



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS EMPRESARIALES Y
PEDAGÓGICAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
MARKETING ESTRATÉGICO**

TESIS

**RELACIÓN ENTRE LA GESTIÓN DE COMPRAS Y LA
GESTIÓN DE LOGÍSTICA EN EL PRODUCTO HUEVERA DE
PEZ VOLADOR EN LA EMPRESA MARDESUR EN LA
PROVINCIA DE ILO EN EL AÑO 2018**

**PRESENTADO POR
BACH. ESTHER LISBETH RAMOS HERRERA**

**ASESOR
Mgr. VANESSA ROSANGELICA CHOQUE ROJAS**

**PARA OPTAR POR TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y MARKETING
ESTRATÉGICO**

MOQUEGUA – PERÚ

2023

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE.....	8
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
CAPÍTULO I	11
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	11
1.1. Descripción de la Realidad Problemática	11
1.2. Definición del problema	14
1.2.1. Problema general	14
1.2.2. Problemas Especificos	14
1.3. Objetivos de la investigación.....	14
1.3.1. Objetivo General.....	14
1.3.2. Objetivos Específicos	15
1.4. Justificación e importancia de la investigación	15
1.5. Variables	16
1.5.1. Operacionalización	17
1.6. Hipotesis de la investigación	19
1.6.1. Hipótesis General.....	19
1.6.2. Hipótesis nula	19
10. CAPÍTULO II.....	20

11. MARCO TEORICO	20
2.1. Antecedentes de la investigación	20
a) Antecedentes Internacionales	20
b) Antecedentes Nacionales	22
2.2. Bases Teóricas	24
2.2.1. Gestión de compras.....	24
2.2.2. Objetivo de la gestión de compras.....	24
2.2.3. Aspectos fundamentales de la gestión de compras.....	25
2.2.4. Elección de proveedores	25
2.2.5. Criterios de evaluación del proveedor	26
2.2.6. Matriz de Kraljic	27
2.2.7. Gestión de inventarios	28
2.2.8. Compras Justo a Tiempo.....	29
2.2.9. Dimensiones de la gestión de compras	29
2.2.9.1. Planeación.....	29
2.2.9.2. Ejecución	29
2.2.10. Control.....	30
2.2.11. Gestión logística	30
2.2.12. Objetivos y metas de la gestión logística.....	31
2.2.13. Dimensiones de la gestión logística.....	32
2.2.13.1. Gestión de compras.....	32
2.2.13.2. Gestión de abastecimiento	33
2.2.13.1. Dimensión: Almacenamiento	34
2.2.13.2. Dimensión: Distribución.....	35
2.2.14. Teoría de las restricciones- (TOC)	36

2.3. Marco Conceptual.....	37
CAPÍTULO III.....	40
MÉTODO	40
3.1. Tipo de investigación.....	40
3.2. Diseño de investigación.....	40
3.3. Población y muestra.....	41
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	42
CAPÍTULO IV	44
RESULTADOS	44
4.1. Resultados del cuestionario de gestión de compras	44
4.2. Resultados del cuestionario de gestión logística	48
4.3. Discusión de resultados	55
CONCLUSIONES.....	58
SUGERENCIAS.....	59
BIBLIOGRAFÍA	60
ANEXOS	64
ANEXO 1 CUESTIONARIOS VARIABLE 1	65
ANEXO 2 CUESTIONARIO VARIABLE 2.....	66
ANEXO 3 MATRIZ DE INVESTIGACIÓN.....	67
ANEXO 4: CONTABILIDAD DE LA EMPRESA.....	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de Variables	17
Tabla 2 Empresa MARDESUR SRL	41
Tabla 3 Variable gestión de compras	44
Tabla 4 Dimensión planeación.....	45
Tabla 5 Dimensión ejecución.....	46
Tabla 6 Dimensión control.....	47
Tabla 7 Variable gestión logística.....	48
Tabla 8 Dimensión gestión compras	49
Tabla 9 Dimensión Gestión de abastecimiento	50
Tabla 10 Dimensión Gestión de almacenamiento.....	51
Tabla 11 Dimensión distribución	52
Tabla 12 Correlación entre la variable gestión de compras y gestión logística.....	53

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Gestión de compras.....	44
Gráfico 2 Planeación.....	45
Gráfico 3 Ejecución.....	46
Gráfico 4 Control.....	47
Gráfico 5 Gestión logística.....	48
Gráfico 6 Gestión de compras.....	49
Gráfico 7 Abastecimiento.....	50
Gráfico 8 Gestión de almacenamiento.....	51
Gráfico 9 Distribución.....	52

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo Determinar la relación entre la gestión de compras y la gestión de logística en el producto Huevera de Pez Volador en la empresa MARDESUR en la Provincia de ILO en el año 2018; se desarrollo bajo el paradigma positivista enfoque cuantitativo a través de un diseño correlacional, se tomo como universo poblacional a 35 colaboradores que trabajan en la mencionada empresa, para la medion e nuestra variables se utilizo la encuesta y como instrumento un cuestionario aplicado a través de un formato impreso; llegando a la siguiente conclusión; que existe una correlación positiva fuerte: entre la variables gestión de compras con la gestión logística De +0,75 a +0,89 según la “r” de Pearson de 0,756.

Palabras Clave: Gestión de compras, gestión de logística, producto huevera de Pez Volador, empresa MARDESUR

ABSTRACT

The present investigation aimed at Determining the relation between the step of shopping and the step of logistics in the product Flying Fish's Eggcup in the company MARDESUR in the Province of ILO in the year 2018; Himself I train under the paradigm positivist address quantitative through a design correlational, himself I take like population universe 35 collaborators that work at the mentioned company, for the medion and our variables himself I use the opinion poll and like instrument a questionnaire applied through a printed format; Coming to the following conclusion; Existing a strong positive correlation: Between the variable step of shopping with the logistic step Of +0,75 to +0,89 after the fashion of the r of Pearson of 0.756.

Passwords: Step of shopping, step of logistics, product eggcup of Flying Fish, company MARDESUR

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción de la Realidad Problemática

Actualmente vivimos en un mundo de constante innovación, donde las empresas buscan reducir el tiempo de proceso y operación, incrementar sus ingresos, reducir sus gastos de sus productos, acrecentar la producción y atender las necesidades del cliente, esto es lo mismo que la alimentación o el público y las industrias de consumo no tiene nada que ver con esta última tratando de ofrecer diferentes productos para reemplazar y complementar a la población.

El área encargada de una empresa de adquisiciones es muy importante, porque mediante sus acciones pueden reducir el costo de los bienes, recursos, servicios, mercaderías que la compañía y/o empresa puede obtener; con el propósito de acrecentar su productividad. "El sistema de planificación de adquisiciones establecerá la demanda real de materias primas, suministros y la demanda de pedidos con los vendedores con el fin de sistematizar los recursos". No sólo se perciben estos procesos al comprar productos, es más complicado, significa planificación, organizar, controlar y funcionar a nivel gerencial o gerencial requiere habilidades que van desde habilidades analíticas hasta buenas habilidades de negociación (Coltman, 2004).

Para desarrollar la gestión de compras de productos, debe existir una buena gestión logística, que es una de las necesidades del mercado y compraventa de productos y bienes a través de empresas que presten este servicio y que actúan como usuarios y proveedores. En en este caso, la encargada de realizar estas operaciones es mediante una buena gestión logística, la cual, mediante sus acciones,

procedimientos, actividades que realice buscare la mejora de la empresa haciendo que esta sea eficiente y eficaz contribuyendo con ello en su competitividad frente a otras empresas.

De las acciones, actividades y decisiones que se adopte en relación a la estrategia competitiva que aplique la empresa podrá legar de manera más rápida al mercado lo que será la clave para la subsistencia de la empresa en un mercado competitivo y productivo, donde para poder lograrlo es de vital importancia buena gestión logística.

En la comercialización de productos biológicos acuáticos (hidrobiológicos) se refleja mucha informalidad, porque la mayoría de los emprendedores se generan a través de iniciativas familiares, lo que también trae una falta de preparación, información y asesoría. La idea de generar negocios que no generen muchos gastos y más ingresos puede llevar a la informalidad y la evasión fiscal, generalmente son personas del mercado minorista intermedio que se dedican al mercado interno y / o al consumo interno.

En la empresa MARDESUR, es un acopiador industrial cuya finalidad es brindar una empresa industrial para el mercado internacional como nacional, una de sus debilidades y/o desventajas es que la participación del propietario es directamente en los campos de aprovisionamiento, ventas, logística, gestión y no existe la preparación adecuada, no llevan un proceso ordenado, carentes de control, no se encuentran preparados, carece de capacitación, carece de orden y se desarrolla el trabajo solo en base a la experiencia, dejando herramientas o técnicas adecuadas para una buena gestión al momento de la compra.

En la actualidad, la empresa no cuenta con personal capacitado para mantener un buen control sobre la gestión de compras, es necesario que personal calificado desempeñe esta función y brinde información correcta para tomar decisiones acertadas sobre los destinos de los productos en la gestión logística o almacenamiento.

En la toma de decisiones que asuma la gestión logística, está en la mayoría de los casos relacionada con la gestión de adquisiciones y depende de la gestión de adquisiciones, porque esto es parte del proceso de adquisición del producto, por lo que cuando las embarcaciones llamado nuestro proveedor llega al lugar de

desembarque artesanal trayendo los productos, que obtuvo en la pesca; La empresa MARDESUR puede obtener diversos productos biológicos acuáticos durante el proceso de pesca, incluyendo Ovas de pez volador, calamares, pulpos, erizos con caparazón y perico, el producto que requiere una mayor inversión son la Ovas de pez volador, teniendo una mayor demanda en la empresa. El departamento de gestión logística debe evaluar la cantidad acumulada del producto y distribuirlo a nuestros clientes. Estos clientes son empresas procesadoras con fines de exportación, actualmente tenemos 15 clientes.

Para estas operaciones comerciales, se puedan realizar es necesario que exista una buena comunicación entre el área de logística junto con el área de compras; así como el control diario de la información. Aún no se conoce la fecha exacta de la compra, y todo depende del resultado de pesca del barco, es decir, cuando el barco llega a la zona de desembarque y anuncia si no hay producto en el mar.

El departamento de gestión de logística debe mantener un contacto regular con el área de compras para conocer si se han obtenido suficientes materias primas para satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes. En 2017, la compra acumulada de hueveras de pez volador fue de 361,946.50 kg, y en el año 2018 se dio una disminución del 35% respecto al año anterior, a 235,264.00 kg, es necesario mencionar que las negociaciones con los proveedores (pescadores) involucraron un acuerdo comercial para proveer financiamiento por el costo de cada embarcación por adelantado, y el compromiso de entregarnos las materias primas a su regreso, se debe devolver los fondos otorgados a la embarcación, según el informe del área de compras, la deuda pendiente aumentó en un 20% en 2018, lo que trajo menos liquidez a la empresa. Los malos métodos de control y gestión pueden ser la causa de estos problemas. Toda el área necesita ser analizada para proponer soluciones a la empresa y realizar mejoras.

Se puede señalar que las herramientas necesarias para la adquisición de un bien o servicio que se realiza mediante la gestión de compras son las indagaciones, investigaciones que se puedan realizar lo cual es presentado mediante informes, con lo cual se obtiene información estadística e histórica de compras, por lo que este trabajo tiene como objetivo resolver la confusión en la función y el control de la

información para que MARDESUR pueda contar con procesos adecuados para obtención de información a las áreas relevantes en el momento adecuado y de manera real.

Tener una buena gestión de compras es muy importante, porque nos proporciona una ventaja frente a la demás empresa, es decir, una ventaja competitiva lo que ayuda a mejorar el desempeño de la empresa a partir de la disminución de costos, así como también una optimización en los procesos. Por ello, es fundamental que cuando se programe, se desarrolle la programación y planificación estratégica de la empresa se desarrolle una compra eficaz mediante una buena gestión. Las decisiones deben basarse en procesos de toma de decisiones cada vez más precisos, con ello se pueden alcanzar indicadores y niveles de desempeño, productividad, competitividad, innovación y conocimiento más altos.

1.2. Definición del problema

1.2.1. Problema general

- ¿Cuál es la relación entre la gestión de compras y la gestión de logística en el producto Huevera de Pez Volador en la empresa MARDESUR en la Provincia de ILO en el año 2018?.

1.2.2. Problemas Especificos

- ¿Cómo es la gestión de compras del producto huevera de pez volador?
- ¿Cómo es la gestión logística en el producto huevera de pez volador?
- ¿Cuáles el grado de relación entre la gestión de compras y la gestión de logística en el producto Huevera de Pez Volador?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General

Determinar la relación entre la gestión de compras y la gestión de logística en el producto Huevera de Pez Volador en la empresa MARDESUR en la Provincia de ILO en el año 2018.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Analizar la gestión de compras del producto huevera de pez volador.
- Describir la gestión logística en el producto huevera de pez volador.
- Establecer el grado de relación entre la gestión de compras y la gestión de logística en el producto Huevera de Pez Volador.

1.4. Justificación e importancia de la investigación

Cuando en una empresa se realiza una buena gestión en los diferentes rubros, en este caso en la gestión de compras, esta proporcionara una ventaja competitiva frente a las demás empresas, mejorando el desempeño y las operaciones comerciales de compra y venta que realice la empresa a partir de la reducción de costos, aumentando así sus ingresos y capital. Para lograrlo se necesita como requisito primordial una buena gestión como parte de unos de las metas del plan estratégico de la empresa.

Por ello, toda empresa así se trate de una empresa grande, mediana y pequeña tienden a competir dedicándose al desarrollo efectivo de la gestión de compras en sus estructuras organizativas y /o departamentos, por ello es importante hacerlo. Se aplica una buena gestión logística, lo que requiere mejorar la atención al cliente, optimizar las fases de marketing y transporte al menor costo posible.

Por lo tanto, esta investigación se justifica, porque se basa en explicar las razones de la ineficiencia de MARDESUR en el campo de adquisiciones y las razones del inadecuado proceso de adquisiciones en sus operaciones comerciales, con la ayuda de esta información, la empresa puede hacer en el proceso y actividades de implementación. Las decisiones que se puedan adoptar sobre la gestión de compras o más métodos de formación para el personal responsable también ayudará a definir estrategias que les ayudarán a beneficiarse. En cuanto al control de la información, ejecutar de forma clara y eficaz la secuencia funcional de las actividades de compra.

Asimismo, se justifica, porque la gestión de compras es el factor principal y directo en la obtención de materias primas que pueden acrecentar la producción, por lo que es necesario buscar la mejora, primero para descubrir las causas y defectos para proponer soluciones que ayuden a solucionar el problema. la empresa.

Esto también es muy importante, porque el efecto de la investigación permitirá a los socios calificar y evaluar las relaciones entre el área de gestión de compras y la toma de decisiones en la gestión logística, para que se pueda aplicar correctamente aplicando estrategias que sean beneficiosas para la empresa.

Al realizar una buena gestión por parte de una empresa los resultados de esta se verán reflejado en la práctica, es decir, en sus operaciones comerciales que esta realice y resultados que se obtengan al comprar y vender sus productos obteniendo con ello mejores ganancias e incremento de su capital, por ello la presente investigación permitirá evaluar en la practica el cómo se vienen desarrollando la gestión de compras, es decir, de la adquisición de bienes y/o servicios, el proceso de negociación y trámites realizados, etc. y como se viene desarrollando las actividades de gestión logística. Es decir, transporte de los bienes y/ servicios, el almacenamiento y manipulación de los materiales y/o productos, entrega de productos, etc. ya que con esos resultados se podrá evaluar y calificar las relaciones entre la gestión de compras y la gestión logística que se vienen desarrollando y que beneficios vienen trayendo a la empresa en este caso a la empresa MARDESUR comercializadora del producto Huevera de Pez Volador.

1.5. Variables

- **Variable 1: Gestion de compras**

DIMENSIONES: Planeación

Ejecución

Control

- **Variable 2: Gestion logistica**

DIMENSIONES:

- ✓ Gestión de compra
- ✓ Gestión de abastecimiento
- ✓ Almacenamiento
- ✓ Distribución

1.5.1. Operacionalización

Tabla 1

Operacionalización de Variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA	ESCALA
Variable 1 Gestión de Compras	Planeación	Necesidad de la planificación, informe sobre los objetivos estratégicos, compras necesarias, cumplimiento de supervisión, criterios para la gestión de compras, participación en los procesos de compras, problemas de gestión de compras, percepción de calidad y procesos de compra.		
	Ejecución	Acciones efectuadas, control de proveedores, contrato con proveedores, funciones del jefe de área, beneficios de las compras, cotización en el mercado, credibilidad y confianza, tecnología de la empresa, producción de la empresa.	Encuesta	ordinal
	Control	Objetivos estratégicos de las compras, logros de objetivos logísticos, supervisión de los productos, criterios para la gestión de compras, compras del área logística, uso de recursos adecuados, control de los productos, Verificación de las compras.		

Variable 2 Gestión de Logística	Gestión de compras	Requerimiento para programación, requerimiento con unidades, requerimiento en fechas establecidas, recibe artículos que requiere, uso correcto del material, satisfecho con el desempeño del personal.		
	Gestión de abastecimiento	Cumplimiento del plan anual, adecuación del plan anual, compras según necesidad, cláusulas del contrato, preparación de los expedientes, elaboración de contratos.	Encuesta	Ordinal
	Almacenamiento	Recepción de bienes, mantenimiento de almacén, registros de inventarios, codificación de bienes, medidas preventivas.		
	Distribución	Bienes solicitados, entrega de bienes, devolución de bienes defectuosos, ingreso de bienes solicitados, distribución de bienes con otros servicios.		

Nota: Elaboración Propia

1.6. Hipotesis de la investigación

1.6.1. Hipótesis General

Existe relación entre la gestión de compras y la gestión de logística en el producto Huevera de Pez Volador en la empresa MARDESUR en la Provincia de ILO en el año 2018.

1.6.2. Hipótesis nula

No existe relación entre la gestión de compras y la gestión de logística en el producto Huevera de Pez Volador en la empresa MARDESUR en la Provincia de ILO en el año 2018.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

a) Antecedentes Internacionales

Parra-Bermúdez (2014) en la tesis “Mejoramiento de los procesos del área de compras a través del estudio del trabajo en la empresa laboratorios seres Ltda”; en la ciudad de Santiago de Cali, El propósito de la investigación es mejorar el proceso del área de adquisiciones; el enfoque fue cuantitativo, diseño propositivo, tomando como universo poblacional a la empresa laboratorios seres Ltda; concluyendo; que la mejora se desarrolló mediante de métodos y tiempos en el área de compras; minimizando así el tiempo total de operación del área comercial y maximizando los indicadores de productividad en el proceso en un 19,28%, por tanto, en comparación con las 76,5 horas iniciales y las 61,75 horas actuales, la aplicación mejorada es efectiva, ahorrando un total de 14,75 horas.

Salirrosas (2016) en su investigación “Incidencia de la planificación en los requerimientos de compra para poder lograr la eficiencia de la gestión de compra”; Se basa a través de un diseño explicativo descriptivo del método cuantitativo del paradigma positivista; se utiliza el método de inducción porque parte de hechos específicos, lo que lleva a la formulación y deducción de conclusiones, porque permite aplicar la teoría general a situaciones y situaciones específicas. Se relaciona en análisis de planificación de órdenes de compra, el cual señaló que el área de usuarios no realizó las órdenes de compra según lo planeado, lo que generaría confusión y sería perjudicial para el área financiera. Por lo tanto, se debe establecer un procedimiento de disposición de adquisiciones para poder atender

las adquisiciones de manera oportuna y evitar perder tiempo en la gestión de compras. Por tanto, se recomienda redactar un manual de procedimientos basado en los pasos que se deben seguir al preparar los requisitos.

Ortiz (2014) en la tesis; optimización de la gestión de adquisiciones de una empresa de confecciones de ropas de algodón; Su propósito es reflejar la reducción de costos, asegurando así la calidad, y minimizando las infracciones de despacho del proveedor a la organización, debido a que no se gestiona el control de aprovisionamiento, comprometiendo así la realización de los objetivos de producción; estos problemas son a través del árbol de fallas está bien. Los métodos utilizados son: formato, formulario de verificación y herramientas: árbol de fallas, lluvia de ideas, entrevista. Como marco metodológico, propone una investigación en forma de diseño cuasi-experimental en el modo de aplicación. Se utiliza para evaluar y analizar los resultados antes y después de la aplicación; se han utilizado métodos de SRM o gestión de correlación entre vendedores de los suministros en el interior de la empresa. Como conclusión, eliminó el conocimiento empírico y avanzó en la reducción de costos, pues en muchos casos la demanda en el campo de acabados no es cubierta por la estrategia de des gestión que permite proyecciones de oferta, por lo que se debe hacer especial mención a las acciones del proveedor Proporción de socios estratégicos. Este trabajo se considera un aporte útil a la visualización de la influencia de los gráficos que representan al proveedor, e igualmente, también se considera que incluye algunas herramientas, como las entrevistas.

Castillo-Lemus (2004) en su tesis titulada “Optimización del proceso logístico de compras como una ventaja competitiva en las empresas de productos alimenticios”; se desarrollo a bajo el método cuantitativo, diseño propositivo, se tomó como universo poblacional a la empresa en mención, se aplicó como técnica de evaluación el análisis documental; llegando a la siguiente conclusión; el modelo de gestión está desactualizado y carece de un manual operativo de adquisiciones. Por lo tanto, se sugiere que se tome la consideración el manual propuesto el cual permitirá mediante su aplicación y desarrollo una proporción en el proceso de adquisiciones de la empresa.

Paima-Casique & Villalobos-Sevillano (2013), en su investigación “el sistema de control interno del área de compras en la productividad de la empresa Autonort Trujillo S.A.”. Es de tipo cuantitativo, diseño correlacional, e investigó y dió a conocer que mediante un buen control interno en una empresa mejorara la gestión de compras aumentando la producción de la empresa a través de un impacto positivo; llegando a la conclusión que: se han identificado puntos clave de compra para proponer metas para la optimización de la gestión de compras del control interno; sugiriendo realizar una evaluación periódica del modelo propuesto de control interno corrigiendo las deficiencias y deficiencias cuando corresponda, y mejorar la gestión del área de adquisiciones.

b) Antecedentes Nacionales

Cornetero & Calderón (2014) en su tesis titulada “Evaluación de la gestión logística y su influencia en la determinación del costo de ventas de la empresa distribuciones Naylamp S.R.L. ubicada en la ciudad de Chiclayo”. Está enfocada en el paradigma positivista, tipo cuantitativo, diseño correlacional, teniendo como intención la correlación entre las variables de estudio, se tomó como población a la empresa de distribuciones Naylamp S.R.L., se utilizó como técnica e instrumento la encuesta y ficha de observación documental, evaluando las variables en mención; Al evaluar todos los procesos desarrollados en esta entidad y determinar cómo afectar el arrojado de su costo de ventas, se propusieron sugerencias para mejorar las soluciones, y se estableció en el almacén una estrategia de control que pudiera cumplir con los procesos logísticos requeridos para desarrollar el proceso logístico adecuado. .

Flores (2014) en su investigación “la gestión logística y su influencia en la productividad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero”. Tipo cuantitativo, diseño correlacional longitudinal; teniendo como Propósito determinar la influencia de las variables en mención, tomo como muestra a la empresa del sector minero y para la evaluación de las variables utilizo un formato impreso a través de un cuestionario; concluyendo en que los departamentos de compras, almacén y servicio tienen un impacto positivo en la productividad.

Quevedo-Cassana, (2011) en su investigación titulada “Análisis, diagnóstico y propuesta de mejora de la cadena logística y de planeamiento de las compras de una empresa comercializadora de productos químicos”; tuvo un tipo de investigación aplicado cuantitativo, descriptivo propositivo, se propuso un plan el cual permita la mejora de la gestión de adquisiciones desde el propio plan para lograr los mejores requisitos establecidos. Llegando a la conclusión; que existe unos escasos de control de los diferentes niveles del proceso logístico, por lo que recomienda una planificación efectiva y práctica que les permita establecer requisitos para su propia cadena de productos, estableciendo así la demanda y oferta de productos.

Palacios (2003) en la investigación; “Diseño de un sistema logístico para una pequeña empresa comercializadora de ferretería”. Se desarrollo bajo el enfoque cuantitativo, a través de un diseño descriptivo propositivo, donde se propone construir una guía de sistema logístico el cual permita la optimización de la entrega de solicitudes de pedidos, disminuir los costos y maximizar sus transacciones, de manera que la institución logre alcanzar un incremento sustentable en el mercado. Los investigadores utilizan la metodología adecuada para diseñar y planificar toda la cadena de suministro y sus componentes.

Espino-Acevedo (2016) en la investigación titulada “Implementación de mejora en la gestión compras para incrementar la productividad en un concesionario de alimentos”; tuvo como designio; mejorar la gestión de compras y la productividad; para ello se realizó un diagnostico sobre el proceso del área de compras, con lo que se demostró que la problemática reside en la gestión de compras. Los resultados iniciales ayudan a comprender el entorno actual de compras y describen y analizan los problemas encontrados; Para proponer mejoras utilizamos herramientas y diagramas de procesos adecuados para lograr las metas propuestas. En cuanto a las unidades de análisis, se utilizó tecnologías e instrumentos científicamente comprobados. Estas herramientas hacen que los recursos de la empresa tengan la mejor disponibilidad, reducen nuestros costos y tiempos de producción, mejoran la entrega del producto y satisfacen las necesidades del cliente Incremento significativo, todos estos objetivos son incrementar la productividad y hacerlo más competitivo en el mercado.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Gestión de compras

Martínez-Moya (2007) señala que debe contar con buenos proveedores para cada empresa y organización para almacenar materiales de calidad. Se requiere dentro de la cantidad definida y el período de entrega. También se aplica a distintas empresas. Cada empresa evaluará la evaluación de manera diferente en función de características cualitativas y cuantitativas, y la evaluará de manera porcentual” (p. 17).

Heredia-Viveros, (2013) afirma además que "la gestión de suministro o compra incluye el abastecimiento de bienes y servicios que se introducirán directamente en la cadena de producción. Se debe pedir la cantidad correcta de bienes y servicios en el momento requerido" (p. 3).

2.2.2. Objetivo de la gestión de compras

Es el área de compras es el comisionado de obtener la cantidad requerida de materiales en el momento adecuado. Por lo tanto, según Martínez-Moya (2007), Tiene como propósito consentir las necesidades de la empresa. necesidades externas y maximización de la inversión, el valor de los fondos, pero este propósito a corto plazo debe coordinarse con el aporte de adquisiciones y coordinarse con otras áreas de la empresa para alcanzar los objetivos, ya sean temporales (aumento de beneficios) o estratégicos (p. 17).

Además Ferrín (2005) sostuvo que los objetivos deben estar sujetos a las operaciones de trabajo basados en compras:

“Previsión de las necesidades: Estas actividades tiene sus bases en los registros de venta netas y producciones. Con base en el comportamiento obtenido previamente, las previsiones de ventas se realizan en base a consideraciones y se adaptan a él mediante la conversión de expectativas futuras.

Precio de compra: En gran medida, el propósito más relevante es obtener el mejor precio por el valor de calidad y tiempo de entrega del producto o material.

Plazo de entrega: Por incumplimiento de consumibles o redundancia por demanda esperada, asegurar la confiabilidad antes de la fecha límite reduce los altos costos” [...] (p.41).

2.2.3. Aspectos fundamentales de la gestión de compras

Errasti et al., (2012) agrega que, se deben mantener estrechas relaciones con otros departamentos de la empresa, y un mal funcionamiento puede tener efectos negativos en algunos aspectos, tales como:

- Calidad del producto final
- Cumplimiento de entrega en el plazo acordado
- Brindar calidad de servicio
- El estado financiero de la institución. (p. 180)

Para lograr eficiencia de compra se deben considerar lo siguiente:

- a) La calidad del producto debe ser adecuada para su uso y debe trabajar dentro de los parámetros de la compra para establecer el nivel de calidad requerido para ello es necesario:
 - Seleccionar el proveedor que cumpla con los requisitos.
 - Proporcionar información correcta al proveedor.
 - Evaluar la calidad del producto (p. 182).
- b) Proporcionar la cantidad requerida por el usuario.
- c) Cumplir con el tiempo de entrega al proveedor
- d) Importe razonable basado en la calidad del producto
- e) Que se tenga en cuenta todos los servicios adicionales en el servicio que ofrece el proveedor (p. 183 – 184).

2.2.4. Elección de proveedores

Está conformada por dos fases.

En la primera fase se debe conformar un equipo de proveedores los cuales serán evaluados en base a una rubrica de criterios como: situación financiera en la que se encuentran, deudores o con deudas en bancos, capacidades técnicas.

En la segunda fase se tomará a los proveedores que proporcionen y entreguen en forma directa los materiales; tomando en cuenta; el precio, la calidad del producto y cuánto tiempo se demora en la entrega.

Preseleccionar a los proveedores para construir una cartera para ello se tiene dos propósitos básicos para construir una cartera: La gestión de proveedores básicamente se refiere a su desarrollo y el entrega rápida y suministro cuando se solicita una entrega inmediata.

Al mismo tiempo, es muy importante buscar constantemente nuevos proveedores y agregarlos al portafolio, porque es muy importante permitirá analizar y evaluar con el personal proveedor con el que se cuenta y brindarles algún tipo de alicientes y penalizaciones en base al trabajo que realizan como también de la evaluación

La elección se puede dar de la forma siguiente:

En primer lugar; se seleccionan las condiciones apropiadas de las condiciones de la cartera. Luego, determine la clasificación y use AHP (Proceso de jerarquía analítica) para calificar los criterios. Finalmente, seleccione el proveedor.

En segundo lugar, la elección de un socio, un socio proveedor el cual proporcione los materiales. Hay dos maneras de elegir. Un método es seleccionar proveedores a través de una combinación de provisosores y el otro método ecooperar con los ya existentes. Las técnicas de evaluar contienen contratos basados en incentivos que fomentan el buen desempeño.

En esta fase, se realizan dos pasos: seleccionar un socio y asignar el suministro al socio seleccionado. A través de la investigación de la junta de escogimiento de socios, el comité está compuesto por gerentes de compras y gerentes de producción. La técnica AHP se utiliza para establecer el nivel estándar y las evaluaciones del proveedor seleccionado "(pp. 7-8).

2.2.5. Criterios de evaluación del proveedor

Estos se llevan a cabo luego de la compra del producto o material, por lo que Martínez-Moya señala:

“Los proveedores son evaluados sistemáticamente, usando ratios o empresas que son juzgadas por los gerentes de compras. [...] Ante ello debemos lograr un índice, entonces aparte de la cuantificación, también debemos evaluar los resultados obtenidos. Podemos usar números expresar los que algo difíciles de poder expresar (contribución en indagación para disminuir costos, apoyo técnico,

capacidades de innovación, etc.), o medir los que están directamente en nuestros costos además de los precios y niveles de servicio aspectos a cumplirse en plazos establecidos, indicadores de calidad, etc.” (2013, p. 67).

Asimismo, el autor añadió: Si se quiere alcanzar un índice de valoración para cualquier elemento de nuestro análisis (dependiendo de la importancia del factor analizado y luego ponderarlo según su ponderación), podemos utilizar una relación simple ("razón"), el resultado es fraccionar la calificación obtenida por la máxima obtenible, expresada en porcentaje:

$$\text{Índice} = (\text{Puntaje logrado} / \text{Puntaje más alto}) \times 100$$
 Basado en el índice conseguido, "valoremos", por ejemplo: Índice > 95%: muy bueno

Entre 91% y 96%: bueno

Entre 76% y 89%: regular

Entre 59% y 74%: insuficiente

Entre 41% y 61%: deficiente” (2013, p. 67).

2.2.6. Matriz de Kraljic

Aquí los materiales y / o productos comprados se dividen en dos dimensiones: el estándar y / o característica del valor del material (la influencia de la ganancia de compra) es: el monto de la compra, como porcentaje del costo total de compra. Además, también se evalúa en base de la disponibilidad, el número de proveedores, la demanda competitiva de otras personas por los artículos suministrados, [...] riesgo de almacenamiento, posibilidades de sustitución (sustituciones) y el riesgo de suministro evaluado final (riesgo de infracción). Para ello se debe tomar en cuenta la importancia que demora el tiempo de entrega y sobre todo la calidad” (p. 7). En los indicadores por evaluar las dimensiones tienen categorías altos y bajos, por lo que la matriz de segmento (2 x 2) se divide en cuatro tipos de productos: estratégicos, productos no clave de rutina y principalmente productos estratégicos, así como también producto clave, ante ello el autor señaló la estrategia de realizar compras.

"En la primera categoría, los productos apalancados son sencillos de manejar y administrar, pero tienen una estratégica importante. Pueden conseguirse de múltiples proveedores, por ello se recomienda utilizar el poder adquisitivo para administrar estas compras mediante la selección de proveedores, remplazo de

productos y negociación de precios específicos, adquisiciones. La estrategia por utilizar puede estar basada en licitaciones de competitividad.

El segundo grupo que consiste en productos estratégicos que son fundamentales para el éxito requiere una estrecha interacción entre compradores y vendedores, por lo que no pueden suministrarse en un tipo de mercado abierto y viceversa. Con la estrategia de adquisiciones es mantener asociaciones estratégicas, por lo que los fabricantes deben gestionar estas adquisiciones mediante un trueque o intercambiar información con los vendedores, lo que se logra a través de las reuniones y visitas constantes de los socios o de ambos socios y a través de que los suministro lleguen a un largo plazo, e incluso pueden recurrir a la integración virtual.

Además, la tercera categoría de productos convencionales y no críticos son fáciles de administrar y tienen un fundamento estratégico bajo. Por ello desde la forma de ver la compra, solo provocaron algunos problemas técnicos o comerciales. Por lo que se solicita a muchos proveedores, por ello los costos de logística y gestión son se incrementan.

Por lo tanto, el objetivo de la estrategia de adquisiciones es disminuir los costos de avenencia mediante un procedimiento efectivo, estandarizar los productos y optimizar el volumen de encargos y las categorías de inventario. Reduciendo el número de proveedores mediante la gestión de categorías.

Los productos clave son dificultosos de gestionar, pero su calidad estratégica es baja. Pueden provocar serios inconvenientes y conflictos a su suministro, que pueden deberse a un suministro insuficiente y / o un proveedor demasiado fuerte. El núcleo de la estrategia de adquisiciones es asegurar la cantidad de componentes, por lo que estas adquisiciones deben ser controladas por el provisor, se gestionan las existencias de seguridad y el plan de respaldo, buscando otras propuestas de proveedores (Lee & Drake, 2010, p.8).

2.2.7. Gestión de inventarios

Heizer & Render (2007) sostienen que, el inventario de la empresa puede simbolizar el 45% de su capital. Pero hay que tener en cuenta que las empresas que tienen como rubro comercializar productos (compra y venta) tienen que optar por una buena gestión de inventarios, porque sus productos pueden representar el 76%

de su capital” (p. 449). Es extremadamente trascendental administrar el inventario de cualquier empresa, sea grande o pequeña, porque tener un inventario sin usar significa costos de depreciación porque son inutilizables.

2.2.8. Compras Justo a Tiempo

En cualquier empresa u organización, una de las ideologías más esgrimidas para la gestión de compras es la compra justo a tiempo, o JITP, que significa "compra justo a tiempo" en inglés. Este concepto incluye la entrega frecuente y oportuna de pequeños lotes para obtener materiales de buena calidad cumpliendo con los requisitos y/o especificaciones exactas. La característica principal de JITP también se refleja en la cooperación con los proveedores y la cantidad entregada, materiales y transporte proporcionado.

2.2.9. Dimensiones de la gestión de compras

2.2.9.1. Planeación.

Escudero-Muñoz (2009) “se basa en un estudio temprano de la demanda, de esta manera pueden comprender la presencia de mercadería en los diferentes mercados y estar prevenidos antes de que surja la demanda” (p. 21).

Heredia-Viveros (2013) señaló que se debe tener la obligación de proponer el cómo y el cuándo y se compone de tres aspectos como: operación, estrategias y estrategia; las cuales debe de seguir las tres elementales prácticas de gestión logística las cuales beneficiaran a la empresa. " (p. 4)

Por otro lado, lo que queremos decir es que el plan contenga todos los aspectos, y actividades acciones concernientes con la compra de materiales, la permuta de productos, de bienes para su posterior entrega final, y se refiere a los esfuerzos de la organización por buscar el crecimiento y el progreso de diseño de productos y prestación de servicios.

2.2.9.2. Ejecución.

Martínez-Moya (2007) afirma que:

Luego de la verificación y estimación, una vez seleccionado el proveedor más adecuado y entendidas los escenarios generales, no solo se debe considerar el precio-sino también el precio vigente en el mercado de proveedores- se debe

determinar que deben cumplir con nosotros al iniciar una solicitud de cotización bajo las condiciones mínimas básicas de la política de adquisiciones. (p. 34).

Heredia-Viveros (2013) señaló "[...] Esta importante etapa incluye todas las acciones acumulativas a tomar para implementar la decisión de compra" (p. 12).

La etapa de ejecución se considera un desarrollo efectivo que muestra los resultados del plan, en esencia, es una etapa en la que se establecen las reglas que se deben seguir, porque es un aspecto de los lineamientos para la implementación de diversas actividades y está íntimamente ligado a él y requiere liderazgo, porque es necesario formular acciones y todo ello debe ser coherente con la estructura organizacional.

2.2.10. Control.

Heredia-Viveros (2013) señaló: "Es necesario mantener la verificación del producto durante toda la fase de abastecimiento y el posterior proceso de dispendio para descubrir posibles fallas que puedan ser objeto de un reclamo" (p. 12).

Martínez-Moya (2007) manifestó que:

A través del contrato de la orden de compra, no se responsabiliza, en por si se presenta el caso de que la orden de entrega tenga funciones de seguimiento, también deberá obtener el control de gestión notificando al proveedor para obtener el cumplimiento, de modo que se puedan tomar las medidas correctas seleccionando el tiempo de retraso visual. (p. 37).

Existe una etapa de proceso en la gestión de adquisiciones donde el controlador quien aplica la política plasmada en el plan estratégico de la empresa y su correcta aplicación que se puede aplicar con anticipación, ya que se han verificado los resultados esperados, evitando así reclamos.

2.2.11. Gestión logística

Mora (2014), sostiene que el término logística nace en el ámbito castrense, ya que este se encuentra en relación a las compras y suministros de equipos y materiales necesarios para completar la tarea. Asimismo, la logística es una acción multidisciplinaria que relaciona a todas las áreas de la empresa, a partir de la planificación de adquisiciones hasta el servicio posventa; suministro de materia prima; proyección y gestión de la producción, almacenamiento, procesamiento y

gestión del flujo de información, así como también inventario, embalaje, embalaje, transporte, distribución física.

Castellanos (2009) señaló que, para llegar a un consenso la la conceptualización de la logística, es posible que tengamos un debate, porque existen más de 30 definiciones de este término en la literatura actual. Algunos son muy simples, otros muy complejos, apuntan a un concepto de integración, sistema y racionalización, que básicamente responde a la satisfacción del cliente con el menor costo, calidad requerida, tiempo requerido, cantidad requerida y ubicación.

Entre muchas definiciones, presentamos las siguientes:

Franklin (1998) mencionó que "esto significa que la cantidad correcta de la mercancía correcta se mueve en la posición correcta en el momento correcto".

Ferrell et al. (2010) señalaron que "esta se da en operaciones importantes, incluyendo todas las acciones requeridas para la adquisición y manejo de materias primas y sus diversos componentes, para ello se debe incluir el proceso de los diferentes productos ya acabados, su empaque y repartición a los clientes".

Desde otra perspectiva, la logística es parte del proceso efectivo de planificación, implementación y control en la cadena de suministro; Acopio de bienes y servicios desde el origen hasta llegar a su destino para con ello se satisfaga las necesidades de los usuarios en este caso los clientes. Ante esto, la logística hoy en día es uno de los componentes más trascendentales en el establecimiento de la competencia, en ella se logra alcanzar el triunfo o la frustración al comercializar un producto. ""

2.2.12. Objetivos y metas de la gestión logística.

Se presentan casos en las que la gente piensa o cuando se habla de gestión logística significa transportar los artículos a donde la necesita, pero su significado no se limita al transporte, sino que también incluye el control y coordinación de muchas acciones afines con el transporte, incluido el diseño de redes de transporte; teniendo presente que todo esto debe cumplir con las metas y objetivos relacionados con la rentabilidad de la empresa (Bowersox et al., 2007, p. 35).

Mora (2014) afirma que el propósito de la gestión logística es la e incrementar la preeminencia competitiva. La cual se puede alcanzar a través del abastecimiento de materiales, la gestión de la información, el tiempo de respuesta,

la gestión del nivel de inventario, la encuesta de demanda y el servicio al cliente, y la interacción final. El resultado es el mayor retorno de la inversión y una mayor rentabilidad. Asimismo, el autor está considerando la gestión logística con el objetivo principal de reducir costos y hacer una contribución significativa a las ganancias corporativas a través de la racionalización y optimizar los recursos utilizados. Luego logra los siguientes objetivos: Asegúrese de que los costos operativos mínimos sean un factor clave de éxito, entregue los productos que necesita a sus clientes finales a tiempo y de la manera correcta, y transforme su logística en una preeminencia competitiva sobre sus competidores (p. 23).

2.2.13. Dimensiones de la gestión logística

2.2.13.1. Gestión de compras

Según Mora (2014), en base a la gestión y control de las operaciones concernientes con el flujo físico de materiales, el aprovisionamiento y/o provisión constituye la primera función de la cadena de suministro. Lo cual se debe a que al iniciar este significativo proceso depende de la demanda de materias primas las cuales son usadas en el proceso de producción (p. 39).

Esto significa que es importante porque debe pretender la obtención de productos de buena y alta calidad a bajo costo. Para ello se necesita seleccionar un proveedor estableciendo la cantidad a comprar y el tiempo de ejecución. Esta de disminución de costos aumenta los márgenes de beneficio de la firma y/o empresa o eleva el precio de los productos ofrecidos.

Monterroso (2000) mencionó que esta se ocupa de los procesos de obtención de todo lo necesario para el desarrollo de la empresa como los bienes y servicios para el desarrollo de las actividades organizacionales. Teniendo en cuenta la diversidad de bienes y servicios consumidos, el área de compras debe implementar diferentes procedimientos de diferentes formas con múltiples proveedores. Por lo tanto, se debe establecer una política de compra para cada uno de los artículos a adquirir (p. 12).

De lo anterior se puede deducir que la gestión de adquisiciones es un componente consecuente y responsable que puede obtener los bienes y servicios requeridos por una empresa u organización. Esto significa que para que funcione una organización se debe realizar los procesos de obtención de recursos, debido a

la complejidad del proceso se deben adoptar reglas de control efectivas. Considerando esta importancia, el proceso de adquisiciones es una de las fases más delicadas y sensibles del proceso logística y, según Asto (2011), ello dependerá del éxito de la organización. Por tanto, los colaboradores que laboran en este departamento deben tener la preparación suficiente y tener un conocimiento detallado de todos los componentes y estrategias que pueden utilizar y aplicar frete a otras empresas que se encuentran en el mismo rubro o en la misma línea (p. 18).

2.2.13.2. Gestión de abastecimiento en las entidades públicas

Mediante Ley N° 30225, Contrataciones del Estado y el Decreto Supremo N° 350-2015-EF sostiene:

a) Finalidad

Establecer estándares destinados a extender el valor de la inversión en recursos públicos y promover métodos de gestión basados en resultados para actuar en la adquisición de bienes, servicios y proyectos (p. 1).

Cabe destacar que el Ministerio de Economía y Finanzas formula normas para proteger los recursos nacionales, para lo cual instaura normas y reglas y reglamentos y sitúan a los funcionarios y empresarios para que no cometan faltas en la formulación de contratos y la edificación de obras públicas.

b) Artículo 2. Principios que rigen las contrataciones

La modalidad de contratación se rige por los principios interpretativos previstos en la Ley de Contratos, y facilita la ejecución de los distintos contratos y procesos de adquisición por parte de los integrantes del comité de selección de servicios, estos igualmente consienten imponer un control ulterior sin afectar la aplicación del sistema de contrato. Otros mencionan lo siguiente:

Libertad de concurrencia -Cada entidad promueve la libertad de acceso y participación de todos los vendedores en su proceso de elección, impidiendo así un precio elevado en los requisitos.

Cada proveedor participante tiene el mismo derecho a expresar sus sugerencias y evitar un trato arbitrario mientras dure la fase de convocatoria.

Transparencia. -Cada entidad brindara información relevante con ello el proveedor pueda comprender cada proceso de selección para asegurar la libre participación.

Publicidad. -Cada proceso debe ser difundido y publicado para estimular la intervención de todos los proveedores y promover la vigilancia del proceso de contratación.

Competencia. -Cada proceso de selección contiene disposiciones que favorecen la competitividad real, a fin de realizar las recomendaciones que más conduzcan a satisfacer el interés de los ciudadanos.

Eficacia y eficiencia. En los procesos de elegir, se tiene que alcanzar los objetivos, metas, y fines propuestos por la entidad, y priorizar el trabajo efectivo, de manera que se asegure la satisfacción de intereses firme y poderosa.

Vigencia tecnológica. Todas las compras deben tener condiciones de calidad, y deben estar actualizadas con los adelantos científicos y tecnológicos para asegurar que existan metas requeridas, tiempos de ejecución predecibles y puedan adaptarse o recargarse con los avances tecnológicos.

Sostenibilidad ambiental y social. – En el desarrollo de los procesos y proyectos de contratación pública tienen que ser considerados como racionios y técnicas para la asistencia ambiental como parte del progreso social y humano.

Equidad. Debe haber una relación adecuada entre igualdad y proporción, y no se debe ignorar la responsabilidad del estado de velar por los beneficios e interés del ciudadano (p. 6).

En todos los aspectos de lo anterior, el sector público se encuentra bajo la Ley de Contratación por el estado la cual tiene nueve principios, enfatizando que su propósito es promover y gestionar los resultados de promover la inversión con base en un sistema de responsabilidad. Es fundamental e importante. La capacidad de los supervisores y controles para enfocarse en la eficacia del proceso de adquisiciones. Esto conduce a la adherencia a los principios de gestión. Además, el personal que trabaja en la oficina debe tener habilidades éticas, personales y éticas profesionales para guiar el progreso continuo de una empresa u organización en particular.

2.2.13.1. Dimensión: Almacenamiento

Mora (2014) manifiesta que:

Un almacén se puede definir como el lugar donde se puede manipular, mover, situar productos y materiales (p. 100).

De hecho, el depósito y/o almacén realiza dos aspectos importantes en la empresa, a saber, el almacenamiento y procesamiento de materiales. También realiza actividades deportivas en el proceso de almacenaje, tales como: recepción, almacenaje, preparación de pedidos y programación.

De igual forma, Mora (2014) señaló que un almacén es parte de la logística, su función es coordinar actividades, instalaciones y mano de obra necesaria a través del sistema para controlar plenamente el sistema operativo, y brindar suficiente espacio para almacenar la mercadería de manera segura y ordenada. (p. 93)

Según lo manifestado, los almacenes son lugares o espacios idóneos para almacenar diferentes tipos de mercancías. Estos se gestionan a través de la estrategia de inventario, que se puede controlar físicamente a través de esta función; se retienen casi todos los activos de inventario. Protege los recursos de la entidad con gran responsabilidad.

Un almacén que presta seguridad y puede ser utilizado como edificación o instalación para el almacenamiento de mercancías, su función principal es almacenar y mantener inventario, y utilizar un sistema de control para retener el inventario para su posterior distribución. García (1995) Los cooperadores son responsables del resguardo de los bienes, por lo que deben tener un alto profesionalismo (p. 34).

2.2.13.2. Dimensión: Distribución

Chiavenato (1993) la define como:

El mover y manipular de un producto o servicio de un lugar a otro, es decir desde donde se produce hasta el lugar de dispendio o uso con o sin intermediarios (p. 26).

Según el autor puede interpretarse como la capacidad de la entidad de acceder al intermediario para distribuir el producto o facilitar el proceso de distribución y evitar altos costos. Vivimos en un mercado libre y la globalización

crea mucha competencia, por lo que esto requiere una comprensión completa de la competitividad.

Según Izard (2010) la distribución busca métodos y estrategias apropiados y adecuados para entregar productos al menor costo en términos de calidad, cantidad, tiempo y ubicación, y es siempre eficiente, eficaz y relevante, buscando relevancia. Obtenga reputación y marca comercial en los mercados nacionales e internacionales (p.25).

2.2.14. Teoría de las restricciones- (TOC)

Aguilera (2000) también confirmó que es una herramienta para orientar a las organizaciones en el logro de sus metas; Golgratt, manifiesta la organización gane dinero y mantenga la continuidad en el futuro. Por tanto, es cierto que TOC mejora la eficiencia de la gestión al descubrir cuellos de botella, con el fin de reducir las limitaciones que dificultan el éxito de la organización.

López (2014) agrega que “la logística es parte de la gestión de la cadena de suministro y es responsable de satisfacer las necesidades del cliente y entregar los productos en el tiempo, lugar y cantidad necesarios al menor costo”, dice López (2014). En apoyo de la teoría de Anaya, resume la definición de logística desde un alcance más detallado y la perspectiva de López, que satisface las necesidades del consumidor desde el proceso de compra del producto hasta llegar a los consumidores a nivel minorista. El almacenamiento es el proceso de buscar materias primas en un almacén e investigar todos los riesgos que puedan afectar a la mercancía en el almacén.

Carreño, (2014) confirmó que el almacenamiento consiste en "la preservación y almacenamiento de materiales y un almacenamiento adecuado para el mejor transporte" (p.120). Carreño lo mantiene de la misma manera que Escudero, enfatizando la importancia de las funciones de almacenamiento. Esto incluye investigar la ubicación del producto para optimizar la ubicación de la atención.

2.3. Marco Conceptual

Gestión de compras

Carreño (2014) señaló: que compras es el área funcional de la empresa, responsable de obtener los materiales necesarios para las operaciones de la empresa en el momento y lugar adecuados, con la cantidad y calidad adecuadas, en el momento y lugar adecuados. El precio más conveniente para asegurar la continuidad de las operaciones (p. 195).

Solicitud de compra

Para Bizagi (2014) la solicitud de compra señala que "el proceso de solicitud de compra es un procedimiento formal para la adquisición de bienes y servicios" (p.3). Confirmar que la solicitud de compra es un documento notificando a la empresa de la necesidad.

Aprovisionamiento

Según Castán et al., (2012), el aprovisionamiento "se centra en la gestión de materias primas y componentes o productos semiacabados. Se requieren pedidos de proveedores, transporte, almacenamiento y suministros de fábrica" (p. 22). En el caso del autor, el proveedor es responsable de todo el proceso de pedido requerido por el área controlada hasta que el pedido llega al almacén para que no exceda ni pierda inventario.

Requerimiento interno

Bridge sistemas (2015) afirma que los requisitos internos (RI) son documentos que se utilizan para solicitar materiales o servicios de cualquier área de negocio u operaciones. Se genera en el área "Compra" y utiliza la información ingresada en este documento para generar "Solicitudes de cotización" y "Órdenes de compra".

Gestión logística

Bowersox et al., (2007) dijeron que la logística incluye administrar el procesamiento de pedidos, el inventario, el envío, el almacenamiento, el manejo de materiales y las combinaciones de empaque. Todo está integrado a través de la red comercial. El objetivo de la logística es respaldar los requisitos de compra, fabricación y compra de los clientes.

Control de almacenamiento

Escudero (2014, p. 19) Consiste en colocar la mercadería en la zona más adecuada del almacén para que sea de fácil acceso y ubicación. Para ellos se utilizan herramientas de transporte interno (cintas transportadoras, elevadores, carretillas elevadoras) y herramientas fijas como estanterías, almacenes, instalaciones, soportes, etc.

Según Escudero (2014, p. 19), Es la ubicación de la mercancía en la ubicación óptima del almacén para facilitar el acceso y la colocación. Herramientas de transporte interno (cintas transportadoras, elevadores, montacargas) y herramientas fijas como estanterías, almacenes, equipos, soportes.

Kardex

Preciado-Cueva, (2016) establece lo siguiente. “el Kardex es un sistema tradicional de registro y gestión de almacenes. Actualmente, existen varios sistemas informáticos que realizan la misma función” (p.45).

Por lo tanto, puede estar seguro de que kardex es una herramienta que controla la entrada para registrar cambios valiosos en el inventario (costos de materias primas).

Orden de compra

Shopify (2017) define a este como un documento oficial emitido por el comprador y se compromete a pagar al vendedor para comprar un producto en particular o un producto que se entregará en el futuro.

Guía de remisión

La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - SUNAT (2018) afirma que es un documento que apoya el movimiento de mercancías entre diferentes direcciones y tiene aspectos relacionados con diferentes métodos. Por lo tanto, puede estar seguro de que las pautas recomendadas son documentos que respaldan el movimiento de inventario.

Canal de distribución

Roche (2017) afirma que "es un conjunto de intermediarios que permiten que un producto llegue a un consumidor desde un productor. Puede existir un conjunto de canales de distribución con diferentes estructuras dentro de un sistema de distribución" (p. 27). Para el autor, los canales de distribución representan

diferentes formas de entregar productos a los consumidores a través de intermediarios.

Tiempo

Gonzales (2012) señala que basa en cómo se utiliza el vehículo, el entorno y las obligaciones de servicio que adquiere la empresa. Según su experiencia, puede utilizar sus habilidades y estrategias para beneficiar a su empresa.

Distancia

Roche (2017) afirma que esto es parte del aspecto del "canal de distribución", que no solo beneficia a la empresa al reducir costos y acortar los tiempos de llegada del producto, sino que también le permite elegir la ruta que más le conviene al operador.

CAPÍTULO III

MÉTODO

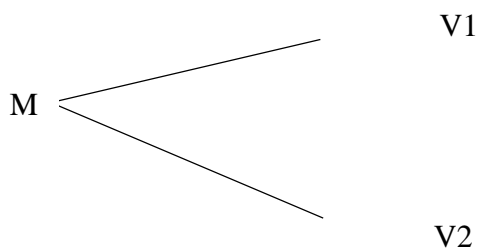
3.1. Tipo de investigación

Está basada en el paradigma positivista bajo el enfoque cuantitativo ya que sus resultados serán expresados en cantidades a través de términos estadísticos (Hernández et al., 2006)

3.2. Diseño de investigación

Hernández et al., (2006) es transversal, correlacional permite recolectar datos en un solo momento. Esto no es experimental, porque las variables no son manipuladas, sino que se observan en su medio natural y pretende dar a conocer si existe relación entre las variables.

Su representación es:



Donde

M = muestra

V1 = Gestión de compras

V2 = Gestión de logística

R= Relación entre variables

3.3. Población y muestra

La población u universo estará conformada por la empresa MARDESUR SRL ubicada en Ilo es de un total de 35 colaboradores.

Hernández-Sampieri (2018) señaló que para ser considerada una población debe desempeñar con un conjunto de normas que las unifique entre sí (p. 74)

Tabla 2

Empresa MARDESUR SRL

ÁREA	N° TRAB.	NOMBRES	EDAD	LOCALIDAD
Gerente	1	Flavio Ismael Nina Herrera		
Administración	2	Ever Vilca Huayta Esther Ramos Herrera		
Socios	2	Flavio Nina Herrera Elizabeth Nina Herrera		
		Samuel Anquise Alave Diego Castillo Herrera Benedicto Alegría Baes Mónica Pérez Pilco William Salas Contreras Alicia Acostupac Ramos Luc Daniel Vilca Nina	De 20 a 60 años	ILO - D.P.A.I.
Área de producción	18	Elías Mejía Becerra Roger Saul Quispe Mamani Tito Choqueña Calisaya José Palomino Loyola Carlos Guzmán Cruz Arsenio Rojas Salas Daryl Ascaño Campos Josefa Alvares Montesinos		

		Alberto Jiménez Ruedas Lorenzo Arisaca Ramos José Ramos Saravia
Área de logística	4	Juan Blas Muñiz Mamani Germán Condori Choquecota Guillermo Filipone Sánchez Marleny Benito Cañí
ÁREA DE COMPRA	6	Lucia Herrera de Nina Estanislao Nina Nina Débora Nina Herrera Pedro Vilca Huayta Katerin Ccalla Quispe Noemi Huamani Otañe
ÁREA DE VENTA	1	Lucero Flores Laura
CONTABILIDAD	1	Willy Huaylla Luna

Nota: MARDESUR SRL

La muestra de MARDESUR SRL cuenta con 35 colaboradores. Al respecto, Hernández (2018) afirmó: “La muestra es una parte de una población, sobre la que se recolectarán datos e información relacionada con nuestra variable de estudio (p. 173).

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Hernández (2006) sostiene que la técnica y los instrumentos y métodos son "recursos que utilizan los investigadores para obtener información sobre lo que se desea investigar en este caso sobre las variables que considera" (p. 276)

Según Ñaupas et al., (2014), “la herramienta básica utilizada en la investigación cuantitativa es la encuesta la cual se aplica a través de un formato impreso llamado cuestionario, con el cual se recoge información de los indicadores de variables involucradas en los objetivos de la encuesta de manera organizada” (p. 528)

Para la presente investigación se utilizará como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario.

3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Tablas y Imágenes y/o figuras

- Se utilizará la R de Pearson para comprobación de la hipótesis
- Se empleará programas estadísticos para la tabulación de los resultados según la necesidad como el programa SPSS.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Resultados del cuestionario de gestión de compras aplicado a los colaboradores de la empresa

Tabla 3

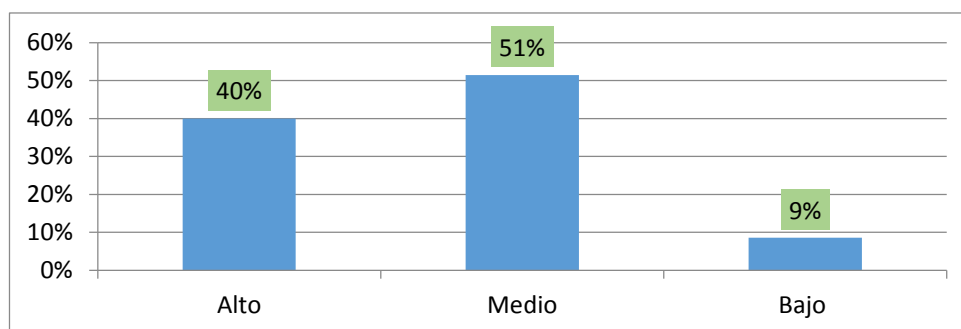
Variable gestión de compras

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Alto	100 – 135	14	40%
Medio	64 – 99	18	51%
Bajo	27 – 63	3	9%
Total		35	100

Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores

Gráfico 1

Gestión de compras



Nota: Elaboración propia

Interpretación

Al analizar los resultados obtenidos en la tabla 3 de la variable gestión de compras; se observa que esta se encuentra en un nivel medio con el 51%, en un nivel alto con el 40%; mientras con el 9% en un nivel bajo

De los resultados obtenidos se puede concluir que la mayoría 51% de los colaboradores de la empresa MARDESUR SRL manifestó que la gestión de compras que realiza la empresa se encuentra en un nivel medio, es decir, la planeación, ejecución y control se cumple regularmente

Tabla 4

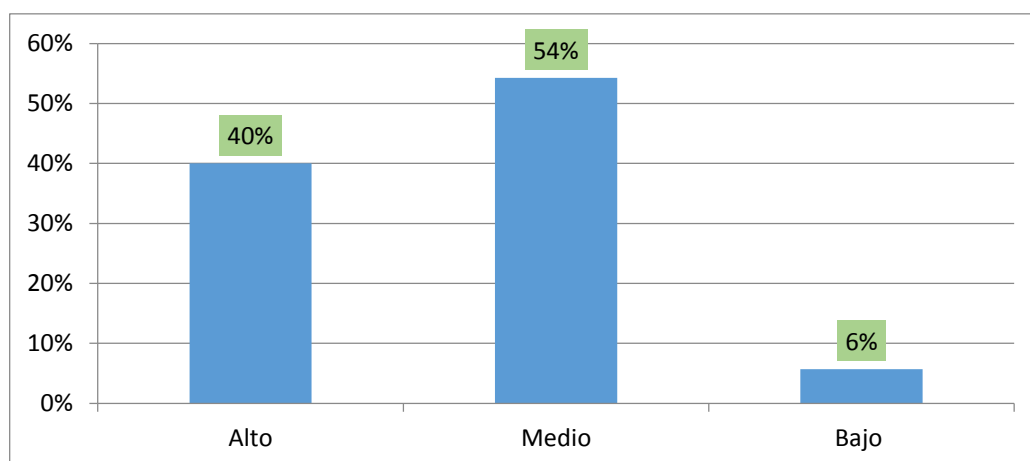
Dimensión planeación

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Alto	34 – 45	14	40%
Medio	22 – 33	19	54%
Bajo	09 – 21	02	6%
Total		35	100

Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores

Gráfico 2

Planeación



Nota: Elaboración propia

Interpretación

Al analizar los resultados obtenidos en la tabla 4 de la dimensión planeación; se observa que esta se encuentra en un nivel medio con el 54%, en un nivel alto con el 40%; mientras con el 6% en un nivel bajo

De los resultados obtenidos se puede concluir que la mayoría 54% de los colaboradores de la empresa MARDESUR SRL manifestó que la planeación de las compras que se realiza se encuentra en un nivel medio, es decir, la empresa solo compra lo necesario, supervisa los productos, participa en procesos de compra, informa de sus objetivos, busca la calidad de productos, etc. lo viene realizando regularmente.

Tabla 5

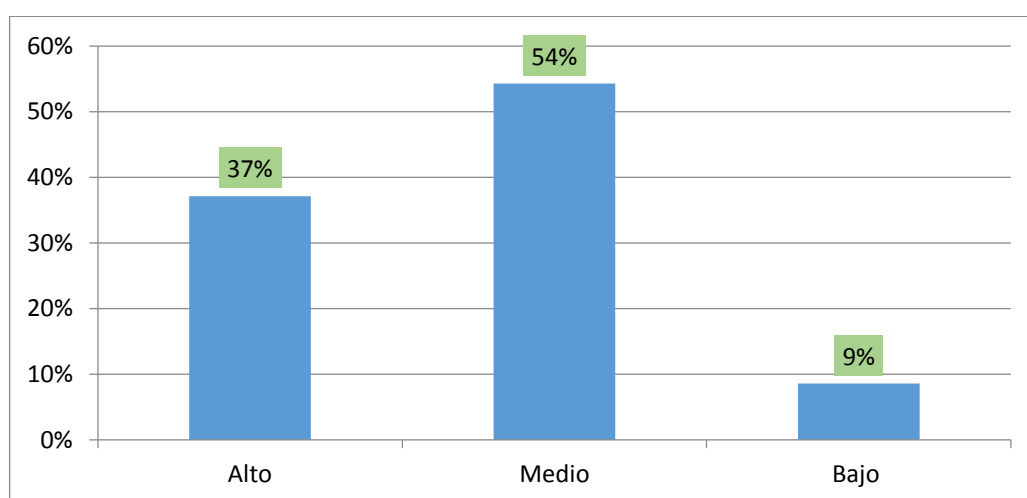
Dimensión ejecución

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Alto	34 – 45	13	37
Medio	22 – 33	19	54
Bajo	09 – 21	03	9
Total		35	100

Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores

Gráfico 3

Ejecución



Nota: Elaboración propia

Interpretación

Al analizar los resultados obtenidos en la tabla 5 de la dimensión ejecución; se observa que esta se encuentra en un nivel medio con el 54%, en un nivel alto con el 37%; mientras con el 9% en un nivel bajo

De los resultados obtenidos se puede concluir que la mayoría 54% de los colaboradores de la empresa MARDESUR SRL manifestó que la ejecución de las compras que se realiza se encuentra en un nivel medio, es decir, las acciones, los contratos, funciones, cotizaciones, acuerdos, etc. que realiza la empresa con los proveedores los ejecuta de manera regular

Tabla 6

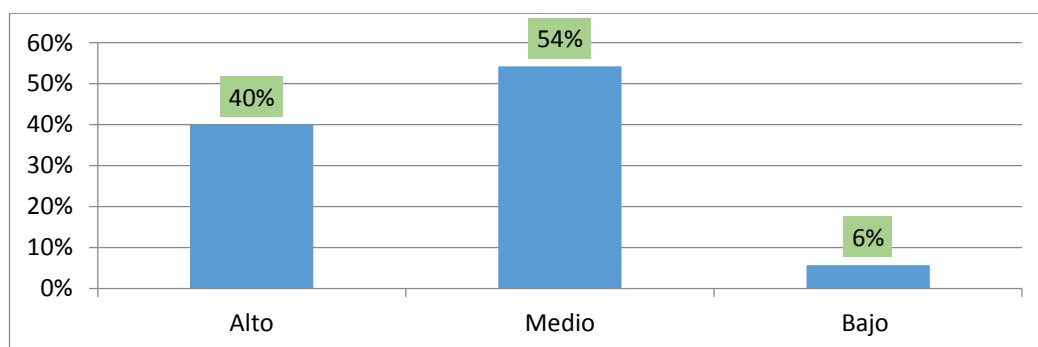
Dimensión control

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Alto	34 – 45	14	40%
Medio	22 – 33	19	54%
Bajo	09 – 21	02	6%
Total		35	100

Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores

Gráfico 4

Control



Nota: Elaboración propia

Interpretación

Al analizar los resultados obtenidos en la tabla 6 de la dimensión control; se observa que esta se encuentra en un nivel medio con el 54%, en un nivel alto con el 37%; mientras con el 9% en un nivel bajo

De los resultados obtenidos se puede concluir que la mayoría 54% de los colaboradores de la empresa MARDESUR SRL manifestó que el control de las compras que se realiza se encuentra en un nivel medio, es decir, se cumplen las condiciones pactadas, se informa sobre los objetivos estratégicos, se supervisa los productos, se participa en las compras y control de los productos, etc. los cuales los vienen cumpliendo medianamente.

4.2. Resultados del cuestionario de gestión logística aplicado a los colaboradores de la empresa

Tabla 7

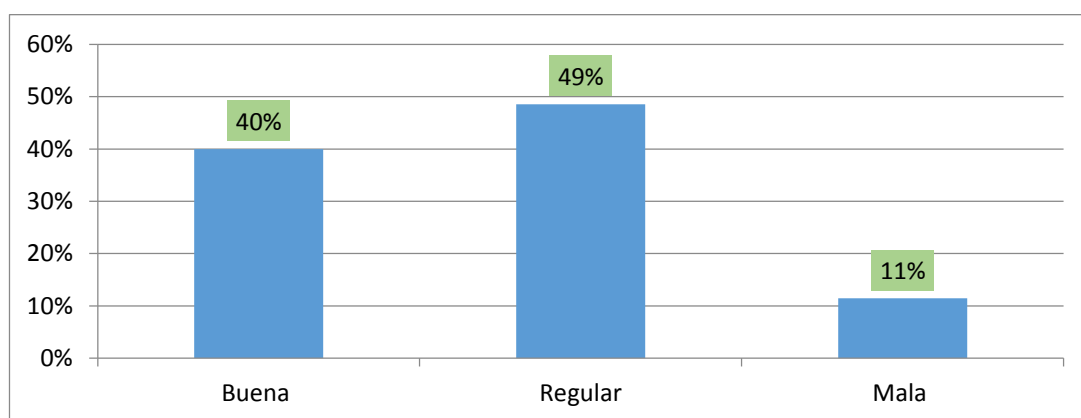
Variable gestión logística

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Buena	89 – 120	14	40%
Regular	57 – 88	17	49%
Mala	24 - 56	04	11%
Total		35	100

Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores

Gráfico 5

Gestión logística



Nota: Elaboración propia

Interpretación

Al analizar los resultados obtenidos en la tabla 7 de la variable gestión logística; se observa que esta se realiza en un nivel bueno con el 49%, en un nivel regular con el 40%; mientras con el 11% en un nivel malo

De los resultados obtenidos se puede concluir que el mayor porcentaje 49% de los colaboradores de la empresa MARDESUR SRL manifestó que la gestión logística se viene desarrollando en un nivel regular, es decir, la gestión de compras, la gestión de abastecimiento, de almacenamiento y distribución la vienen cumpliendo de manera regular

Tabla 8

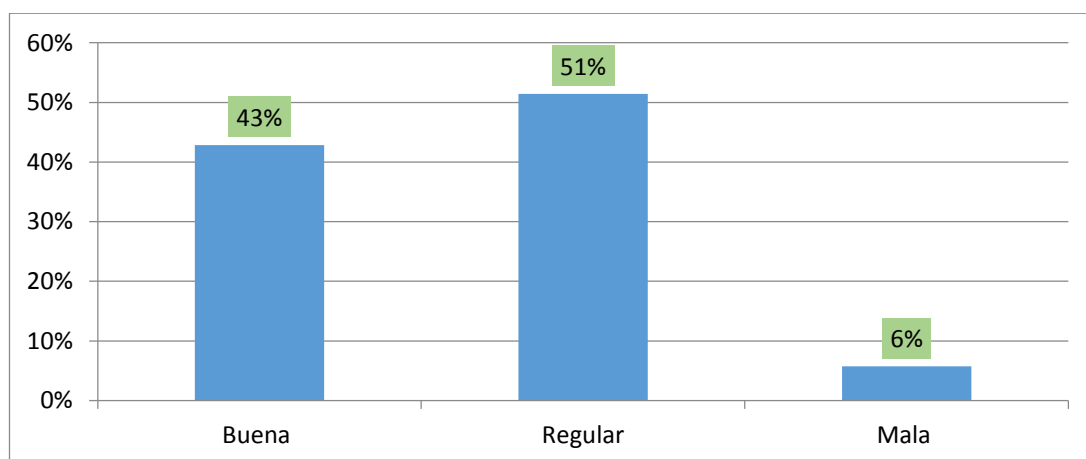
Dimensión gestión compras

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Buena	23 – 30	15	43%
Regular	15 – 22	18	51%
Mala	6 - 14	02	6%
Total		35	100

Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores

Gráfico 6

Gestión de compras



Nota: Elaboración propia

Interpretación

Al analizar los resultados obtenidos en la tabla 8 de la dimensión gestión de compras; se observa que esta se encuentra en un nivel regular con el 51%, en un nivel bueno con el 43%; mientras con el 6% en un nivel malo

De los resultados obtenidos se puede concluir que la mayoría 51% de los colaboradores de la empresa MARDESUR SRL manifestó que la gestión de compras se viene desarrollando de manera regular, es decir, se realizan pedidos con los requerimientos técnicos necesarios mensualmente, los requerimientos se entregan con fechas establecidas, se da el uso correcto al material que es requerido, etc. los cuales se vienen desarrollando regularmente

Tabla 9

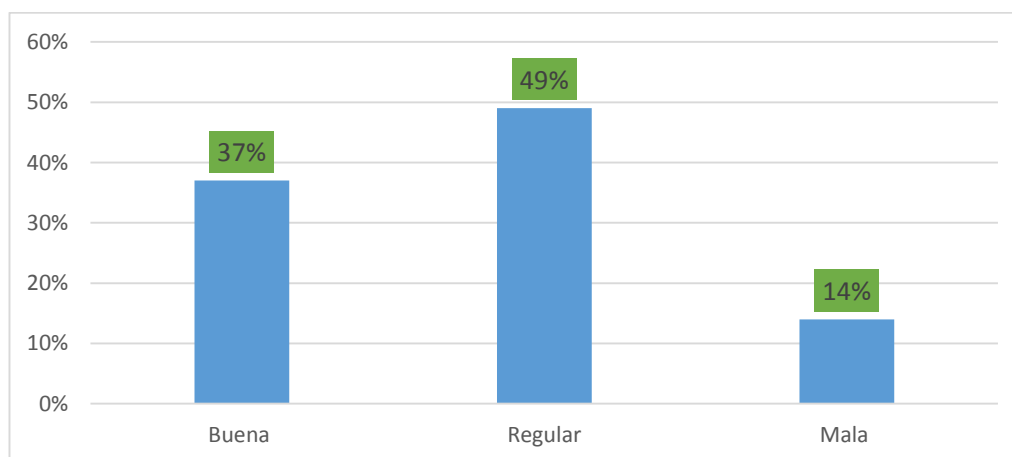
Dimensión Gestión de abastecimiento

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Buena	23 – 30	13	37
Regular	15 – 22	17	49
Mala	6 - 14	05	14
Total		35	100

Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores

Gráfico 7

Abastecimiento



Nota: Elaboración propia

Interpretación

Al analizar los resultados obtenidos en la tabla 9 de la dimensión gestión de abastecimiento; se observa que esta se encuentra en un nivel regular con el 49%, en un nivel bueno con el 37%; mientras con el 14% en un nivel malo

De los resultados obtenidos se puede concluir que la mayoría 49% de los colaboradores de la empresa MARDESUR SRL manifestó que la gestión de abastecimiento se viene desarrollando de manera regular, es decir, se viene cumpliendo con el plan de contrataciones, se hacen compras según las necesidades, se cumple con las cláusulas del contrato, etc. las cuales se vienen desarrollando regularmente

Tabla 10

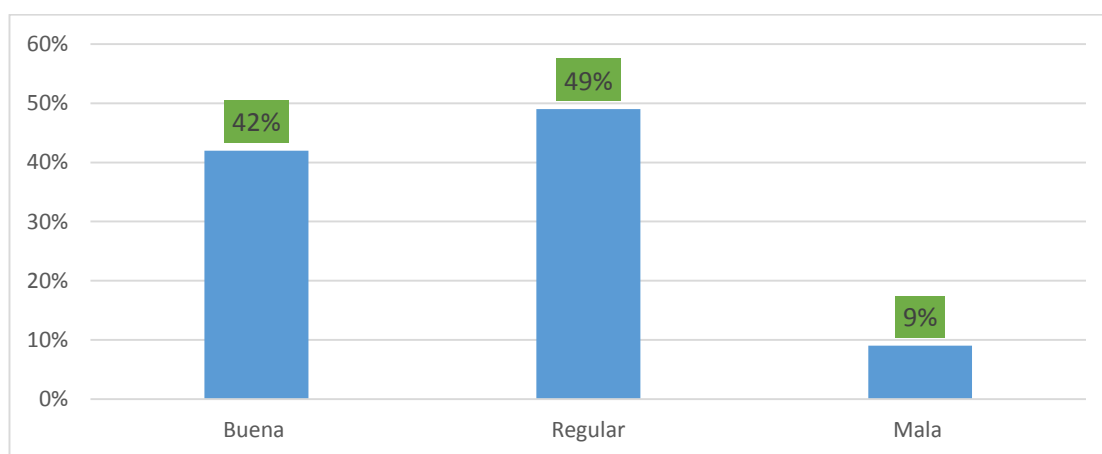
Dimensión Gestión de almacenamiento

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Buena	23 – 30	15	42
Regular	15 – 22	17	49
Mala	6 - 14	03	09
Total		35	100

Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores

Gráfico 8

Gestión de almacenamiento



Nota: Elaboración propia

Interpretación

Al analizar los resultados obtenidos en la tabla 10 de la dimensión almacenamiento; se observa que esta se encuentra en un nivel regular con el 49%, en un nivel bueno con el 42%; mientras con el 9% presenta un nivel malo

De los resultados obtenidos se puede concluir que el mayor porcentaje 49% de los colaboradores de la empresa MARDESUR SRL manifestó que la gestión de almacenamiento se viene desarrollando de manera regular, es decir, El stock del almacén es mínimo, la salida de los bienes se utiliza una pecosa, cuenta con registro de inventarios y codificados en el almacén, se toma medidas preventivas, etc. las cuales se vienen desarrollando de forma regular.

Tabla 11

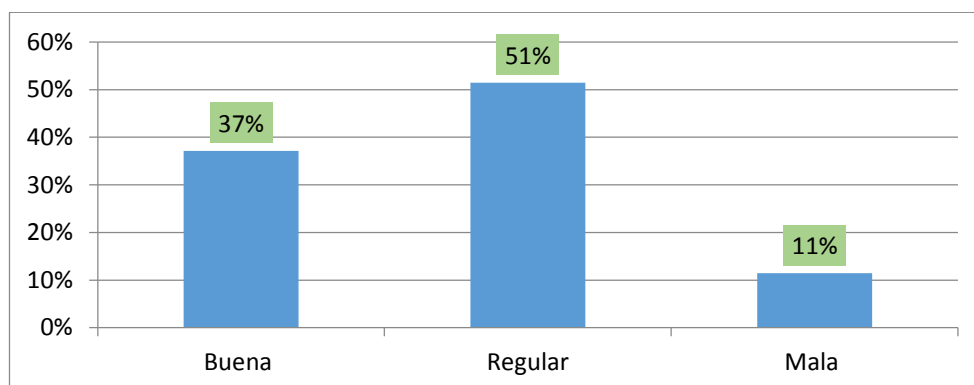
Dimensión distribución

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Buena	23 – 30	13	37
Regular	15 – 22	18	51
Mala	6 - 14	04	11
Total		35	100

Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores

Gráfico 9

Distribución



Nota: Elaboración propia

Interpretación

Al analizar los resultados obtenidos en la tabla 9 de la dimensión distribución; se observa que esta se encuentra en un nivel regular con el 51%, en un nivel bueno con el 37%; mientras con el 11% presenta un nivel malo

De los resultados obtenidos se puede concluir que la mayoría 51% de los colaboradores de la empresa MARDESUR SRL manifestó que la gestión de distribución se viene desarrollando de manera regular, es decir; La cantidad de bienes solicitados lo entregan a tiempo y de acuerdo a lo requerido, si hay defectos es devuelto, se comunica los ingresos de bienes, etc. los cuales se vienen desarrollando de manera regular

Tabla 12

Correlación entre la variable gestión de compras y gestión logística

		Gestión de compras	Gestión de logística
Gestión de Compras	Correlación de Pearson	1	0.756**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	35	35
Gestión de logística	Correlación de Pearson	0.756**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	35	35

Nota: ** La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

Para poder ubicar el grado de correlación encontrado se toma en consideración la tabla de equivalencia que plantea Hernández et al. (2010):

Correlación negativa perfecta:	-1
Correlación negativa muy fuerte:	-0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte:	-0,75 a -0,89
Correlación negativa media:	-0,50 a -0,74
Correlación negativa débil:	-0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil:	-0,10 a -0,24
No existe correlación alguna:	-0,09 a 0,09

Correlación positiva muy débil:	+0,10 a +0,24
Correlación positiva débil:	+0,25 a +0,49
Correlación positiva media:	+0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte:	+0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte:	+0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta:	+1

Según las equivalencias de la tabla en los resultados obtenidos los parámetros de medición se encuentran entre: +0,75 a +0,89 por lo que existiría Correlación positiva fuerte: donde la Y puesto que la “r” de Pearson es 0,756

Por lo tanto, al analizar las hipótesis:

a) Hipótesis

General

Existe relación entre la gestión de compras y la gestión de logística en el producto Huevera de Pez Volador en la empresa MARDESUR en la Provincia de Ilo

Nula

No existe relación entre la gestión de compras y la gestión de logística en el producto Huevera de Pez Volador en la empresa MARDESUR en la Provincia de Ilo

b) Nivel de significancia o riesgo

$$\alpha=0,00$$

c) Cálculo del estadístico de prueba

$$r = 0,756$$

d) Decisión estadística

Puesto que el p valor calculado es menor que el nivel de significancia o riesgo ($0.000 < 0.050$), en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis general (alterna)

e) Conclusión estadística

La variable gestión de compras se relaciona con la variable gestión logística: existiendo un grado de relación positiva fuerte de 0,756

4.3. Discusión de resultados

Una vez terminada el análisis tabulación e interpretación de los resultados de nuestra investigación presentamos lo siguiente:

En la variable gestión de compras; la mayoría 51% de los colaboradores de la empresa MARDESUR SRL manifestó que esta se realiza en un nivel medio, es decir, las dimensiones; planeación, ejecución y control se cumple regularmente.

En las dimensiones evaluadas se alcanzó los siguientes resultados

En la dimensión planeación; el 54% de los colaboradores de la empresa manifestó que las compras que la empresa solo compra lo necesario, supervisa los productos, participa en procesos de compra, informa de sus objetivos, busca la calidad de productos, etc. lo viene realizando regularmente.

En la dimensión ejecución; el 54% de los colaboradores de la empresa manifestó que las compras que las acciones, los contratos, funciones, cotizaciones, acuerdos, etc. que realiza la empresa con los proveedores los ejecuta de manera regular.

En la dimensión control; el 54% de los colaboradores de la empresa manifestó que el control de las compras se cumplen las condiciones pactadas, se informa sobre los objetivos estratégicos, se supervisa los productos, se participa en las compras y control de los productos, etc. los cuales los vienen cumpliendo medianamente.

En la variable gestión logística; el 49% de los colaboradores de la empresa MARDESUR SRL manifestó que la gestión logística se realiza en un nivel medio, es decir, la gestión de abastecimiento, de almacenamiento y distribución la vienen cumpliendo de manera regular.

En la dimensión gestión de compras; el 51% de los colaboradores de la empresa manifestó que se realizan pedidos con los requerimientos técnicos necesarios mensualmente, los requerimientos se entregan con fechas establecidas, se da el uso correcto al material que es requerido, etc. los cuales se vienen desarrollando regularmente.

En la dimensión gestión de abastecimiento; el 49% de los colaboradores de la empresa manifestó que se viene cumpliendo con el plan de contrataciones, se hacen compras según las necesidades, se cumple con las cláusulas del contrato, etc. las cuales se vienen desarrollando regularmente.

En la dimensión almacenamiento; el 49% de los colaboradores de la empresa manifestó que se viene desarrollando de manera regular, es decir, El stock del almacén es mínimo, la salida de los bienes se utiliza una peca, cuenta con registro de inventarios y codificados en el almacén, se toma medidas preventivas, etc. las cuales se vienen desarrollando de forma regular.

En la dimensión distribución; el 51% de los colaboradores de la empresa manifestó que la gestión de distribución se viene desarrollando de manera regular, es decir; La cantidad de bienes solicitados lo entregan a tiempo y de acuerdo a lo requerido, si hay defectos es devuelto, se comunica los ingresos de bienes, etc. los cuales se vienen desarrollando de manera regular

En los resultados de la correlación entre las variables evaluadas según las equivalencias de la tabla en los resultados obtenidos los parámetros de medición se encuentran entre: $+0,75$ a $+0,89$ por lo que existiría Correlación positiva fuerte: donde la Y puesto que la “r” de Pearson es $0,756$. Concluyendo en que la gestión de compras se relaciona con la gestión logística: existiendo un grado de relación positiva fuerte de $0,756$

Al realizar la comparación entre los resultados que se obtuvieron en la presente investigación con la de los antecedentes se alcanzó los siguientes resultados:

En la investigación de Parra-Bermúdez (2014) “Mejoramiento de los procesos del área de compras a través del estudio del trabajo en la empresa laboratorios seres Ltda”; en la ciudad de Santiago de Cali, al comparar con el resultado que se alcanzo en la variable gestion de compras en ambas investigaciones existe una diferencia en cuanto a los resultados obtenidos mientras en nuestra investigación se desarrolla de manera regular en la investigación Parra existió una mejora en cuando asu desarrollo y ejecucion, de lo que se concluiria en que esta se viene desarrollando de manera mas efectiva

En la investigación de Castillo-Lemus (2004) titulada “Optimización del proceso logístico de compras como una ventaja competitiva en las empresas de productos alimenticios; al comparar este resultado con el que se obtuvo en nuestra investigación se encontró similitudes ya que la variable gestión logística resultó una ventaja competitiva para el proceso de compras de los diferentes productos.

En la investigación de Cornetero & Calderón (2014) llamada “evaluación de la gestión logística y su influencia en la determinación del costo de ventas de la empresa”; esta alcanzó un nivel medio de eficacia para lo cual se tuvo que proponer un plan alternativo de Solución y al comparar este resultado con el que se obtuvo en nuestra investigación se encontró que al evaluar nuestra variable logística igualmente presente algunas deficiencias ya que se viene desarrollando en un nivel medio por lo que también se presentaron sugerencias para su mejor desarrollo; de lo que se concluiría que la gestión logística es fundamental para el desarrollo de una empresa.

Espino-Acevedo, (2016) en su investigación “implementación de mejora en la gestión de compras para incrementar la productividad en un concesionario de alimentos”; al comparar y analizar los resultados que se obtuvieron en la evaluación de las variables de gestión de compras en el antecedente tomado como en nuestra investigación; una buena gestión de compras resulta fundamental para la mejora de los recursos de una empresa con la cual mejorará la entrega de los productos y satisfacen las necesidades de los clientes; lo que permitirá incrementar la productividad.

Después de analizar los resultados obtenidos se puede concluir que estos se ajustan a la realidad ya que la gestión de compras en la empresa MARDESUR SRL, se viene cumpliendo regularmente, es decir, los procesos de planeación, ejecución y control se cumplen regularmente y en la variable gestión logística; se viene cumpliendo lo mismo, es decir, la gestión de abastecimiento, de almacenamiento y distribución la vienen cumpliendo de manera regular; existiendo un grado de relación positiva fuerte entre ambas variables

CONCLUSIONES

- Primera: Existe Correlación positiva fuerte: entre la variable gestión de compras con la gestión logística según la “r” de Pearson de 0,756.
- Segunda: El 51% de los colaboradores de la empresa MARDESUR SRL manifestó que la gestión de compras se realiza en un nivel medio, es decir, las dimensiones; planeación, ejecución y control se cumple regularmente.
- Tercera: El 49% de los colaboradores de la empresa MARDESUR SRL manifestó que la gestión logística se realiza en un nivel medio, es decir, la gestión de abastecimiento, de almacenamiento y distribución la vienen cumpliendo de manera regular
- Cuarta: De los resultados obtenidos correlación entre las variables evaluadas se encuentran entre: +0,75 a +0,89 por lo que existiría Correlación entre las variables gestión de compras y gestión logística

SUGERENCIAS

- Primera: Se sugiere al administrador de la empresa MARDESUR SRL ejecutar acciones administrativas en su gestión las cuales permitan la mejora de la gestión de compras que realiza la empresa en lo relacionado a la planeación, ejecución y control
- Segunda: Se sugiere al administrador de la empresa MARDESUR SRL, elaborar un plan de mejora en función a la gestión logística de la empresa la cual permitirá mejorar la gestión de abastecimiento, de almacenamiento y distribución de los productos
- Tercera: Se sugiere al administrador de la empresa MARDESUR SRL, tomar en cuenta los resultados de la presente investigación; en la cual se da a conocer como se viene realizando la gestión en el cargo que viene desempeñando en los relacionado a la gestión de compras y gestión logística de la empresa.
- Cuarta: Se sugiere al administrador de la empresa MARDESUR SRL, aplicar acciones y/o estrategias las cuales estén encaminadas a mejorar las actividades comerciales las cuales permitirán el incremento de su capital invertido, así como también sus ganancias y utilidades.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera, C. (2000). Un enfoque gerencial de la teoría de las restricciones. *Estudios Gerenciales*, 77, 53-69.
- Bizagi, S. (2014). *Solicitud de Compras*. <https://silo.tips/download/solicitud-de-compras-bizagi-suite-copyright-2014-bizagi>
- Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2007). *Administración y logística en la cadena de suministros*. McGraw-Hill.
- Bridge sistemas. (2015). Requerimientos Internos. *BS Sistemas ERP*. <https://bridgesistemas.com.ar/ayudabsgestion/requerimientos-internos/>
- Carreño, A. (2014). *Logística de la A a la Z*. Fondo Editorial de la PUCP.
- Castán, J., López, J., & Núñez, A. (2012). *La logística en la empresa: Un área estratégica para alcanzar ventajas competitivas*. Ediciones Pirámide.
- Castellanos, A. (2009). *Manual de la gestión logística del transporte y distribución de mercancías*. Universidad del Norte.
- Castillo-Lemus, O. E. (2004). *Optimización del proceso logístico de compras como una ventaja competitiva en las empresas de productos alimenticios* [Tesis de pregrado, Universidad de Mariano Gálvez de Guatemala]. <https://glifos.umg.edu.gt/library/index.php>
- Chiavenato, I. (1993). *Administración de recursos humanos*. McGraw-Hill.
- Coltman, M. M. (1990). *Hospitality Industry Purchasing*. Van Nostrand Reinhold.
- Cornetero, A. S., & Calderón Álvarez, G. I. (2014). *Evaluación de la gestión logística y su influencia en la determinación del costo de ventas de la empresa Distribuciones Naylamp S.R.L. ubicada en la ciudad de Chiclayo en el año 2013* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. <http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/213>
- Errasti, A., Arroniz, J. M., Martínez, S., & Yarza, I. (2012). *Gestión de compras en la empresa*. Pirámide.
- Escudero-Muñoz, J. M. (2009). Formación en los centros y comunidades docentes de aprendizaje: Teoría y práctica. *Profesión y vocación docente: presente y futuro*, 2009, ISBN 978-84-9742-925-2, págs. 89-118, 89-118. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3005422>

- Espino-Acevedo, E. J. (2016). *Implementación de mejora en la gestión compras para incrementar la productividad en un concesionario de alimentos*. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/aed64333-6c7e-4ef6-9f96-6aa032b4f4e2>
- Ferrell, L., Hirt, G. A., Ferrell, O. C., Flores Cárdenas, M. Á., Ramos Garza, L., & Rodríguez, M. (2010). *Introducción a los negocios en un mundo cambiante*. <http://148.202.167.116:8080/xmlui/handle/123456789/232>
- Flores, C. J. (2014). *La gestión logística y su influencia en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana* [Tesis de pregrado, USMP]. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/1111>
- Franklin, E. (1998). *Organización de empresas: Análisis, diseño y estructura*. McGraw Hill. https://www.researchgate.net/profile/Enrique-Franklin/publication/44368710_Organizacion_de_empresas_analisis_diseño_y_estructura_Enrique_Benjamin_Franklin_Fincowsky/links/59b765540f7e9bd4a7fd84e3/Organizacion-de-empresas-analisis-diseno-y-estructura-Enrique-Benjamin-Franklin-Fincowsky.pdf
- Gonzales, R. (2012). Diagrama de Ishikawa: Análisis causa-efecto de los problemas – PDCA Home. *PDCA Home*. <https://www.pdcahome.com/diagrama-de-ishikawa-2/>
- Gutiérrez, A. F. (2005). *Gestión de "stocks" en la logística de almacenes*. FC Editorial.
- Heizer, J., & Render, B. (2007). *Dirección de la producción y de operaciones. Decisiones estratégicas* (Octava edición, p. 616). Prentice Hall. <https://apuntesutnpilar.files.wordpress.com/2014/03/direccic3b3n-de-la-produccic3b3n-y-de-operaciones-d-e-8va-ed-heizer-render-pearson.pdf>
- Heredia-Viveros, N. L. (2013). *Gerencia de compras: La nueva estrategia competitiva* (2ª ed.). ECOE Ediciones.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. MacGraw-Hill/Interamericana.
- Hernández-Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana.

- Izard, G. (2010). *Gestión de la distribución: Guía de estudio*. Servicio de Publicaciones = Servei de Publicacions. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=825862>
- Lee, D., & Drake, P. (2010). A portfolio model for component purchasing strategy and the case study of two South Korean elevator manufacturers. *International Journal of Production Research*, 48, 6651-6682. <https://doi.org/10.1080/00207540902897780>
- Lopez, R. (2014). *Logística de aprovisionamiento*. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Martínez-Moya, E. (2007). *Gestión de compras*. FC Editorial.
- Monterroso, E. (2000). *El proceso logístico y la gestión de la cadena de abastecimiento*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1607.1444>
- Mora, L. (2014). *Indicadores de Gestión Logística*. https://www.fesc.edu.co/portal/archivos/e_libros/logistica/ind_logistica.pdf
- Mora, L. A. (2014). *Logística del transporte y distribución de carga*. Ecoe Ediciones.
- Ñaupas, H. Ñ., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa—Cualitativa y redacción de la tesis*. Ediciones de la U.
- Paima-Casique, B., & Villalobos-Sevillano, M. M. (2013). *Influencia del sistema de control interno del área de compras en la rentabilidad de la empresa Autonort Trujillo S.A. de la ciudad de Trujillo* [Tesis para contador, UPAO]. <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/133>
- Palacios, D. A. (2003). *Diseño de un sistema logístico para una pequeña empresa comercializadora de ferretería*. [Trabajo de grado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <https://es.slideshare.net/gustavogarciasoto7/palacios-denis-pequeaempresacomercializadoraferreteria>
- Parra-Bermúdez, M. (2014). *Mejoramiento de los procesos del área de compras a través del estudio del trabajo en la empresa laboratorios seres Ltda* [Tesis de Pregrado, Universidad Autónoma de Occidente]. <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/5860/T03878.pdf;jsessionid=DE02ECA12B219C0DD94D5C6E0DB76C75?sequence=1>

- Preciado-Cueva, M. E. (2016). *Implantación del sistema contable en farmacia “Familiar” de la ciudad de Cariamanga, cantón Calvas, provincia de Loja periodo enero-febrero 2015* [BachelorThesis]. <https://dspace.unl.edu.ec/handle/123456789/11340>
- Quevedo-Cassana, J. G. I. (2011). *Análisis, diagnóstico y propuesta de mejora de la cadena logística y de planeamiento de las compras de una empresa peruana comercializadora de productos químicos* [Tesis de pregrado, PUCP]. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/915>
- Roche, I. (2017). *La cadena y los canales de distribución: Un análisis introductorio*. Thomson Reuters
- Salirrosas E. V. (2016). Incidencia de la planificación de los requerimientos de los pedidos de compra para lograr la eficiencia en la gestión de compras de bienes en el instituto regional de oftalmología la libertad 2016. *Universidad Nacional de Trujillo*. <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/2440>
- Shopify (2017). *Definición Orden de compra—¿Qué es Orden de compra?* Shopify. <https://www.shopify.com/es/enciclopedia/orden-de-compra>
- SUNAT (2018). *Guía de Remisión Electrónica—GRE* /. <https://cpe.sunat.gob.pe/landing/guia-de-remision-electronica-gre>