARIO COMPRAS												
3	Cantidad de Cuestionari 10												
4	ALFA DE CRONBACH												
5													
6													
7			1	2	3	4	5	6	7	8	9	SUMA	
8		1	2	3	4	4	4	3	3	4	3	30	
9		2	2	3	3	4	3	2	2	4	5	28	
10		3	4	4	4	3	3	4	4	5	5	36	
11		4	3	4	5	4	4	3	3	4	3	33	
12		5	4	5	5	5	4	4	3	3	4	37	
13		6	3	3	4	4	3	3	3	4	5	32	
14		7	4	5	5	4	4	4	5	4	4	39	
15		8	3	4	4	4	4	3	3	4	4	33	
16		9	5	4	5	3	3	4	4	5	5	38	S_r^2
17		10	4	3	5	4	4	3	3	5	5	36	
18			0.8	0.56	0.44	0.29	0.24	0.41	0.61	0.36	0.61	4.36	11.56
19												$\sum S_i^2$	
20													
21													
22													
23													
24													
25													
26													

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_r^2} \right]$$

$\alpha = 0.7007$

Prueba Piloto – Cuestionario Abastecimiento.

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista													
Normal Ver salt. Diseño Vistas				<input checked="" type="checkbox"/> Regla <input checked="" type="checkbox"/> Líneas de cuadrícula				<input checked="" type="checkbox"/> Barra de fórmulas <input checked="" type="checkbox"/> Encabezados				Zoom 100	
W21													
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1													
2	DATOS DE PRUEBA DE CAMPO: CUESTIONARIO ABASTECIMIENTO												
3	Cantidad de Cuestionari 10												
4	ALFA DE CRONBACH												
5													
6													
7			1	2	3	4	5	6	7	8	9	SUMA	
8		1	5	5	5	5	4	4	5	4	4	41	
9		2	4	4	4	4	3	4	4	5	5	37	
10		3	4	4	5	5	4	3	3	4	4	36	
11		4	5	4	5	4	2	3	3	3	3	32	
12		5	4	5	3	4	4	5	5	4	4	38	
13		6	3	4	2	3	4	4	3	4	5	32	
14		7	4	5	4	5	4	3	3	4	5	37	
15		8	4	4	4	4	3	4	3	4	4	34	
16		9	5	3	3	4	3	3	4	2	3	30	S_r^2
17		10	4	4	3	2	4	3	3	3	2	28	
18			0.4	0.36	0.96	0.8	0.45	0.44	0.64	0.61	0.89	5.51	14.45
19												$\sum S_i^2$	
20													
21													
22													
23													
24													
25													
26													
27													
28													
29													

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_r^2} \right]$$

$\alpha = 0.6960$

Anexo 8:

Grafico 1: Porcentaje de nivel de gestión de compras.

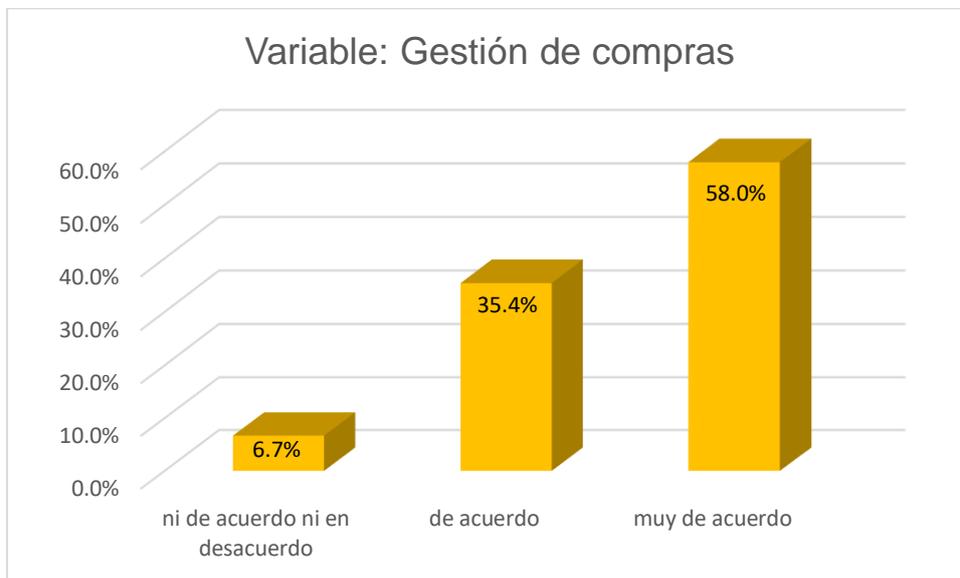


Gráfico 2: Porcentaje de nivel de negociación.

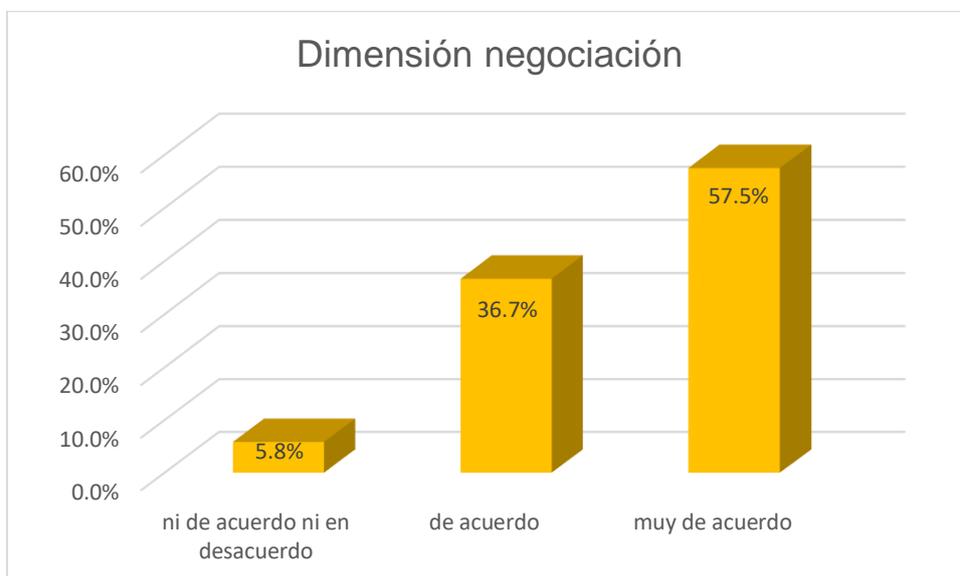


Gráfico 3: Porcentaje de nivel de evaluación de proveedores.

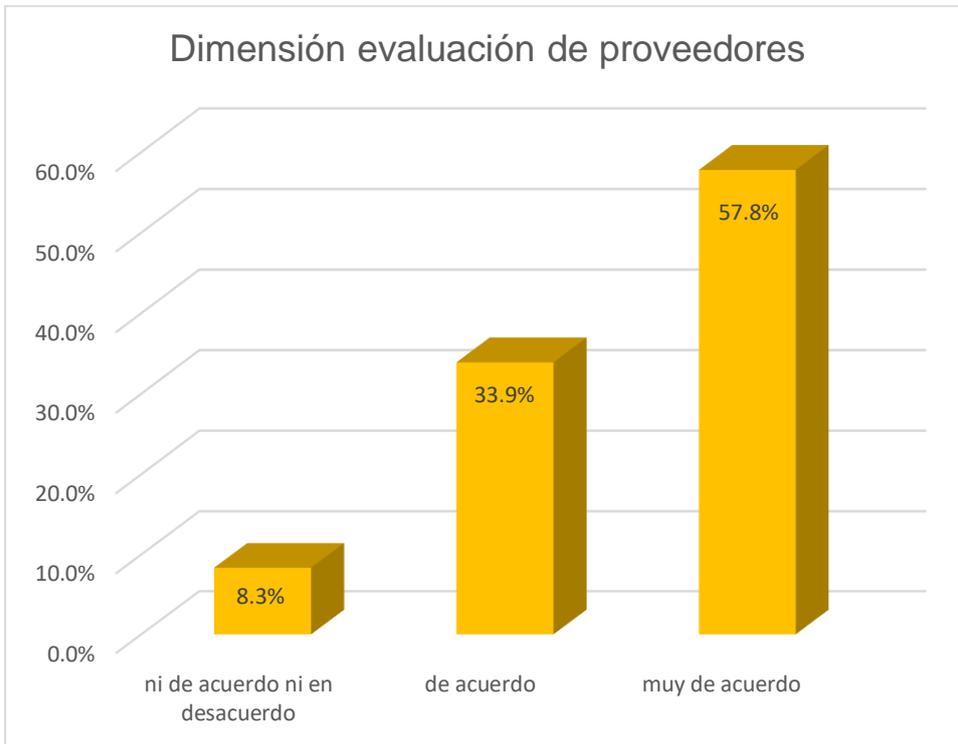


Gráfico 4: Porcentaje de nivel de homologación.

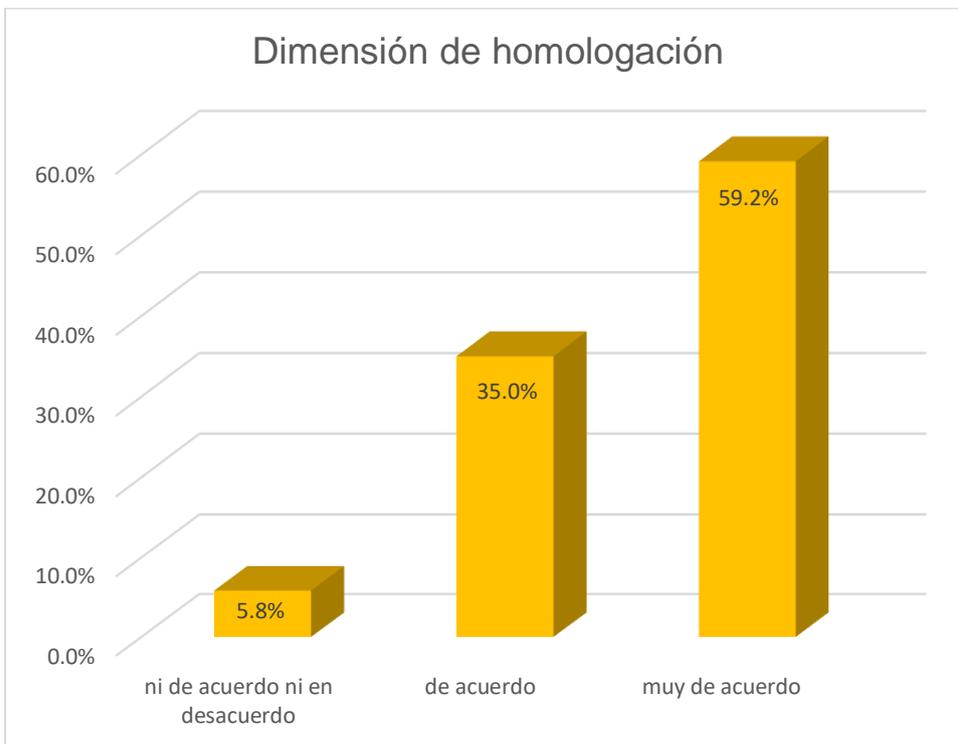


Gráfico 5: Porcentaje de nivel de abastecimiento.

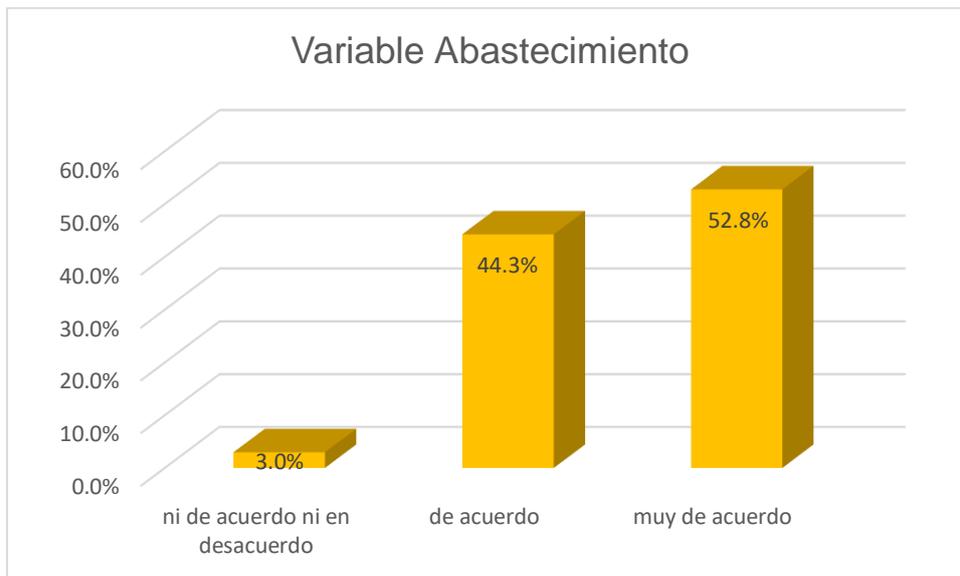


Gráfico 6: Porcentaje de nivel de planeación.

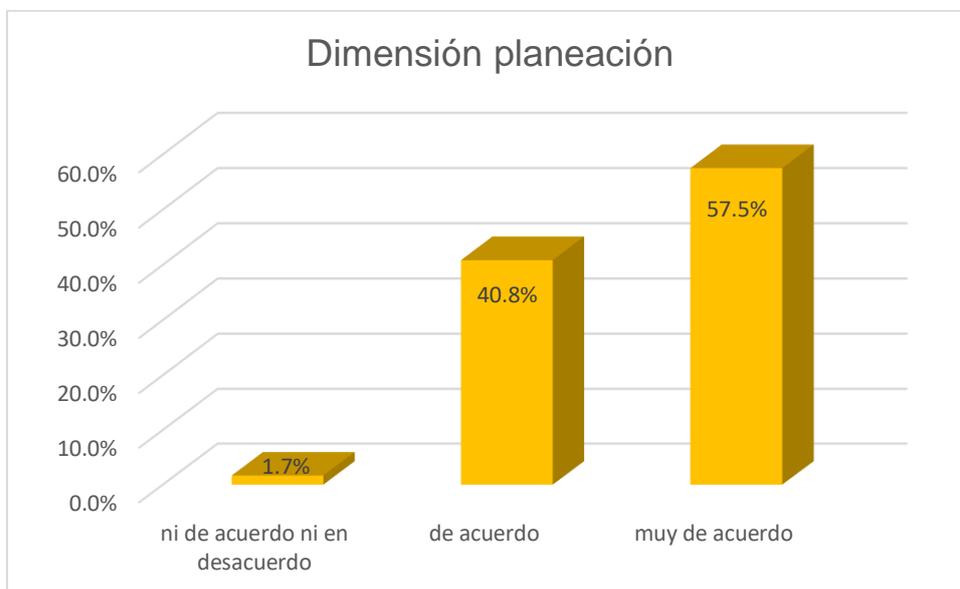


Gráfico 7: Porcentaje de nivel de aprovisionamiento.

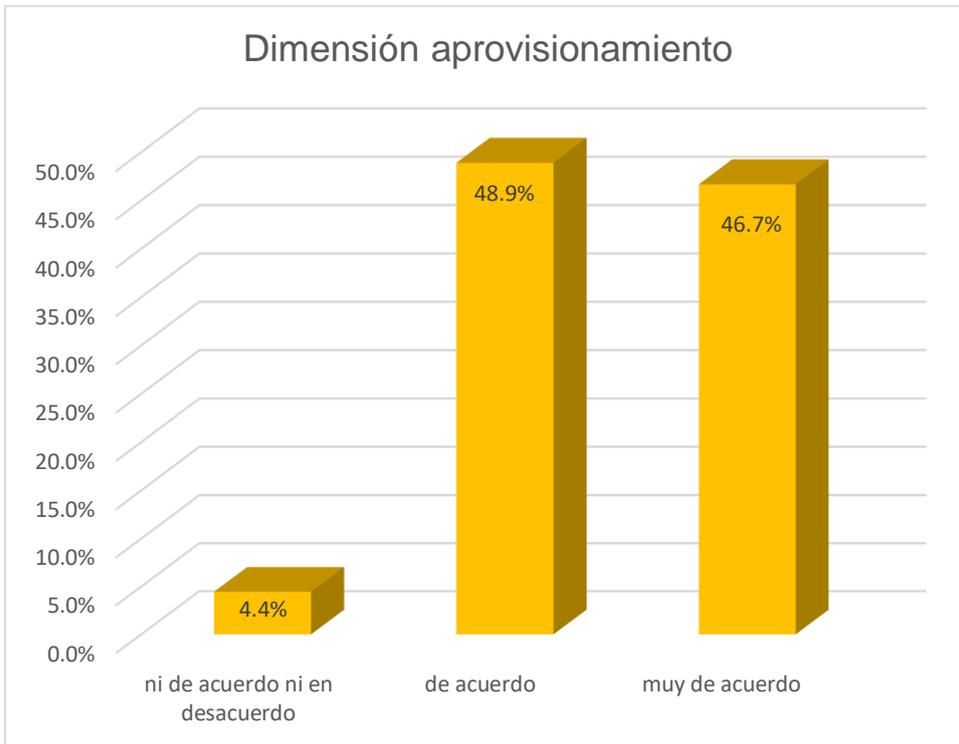
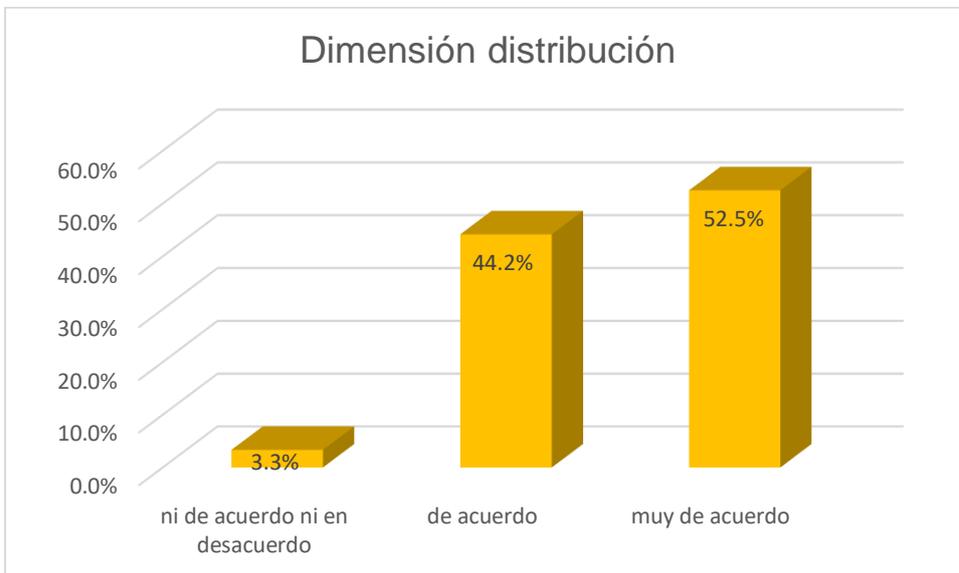


Gráfico 8: Porcentaje de nivel de distribución.



Anexo 9:

Tabla 11: Grado de correlación según coeficiente de correlación.

Interpretación de Correlación.

Dirección/Valor	Grado
-1,00	: Correlación negativa perfecta
-0,90	: Correlación negativa muy fuerte
-0,75	: Correlación negativa considerable
-0,50	: Correlación negativa media
-0,25	: Correlación negativa débil
-0,10	: Correlación negativa muy débil
0,00	: No existe correlación alguna entre las variables
0,10	: Correlación positiva muy débil
0,25	: Correlación positiva débil
0,50	: Correlación positiva media
0,75	: Correlación positiva considerable
0,90	: Correlación positiva muy fuerte
1,00	: Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández y Mendoza (2018, p.346).

Anexo 10: Prueba de normalidad.

Tamaño muestra ≤ 50 se asignará el estadístico Shapiro – wilk.

Tamaño muestra ≥ 50 se asignará el estadístico Kolmogorov – smirnov.

N= 60 colaboradores.

Hipótesis de normalidad:

Ho: La distribución de la muestra sigue una distribución normal.

H1: La distribución de la muestra no sigue una distribución normal.

Significación:

a. Significancia $P = 0,05 = 5\%$

b. Nivel de aceptación = 95%

Regla de decisión:

a. Sig. P < Sig.P. (0.05) entonces se rechaza Ho

b. Sig. P > Sig.P. (0.05) entonces se acepta Ho