



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Gestión de compras de bienes tecnológicos del Banco Ripley San Isidro,  
2018.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Administración

### AUTORES

Julio César Lozano Gálvez  
Llunior Ramírez Venancino

### ASESORA

Dra. Mary Maribel Vásquez Ramírez

### LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión de organizaciones

LIMA - PERU

Año 2018 - II

## Jurado Calificador

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código : R07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) Luniar Ramirez Venancino cuyo título es: "Gestión de compras de bienes tecnológicos del Banco Ripley San Isidro, 2018"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: ...15... (número)  
.....quince.....[letras].

Lima, San Juan de Lurigancho 16 de Diciembre del 2018....



.....  
PRESIDENTE



.....  
SECRETARIO



.....  
VOCAL

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

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) MSc. CESAR LEZAMA GAZVEZ cuyo título es: "Gestión de compras de bienes tecnológicos del Banco Kopley San Isidro, 2018".

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 19 [número] BUENO [letras].

Lima, San Juan de Lurigancho 16 de 12 del 2018.

  
 .....  
 PRESIDENTE

  
 .....  
 SECRETARIO

  
 .....  
 VOCAL

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

### **Dedicatoria**

La presente tesis está dedicada a Jesús nuestro Señor y Salvador, ya que gracias a Él hemos logrado culminar nuestra carrera.

A nuestras esposas e hijos, porque ellos siempre se mantuvieron a nuestro lado ofreciéndonos su apoyo incondicional.

### **Agradecimiento**

Agrademos a Dios por habernos dado salud y así permitimos culminar esta etapa tan maravillosa.

A nuestros profesores que tuvimos a lo largo de la carrera universitaria, en especial a la Mg. Mary Maribel Vásquez Ramírez quien fue la gran responsable para la elaboración de nuestra tesis.

## **Declaratoria de Autenticidad**

Yo Llunior Ramírez Venancino con DNI N° 44066669 y Julio César Lozano Gálvez con DNI N° 40298958, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes considerados en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaramos bajo juramento que toda la documentación es veraz y auténtica.

Asimismo, declaramos también bajo juramento que todos los datos e información que se presentan en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Lima, 16 de diciembre del 2018



**Llunior Ramírez Venancino**



**Julio César Lozano Gálvez**

## **Presentación**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presentamos ante ustedes la Tesis titulada “Gestión de compras de bienes tecnológicos del Banco Ripley San Isidro, 2018”, la misma que sometemos a vuestra consideración y esperamos cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración.

Lozano Gálvez, Julio César

Ramírez Venancino, Llunior

## ÍNDICE

Jurado Calificador .....	ii
Dedicatoria .....	iv
Agradecimiento .....	v
Declaratoria de Autenticidad.....	vi
Presentación .....	vii
ÍNDICE .....	viii
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
I. INTRODUCCIÓN .....	12
1.1. Realidad problemática.....	12
1.2. Trabajos previos .....	14
1.2.1. Antecedentes Nacionales.....	14
1.2.2. Antecedentes Internacionales .....	16
1.2.3. Definición de Compra .....	18
1.4 Formulación del problema .....	25
1.4.1 Problema general.....	25
1.4.2 Problemas específicos .....	25
1.5 Justificación del estudio. ....	25
1.5.1 Justificación Teórica .....	25
1.5.2 Justificación Práctica.....	26
1.5.3 Justificación Metodológica .....	26
1.5.3 Justificación Social.....	26
1.6 Objetivos. ....	26
1.6.1 Objetivo general .....	26
1.6.2 Objetivos específicos.....	26
II. MÉTODO .....	27
2.1 Diseño de la investigación.....	27
2.1.1 Diseño .....	27
2.1.3 Corte Transversal .....	27
2.2 Variables, Operacionalización .....	29
2.2.1 Variable .....	29
2.2.2 Operacionalización de la variable .....	29
2.2.3 Matriz de Operacionalización de las variables.....	30
2.3 Población y Muestra.....	31



2.3.1	Población.....	31
2.3.2	Muestra.....	31
2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	32
2.4.1	Técnica .....	32
2.4.2	Instrumento.....	32
2.4.4	Confiabilidad.....	33
2.5	Método de análisis de datos .....	34
2.5.4	Estadística Descriptiva .....	34
2.6	Aspectos éticos:.....	34
III.	RESULTADOS .....	36
3.1	Resultado de la validez.....	36
3.2	Resultado de la confiabilidad .....	39
3.3	Estadística descriptiva .....	40
3.3.1.1	Medición de la variable 1= Bienes Tecnológicos.....	40
IV.	DISCUSIÓN .....	60
V.	CONCLUSIONES .....	62
VI.	RECOMENDACIONES .....	63
	Referencias Bibliográficas .....	64
	ANEXO.....	67
1.	INSTRUMENTO .....	67
2.	VALIDACIÓN DE DATOS .....	69
4.	TABLA DE ESPECIFICACIONES.....	83
5.	DETALLE DE CONFIABILIDAD DE LOS ITEM DEL INSTRUMENTO .....	85
6.	BASE DE DATOS DE LAS VARIABLES.....	86
7.	ACTA DE APROBACION DE ORIGINALIDAD DE TESIS Y PANTALLAZO DE LA PRUEBA DE SIMILITUD .....	87
8.	AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN .....	90
9.	AUTORIZACIÓN DE BANCO RIPLEY .....	94

## **RESUMEN**

La presente investigación tiene como objetivo describir la gestión de compras de bienes tecnológicos del Banco Ripley San Isidro, 2018. Para alcanzar tal fin se recurrió a Michele Calimeri y Gonzales. La metodología de la investigación se desarrolló de acuerdo al tipo aplicado, diseño no experimental de corte transversal a un nivel descriptivo simple. Para la elaboración del estudio se tomó el total de la población, es decir las 20 guías de análisis documental (Registros de compras), empleando para la recolección de datos la técnica análisis documental. La información recolectada se procesó en el programa SPSS 22 y se concluyó que el estudio de investigación presente, la gestión de compras de bienes tecnológicos de acorde con los indicadores en su gran mayoría las adquisiciones son poco frecuentes. Así mismo, la dimensión bienes tecnológicos es muy relevante para las operaciones de la empresa.

**Palabras Claves:** Gestión de Compras, Bienes Tecnológicos, Banco

## **ABSTRACT**

The objective of this research was to describe the management of purchases of technological goods from Banco Ripley San Isidro, 2018. To achieve this end, Michele Calimeri and Gonzales was called upon. The methodology of the research was developed according to the applied type, non-experimental cross-sectional design at a simple descriptive level. For the elaboration of the study, the total of the population was taken, that is, the 20 documentary analysis guides (Purchasing records), using the documentary analysis technique for data collection. The information collected was processed in the SPSS 22 program and it was concluded that the present research study, procurement management of technological goods in accordance with the indicators, the vast majority of acquisitions are rare. Likewise, the technological goods dimension is very relevant for the company's operations.

**Keywords:** Purchasing Management, Technological Goods, Bank

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

A nivel internacional, las organizaciones buscar gestionar las compras para atender las exigencias puntuales de las compañías, preservando un menor costo y asegurando el stock para poder cumplir las demandas internas y externas. En el pasado las organizaciones reducían los inventarios y suministraban lo necesario, no obstante, en estos últimos años, las adquisiciones empezaron a proponerse objetivos de abastecimiento más duraderos en el tiempo, de tal manera que el impacto en el medio ambiente se vea reducido y optando por productos locales.

Después de una ardua revisión de la literatura científica sobre la gestión de compras a nivel internacional, se ha conseguido un gran número de contribuciones que conducen al desarrollo de 03 temas fundamentales: el primero, la elección de proveedores como decisión estratégica y soporte fundamental del enfoque competitivo empresarial; el segundo, los métodos y procedimientos de apoyo a la decisión de elegir proveedores; y el tercero, la administración de proveedores como parte de la gestión de cadenas de abastecimiento (Sarache, Castrillón y Ortiz, 2009).

Asimismo, las compañías en su gran mayoría no disponen de un área responsable de compras, actualmente tienen un gerente de compras que realiza todo el cronograma de compras y los ejecuta a través de su asistente, esta persona es encargada de generar una compra eficiente según la productividad de la empresa.

La incorporación de tecnología en las distribuciones de las tareas y el desarrollo de las funciones de compras es un aporte importante para optimar un área brindando atención a algunos de los problemas más comunes en la gestión de compras de las organizaciones internacionales; radican en la baja penetración de las áreas en infraestructuras y los servicios básicos, escasa penetración a la cultura informática y tecnológica, y la escasez de recursos humanos capacitados en tecnología.

En nuestro país, la mayoría de las micro empresas y pequeñas empresas, son básicamente familiares o empezaron de forma empírica, y la gran parte de estas traen consigo malas gestiones de compras en la empresa. Como, por ejemplo: las compras desmesuradas, desordenes de los comprobantes de compras y otras compras que básicamente son gastos de representación, las cuales afectan a la productividad de la empresa.

La innovación tecnológica es factor importante en una empresa desarrollada, según INEI actualmente las empresas en el Perú están por debajo de los índices en Sudamérica, por ejemplo, sólo el 55.3% de empleados de las principales empresas utilizan la computadora en su rutina diaria de trabajo. Este da muestras importantes de que las compañías no están usando adecuadamente las bondades que ofrecen las TIC en la actividad empresarial.

Entre la realidad problemática la falla más habitual que existe dentro de las empresas peruanas, es la falta de políticas de compras, por ello es importante guiar los procesos con normas que deban respetarse. La falta de regulación acerca de la selección de proveedores, las cuestiones asociadas a los costos, los tiempos y las modalidades de financiamiento, entre otros.

Ya que las empresas peruanas, no recurren a indicadores, una gestión sin indicadores dificulta la medición, no puede mostrar lo realizado por la empresa, no permite poner objetivos, trazar metas, hace imposible la medición del desempeño cotidiano, no puede realizar comparaciones, ni estadísticos, haciendo que una empresa camine a ciegas.

En nuestra localidad, esta problemática se evidencia en la empresa Banco Ripley, situado en el distrito de San Isidro, con más de veinte años de experiencia en el rubro, siendo su principal actividad económica los servicios financieros (Banca). Y sus principales herramientas de operación son las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).

Es conocido que en los últimos años la evolución de nuevas herramientas tecnológicas han maximizando la eficiencia de muchas actividades en el ámbito empresarial, es por ello que Banco Ripley se ve en la necesidad de adquirir herramientas tecnológicas que estén a la vanguardia, y que estas les posibiliten mantenerse en el mercado financiero.

La falta de seguimiento de las órdenes de compra, la carencia de mapeo de las importaciones y/o exportaciones, la importancia del cumplimiento de los tiempos establecidos en una orden de compra, el control desde la generación una orden, durante la atención del proveedor, son errores recurrentes en las empresas peruanas.

Falta de conocimiento de nuestros proveedores, conlleva a exponernos a riesgos de calidad, periodos de atención y condiciones de servicio, la falta de un registro de proveedores no permite comparar proveedores, perjudicando directamente la gestión de las empresas. La carencia de desempeño de los proveedores, no permite optimizar el cumplimiento con las demás áreas de la empresa, esto acarrea a incumplimientos comerciales.

Por último, este trabajo de investigación, busca definir la cantidad de adquisiciones en los indicadores hardware y software del Banco Ripley, elaborando un análisis donde podamos comparar ambas, el cual se realizará a través de un instrumento de medición, con la consigna de profundizar en la importancia de ambas herramientas tecnológicas.

## **1.2. Trabajos previos**

### **1.2.1. Antecedentes Nacionales**

Melgar & Antonio (2017), Sustentó su trabajo de investigación titulado: “La Gestión de Compras para mejorar la calidad de servicio en la empresa Segem S.A.C., Lima, 2017”, para obtener el título profesional de Ingeniero Empresarial en la Universidad César Vallejo, Lima-Perú. Con el objetivo de precisar como la gestión de compras incrementa la calidad de servicio de la empresa SEGEM S.A.C., Lima, 2017. En lo cual se basó en la teoría de Emilio Martínez de “Gestión de Compras”, en la cual autor de la tesis empleó técnicas de estudio investigativo como instrumento de medición, para la gestión de compras, asimismo, la calidad del servicio se concentrará en que sea fiable y creíble. Para ello el autor utilizó la metodología cuasi experimental de enfoque cuantitativo, que posibilitó la realización de un estudio de la gestión de compras, para ello aplicó la técnica de análisis de datos para evaluar los 12 meses de servicios prestados en la empresa SEGEM S.A.C. Las conclusiones que determino el autor de la investigación son, la gestión de compras incrementa la calidad de servicio de la empresa SEGEM S.A.C., la gestión de compras incrementa la credibilidad de la empresa, la gestión de compras incrementa la fiabilidad de la empresa SEGEM S.A.C., Lima, 2016.

El aporte de esta tesis se centra en el cumplimiento de metas de la gestión de compras, orientándose de las nuevas oportunidades de mejora con el fin de acrecentar de forma permanente la fiabilidad de una organización.

Espino Acevedo (2016), sustentó su trabajo de investigación titulado: “Implementación de mejora en la gestión de compras para incrementar la productividad en un concesionario de alimentos”, para conseguir el título profesional de Ingeniero Industrial en la Universidad San Ignacio de Loyola, Lima-Perú. Con la finalidad de implementar una mejora en la gestión de compras, con el objetivo de intensificar la productividad en una pequeña empresa de concesionario de alimentos. El autor de la tesis utilizó un enfoque cuantitativo, esto debido a que en el desarrollo de la investigación se emplea el tratamiento estadístico como herramienta de análisis de datos. La población estuvo acotada cuantitativamente por los colaboradores que trabajan en la compañía, haciendo un total de 12 colaboradores. Asimismo se utilizó el tipo de muestreo no probabilístico intencional. El autor de la tesis empleó técnicas de estudio investigativo como instrumento de medición, el mismo que comprende un máximo de 05 alternativas de respuestas tipo Likert. Asimismo, utilizo la prueba de coeficiente de Alpha Cronbach. Las conclusiones que determino el autor de la investigación son, la gestión de compras gestionada de manera deficiente, la falta de inserción de herramientas tecnológicas y técnicas especializadas en gestión de compras, las cuales permitieron generar valor a la empresa investigada.

El aporte de la investigación en mención, es muy importante, ya que nos permite tener una visualización general de lo importante que es para las organizaciones tener un área especializada en compras.

Anaya, Navarro, & Cahuin (2017), sustentaron su trabajo de investigación titulado: “Gestión de compras empresariales a partir del modelo de abastecimiento estratégico. Estudio de la inteligencia del mercado para el producto “plancha metálica” de la empresa de carrocería”, para conseguir el título profesional de Licenciado en Gestión, con mención en Gestión Empresarial en la Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima-Perú. Con el objetivo de ayudar a la mejora del proceso actual de abastecimiento para el producto “Plancha Metálica” de la empresa “Carrocerías y Estructura Metálica San Francisco S.A.C.”, a partir de la aplicación de la Inteligencia de Mercado del Modelo de Abastecimiento Estratégico. Para ello el autor aplicó la metodología descriptiva no experimental, que posibilitó la realización de un estudio de la gestión de compras actual, para ello aplicó la técnica de encuestas para evaluar a 32 personas que conforman en una empresa de carrocería. El autor se basó en la teoría de Silvia Pinto, “Los Procesos de Compra y la Negociación”, en la señala la aplicación de estrategias de manejo de

compras y negociación de los precios con los proveedores, dentro de su teoría muestra las dimensiones de proceso de adquisiciones y compras estratégicas. Las conclusiones que determino el autor de la investigación son, la proposición de utilización de la Inteligencia de contratación Modelo de Compras estratégicas presentada en este estudio presenta 137 posibilidad de ser multiplicarse sucesivamente, esto para el resto de la producción exigidos por la compañía así como para cualquier otra compañía del rubro que cuente con similares peculiaridades y necesidades de adquisiciones que busque mejorar su gestión de compras a partir de un apropiado proceso de desarrollo de proveedores en el mercado, tratando que ello se convierta en múltiples beneficios para la compañía a través de una mejora continua en sus procesos y un aumento de la utilidad.

El aporte de esta tesis, es las compras empresariales a nivel nacional y las negociaciones estratégicas con los proveedores, para mantener una estabilidad de la logística para la empresa.

### **1.2.2. Antecedentes Internacionales**

Villalobos, (2013), sustento su tesis de estudio titulado: “Proposición de patrón de gestión del proceso de adquisiciones internacionales en astilleros. Caso: COTECMAR.”, para obtener el grado de Magister en negocios internacionales e integración de la Universidad Tecnológica de Bolívar, Cartagena -Colombia. Planteo como objetivo la construcción de un modelo de gestión de adquisiciones internacionales que involucre proveedores internacionales de bienes y servicios y proveedores de servicios logísticos. Para ello se basó en la teoría de María José Escudero de “Gestión de Compras”, que desarrolla los contenidos de los módulos profesionales de la gestión de compras, asimismo su teoría está asociado a garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento de las compras a nivel empresarial. Para ello el autor aplico la metodología analítica y diseño experimental, que permitió identificar los procesos de compras internacionales, para delinear un patrón en los procesos de compras, la técnica que aplicada fue la de encuesta a 150 trabajadores de la empresa COTECMAR. Las conclusiones a las que llego el autor de la investigación fueron que en términos de competitividad, las firmas compradoras globales enfrentan riesgos en el cumplimiento y satisfacción de sus clientes, sobrecostos en procesos internos, debido a la diligencia de recurso humano dentro de la compañía, por lo que, un proceso de compras transfronterizo requiere de un buen manejo y gestión de un equipo con competencias definidas y



específicas, las cuales asociadas a una adecuada implementación forman un conjunto capaz de sostenerse en un mercado cambiante.

La investigación nos aporta una enriquecedora perspectiva de las distintas habilidades que se requieren para elaborar una positiva experiencia de gestión de compras, más aún si se está pensando en la expansión logística internacional que genere valor a los procesos y pueda cumplir las demandas y exigencias de los clientes.

Cano (2015), sustentó su tesis de estudio titulado: “Propuesta de proceso para la Adquisición de materiales de un proyecto familiar en la ciudad de Quito”, para obtener el grado de Magister en Gerencia de la Construcción en la Universidad Central del Ecuador, Quito-Ecuador. Como objetivo propuso un patrón de compras para minimizar la práctica empírica dentro del rubro de construcción; obteniendo un margen positivo, productivo y de calidad en la ejecución del proyecto familiar. El enfoque que utilizó el investigador fue cuantitativo, dado que se usó herramientas de investigación científica, para obtener la información. Los tipos de estudio que utilizó el investigador fueron: Análisis documental y de campo. Se tomó doscientos como muestra, de los dos mil socios que pertenecían a la población (socios). El autor de la investigación usó técnicas de observación, entrevistas, encuestas, entre otros. El procesamiento de los datos de realizar colocando los documentos anteriores mencionados para la obtención de la información y su posterior análisis de cada instrumento para concluir con una síntesis de utilidad y elaborar la “Propuesta de proceso para la adquisición de materiales de un proyecto familiar en la ciudad de Quito”. Las conclusiones que pudo determinar el autor fue, tener un profesional a cargo del proceso de adquisición de materiales, ya que este permitiría dejar el manejo empírico de las construcciones en Quito.

Se considera que la tecnología es muy importante y muy útil para las organizaciones. Concluye que la importancia de un trabajo es poder determinar una problemática y darle solución. En el caso específico de la investigación en mención el aporte es valioso, ya que, según las conclusiones pudo implementar un área a cargo de compras y dejar de seguir gestionando empíricamente.

Azubadín (2010), sustentó su tesis de estudio titulado: “Verificación interna del proceso de abastecimiento y su relevancia en la productividad de la empresa Comercial Yucailla Ltda”, para obtener el grado de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA en la Universidad Técnica de Ambato, Ambato-Ecuador. Considero proponer y analizar los

resultados del inadecuado Control Interno del proceso de adquisiciones para establecer los sucesos en la liquidez de la empresa Comercial Yucailla, durante el año 2010. El autor de la tesis uso la técnica de observación, investigación bibliográfica-documental. El procesamiento de los datos fue mediante los documentos de control interno, los que sirvieron para la para la obtención de la información y el posterior estudio de cada instrumento, que permitió concluir de manera efectiva para la elaboración de la tesis “Verificación interna del proceso de abastecimiento y su relevancia en la productividad de la empresa Comercial Yucailla Ltda”.

Las conclusiones que pudo determinar el autor fueron, el proceso de adquisiciones en la compañía Comercial Yucailla gestionando un buen control interno es relevante puesto que fortalece y ayuda a fomentar un buen clima laboral en el área de trabajo, y sobre todo, marca pautas a los empleados y gerentes de la compañía a cumplir las funciones delegadas con eficiencia y eficacia logrando cumplir con los objetivos y metas propuestas.

### **1.2.3. Definición de Compra**

#### **GESTIÓN DE COMPRA**

Según Espino Acevedo (2016), “Es el proceso de abastecimiento de insumos, materiales y servicios en la cantidad necesaria, en la calidad óptima y adecuada, además de un precio conveniente, puesto al alcance de las operaciones del negocio, en el lugar y momento indicado”. (p. 36) Agrega que el objetivo de la gestión de abastecimiento, tiene importancia dentro de las organizaciones por ello se agrega un valor al producto que se requiere o se presupueste. Por ello las empresas desde el inicio presupuestario de las adquisiciones debe realizar un plan o presupuesto de las adquisiciones para no alterar o varias las metas de la empresa. Esto les ayudara aumentar un 10% o según requiera mensual la gerencia de la empresa.

Acevedo (2016) mencionó:

Por costumbre, la función del comprador ha sido comparar y buscar el menor costo para adquirir lo bienes; sin embargo, los proveedores en potencia son calificados y evaluados por los ámbitos tales como: garantía, calidad, post venta, precio; asimismo, existen múltiples factores que también son objeto de evaluados para la selección de un proveedor, como son: relaciones laborales, localización geográfica, las reservas del proveedor, las instalaciones del proveedor. (p.33)

La conclusión determina el hecho de haber aceptado una conformidad con el producto, por lo cual las solicitudes han sido identificadas y se controla los tiempos de entrega; para obtener resultados eficientes resultado del abastecimiento de calidad, se debe seguir algunos patrones, tales como: evaluar al proveedor objetivamente, tener un conocimiento real y amplio del bien o servicio que se está comprando, efectuar inspecciones de rigor, competencia técnica, mejorar en la entrega, buenas prácticas, entre otros factores y no solamente basándose en el precio”). Un abastecimiento recurrente de los insumos, materiales y servicios consiste en asegurar un amplio y necesario stock; además, la gestión eficiente en la administración de los recursos financieros y materiales de la compañía, es decir, saber a quién, cómo y cuándo comprar; obteniendo consigo mejoras en la productividad de la compañía” Espino Acevedo (2016). En los tiempos actuales, en las compañías es de mucha importancia implementar una gestión de procesos, en el cual la cadena de suministro y abastecimiento se debe orientar de manera eficiente y competitiva, para lograr resultados es indispensable una correcta administración de los procesos para aprovechar los recursos ya existentes y lograr la productividad deseada”.

En esta parte de la gestión de abastecimiento el objetivo es mejorar la adquisición de las adquisiciones o servicios a los menores costos del mercado.

- Objetivos principales de la gestión de compras:
- Administrar el stock.
- Comprar a precios justos, junto a la calidad.
- Establecer proveedores directos.
- Evitar deterioros o pérdidas de productos u otro.
- Mantener las exigencias del mercado.
- Capacitar al personal.
- Mejorar los procedimientos de compras.
- Investigar nuevos productos de compra de la misma calidad o servicio.

Según Gonzáles Benito (2006), “La administración del abastecimiento debe ser capaz de determinar los objetivos para mejorar la estrategia competitiva de la compañía y a los objetivos de otras áreas de soporte y funcionales”.

González Benito (2006) mencionó:

Las compras tecnológicas deben ser a tiempo, esto debido a que son muy relevantes en el sistema justo a tiempo. Para ello se debe determinar pactos con los proveedores para realicen entregas en pequeñas Cantidades de materiales. En lo sucesivo la forma de entrega se debe realizar diariamente, de una a dos veces al día o incluso semanal de acuerdo a la necesidad del cliente. (p.13)

Las compras tecnológicas, se basan en elementos críticos de: los tamaños de lotes, nivel de calidad, plazos a corto plazo y tiempo de entrega del producto y de manera confiable, que consisten en una compra realizar por una organización. Por ello los bienes tecnológicos comprados tienen que ser de calidad, según los elementos críticos que compone una compra, por ello siempre las compras siempre tienen que ir de la mano de optimización de costos y este que genere un valor agregado González Benito (2006). Asimismo, recomienda aplicar el término JIT, que es la proporción o volumen de los elementos necesarios en una compra tecnológica, para ello se requiere un ciclo de inventariado que gestione los MRP, que mayormente están en las empresas de producción:

Los objetivos del JIT, son las siguientes:

- La reducción o eliminación de un residuo que genere un valor o costo a la empresa.
- Merar la inversión de compra mediante, el control de niveles de inventariado.
- Implementar y diseñar un cronograma o un proceso de gestión de calidad para atender las necesidades del personal, esto permitirá una gestión de calidad a nivel organizacional.
- Rediseñar el proceso de abastecimiento y producción para mejorar los tiempos de los pedidos de compras o producción, ya sea por lotes pequeños, medianos o grandes.

Estos objetivos descritos de la filosofía del JIT, permiten mejorar la gestión de abastecimiento, ya que dependerán de un ciclo de procesos en rapidez y orden de ejecución de compra. Por lo tanto, mediante la aplicación del JIT en la compra de los bienes tecnológicos permitirá comprimir los desperdicios o compras de más que necesite la orden de compra, también mejorará los costos ya que este sistema evalúa la cantidad de

consumo de la máquina de producción. A este beneficio se agrega el control de calidad de las compras requeridas, el manejo adecuado de los almacenes y distribución a los proveedores.

González Benito (2006) mencionó:

En algunas compañías se han establecido conexiones muy marcadas entre los sistemas, tanto así que a los proveedores se les facilita identificar las necesidades del cliente en lo concerniente al tiempo, diseño, cantidad y color. Tomando como partida esta información, el proveedor puede planificar la entrega del producto de una manera más eficaz, teniendo como meta que el cliente reciba, en el tiempo preciso, justo lo que necesita; y todo esto prescindiendo de una solicitud formal de compra, (p.35)

La incorporación de un sistema “Just in Time” en las compras, garantiza que los suministros de soporte y las materias primas lleguen precisamente cuando se las necesita, tanto para el servicio al cliente como para la fabricación de los productos, con lo cual se reducen los costes de inventario, se mejora la relación con los proveedores, disminuye el total de costes de los insumos, se reduce el total de proveedores, se aminoran los niveles de inventario de las materias primas, productos en pleno proceso y productos acabados, y se reducen los costes de control de inventarios y pedidos. González Benito (2006).

Según Salleira & Castañon (2016), “La gestión de las compras debe estar a cargo de un personal altamente calificado que tenga experiencia laboral y sea responsable del: almacenamiento, control, compra, provisión, movimiento, manipulación y otros con el de llevar el mejor desempeño en la encargo de responder las siguientes preguntas: ¿Qué distribuir, producir o comprar?, ¿Cuándo distribuir, producir o comprar?, ¿Cómo distribuir, producir o comprar?, ¿A qué escala elevar el inventario?; todo lo indicado se encuentra basado en el libro de las compras de Michel Calemeri”, para ello la:

Salleira & Castañon (2016) mencionó:

Optimización correcta de la gestión compras: Se debe definir lo más relevante en una compañía, como son los recursos humanos, debido a ello, es sumamente importante que los colaboradores tengan conocimiento de los procesos de la cadena de abastecimientos y la relevancia de las actividades que ellos realizan para alcanzar los objetivos trazados, (p.17)

El sistema de costeo ABC comprende el tener conocimiento de qué costos corresponden a cada actividad, hallando el costo total de cada proceso de compras, restringiendo elementos que no sumen valor a la compañía, Salleira & Castañon (2016). Por lo tanto, podemos indicar que una eficiente gestión de compras ayuda a disminuir los costos que una compañía tiene, y por consiguiente mejorar la rentabilidad, también permite mejorar los indicadores de producción dentro de las empresas, minimizar los costos y mejorar la productividad en las actividades. Ya que la gestión de compras, “Radica en proveer de manera continua materiales, bienes o servicios, para insertarlos de una manera directa o indirecta a la cadena de producción o comercialización, los mismos que deben ser proporcionados en las medidas adecuadas, en el lugar acordado, con el precio convenido y en el momento solicitado”. (Salleira & Castañon, 2016, P. 51)

Para conseguir los resultados deseados por la implementación de compras, es importante que la función de compras esté incorporada en el proceso de planificación estratégico de la compañía, de manera que las decisiones tomadas estén en función de la estrategia competitiva, y que, a la par contribuyan a desarrollarla. Para cumplir con el requerimiento de materiales por parte de la compañía, la gestión de compras ejecutará las actividades siguientes:

- Explorar y evaluar a los proveedores
- Conservar archivos con precios, proveedores, productos y condiciones de entrega.
- Negociación y calificación de proveedores.
- Previsión de compras.
- Programación de los pedidos (fechas de lanzamiento y volumen de los pedidos)
- Realización de órdenes de compras.

Divulgación de pedidos y seguimiento de los mismos.

Para Gadde & Håkansson (1994), “En estos últimos tiempos, el proceso de adquisiciones ha pasado de ser tomado en cuenta una labor totalmente administrativa a ser catalogada por muchas compañías como un elemento muy importante para permanecer y optimizar la competitividad. Para conseguir esto, las compañías deben ejecutar técnicas o estrategias de negociación con los proveedores que inician desde la activación de sistemas de selección y evaluación de proveedores, el establecimiento de

vínculos perennes y cooperativos con ellos o su implicancia en el diseño y desarrollo de bienes y productos, consiguiendo con esto la empresa obtener mejoras en la capacidad de la función de abastecimiento y en la ventaja competitiva” (P, 13).

### **DIMENSION: BIENES TECNOLOGICOS**

Para Gadde & Håkansson (1994), “Los bienes tecnológicos comprados deben garantizar el abastecimiento, reposición, entrega y administración de los insumos indispensables para un adecuado desempeño de la logística de una empresa” (P,13). Puesto que:

Para la compra de bienes tecnológicos, el MRP es un sistema de administración de inventarios, planificación y control de stock de la producción, permite mejorar un grupo de procesos vinculados lógicamente, creados para transformar un proceso de producción en necesidades reales de los componentes, con cantidades y fechas “Gadde & Håkansson (1994)”. Agrega que el sistema se sustenta en el aporte del economista Wilfredo Pareto, tras un amplio estudio de la asignación de los ingresos. En éste se determinó que un gran porte de los ingresos estaba destinado en las manos de una pequeña proporción de la población. La ley de Pareto es muy conocida y decreta que hay unos pocos valores críticos y muchos insignificantes. Los recursos no deben concentrarse en los valores insignificantes, sino en los críticos.

Por ello es necesario que los proveedores tengas las características siguientes y principales:

- Proceso de negociación estratégico con los proveedores
- Basar nuestras solicitudes en las demandas
- Entrega de productos garantizados
- Estar alerta al precio y alza de los productos

Asimismo, Gadde & Håkansson (1994), señala:

La gestión de compras tecnológicas busca una variedad de productos para los distintos tipos de aprovisionamiento de manera diferente según cada producción, mediante mercaderías, materiales, suministros, repuestos y otros que generan los costos de importación, compra o gastos dentro de las empresas. (p.16)

## **Clasificación en Insumos – Matriz Kraljic**

Una matriz Kraljic, es igual a una curva ABC, ya que se clasifica en insumos según los costos y calidad que compre la empresa. Pero esta matriz es un poco mejor ya que se enfoca en el proceso de abastecimiento y en la utilización de los depósitos y almacenes. La matriz de Kraljic se orienta y se dimensiona en dos; que son el riesgo en el suministro y el impacto financiero, el cual estas mediciones son muy imprecisas y no permiten contabilizar las dimensiones, ya que no se pueden determinar y establecer las posibles alianzas y estrategias con los proveedores, pero a pesar de estas restricciones, esta matriz es la más utilizada por las empresas para efectuar sus compras. Finalmente, para las compras de bienes tecnológicos se requiere que las empresas adapten sistemas de compras de acuerdo al requerimiento del área de logística, estas compras son costeadas a final del producto terminado para ver si es recomendable o hacer un análisis de costos. El MRP, aparte de poder planificarse a las necesidades de la producción de la planta, también analiza los tiempos de producción de personal y maquina “Gadde & Håkansson 1994: 26”.

### **a) Diagrama de Ishikawa.**

Este estudio se le conoce también como “espina de pescado” el objetivo principal es identificar gráficamente causas y efectos de un problema potencial, fue realizado por el Dr. Kaoru Ishikawa en 1953.

### **b) Diagrama de Pareto.**

“Se representa gráficamente en la que se visualizan clasificaciones diversas de información o datos en forma descendente, por medio de gráficos de barras de derecha a izquierda con los datos reunidos para evaluar las causas, delegando de esta manera un orden de prioridades; usando este flujo se pueden identificar y determinar los problemas que tienen más importancia mediante la aplicación del principio de Pareto, 80% y 20%; porque existe muchos problemas sin importancia frente a solo unos muy relevantes” (Wilfredo Pareto).

### **c) Metodología FIFO**

En la actualidad existen muchos métodos de tratar o valorar un inventario, pero no la mayoría son utilizados. El FIFO es aplicado mayormente por empresas industriales



que valoran también los precios y costos con el sistema. Ya que controlas las primeras entradas y las primeras salidas en el control de inventarios Gadde & Håkansson (1994).

Otra metodología es las PEPS que controla en el flujo de mercaderías según el movimiento de requerimientos de un depósito; este método es muy utilizado para el manejo de productos perecibles o en su defecto tienen una fecha de caducidad, debido a que, si no se utilizan durante el periodo indicado, estos productos se volverán inservibles e incrementarán las mermas en el almacén, que se traducen en aumento de costos, Gadde & Håkansson (1994).

## **1.4 Formulación del problema**

### **1.4.1 Problema general**

¿Qué tan importantes son las compras de bienes tecnológicos del Banco Ripley, San Isidro 2018?

### **1.4.2 Problemas específicos**

- ¿Cuál es la importancia de la gestión de compras de hardware en la operatividad en el Banco Ripley San Isidro, 2018?
- ¿Cuál es la importancia de la gestión de compras de software influye en la operatividad en el Banco Ripley San Isidro, 2018?

## **1.5 Justificación del estudio.**

### **1.5.1 Justificación Teórica**

El presente estudio buscó contrastar resultados, apoyada en una teoría que nos permitió verificar o rechazar el conocimiento existente sobre la gestión de compras, se buscó además generar la reflexión y el debate académico en el ámbito universitario, explicando las causas y consecuencias del problema en estudio, permitiendo una nueva visión sobre el tema a tratar.

Debido a los altos costos a los que está expuesto Banco Ripley en las adquisiciones tecnológicas, es de gran importancia conocer cuál es la variación de precios y proveedores dentro del mercado peruano. A partir de ahí, adoptar medidas que permitan acceder a los mejores precios del mercado, permitiendo a Banco Ripley estar a la vanguardia tecnológica mediante una aplicación eficiente en la gestión de compras.

### **1.5.2 Justificación Práctica**

Debido a los altos costos a los que está expuesto Banco Ripley en las adquisiciones tecnológicas, es de gran importancia conocer cuál es la variación de precios y proveedores dentro del mercado peruano. A partir de ahí, adoptar medidas que permitan acceder a los mejores precios del mercado, permitiendo a Banco Ripley estar a la vanguardia tecnológica mediante una aplicación eficiente en la gestión de compras.

### **1.5.3 Justificación Metodológica**

El presente estudio tuvo aportes que se constituyeron en un instrumento de consulta, que facilitó a los funcionarios responsables de las adquisiciones tecnológicas conocer su realidad y mejorar de esta manera sus normas de gestión, puesto que los resultados se obtuvieron aplicando técnicas de estudio comprobadas y validadas; y por tanto, pudieron ser usadas en otros sectores empresariales del país, a través de herramientas que determinen los estándares a tomar en cuenta para generar más eficiencia cada día.

### **1.5.3 Justificación Social**

En lo social sirvió como un instrumento útil para los futuros profesionales que trabajen en el área de abastecimiento o logística de las compañías relacionadas al rubro de estudio del presente trabajo; por cuanto todo lo expuesto en la realización de este trabajo, les permitió para dirigir sus propuestas y estrategias de mejora en la gestión abastecimiento de bienes tecnológicos y otros para obtener o incrementar la productividad de las compañías.

## **1.6 Objetivos.**

### **1.6.1 Objetivo general**

Definir qué tan importantes son las compras de bienes tecnológicos del Banco Ripley, San Isidro 2018.

### **1.6.2 Objetivos específicos**

- Concluir la importancia de la gestión de compras de hardware en la operatividad en el Banco Ripley San Isidro, 2018.
- Determinar la importancia de la gestión de compras de software en la operatividad en el Banco Ripley San Isidro, 2018.

## II. MÉTODO

### 2.1 Diseño de la investigación

#### 2.1.1 Diseño

Según Altuve y Rivas (1998) consideran al diseño de investigación, como: “una táctica común que utiliza el investigador, como una manera de afrontar un problema determinado, que permite reconocer los pasos que se deben seguir para ejecutar su estudio” (p.231).

Mertens (2005) señala que “la investigación no experimental es adecuada para variables que no pueden o no deben ser manipuladas o resulta complicado hacerlo” (p.13).

El diseño de la presente investigaciones fue de tipo No experimental de corte transversal, debido a que resulta utópico manipular la variable o establecer aleatoriamente a las condiciones o a los sujetos.

#### 2.1.3 Corte Transversal

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010, p.154), “los diseños de investigación transaccional o transversal recogen datos en un solo momento en un tiempo único. Su objetivo fue reseñar variables y estudiar su incidencia o interrelación en un momento dado”.

El diagrama del mencionado diseño de investigación es el que sigue:

$$M \longrightarrow X = OV1 = V1$$

**Donde:**

- M : Tamaño muestral
- X : Variable 1 (Gestión de compras)
- O : Observación o medición de las variables

#### 2.1.4 Tipo de Investigación

Según Hernández (2014), buscamos definir particularidades importantes, características y propiedades de cualquier fenómeno a ser analizado (p.7).

Por ya mencionado, esta investigación presentó un diseño uní variable, porque se examinó una sola variable independiente; de diseño descriptivo-explicativo, debido a que se reunió información de 20 muestras con respecto a la variable Bienes Tecnológicos.

### **2.1.5 Nivel de Investigación**

Esta investigación bautizada como investigación aplicada es la que explora o perfecciona recursos de aplicación del conocimiento conseguido por medio de la investigación pura, y, por tanto, no está en búsqueda de la verdad, como la investigación pura, sino la utilidad. Dicho de otro modo, se intenta investigar las maneras en que el saber científico producido por la investigación pura puede implementarse o aplicarse en la realidad para obtener un resultado práctico. "En las ciencias aplicadas, las teorías son el origen de sistemas de reglas que determinan el curso de la acción práctica óptima" (Bunge, 1969:683).

Por lo tanto, la presente investigación fue aplicada de nivel descriptivo, porque es una investigación realizada en una unidad real; por lo que, los resultados que obtengamos de la investigación fueron utilizados para mitigar las problemáticas del Banco Ripley.

### **2.1.6 Enfoque de Investigación**

Rodríguez Peñuelas (2010), indicó que:

El método cuantitativo se basa en los hechos o causas del fenómeno social, con limitado interés por los estados subjetivos del individuo. Este método emplea inventarios, cuestionario y análisis demográficos que producen números, los mismos que pueden ser analizados estadísticamente para aprobar, verificar o rechazar las relaciones entre las variables definidas operacionalmente, además, regularmente la presentación de resultados de estudios cuantitativos viene sustentada con gráfica, tablas estadísticas y un análisis numérico. (p.17)

Por lo tanto, el enfoque de la presente investigación fue cuantitativo, que tiene el recurso de decisión de señalar, entre las alternativas, usando magnitudes numéricas que pueden ser tratadas a través de herramientas del campo de la estadística. Por ello la investigación cuantitativa se produce por la causa y efecto de las cosas.

## **2.2 Variables, Operacionalización**

### **2.2.1 Variable**

- Variable Independiente: Gestión de compras

### **2.2.2 Operacionalización de la variable**

Dentro de la variable independiente de gestión de compras, podemos encontrar las adquisiciones tecnológicas y de servicios, los mismos que derivan de las compras del software como del hardware.

### 2.2.3 Matriz de Operacionalización de las variables

Tabla 1

*Matriz de variable de la investigación*

<b>Variab</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Escala de Medición</b>
<b>Gestión de Compras</b>	En estos últimos tiempos, el proceso de adquisiciones ha pasado de ser tomado en cuenta una labor totalmente administrativa a ser catalogada por muchas compañías como un elemento muy importante para permanecer y optimizar la competitividad. ( Gadde & Håkansson,1994).	Para la medición de la variable de estudio de esta investigación se usó los diferentes niveles y escalas de medición. Cualitativa.	X <sub>1</sub> = Bienes Tecnológicos	X <sub>1.1</sub> = Compra de Software.  X <sub>1.2</sub> = Compra de Hardware.	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10  11-12-13-14-15-16-17-18-19-20	Ordinal El inventario estuvo compuesto por 20 reactivos de opción múltiple: Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5

## **2.3 Población y Muestra**

### **2.3.1 Población**

“Todos los individuos en conjunto son parte de la población, objetos, procesos o sucesos homogéneos que constituyen el objeto de interés. La población se relaciona directamente con el campo de investigación” (Morález, 2006:16).

Según Arias (2012) se conoce población finita a una agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Así mismo, existe un registro documental de dichas unidades. (p.16)

Asimismo, según Hernández (2003) las unidades de investigación son los sujetos "que van a ser medidos", por lo cual en el presente proyecto estas unidades estarán divididas en 02 grupos, de acuerdo a cada una de las variables presentadas. (p.13)

Las unidades de análisis que se utilizaron en la presente investigación, corresponden a la variable independiente, que son inanimadas y corresponden a los registros de compras y su número fue 20.

### **2.3.2 Muestra**

De Barrera (2008), expresó que:

Un muestreo no hace falta cuando:

- La población es conocida y se puede identificar a cada uno de sus integrantes (...)
- La población, además de ser conocida es accesible, es decir, es posible ubicar a todos los miembros (...)
- La población es relativamente pequeña, de modo que puede ser abarcada en el tiempo y con los recursos del investigador. (p. 142)

Por lo tanto, en el presente estudio se hizo uso del muestreo no probabilístico por conveniencia sobre el cual John W. Creswell (2008) lo define “como un procedimiento de muestreo cuantitativo en el que el investigador selecciona a los participantes, ya que están dispuestos y disponibles para ser estudiados” (p.07).

James McMillan y Sally Schumacher (2001) definen “el muestreo por conveniencia como un método no probabilístico de seleccionar sujetos que están accesible o disponibles” (p.11).

Por lo tanto, en la presenta investigación se hizo uso del total de la población, es decir, 20 reportes de compras.

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

### **2.4.1 Técnica**

Para Hurtado (2010) “la recolección de datos son técnicas en la que se relacionan con los procedimientos utilizados para la obtención de los mismos pudiendo ser estas de observación, documental, encuestas y técnicas de sociometrías, entre otras”.

Asimismo, según Rubio, M. (2005) “El estudio documental es un trabajo mediante el cual por un proceso estudiado extraemos unas nociones del documento para representarlo y facilitar el acceso a los originales. Analizar, por tanto, es derivar de un documento el conjunto de palabras y símbolos que le sirvan de representación”

En la presenta investigación se utilizó la técnica de análisis documental.

### **2.4.2 Instrumento**

Según Hurtado (2010) “la herramienta especifica que constituye los instrumentos específicos con la que se obtendrá, clasificará y codificarán la información, pudiendo estos estar normalizados incluso prediseñados, incluso de ser necesario el investigador puede elaborar su propio instrumento”.

El instrumento que se utilizo fue la guía de análisis documental.

### **2.4.3 Validez**

Según Rusque M. (2003) “la validez representa la posibilidad de que un método de investigación sea capaz de responder a las interrogantes formuladas. La fiabilidad designa la capacidad de obtener los mismos resultados de diferentes situaciones”.

De acuerdo a Ecurra (1988), la fórmula del Coeficiente de Validez de Aiken (V) es la siguiente:



### Fórmula:

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

### Siendo:

**S** = La sumatoria de si

**S<sub>i</sub>** = Valor asignado por el juez i,

**n** = Número de jueces

**c** = Número de valores de la escala de valoración (dos para este caso)

Tabla 2

*Validación del instrumento por jueces expertos*

N°	JUECES EXPERTOS	VARIABLE
1	MG. Vásquez Ramírez, M. Maribel	100%
2	DR. Illa Sihuincha, Godofredo	100%

#### 2.4.4 Confiabilidad

Díaz et al. (2003, p. 7) sostiene que “que se considera fiable a un instrumento le si las medidas que se obtienen a partir de él no contienen errores o los errores son suficientemente pequeños”.

“El Coeficiente Alfa de Cronbach, requiere una sola administración del instrumento de medición y produce valores que oscilan entre 0 y 1. Su ventaja reside en que no es necesario dividir en dos mitades a los ítems del instrumento de medición, simplemente se aplica la medición y se calcula el coeficiente” (Hernández et al., 2003c d).

Como criterio general, George y Mallery (2003, p.231) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de cronbach.

Coeficiente alfa > 9 es excelente

Coeficiente alfa > 8 es bueno

Coeficiente alfa > 7 es aceptable  
Coeficiente alfa > 6 es cuestionable  
Coeficiente alfa > 5 es pobre  
Coeficiente alfa < 5 es inaceptable

**Fórmula:**

$$\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right]$$

**Siendo:**

- $S_i^2$  = es la varianza del ítem i,
- $S_t^2$  = es la varianza de los valores totales observados y
- $k$  = es el número de preguntas o ítems.

## 2.5 Método de análisis de datos

El análisis de la información recogida en el trabajo de campo y su posterior procesamiento, se realizó haciendo uso de una de las ramas de la estadística, en este caso la estadística descriptiva.

### 2.5.4 Estadística Descriptiva

Para la investigación se tomó información y datos en forma gráfica y tabular, los que servirán para analizar las distintas frecuencias de control, una de ellas datos cuantitativos, (Bisquerra, 1989).

## 2.6 Aspectos éticos:

Como administradores debemos fomentar las buenas relaciones interpersonales, en aras de promover un desarrollo social más armónico.

Es así que el presente proyecto se desarrolló respetando los más altos grados de honestidad y confiabilidad en los datos presentados, así como también preservaremos la confidencialidad del personal que nos apoyó en la obtención de la información.

Es nuestro deseo ejercer la profesión y las funciones que de ella procedan, con total y absoluta responsabilidad social y ambiental, así como con decoro, dignidad e integridad por encima de nuestros intereses personales y de las empresas.

### III. RESULTADOS

#### 3.1 Resultado de la validez

Tabla 3

*Validez basado en el contenido a través de la V de Aiken*

N° Items		□	DE	V Aiken
ITEM 1	<i>Relevancia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Pertinencia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Claridad</i>	3.5	0.71	0.83
ITEM 2	<i>Relevancia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Pertinencia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Claridad</i>	4	0.00	1.00
ITEM 3	<i>Relevancia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Pertinencia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Claridad</i>	4	0.00	1.00
ITEM 4	<i>Relevancia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Pertinencia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Claridad</i>	4	0.00	1.00
ITEM 5	<i>Relevancia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Pertinencia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Claridad</i>	4	0.00	1.00
ITEM 6	<i>Relevancia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Pertinencia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Claridad</i>	4	0.00	1.00
ITEM 7	<i>Relevancia</i>	3.5	0.71	0.83
	<i>Pertinencia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Claridad</i>	3.5	0.71	0.83
ITEM 8	<i>Relevancia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Pertinencia</i>	3.5	0.71	0.83
	<i>Claridad</i>	4	0.00	1.00
ITEM 9	<i>Relevancia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Pertinencia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Claridad</i>	4	0.00	1.00
ITEM 10	<i>Relevancia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Pertinencia</i>	3.5	0.71	0.83

	<i>Claridad</i>	4	0.00	1.00
ITEM 11	<i>Relevancia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Pertinencia</i>	3.5	0.71	0.83
	<i>Claridad</i>	4	0.00	1.00
ITEM 12	<i>Relevancia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Pertinencia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Claridad</i>	4	0.00	1.00
ITEM 13	<i>Relevancia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Pertinencia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Claridad</i>	4	0.00	1.00
ITEM 14	<i>Relevancia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Pertinencia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Claridad</i>	4	0.00	1.00
ITEM 15	<i>Relevancia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Pertinencia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Claridad</i>	4	0.00	1.00
ITEM 16	<i>Relevancia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Pertinencia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Claridad</i>	4	0.00	1.00
ITEM 17	<i>Relevancia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Pertinencia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Claridad</i>	4	0.00	1.00
ITEM 18	<i>Relevancia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Pertinencia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Claridad</i>	4	0.00	1.00
ITEM 19	<i>Relevancia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Pertinencia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Claridad</i>	4	0.00	1.00
ITEM 20	<i>Relevancia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Pertinencia</i>	4	0.00	1.00
	<i>Claridad</i>	4	0.00	1.00

**Interpretación:** Se observa en la tabla que las evaluaciones realizadas a cada reactivo del instrumento por parte de cada uno de los jueces, tiene mínima variación entre ellas y en la mayoría de los casos la variación es nula, determinando que dichos valores

están cerca de 1.00 o tienen como valor máximo a 1.00, haciendo que el instrumento tenga una excelente y perfecta validez (0.70 – 0.99 excelente validez, 1.00 perfecta validez).

### 3.2 Resultado de la confiabilidad

Tabla 4

*Escala: ALL VARIABLES*

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	2	100,0
	Excluidos	0	,0
	Total	2	100,0

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

Tabla 5

*Resultado de la confiabilidad*

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,761	20

**Interpretación:** El coeficiente del Alfa de Cronbach que corresponde a ese instrumento de medición u observación de la variable en estudio, el cual está conformado por 20 preguntas politómicas es de 0.761 con lo que su fiabilidad se puede considerar muy buena o bastante aceptable.

### 3.3 Estadística descriptiva

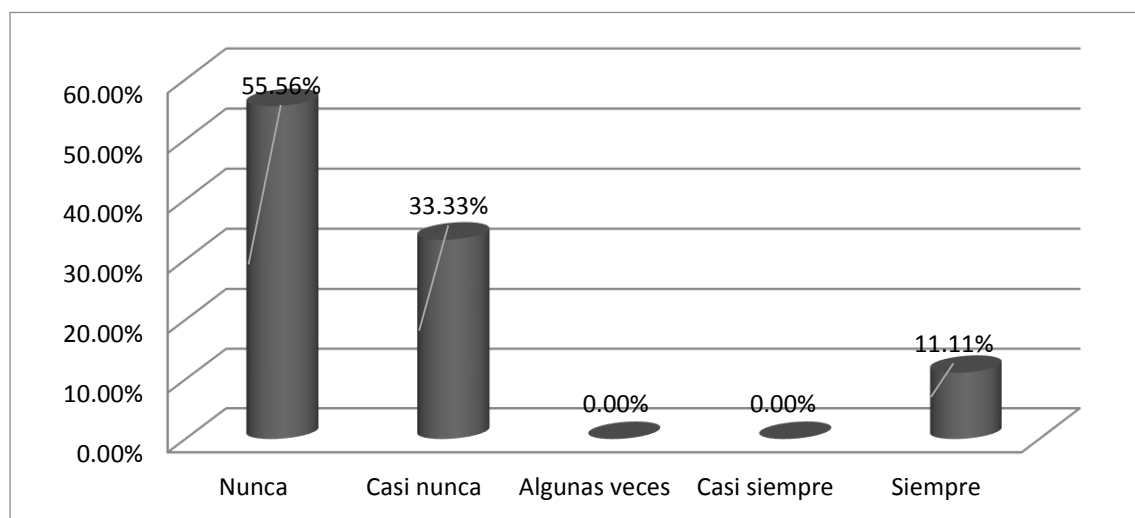
#### 3.3.1.1 Medición de la variable 1= Bienes Tecnológicos

Tabla 6:

1.- ¿Con qué frecuencia se compra el Antivirus McAfee?

	fi	%
<b>Nunca</b>	5	55.56%
<b>Casi nunca</b>	3	33.33%
<b>Algunas veces</b>	0	0.00%
<b>Casi siempre</b>	0	0.00%
<b>Siempre</b>	1	11.11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Bienes tecnológicos*



**Figura 1: Bienes tecnológicos**

**Interpretación:** Del 100% de los reportes de compras, en el 55.56% se observa que nunca se compra Antivirus McAfee, así mismo se señala en el 33.33% casi nunca, y en el 11.11% se determina que siempre.

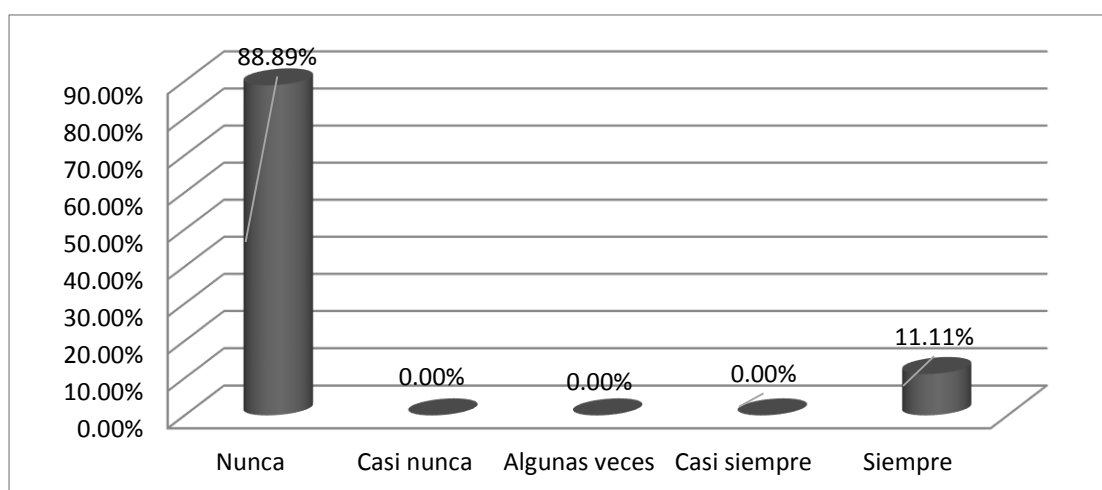


Tabla 7

2.- ¿Con qué frecuencia se compra el software Aranda Asst?

	fi	%
<b>Nunca</b>	8	88.89%
<b>Casi nunca</b>	0	0.00%
<b>Algunas veces</b>	0	0.00%
<b>Casi siempre</b>	0	0.00%
<b>Siempre</b>	1	11.11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Bienes tecnológicos*



*Figura 2: Bienes tecnológicos*

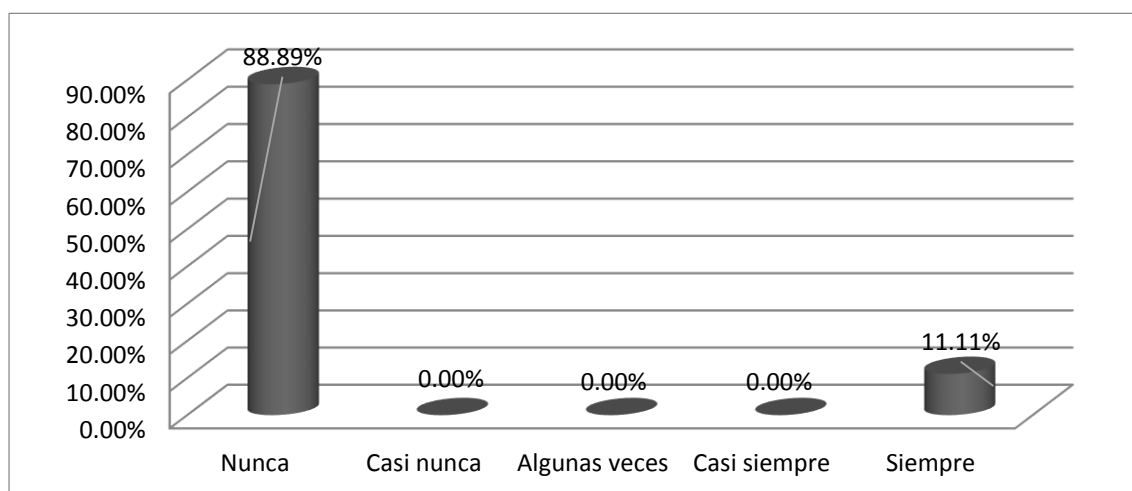
**Interpretación:** Del 100% de los reportes de compras, en el 88.89% se observa que nunca se compra software Aranda Asst, y en el 11.11% se determina que siempre.

Tabla 8

3.- ¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Office Standard?

	fi	%
<b>Nunca</b>	8	88.89%
<b>Casi nunca</b>	0	0.00%
<b>Algunas veces</b>	0	0.00%
<b>Casi siempre</b>	0	0.00%
<b>Siempre</b>	1	11.11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Bienes tecnológicos*



*Figura 3: Bienes tecnológicos*

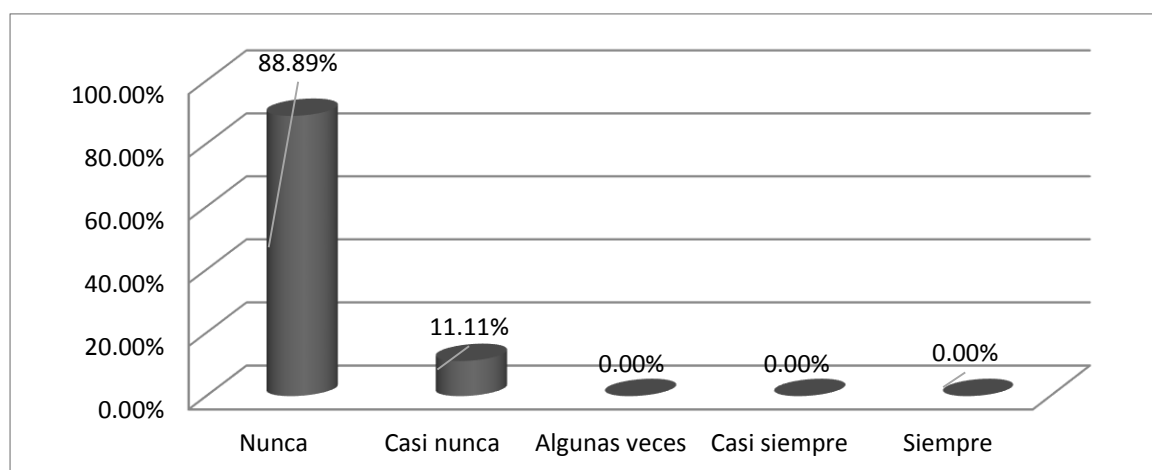
**Interpretación:** Del 100% de los reportes de compras, en el 88.89% se observa que nunca se compra Licencia Office Standard, y en el 11.11% se determina que siempre.

Tabla 9

4.- ¿Con qué frecuencia se compra el software Licencia Control M?

	fi	%
<b>Nunca</b>	8	88.89%
<b>Casi nunca</b>	1	11.11%
<b>Algunas veces</b>	0	0.00%
<b>Casi siempre</b>	0	0.00%
<b>Siempre</b>	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

**Nota: Bienes tecnológicos**



**Figura 4: Bienes tecnológicos**

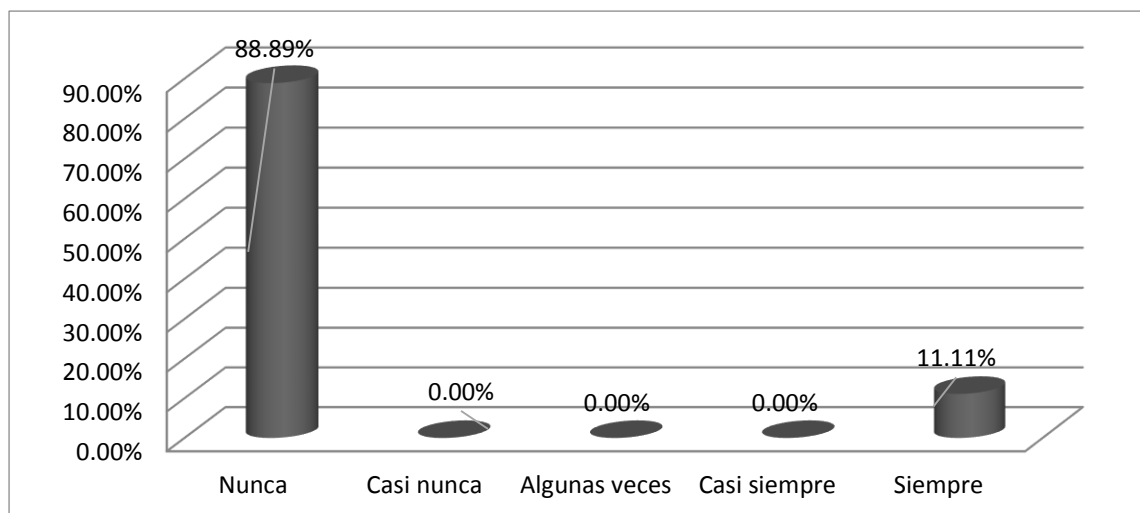
**Interpretación:** Del 100% de los reportes de compras, en el 88.89% se observa que nunca se compra software Licencia Control M, y en el 11.11% se determina que casi nunca.

Tabla 10

5.- ¿Con qué frecuencia se compra el software Licencia Esb Bus?

	fi	%
<b>Nunca</b>	8	88.89%
<b>Casi nunca</b>	0	0.00%
<b>Algunas veces</b>	0	0.00%
<b>Casi siempre</b>	0	0.00%
<b>Siempre</b>	1	11.11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Bienes tecnológicos*



*Figura 5: Bienes tecnológicos*

**Interpretación:** Del 100% de los reportes de compras, en el 88.89% se observa que nunca se compra software Licencia Esb Bus, y en el 11.11% se determina que siempre.

Tabla 11

6.- ¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Office Professional?

	fi	%
<b>Nunca</b>	8	88.89%
<b>Casi nunca</b>	1	11.11%
<b>Algunas veces</b>	0	0.00%
<b>Casi siempre</b>	0	0.00%
<b>Siempre</b>	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Bienes tecnológicos*

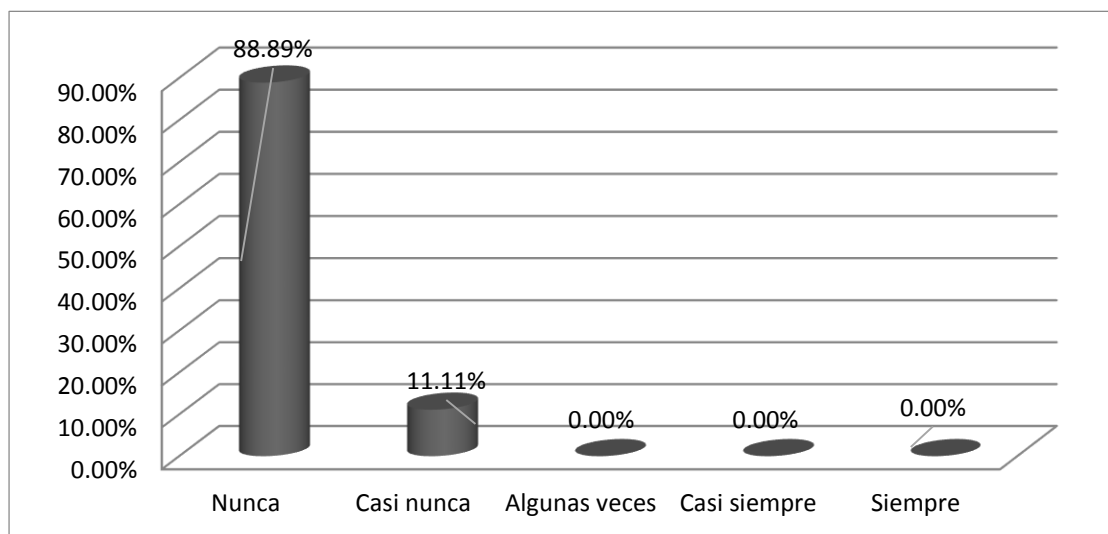


Figura 6: Bienes tecnológicos

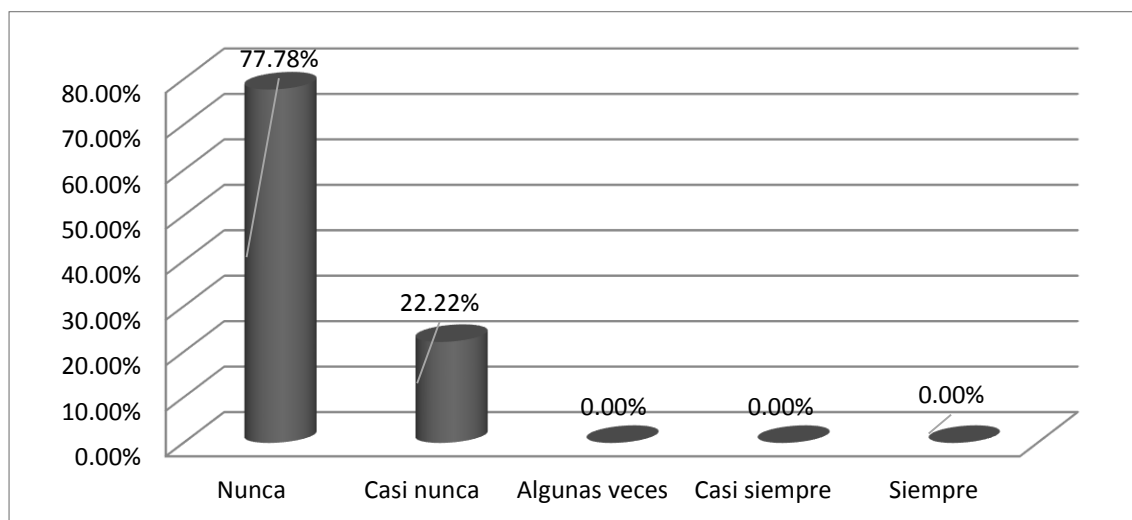
**Interpretación:** Del 100% de los reportes de compras, en el 88.89% se observa que nunca se compra Licencia Office Professional, y en el 11.11% se determina que casi nunca.

Tabla 12

7.- ¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Projet Microsoft?

	fi	%
<b>Nunca</b>	7	77.78%
<b>Casi nunca</b>	2	22.22%
<b>Algunas veces</b>	0	0.00%
<b>Casi siempre</b>	0	0.00%
<b>Siempre</b>	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Bienes tecnológicos*



**Figura 7: Bienes tecnológicos**

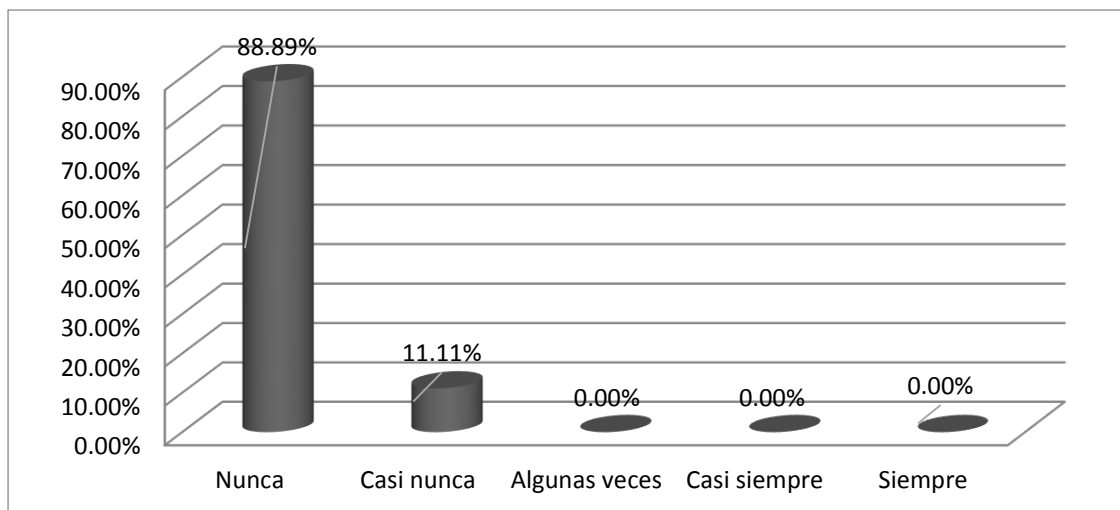
**Interpretación:** Del 100% de los reportes de compras, en el 77.78% se observa que nunca se compra Licencia Projet Microsoft, y en el 22.22% se determina que casi nunca.

Tabla 13

8.- ¿Con qué frecuencia se compra la Licencia SQL Windows Server?

	fi	%
<b>Nunca</b>	8	88.89%
<b>Casi nunca</b>	1	11.11%
<b>Algunas veces</b>	0	0.00%
<b>Casi siempre</b>	0	0.00%
<b>Siempre</b>	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Bienes tecnológicos*



*Figura 8: Bienes tecnológicos*

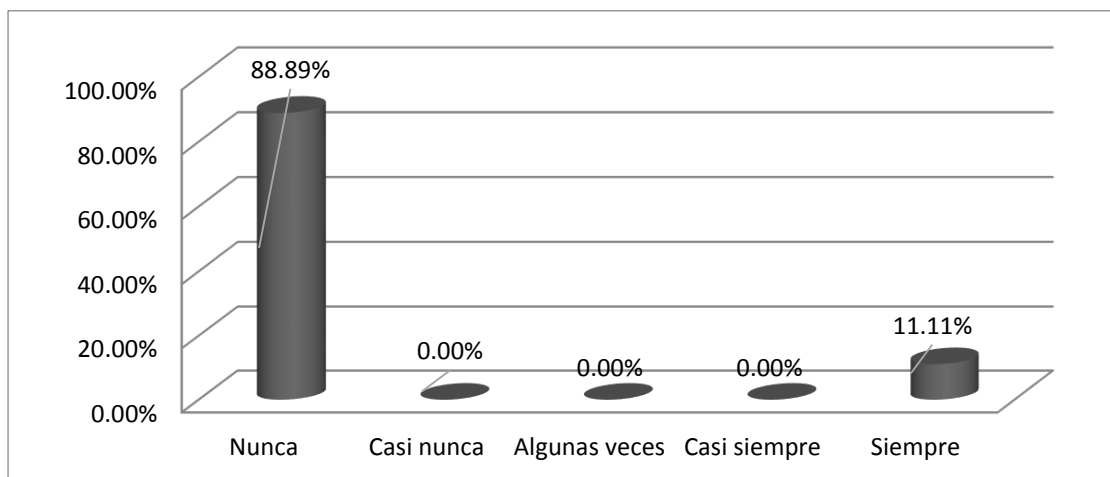
**Interpretación:** Del 100% de los reportes de compras, en el 88.89% se observa que nunca se compra Licencia SQL Windows Server, y en el 11.11% se determina que casi nunca.

Tabla 14

9.- ¿Con qué frecuencia se compran las Licencias Citrix Xendesktop?

	fi	%
<b>Nunca</b>	8	88.89%
<b>Casi nunca</b>	0	0.00%
<b>Algunas veces</b>	0	0.00%
<b>Casi siempre</b>	0	0.00%
<b>Siempre</b>	1	11.11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Bienes tecnológicos*



*Figura 9: Bienes tecnológicos*

**Interpretación:** Del 100% de los reportes de compras, en el 88.89% se observa que nunca se compra Licencias Citrix Xendesktop, y en el 11.11% se determina que siempre.

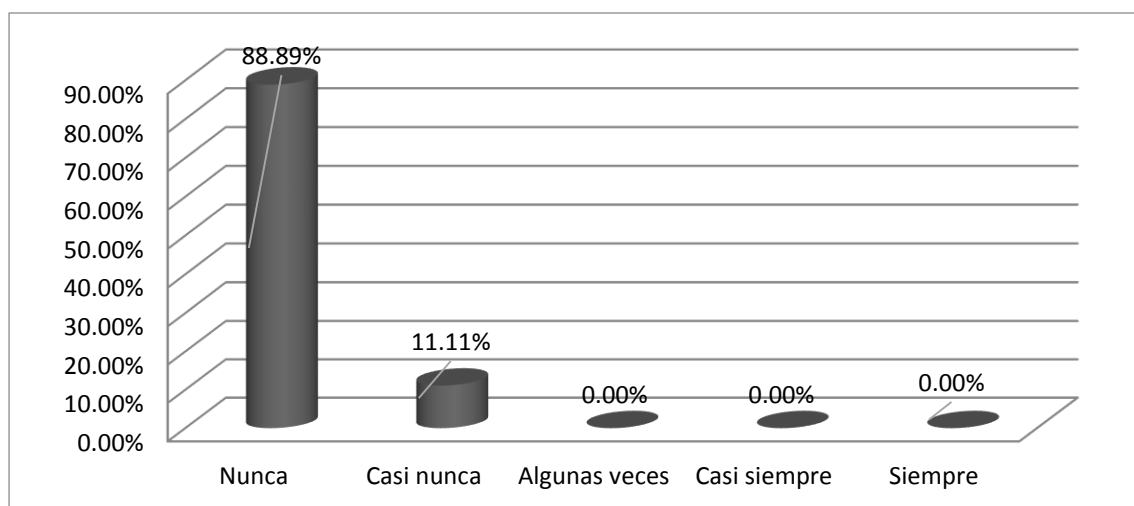


Tabla 15

10.- ¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Microsoft Visio?

	fi	%
<b>Nunca</b>	8	88.89%
<b>Casi nunca</b>	1	11.11%
<b>Algunas veces</b>	0	0.00%
<b>Casi siempre</b>	0	0.00%
<b>Siempre</b>	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Bienes tecnológicos*



*Figura 10: Bienes tecnológicos*

**Interpretación:** Del 100% de los reportes de compras, en el 88.89% se observa que nunca se compra Licencia Microsoft Visio, y en el 11.11% se determina que casi nunca.

Tabla 16

11,- ¿Con qué frecuencia se compra el 1Ong2018\_Galaxy Tab A7?

	fi	%
<b>Nunca</b>	8	88.89%
<b>Casi nunca</b>	1	11.11%
<b>Algunas veces</b>	0	0.00%
<b>Casi siempre</b>	0	0.00%
<b>Siempre</b>	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Bienes tecnológicos*

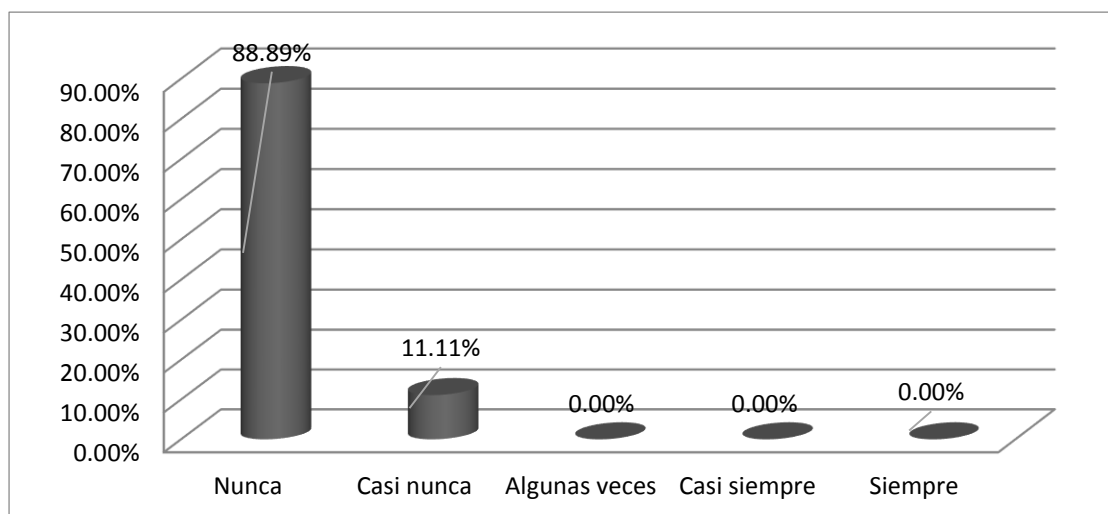


Figura 11: Bienes tecnológicos

**Interpretación:** Del 100% de los reportes de compras, en el 88.89% se observa que nunca se compra 1Ong2018\_Galaxy Tab A7, y en el 11.11% se determina que casi nunca.

Tabla 17

12,- ¿Con qué frecuencia se compra la Batería de Laptop?

	fi	%
<b>Nunca</b>	8	88.89%
<b>Casi nunca</b>	1	11.11%
<b>Algunas veces</b>	0	0.00%
<b>Casi siempre</b>	0	0.00%
<b>Siempre</b>	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Bienes tecnológicos*

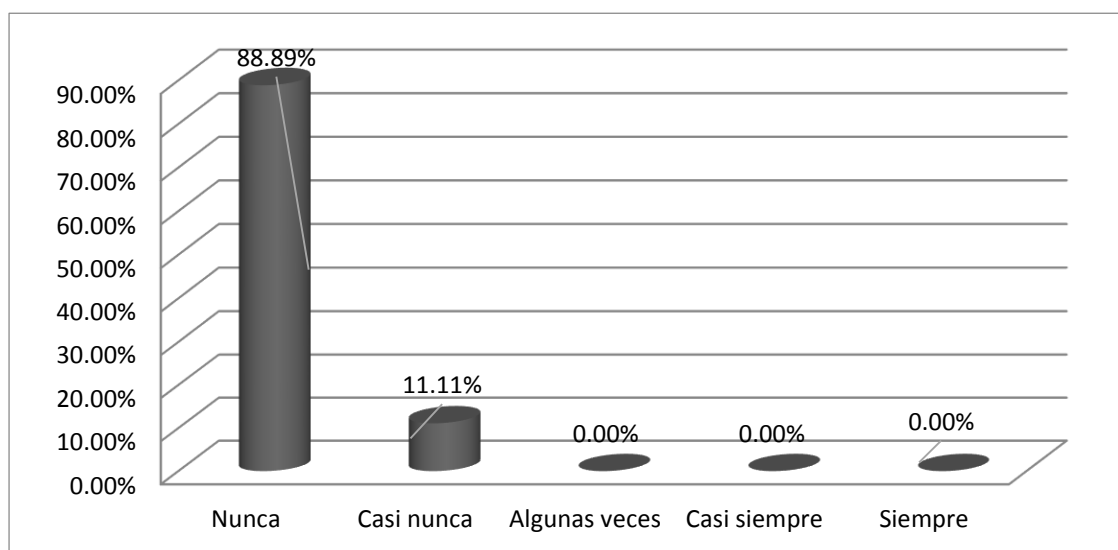


Figura 12: Bienes tecnológicos

**Interpretación:** Del 100% de los reportes de compras, en el 88.89% se observa que nunca se compra Batería de Laptop, y en el 11.11% se determina que casi nunca.

Tabla 18

13,- ¿Con qué frecuencia se compran las Desktop?

	fi	%
<b>Nunca</b>	3	33.33%
<b>Casi nunca</b>	3	33.33%
<b>Algunas veces</b>	1	11.11%
<b>Casi siempre</b>	1	11.11%
<b>Siempre</b>	1	11.11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Bienes tecnológicos*

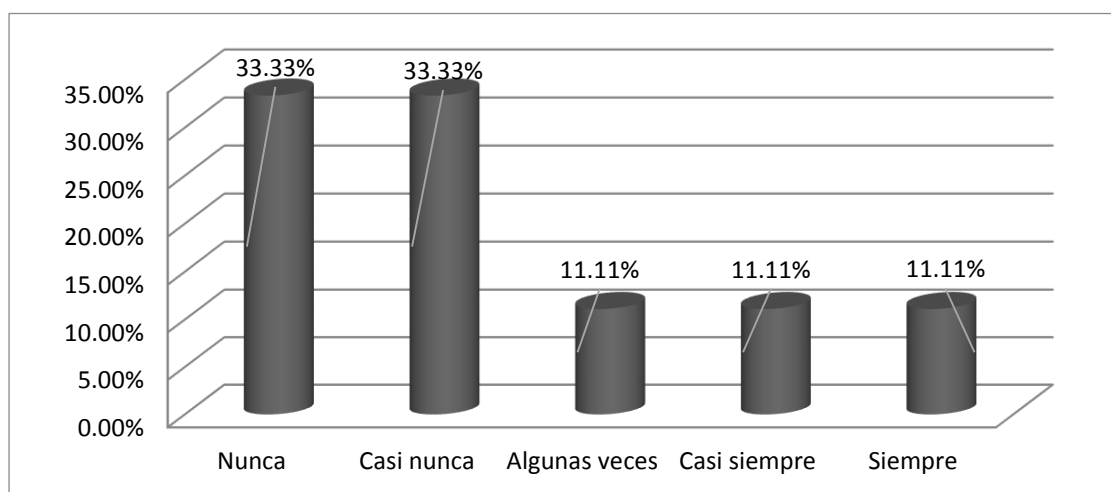


Figura 13: Bienes tecnológicos

**Interpretación:** Del 100% de los reportes de compras, en el 33.33% se observa que nunca se compra las Desktop, en el 33.33% se indica que casi nunca, en el 11.11% se demuestra que algunas veces, en el 11.11% se expresa que casi siempre, y en 11.11% se determina que siempre.

Tabla 19

14.- ¿Con qué frecuencia se compran los Disco Duro?

	fi	%
<b>Nunca</b>	6	66.67%
<b>Casi nunca</b>	3	33.33%
<b>Algunas veces</b>	0	0.00%
<b>Casi siempre</b>	0	0.00%
<b>Siempre</b>	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Bienes tecnológicos*

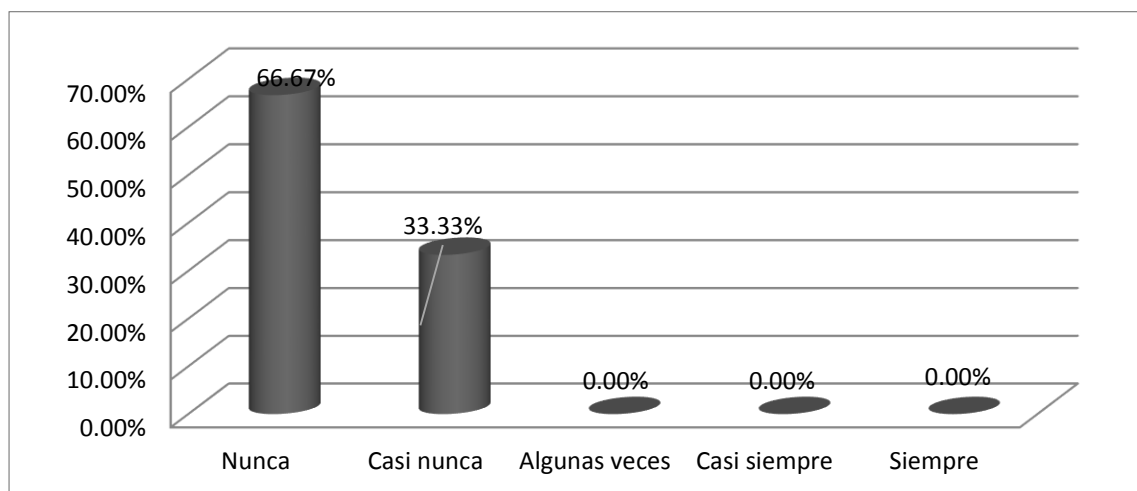


Figura 14: Bienes tecnológicos

**Interpretación:** Del 100% de los reportes de compras, en el 66.67% se observa que nunca se compra Disco Duro, y en el 33.33% se determina que casi nunca.

Tabla 20

15.- ¿Con qué frecuencia se compran las Impresoras?

	fi	%
<b>Nunca</b>	8	88.89%
<b>Casi nunca</b>	0	0.00%
<b>Algunas veces</b>	1	11.11%
<b>Casi siempre</b>	0	0.00%
<b>Siempre</b>	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Bienes tecnológicos*

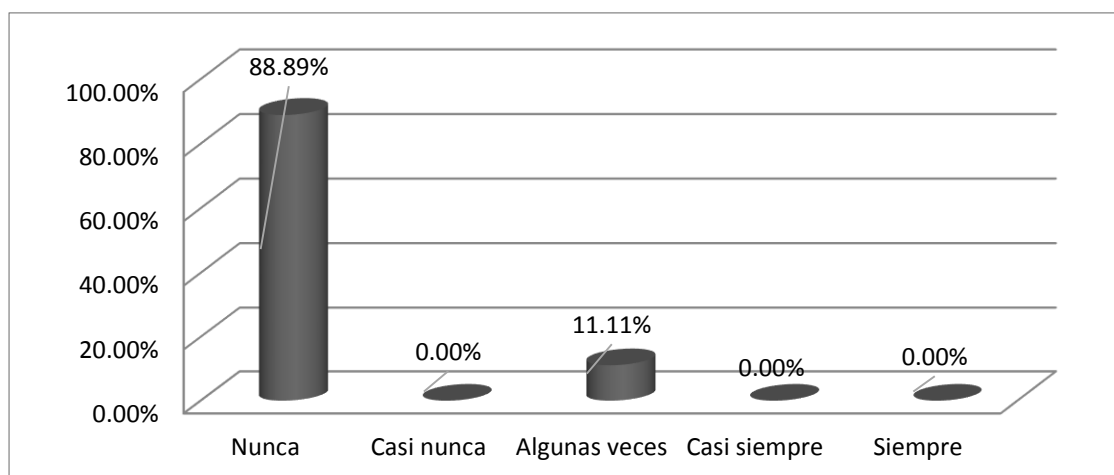


Figura 15: Bienes tecnológicos

**Interpretación:** Del 100% de los reportes de compras, en el 88.89% se observa que nunca se compran impresoras, y en el 11.11% se determina que algunas veces.

Tabla 21

16.- ¿Con qué frecuencia se compran las Laptop?

	fi	%
<b>Nunca</b>	0	0.00%
<b>Casi nunca</b>	5	55.56%
<b>Algunas veces</b>	3	33.33%
<b>Casi siempre</b>	0	0.00%
<b>Siempre</b>	1	11.11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Bienes tecnológicos*

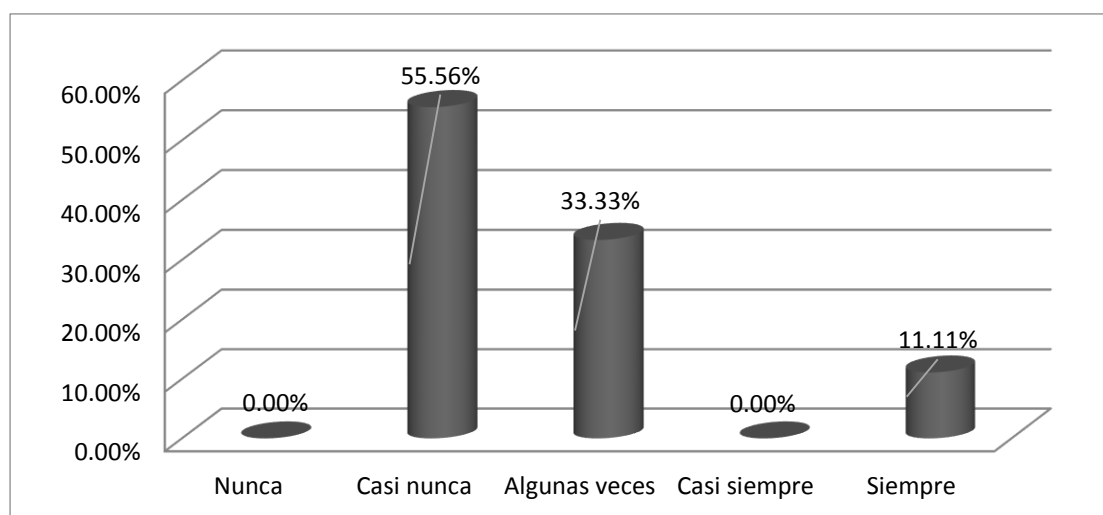


Figura 16: Bienes tecnológicos

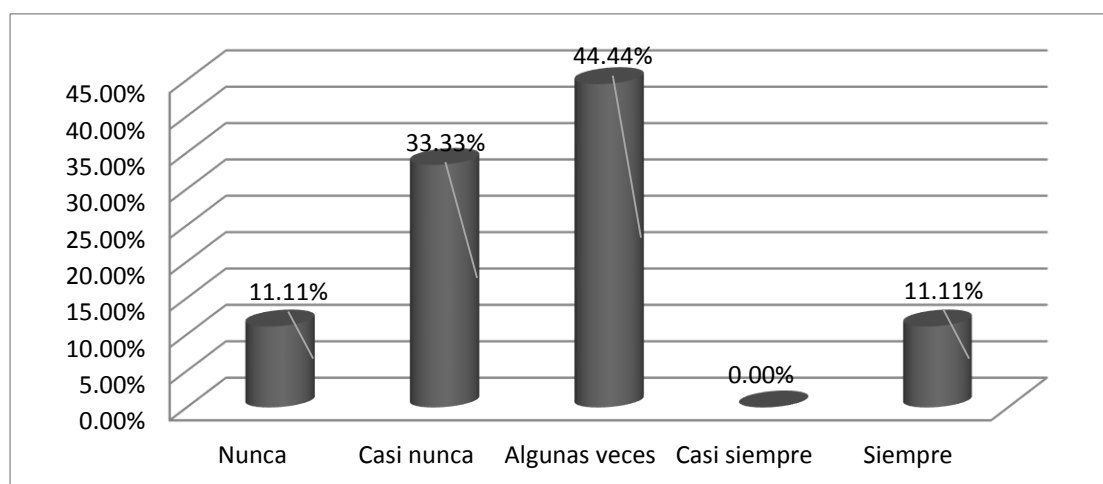
**Interpretación:** Del 100% de los reportes de compras, en el 55.56% se observa que nunca se compra Laptop, en el 33.33% se muestra que algunas veces, y en el 11.11% se determina que siempre.

Tabla 22

17.- ¿Con qué frecuencia se compran las Notebook?

	fi	%
<b>Nunca</b>	1	11.11%
<b>Casi nunca</b>	3	33.33%
<b>Algunas veces</b>	4	44.44%
<b>Casi siempre</b>	0	0.00%
<b>Siempre</b>	1	11.11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Bienes tecnológicos*



*Figura 17: Bienes tecnológicos*

**Interpretación:** Del 100% de los reportes de compras, en el 11.11% se observa que nunca se compra Notebook, en el 33.33% se indica que casi nunca, en el 11.11% se demuestra que algunas veces, y en el 11.11% se determina que siempre.

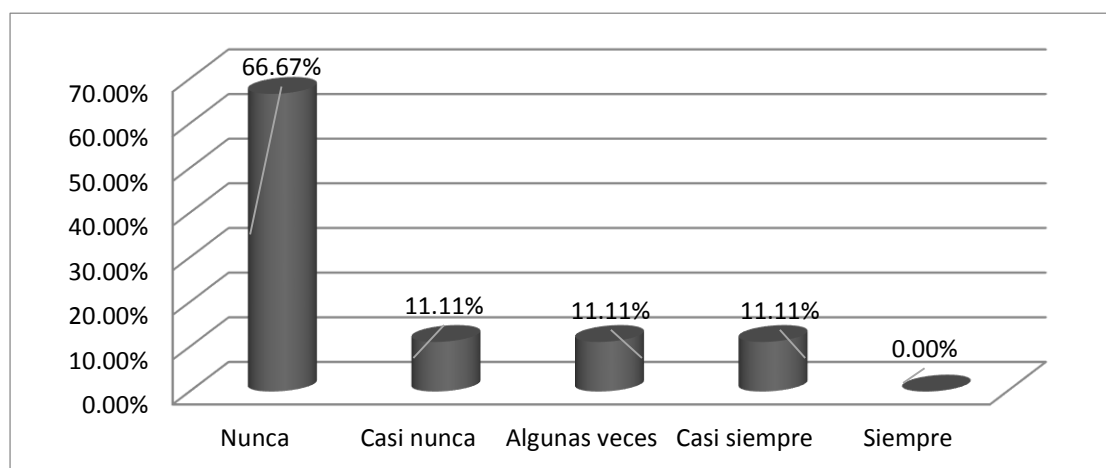


Tabla 23

18.- ¿Con qué frecuencia se realizan las compras tecnológicas de Aplicación Mobile?

	fi	%
<b>Nunca</b>	6	66.67%
<b>Casi nunca</b>	1	11.11%
<b>Algunas veces</b>	1	11.11%
<b>Casi siempre</b>	1	11.11%
<b>Siempre</b>	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Bienes tecnológicos*



*Figura 18: Bienes tecnológicos*

**Interpretación:** Del 100% de los reportes de compras, en el 66.67% se observa que nunca se compra Aplicación Mobile, en el 11.11% se indica que casi nunca, en el 11.11% se demuestra que algunas veces, y en el 11.11% se determina que casi siempre.

Tabla 24

19.- ¿Con qué frecuencia se realizan las compras tecnológicas Linux RHEL 7,3?

	fi	%
<b>Nunca</b>	5	55.56%
<b>Casi nunca</b>	1	11.11%
<b>Algunas veces</b>	1	11.11%
<b>Casi siempre</b>	1	11.11%
<b>Siempre</b>	1	11.11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Bienes tecnológicos*

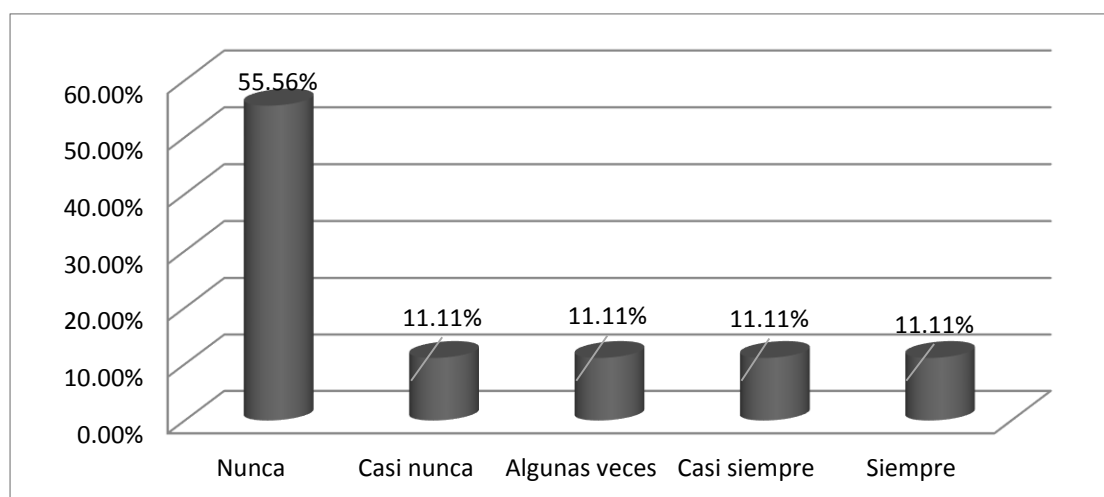


Figura 19: Bienes tecnológicos

**Interpretación:** Del 100% de los reportes de compras, en el 55.56% se observa que nunca se compra Linux RHEL 7,3, en el 11.11% se indica que casi nunca, en el 11.11% se demuestra que algunas veces, en el 11.11% se expresa que casi siempre, y en 11.11% se determina que siempre.

Tabla 25

20.- ¿Con qué frecuencia se realizan las compras tecnológicas SSL Plus?

	fi	%
<b>Nunca</b>	8	88.89%
<b>Casi nunca</b>	1	11.11%
<b>Algunas veces</b>	0	0.00%
<b>Casi siempre</b>	0	0.00%
<b>Siempre</b>	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Bienes tecnológicos*

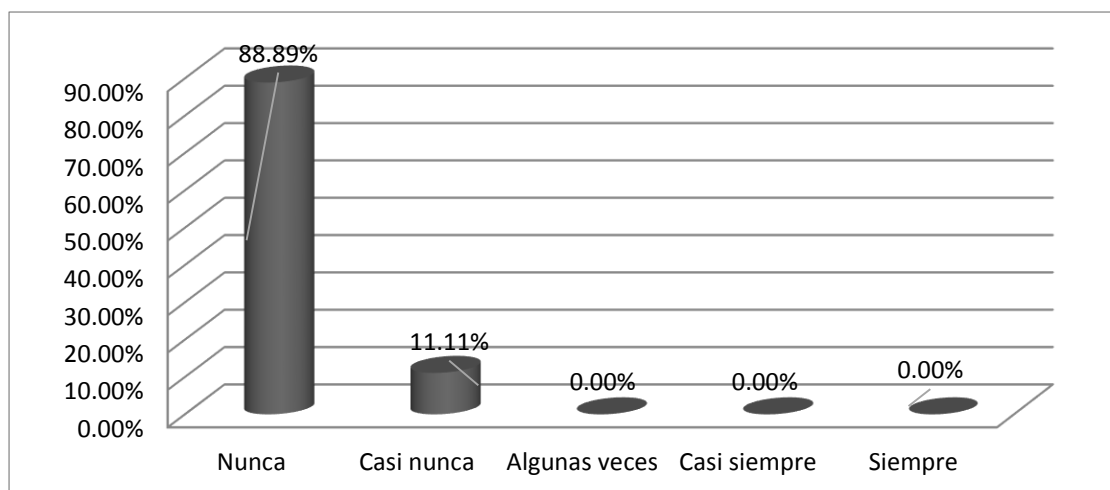


Figura 20: Bienes tecnológicos

**Interpretación:** Del 100% de los reportes de compras, en el 88.89% se observa que nunca se compran SSL Plus, y en el 11.11% se determina.

#### IV. DISCUSIÓN

El trabajo de investigación tuvo como objetivo describir la gestión de compras de bienes tecnológicos en el Banco Ripley San Isidro, 2018. Así mismo se investiga describir la dimensión de la variable gestión de compras (bienes tecnológicos).

La guía de análisis documental fue elaborada para las particularidades de la empresa Banco Ripley S.A., posteriormente se validó con dos expertos con una calificación para la validez de 1.00% y luego de una prueba se calculó la confiabilidad con Alfa de Cronbach de 0.761 para la guía de análisis de gestión de compras.

Analizando los resultados de las dimensiones Gestión de Compras de Software y Gestión de Compras de Hardware, se evidencia que, la compra de Licencia Office Professional y la compra de 1Ong2018\_Galaxy Tab A7 con 11.11% como porcentaje con mayor adquisición, se concluye que las compras son poco frecuentes.

Asimismo, los resultados de la compra de Licencia Projet Microsoft con un 22.22% y la adquisición de Batería de Laptop con un 11.11% como porcentajes más altos en la compra de ambos, se determina que es poco frecuente.

En cuanto a los resultados de la compra de Licencia Sql Windows Server con 11.11% como porcentaje más alto, es poco frecuente, en comparación a la compra de Desktop con 11.11% que en este caso es muy frecuente,

También se puede observar que, la compra de Licencias Citrix XenDesktop con 11.11% siendo el porcentaje más alto en la compra de este software, se considera como poco frecuente, a diferencia de la compra de Disco Duro con 33.33% considerado también como poco frecuente.

Es oportuno mencionar que la compra de Licencia Microsoft Visio y la compra de Impresoras con un 11.11% como porcentaje más elevado de adquisición en ambos, es considerado poco frecuente.

Con respecto a las compras del software Antivirus McAfee, se visualiza que en un porcentaje de 11,11% se realizó en el mes de marzo 2018, mientras que las adquisiciones las Laptop se realizaron en mayor porcentaje de 55.56% en el mes de febrero 2018.

Por su parte, las compras del software Aranda Asst se realizaron con mayor frecuencia en un 11.11%, entre tanto las adquisiciones de Notebook se realizaron de

manera regular en 44.44%, con lo que se denota una mayor incidencia de las adquisiciones de éste último.

Se observa también que los resultados de las compras de Licencia Office Standard indican que en un 11.11% se realizaron en el mes de setiembre 2018, mientras que las compras de Aplicación Mobile también en un 11.11% se realizaron en febrero y setiembre 2018 respectivamente.

Asimismo, los resultados de las compras de Licencia Control M con un 11.11% se determina que es poco frecuente, en comparación a las compras de Linux RHEL 7,3 que tiene mayor regularidad en el periodo estudiado, teniendo un 11.11% en 4 de las 5 mediciones de frecuencia.

Finalmente, se reveló que las compras de Licencia Esb Bus se realizaron en un 11.11% en julio 2018, mientras que las compras del software SSL Plus con el mismo porcentaje de 11.11%, fueron realizadas en el mes de setiembre 2018, ambas con poca frecuencia en el periodo del estudio.

## **V. CONCLUSIONES**

Los resultados de esta presente investigación, es en base a la información recopilada de los reportes de compras de la empresa Banco Ripley S.A., en San Isidro 2018, se obtienen las siguientes conclusiones:

En el presente estudio de investigación se ha determinado que la gestión de compras de bienes tecnológicos de acorde con los indicadores, en su gran mayoría las adquisiciones son poco frecuentes. No obstante, las adquisiciones de estos bienes soy muy importante para las operaciones de Banco Ripley

Se identificó que el indicador software es la compra más recurrente, con un 11.11% en su mayoría según los reportes de compras analizados de Banco Ripley. Se da a conocer que los bienes tecnológicos de esta categoría son muy relevantes para las operaciones del Banco Ripley

Se reconoció que las operaciones de Banco Ripley sin estas herramientas tecnológicas no podrían funcionar, por lo cual es claro que, el Banco Ripley tiene que estar la vanguardia en cuanto a la adquisición de nuevas tecnologías que le permita tener competitividad.

## **VI. RECOMENDACIONES**

En la Gestión de compras de bienes tecnológicos del Banco Ripley San Isidro 2018, se ha tenido a bien realizar las siguientes recomendaciones:

Si bien es cierto que se ha determinado que en su mayoría las adquisiciones tecnológicas en el periodo estudiado de enero a setiembre 2018 son poco frecuentes, se recomienda tener en consideración los requerimientos de las diferentes áreas del Banco Ripley, ya que solo de esta manera se podrá satisfacer sus necesidades de recursos tecnológicos.

La relevancia en las operaciones del Banco Ripley tiene que ir acorde a las adquisiciones de tecnología, por lo que recomendamos mantener un stock adecuado del inventario de hardware para tener siempre una reposición inmediata de los dispositivos que puedan dañarse y no afectar la operatividad.

La tecnología en el Banco Ripley siempre tiene que estar al nivel de la competencia, por lo que finalmente recomendamos que no solo se tenga una frecuencia adecuada en la adquisición de hardware de calidad, sino también un adecuado control en la frecuencia de adquisición de software y utilitarios que permitan estar al día en la vigencia en las licencias y poder descargar las actualizaciones necesarias para el buen desempeño de las labores en las diferentes áreas.

## Referencias Bibliográficas

Altuve, S., & Rivas, A. (1998). *Metodología de la Investigación. Módulo Instruccional III*. Caracas: Universidad Experimental Simón Rodríguez, 231.

Anaya Michelena, C.A., Barcena Navarro, A.R., Zagastizabal Cahuin, K.R. (2017). *Gestión de compras empresariales a partir del modelo de abastecimiento estratégico. Estudio de la inteligencia del mercado para el producto “plancha metálica” de una empresa de carrocería*. Lima.

Anaya, M., Navarro, B., & Cahuin, Z. (2017). *Gestión de compras empresariales a partir del modelo de abastecimiento estratégico. Estudio de la inteligencia del mercado para el producto “plancha metálica” de una empresa de carrocería*. Lima: PUCP.

Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación*. Caracas: Episteme.

Azubadin. (2010). *Control interno del proceso de compras y su incidencia en la productividad de la empresa Comercial Yucailla Ltda*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.

Becerra Miñano, W. J., & Vilca Quispe, E. A. (2016). *Propuesta de desarrollo de lean manufacturing en la reducción de costos por reprocesos en el área de pintado de la empresa factoría Bruce S. A*. Lima.

Calimeri, M. (2002). *Las Compras*. Barcelona: Hispano Europea.

Cano, S. (2015). *Modelo de gestión para Compras de materiales de un proyecto multifamiliar en la ciudad de Quito*. Quito: Universidad Central de Ecuador.

Espino Acevedo, E. J. (2016). *IMPLEMENTACIÓN DE MEJORA EN LA GESTIÓN COMPRAS PARA INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD EN UN CONCESIONARIO DE ALIMENTOS*. Lima.

Falconi, V. (22 de Febrero de 2017). *REDUCCIÓN DE COSTOS*. Obtenido de Super Varejo: <http://www.supervarejo.com.br/reducao-de-custos/>

Fernández, B. (05 de Marzo de 2011). *El Economista*. Obtenido de Las empresas toman medidas para reducir sus costes un 20%: <http://www.economista.es/gestion->



empresarial/noticias/2873911/03/11/Las-empresas-toman-medidas-para-reducir-sus-costes-un-20.html

Gadde, L.-E., & Håkansson, H. (1994). *The changing role of purchasing: reconsidering three strategic issues*. European Journal of Purchasing & Supply Management.

González Benito, J. (Diciembre de 2006). *redalyc*. Obtenido de Efectos competitivos de la integración estratégica de la gestión de compras.: <http://www.redalyc.org/pdf/433/43301202.pdf>

Kirby, C., & Brosa, N. (2011). *La logística como factor de competitividad de las Pymes en las Américas*. Santo Domingo: Banco Interamericano de Desarrollo.

Melgar, R., & Antonio. (2017). *La Gestión de Compras para mejorar la calidad de servicio en la empresa Segem S.A.C., Lima, 2017*. Lima: UCV.

Mora García, L. A. (2009). *Indicadores de la gestión logística*. Bogotá: Ecoediciones.

Moráguez, A. (2006). *¿Cómo seleccionar el tamaño de una muestra para una investigación en educación*.

Negrete Reyes, J. M., & Valverde Servat, H. M. (2016). *PROPUESTA DE REDUCCIÓN DEL TIEMPO Y COSTOS PARA MEJORAR NIVEL DE SERVICIO EN UNA CADENA DE SUMINISTROS ETO*. Lima.

Pérez Villa, P. E., & Múnica Vásquez, F. (2007). *Reflexiones para implementar un sistema de gestión de calidad (ISO 9001: 2000) en cooperativas y empresas de economía solidaria*. Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia.

Rueda Blanco, L. C. (2008). *Aplicación de la metodología Seis Sigma y Lean Manufacturing para la reducción de costos, en la producción de jeringas hipodérmicas desechables*. Mexico.

Salleira, J., & Castañon, R. (2016). *Gestion Tecnologica: Conceptos y Practicas*. Madrid.

Villalobos, C. (2013). *Propuesta de modelo de gestión del proceso de compras internacionales en astilleros. Caso: COTECMAR*. Cartagena: Universidad Tecnológica de Bolívar.

## ANEXO

### 1. INSTRUMENTO

La presente guía de análisis documental, busca recolectar información relacionada con el siguiente tema: “GESTION DE COMPRAS DE BIENES TECNOLOGICOS DEL BANCO RIPLEY SAN ISIDRO, 2018” sobre este particular a continuación marcando con un aspa (X) se presentarán las alternativas que se consideren correctas. Esta técnica es anónima, los datos a recaudar serán de gran interés y utilidad para nuestro Proyecto de Investigación.

<b>Indicador: Compra de Software</b>	<b>Nunca</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>Algunas veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>
¿Con qué frecuencia se compra el Antivirus McAfee?					
¿Con qué frecuencia se compra el software Aranda Asst?					
¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Office Standard?					
¿Con qué frecuencia se compra el software Licencia Control M?					
¿Con qué frecuencia se compra el software Licencia Esb Bus?					
¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Office Professional?					
¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Projet Microsoft?					
¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Sql Windows Server?					
¿Con qué frecuencia se compran las Licencias Citrix Xendesktop?					
¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Microsoft Visio?					

<b>Indicador: Compra de Hardware</b>	<b>Nunca</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>Algunas veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>
¿Con qué frecuencia se compra el 1Ong2018_Galaxy Tab A7?					
¿Con qué frecuencia se compra la Bateria De Laptop?					
¿Con qué frecuencia se compran las Desktop?					
¿Con qué frecuencia se compran los Disco Duro?					
¿Con qué frecuencia se compran las Impresoras?					
¿Con qué frecuencia se compran las Laptop?					
¿Con qué frecuencia se compran los Lectores de Banda Magnética?					
¿Con qué frecuencia se realizan las compras tecnológicas de Aplicación Mobile ?					
¿Con qué frecuencia se realizan las compras tecnológicas Linux RHEL 7,3?					
¿Con qué frecuencia se realizan las compras tecnológicas SSL Plus?					

## **2. VALIDACIÓN DE DATOS**



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN  
A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS**



## Matriz de Operacionalización

## Variable: Gestión de compras

VARIABLES	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Instrumento	Escala de Medición
Gestión de Compras	Cada proceso que se realiza dentro de una empresa u organización, si este es realizado adecuadamente proporciona un valor agregado. Cada proceso de valor agregado, sucesivamente relacionado y entrelazado, empieza con la adquisición de los materiales, provisiones, herramientas y servicios requeridos para esta etapa (Alijan, 1980).	Para la medición de las variables de estudio de esta investigación se hará uso de los diferentes niveles y escalas de medición.  Cuantitativa.  Cualitativa.	$X_1$ = Bienes Tecnológicos	$X_{1.1}$ = Compra de Software.  $X_{1.2}$ = Compra de Hardware.	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10  11-12-13-14-15-16-17-18-19-20	Ordinal  El inventario está compuesto por 20 reactivos de opción múltiple:  Nunca = 1  Casi nunca = 2  A veces = 3  Casi siempre = 4  Siempre = 5



**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la gestión de compras**

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
		M	D	A	N	M	D	A	N	M	D	A	N	
	<b>DIMENSIÓN 1: ADQUISICIONES TECNOLOGICAS</b>													
1	¿Con qué frecuencia se compra el Antivirus McAfee?				X				X				X	
2	¿Con qué frecuencia se compra el software Aranda Asst?				X				X				X	
3	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Office Standard?				X				X				X	
4	¿Con qué frecuencia se compra el software Licencia Control M?				X				X				X	
5	¿Con qué frecuencia se compra el software Licencia Esb Bus?				X				X				X	
6	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Office Professional?				X				X				X	
7	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Projeit Microsoft?				X				X			X		
8	¿Coe qué frecuencia se compra la Licencia Sql Windows Server?				X		X						X	
9	¿Con qué frecuencia se compran las Licencias Citrix Xendesktop?				X				X				X	
10	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Microsoft Visio?				X		X						X	
11	¿Con qué frecuencia se compra el 1Ong2018_Galaxy Tab A7?				X				X				X	
12	¿Con qué frecuencia se compra la Bateria De Laptop?				X				X				X	
13	¿Con qué frecuencia se compran las Desktop?				X				X				X	
14	¿Con qué frecuencia se compran los Disco Duro?				X				X				X	
15	¿Con qué frecuencia se compran las Impresoras?				X				X				X	
16	¿Con qué frecuencia se compran las Laptop?				X				X				X	

17	¿Con que frecuencia se compra las compras tecnológicas, emisión de tarjetas (Plástico)?			X							X
18	¿Con que frecuencia se compra las compras tecnológicas de Aplicación Mobile?			X							X
19	¿Con que frecuencia se realizan las compras tecnológicas Linux RHEL 7.3?			X							X
20	¿Con que frecuencia se compra las compras tecnológicas SSL Plus?			X							X

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

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Dr. Godofredo Illa Silvincha    DNI: 10596867

Especialidad del validador: Administrador

24 de 09 del 2018

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

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



Firma del Experto Informante.  
Especialidad



## GUIA DE ANALISIS DOCUMENTAL

### GESTIÓN DE COMPRAS DE BIENES TECNOLOGICOS DEL BANCO RIPLEY SAN ISIDRO, 2018

La presente guía de análisis documental, busca recolectar información relacionada con el siguiente tema: "GESTIÓN DE COMPRAS DE BIENES TECNOLOGICOS DEL BANCO RIPLEY SAN ISIDRO, 2018" sobre este particular a continuación marcando con un aspa (X) se presentarán las alternativas que se consideren correctas. Esta técnica es anónima, los datos a recaudar serán de gran interés y utilidad para nuestro Proyecto de Investigación.

#### OPCIONES DE RESPUESTA:

- N = Nunca
- CN = Casi Nunca
- AV = Algunas Veces
- CS = Casi Siempre
- S = Siempre

Nº	PREGUNTAS	N	CN	AV	CS	S
1.	¿Con qué frecuencia se compra el Antivirus McAfee?	N	CN	AV	CS	S
2.	¿Con qué frecuencia se compra el software Aranda Assi?	N	CN	AV	CS	S
3.	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Office Standard?	N	CN	AV	CS	S
4.	¿Con qué frecuencia se compra el software Licencia Control M?	N	CN	AV	CS	S
5.	¿Con qué frecuencia se compra el software Licencia Est Bus?	N	CN	AV	CS	S
6.	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Office Professional?	N	CN	AV	CS	S
7.	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Projet Microsoft?	N	CN	AV	CS	S
8.	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Sof Windows Server?	N	CN	AV	CS	S
9.	¿Con qué frecuencia se compran las Licencias Citrix XenDesktop?	N	CN	AV	CS	S
10.	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Microsoft Visio?	N	CN	AV	CS	S
11.	¿Con qué frecuencia se compra el 1Ong2018_Galaxy Tab A7?	N	CN	AV	CS	S
12.	¿Con qué frecuencia se compra la Batería De Laptop?	N	CN	AV	CS	S
13.	¿Con qué frecuencia se compran las Desktop?	N	CN	AV	CS	S



14.	¿Con qué frecuencia se compran los Disco Duro?	N	CN	AV	CS	S
15.	¿Con qué frecuencia se compran las impresoras?	N	CN	AV	CS	S
16.	¿Con qué frecuencia se compran las Laptop?	N	CN	AV	CS	S
17.	¿Con qué frecuencia se compran los Lectores de Banda Magnética?	N	CN	AV	CS	S
18.	¿Con que frecuencia se compra las compras tecnológicas de Aplicación Mobile?	N	CN	AV	CS	S
19.	¿Con que frecuencia se realizan las compras tecnológicas Linux RHEL 7.37	N	CN	AV	CS	S
20.	¿Con que frecuencia se compra las compras tecnológicas SSL Plus?	N	CN	AV	CS	S



**DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN  
A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS**

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a): Dr(a). Mgtr. Mary M. Vasquez Ramirez

Presente

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

Me es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiantes de la escuela de Administración la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2018, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Licenciado en Administración.

El título del proyecto de investigación es: "**Gestión de compras de bienes tecnológicos del banco Ripley San Isidro, 2018**" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de administración y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

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

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

Atentamente.



Firma  
Ljunior Ramirez  
DNI: 44066669



Firma  
Cesar Lozano  
DNI: 40298958



## Definición conceptual de las variables y dimensiones

### I. Variable gestión de compras:

Cada proceso que se realiza dentro de una empresa u organización, si este es realizado adecuadamente proporciona un valor agregado. Cada proceso de valor agregado, sucesivamente relacionado y entrelazado, empieza con la Adquisición de los materiales, provisiones, herramientas y servicios requeridos para esta etapa (Alijan, 1980).

### II. Dimensiones

#### 1. Adquisiciones tecnológicas:

Es el proceso mediante el cual las empresas tanto públicas y privadas; de servicios o cualquier otra índole adquieren tecnología avanzada, con el fin de reducir costos, tiempo; constituyendo así una respuesta a la creciente presión competitiva del mercado. Adquisición de la Tecnología. (21 de Enero de 2007). Adquisición Tecnológica [Mensaje de un blog]. Recuperado de <http://bloggrupoleo.blogspot.com>

#### 2. Bienes:

Son los artefactos y software tecnológicos. Por ejemplo, una laptop, un aplicativo, una licencia, los distintos programas que se utilizan en una compañía, etc. Estos bienes se adquieren a partir de las distintas necesidades que presenten las organizaciones empresariales.

Bienes.(S.f.),Bienes y Servicios. En Scrip. Recuperado de: <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/FMfcgxvzKknjQVxgvTgMbnTXcmsMqVCM?projector=1&messagePartId=0.1>



## Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la gestión de compras

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
		M	D	A	M	M	R	A	M	M	B	A	M	
DIMENSIÓN 1: ADQUISICIONES TECNOLOGICAS														
1	¿Con qué frecuencia se compra el Antivirus McAfee?				X				X					X
2	¿Con qué frecuencia se compra el software Aranda Asst?				X				X					X
3	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Office Standard?				X				X					X
4	¿Con qué frecuencia se compra el software Licencia Control M?				X				X					X
5	¿Con qué frecuencia se compra el software Licencia Esp Bus?				X				X					X
6	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Office Professional?				X				X					X
7	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Projeft Microsoft?			X					X					X
8	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Sql Windows Server?				X				X					X
9	¿Con qué frecuencia se compran las Licencias Citrix Xenesktop?				X				X					X
10	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Microsoft Visio?				X				X					X
11	¿Con qué frecuencia se compra el 1Ong2018_Galaxy Tab A7?				X		X							X
12	¿Con qué frecuencia se compra la Bateria De Laptop?				X				X					X
13	¿Con qué frecuencia se compran las Desktop?				X				X					X
14	¿Con qué frecuencia se compran los Disco Duro?				X				X					X
15	¿Con qué frecuencia se compran las Impresoras?				X				X					X
16	¿Con qué frecuencia se compran las Laptop?				X				X					X

17	¿Con que frecuencia se compra las compras tecnológicas, emisión de tarjetas (Plástico)?			X			X			X
18	¿Con que frecuencia se compra las compras tecnológicas de Aplicación Mobile?			X			X			X
19	¿Con que frecuencia se realizan las compras tecnológicas Linux RHEL 7.3?			X			X			X
20	¿Con que frecuencia se compra las compras tecnológicas SSL Plus?			X			X			X

Observaciones: Matriz de operacionalización

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Con. Mary Maribel Viquez Piantos    DNI: 27991554

Especialidad del validador: Metodología

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

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

Linca de 24/07 del 2018

  
 Firma del Experto Informante.  
 Especialidad



## GUIA DE ANALISIS DOCUMENTAL

### GESTIÓN DE COMPRAS DE BIENES TECNOLOGICOS DEL BANCO RIPLEY SAN ISIDRO, 2018

La presente guía de análisis documental, busca recolectar información relacionada con el siguiente tema: "GESTIÓN DE COMPRAS DE BIENES TECNOLOGICOS DEL BANCO RIPLEY SAN ISIDRO, 2018" sobre este particular a continuación marcando con un aspa (X) se presentarán las alternativas que se consideren correctas. Esta técnica es anónima, los datos a recaudar serán de gran interés y utilidad para nuestro Proyecto de Investigación.

#### OPCIONES DE RESPUESTA:

- N = Nunca
- CN = Casi Nunca
- AV = Algunas Veces
- CS = Casi Siempre
- S = Siempre

Nº	PREGUNTAS	N	CN	AV	CS	S
1.	¿Con qué frecuencia se compra el Antivirus McAfee?	N	CN	AV	CS	S
2.	¿Con qué frecuencia se compra el software Aranda Assi?	N	CN	AV	CS	S
3.	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Office Standard?	N	CN	AV	CS	S
4.	¿Con qué frecuencia se compra el software Licencia Control M?	N	CN	AV	CS	S
5.	¿Con qué frecuencia se compra el software Licencia Est Bus?	N	CN	AV	CS	S
6.	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Office Professional?	N	CN	AV	CS	S
7.	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Projei Microsoft?	N	CN	AV	CS	S
8.	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Sql Windows Server?	N	CN	AV	CS	S
9.	¿Con qué frecuencia se compran las Licencias Citrix XenDesktop?	N	CN	AV	CS	S
10.	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Microsoft Visio?	N	CN	AV	CS	S
11.	¿Con qué frecuencia se compra el 1Dng2018_Galaxy Tab A7?	N	CN	AV	CS	S
12.	¿Con qué frecuencia se compra la Bateria De Laptop?	N	CN	AV	CS	S
13.	¿Con qué frecuencia se compran las Desktop?	N	CN	AV	CS	S





14.	¿Con qué frecuencia se compran los Disco Duro?	N	CN	AV	CS	S
15.	¿Con qué frecuencia se compran las Impresoras?	N	CN	AV	CS	S
16.	¿Con qué frecuencia se compran las Laptop?	N	CN	AV	CS	S
17.	¿Con qué frecuencia se compran los Lectores de Banda Magnética?	N	CN	AV	CS	S
18.	¿Con que frecuencia se compra las compras tecnológicas de Aplicación Mobile?	N	CN	AV	CS	S
19.	¿Con que frecuencia se realizan las compras tecnológicas Linux RHEL 7.3?	N	CN	AV	CS	S
20.	¿Con que frecuencia se compra las compras tecnológicas SSL Plus?	N	CN	AV	CS	S

### 3. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tabla 26

*Gestión de compras de bienes tecnológicos del Banco Ripley San Isidro, 2018.*

<b>MATRIZ DE CONSISTENCIA</b>								
<i>Identificación Del Problema</i>	<i>Objetivo General</i>	<i>Variables</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Ítems</i>	<i>Escala de Medición</i>	<i>Diseño Metodológico</i>	
¿Qué tan importantes son las compras de bienes tecnológicos del Banco Ripley, San Isidro 2018?	Determinar qué tan importantes son las compras de bienes tecnológicos del Banco Ripley, San Isidro 2018.	<b>Gestión de compras</b>	X <sub>1</sub> = Bienes Tecnológicos	X <sub>1,1</sub> = Compra de Software	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	Ordinal	<b>DISEÑO</b> No experimental de corte transversal	
				X <sub>1,2</sub> = Compra de Hardware.	11-12-13-14-15-16-17-18-19-20	múltiple: Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5		<b>NIVEL</b> Descriptiva
								<b>TIPO</b> Aplicada
1.- ¿De qué manera la gestión de compras de hardware influye en la operatividad en el Banco Ripley San Isidro, 2018?	1.- Determinar qué manera la gestión de compras de hardware influye en la operatividad en el Banco Ripley San Isidro, 2018.						<b>POBLACION</b> 20 Reportes	
2.- ¿De qué manera la gestión de compras de software influye en la operatividad en el Banco Ripley San Isidro, 2018?	2.- Identificar de qué manera la gestión de compras de software influye en la operatividad en el Banco Ripley San Isidro, 2018.							

#### 4. TABLA DE ESPECIFICACIONES

TABLA DE ESPECIFICACIONES					
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TOTAL	%
GESTION DE COMPRAS	BIENES TECNOLÓGICOS	COMPRA DE SOFTWARE	¿Con qué frecuencia se compra el Antivirus McAfee?	10	50%
			¿Con qué frecuencia se compra el software Aranda Asst?		
			¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Office Standard?		
			¿Con qué frecuencia se compra el software Licencia Control M?		
			¿Con qué frecuencia se compra el software Licencia Esb Bus?		
			¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Office Professional?		
			¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Projet Microsoft?		
			¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Sql Windows Server?		
			¿Con qué frecuencia se compran las Licencias Citrix Xendesktop?		

<b>COMPRA DE HARDWARE</b>	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Microsoft Visio?		
	¿Con qué frecuencia se compra el 1Ong2018_Galaxy Tab A7?	10	50%
	¿Con qué frecuencia se compra la Bateria De Laptop?		
	¿Con qué frecuencia se compran las Desktop?		
	¿Con qué frecuencia se compran los Disco Duro?		
	¿Con qué frecuencia se compran las Impresoras?		
	¿Con qué frecuencia se compran las Laptop?		
	¿Con qué frecuencia se compran los Lectores de Banda Magnética?		
	¿Con qué frecuencia se realizan las compras tecnológicas de Aplicación Mobile?		
	¿Con qué frecuencia se realizan las compras tecnológicas Linux RHEL 7,3?		
	¿Con qué frecuencia se realizan las compras tecnológicas SSL Plus?		
<b>TOTAL</b>		<b>20</b>	<b>100%</b>

## 5. DETALLE DE CONFIABILIDAD DE LOS ITEM DEL INSTRUMENTO

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	2	100,0
	Excluidos	0	,0
	Total	2	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,761	20

## 6. BASE DE DATOS DE LAS VARIABLES

		ENERO 2018	FEBRERO 2018	MARZO 2018	ABRIL 2018	MAYO 2018	JUNIO 2018	JULIO 2018	AGOSTO 2018	SETIEMBRE 2018
1	¿Con qué frecuencia se compra el Antivirus McAfee?	Nunca	Casi nunca	Siempre	Nunca	Casi nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Casi nunca
2	¿Con qué frecuencia se compra el software Aranda Asst?	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca
3	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Office Standard?	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre
4	¿Con qué frecuencia se compra el software Licencia Control M?	Nunca	Nunca	Nunca	Casi nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca
5	¿Con qué frecuencia se compra el software Licencia Esb Bus?	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca	Nunca
6	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Office Professional?	Nunca	Nunca	Nunca	Casi nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca
7	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Projet Microsoft?	Nunca	Nunca	Casi nunca	Casi nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca
8	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Sql Windows Server?	Nunca	Casi nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca
9	¿Con qué frecuencia se compran las Licencias Citrix Xendesktop?	Nunca	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca
10	¿Con qué frecuencia se compra la Licencia Microsoft Visio?	Nunca	Nunca	Nunca	Casi nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca
11	¿Con qué frecuencia se compra el 1Ong2018_Galaxy Tab A7?	Nunca	Nunca	Nunca	Casi nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca
12	¿Con qué frecuencia se compra la Bateria De Laptop?	Nunca	Nunca	Nunca	Casi nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca
13	¿Con qué frecuencia se compran las Desktop?	Nunca	Casi siempre	Siempre	Casi nunca	Algunas veces	Casi nunca	Casi nunca	Nunca	Nunca
14	¿Con qué frecuencia se compran los Disco Duro?	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca
15	¿Con qué frecuencia se compran las Impresoras?	Nunca	Nunca	Algunas veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca
16	¿Con qué frecuencia se compran las Laptop?	Casi nunca	Siempre	Algunas veces	Casi nunca	Algunas veces	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Algunas veces
17	¿Con qué frecuencia se compran las Notebook?	Nunca	Casi nunca	Casi nunca	Algunas veces	Algunas veces	Siempre	Algunas veces	Casi nunca	Algunas veces
18	¿Con qué frecuencia se realizan las compras tecnológicas de Aplicación Mobile?	Nunca	Casi nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Algunas veces	Nunca	Nunca	Casi siempre
19	¿Con qué frecuencia se realizan las compras tecnológicas Linux RHEL 7,3?	Nunca	Nunca	Casi siempre	Nunca	Casi nunca	Nunca	Algunas veces	Nunca	Siempre
20	¿Con qué frecuencia se realizan las compras tecnológicas SSL Plus?	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Casi nunca

## 7. ACTA DE APROBACION DE ORIGINALIDAD DE TESIS Y PANTALLAZO DE LA PRUEBA DE SIMILITUD

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

Yo, DIANA LUCIA HUAMANI CAJALFON  
 docente de la Facultad de Ciencias Empresariales... y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo ..... (precisar filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada

“GESTIÓN DE COMPRAS DE BIENES TECNOLÓGICOS DEL BANCO RIPLEY SAN ISIDRO, 2018.”

del (de la) estudiante LINFOR TRANDIEZ VENANCIA  
 constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20.5% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

Lugar y fecha LIMA 23 DE JULIO DEL 2019



Firma

Nombres y apellidos del (de la) docente

DN: 43648943

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

Yo, DIANA LUCILA MURMANT CAJALEAN  
 docente de la Facultad de CIENCIAS EMPRESARIALES, y Escuela  
 Profesional de ADMINISTRACIÓN de la Universidad César Vallejo ..... (precisar  
 filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada

"GESTIÓN DE LAMPARAS DE AQUECERES TECNOLÓGICAS DEL BANCO  
 RIPLEY SAN ESPÍRITO, 2018"

del (de la) estudiante SILVIA CÉSAR URZANO GALVEZ  
 constato que la investigación tiene un índice de  
 similitud de 28 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

Lugar y fecha LIMA, 23 DE JUNIO DE 2019.....



Firma

Nombres y apellidos del (de la) docente

DNI: 43645940

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





FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Gestión de compras de bienes tecnológicos del Banco Ripley San Isidro, 2018.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Administración

AUTORES

Julio César Lizcano Galvez  
Humor Ramirez Veraucino

ASESORA

Dra. Mary Maribel Vásquez Ramírez

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión de organizaciones

LIMA - PERÚ

Año 2018 - II



Resumen de coincidencias

28 %

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	6 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	5 %
3	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	3 %
4	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	2 %
5	Entregado a Pontificia ... Trabajo del estudiante	2 %
6	repositorioacademico... Fuente de Internet	2 %
7	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %

## 8. AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE          TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL          UCV</b>	Código : 706-PP-PR-02.03
		Versión : 09
		Fecha : 23-03-2018
		Página : 1 de 1

Yo, Lunier Ramírez Venancino, identificado con DNI No 44066669, egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo  , No autorizo  la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Gestión de compras de bienes tecnológicos del Banco Ripley S.a. S.a. 2018"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



FIRMA

DNI: 44066669

FECHA: 16 de Diciembre del 2018

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



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

Código : F08-PP-PR-02.02  
Versión : 09  
Fecha : 23-03-2018  
Página : 1 de 1

Yo **Julio César Lozano Gávez**, identificado con DNI No **40298958**, egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo  / No autorizo  la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado **"Gestión de compras de bienes tecnológicos del Banco Ripley San Isidro, 2018"**; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

FIRMA

DNI: 40298958

FECHA: 16 de diciembre del 2018

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



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

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

DIANA LUCILA HUAMANT CAJALEON

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

LIUNIOR RAMIREZ VENANCENO

INFORME TITULADO:

GESTIÓN DE COMPRAS DE BIENES TECNOLÓGICOS

DEL BANCO RÍPIEY SAN ISIDRO, 2018.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 16 Diciembre 2018

NOTA O MENCIÓN: 15



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





# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

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

DIANA LUCILA HUAMANF CASALEON

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

JULIO CÉSAR LOZANO GALVEZ

INFORME TÍTULADO:

GESTIÓN DE COMPRAS DE BIENES TECNOLÓGICOS

DEL BANCO RIPLEY SAN ISIDRO, 2018.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 16 DE DICIEMBRE 2018

NOTA O MENCIÓN: 14



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

## 9. AUTORIZACIÓN DE BANCO RIPLEY



Paseo de la República 3118, Piso 11  
San Isidro, Lima - Perú  
Central: (511) 611-5700  
www.bancoripley.com.pe  
prestamoefectivo@bancoripley.com.pe

### CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA

San Isidro 3 de Agosto del 2018

Señores:

Universidad Cesar Vallejo

Asunto: Autorización de la ejecución de tesis

Luego de haber revisado el proyecto de tesis titulada "GESTIÓN DE COMPRAS DE BIENES TECNOLÓGICOS DEL BANCO RIPLEY SAN ISIDRO, 2018" por los Sres. LLUNIOR RAMIRÉZ VENANCINO Y JULIO CESAR LOZANO GÁLVEZ, vuestra empresa autoriza su ejecución dentro de nuestro establecimiento, garantizando a darles todas las facilidades para la recolección de datos y la información que fuere fundamental.

Atentamente:

MARITA ROSALES  
Jefe de Adquisiciones  
GRUPO RIPLEY