



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

“ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE COMPRAS EN LA
EMPRESA GOLDUS MOTOR SAC – LIMA 2021”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autora

Karla Estefany Mesias Cabrera

Asesor:

Mg. Gustavo Isaac Barrantes Morales

<https://orcid.org/0000-0002-3180-0604>

Lima - Perú

2022

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	César Eduardo Lavado Bocanegra	43970866
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Victor Hugo Haro Hidalgo	09862514
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Juan Carlos Ganoza Alemán	30835154
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico con todo mi cariño a mi familia por el apoyo, impulso y motivación que me han brindado en todo momento pese a las dificultades que hemos tenido que pasar. Por otro lado, quiero dedicar en especial este trabajo a mi abuelita que siempre estuvo conmigo en todo momento y sé que desde el cielo me guía, me cuida y se siente orgullosa de mi por todo lo que voy logrando y superando en la vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco ante todo a Dios por guiarme y darme la oportunidad de poder realizar este trabajo con tanto esfuerzo y dedicación a pesar de los años difíciles que me ha tocado pasar a raíz de la pandemia. Por otro lado, agradezco un montón a mis padres porque gracias a ellos pude salir adelante y creer que todo se puede lograr cuando hay fuerza de voluntad y fe en uno mismo, en especial a mi mamá que es la que más me apoyó, confió en mí, estuvo conmigo en los momentos más difíciles que pasé y nunca me dejó sola. Por último, agradecerles a mis maestros quienes me apoyaron en el desarrollo de la presente tesis, en especial a mi docente Gustavo, quién supo guiarme y apoyarme bastante desde un inicio

TABLA DE CONTENIDO

JURADO CALIFICADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Justificación de la investigación	13
1.2.1. Justificación teórica	13
1.2.2. Justificación metodológica	14
1.2.3. Justificación práctica	14
1.3. Antecedentes	14
1.3.1. Antecedentes internacionales	14
1.3.2. Antecedentes nacionales	18
1.4. Bases Teóricas	21
1.4.1. Subcategorías de la gestión de compras	24
1.5. Formulación del problema	29
1.5.1. Problema general	29
1.5.2. Problemas específicos	29
1.6. Objetivos	30
1.6.1. Objetivo general	30
1.6.2. Objetivos específicos	30
1.7. Hipótesis	30
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	31
2.1. Tipo de investigación	31
2.1.1. Investigación Básica	31
2.1.2. Diseño	31
2.1.3. Nivel de investigación	31

2.1.4. Enfoque cualitativo	32
2.2. Población y Muestra	32
2.2.1. Población	32
2.2.2. Muestra	32
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	34
2.3.1. Técnica	34
2.3.2. Instrumento	34
2.4. Procedimiento de recolección	34
2.5. Análisis de datos	35
2.6. Aspectos éticos de la investigación	35
CAPÍTULO III: RESULTADOS	36
3.1. Descripción de resultados por subcategorías	37
3.1.1. Solicitud de compra	37
3.1.2. Selección de proveedores	39
3.1.3. Seguimiento del pedido	40
3.1.4. Recepción del pedido	42
3.2. Tablas de resultados	44
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	57
4.1. Limitaciones	57
4.2. Interpretación comparativa	58
4.3. Implicancias	60
4.4. Conclusiones	61
4.5. Recomendaciones	63
REFERENCIAS	65
ANEXOS	72
ANEXO N° 1. Matriz de categorización	72
ANEXO N° 2. Matriz de operacionalización	73
ANEXO N° 3. Guía de entrevista	74
ANEXO N° 4. Validación del instrumento	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tabla de datos de los entrevistados.....	33
Tabla 2. Entrevista sobre la planificación de las compras	44
Tabla 3. Entrevista sobre el tipo de productos.....	45
Tabla 4. Entrevista sobre los requerimientos del pedido	46
Tabla 5. Entrevista sobre la evaluación de proveedores	47
Tabla 6. Entrevista sobre los Criterios de selección	48
Tabla 7. Entrevista sobre la negociación con los proveedores	49
Tabla 8. Entrevista sobre las actividades de monitoreo	50
Tabla 9. Entrevista sobre los medios de comunicación	51
Tabla 10. Entrevista sobre el cumplimiento de la orden.....	52
Tabla 11. Entrevista sobre el protocolo de recepción	53
Tabla 12. Entrevista sobre la conformidad de la orden	53
Tabla 13. Entrevista sobre los productos disconformes.....	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cargos de los entrevistados	36
Figura 2. Solicitud de compra en la empresa Goldus Motor S.A.C	39
Figura 3. Selección de proveedores en la empresa Goldus Motor S.A.C.....	40
Figura 4. Seguimiento del pedido en la empresa Goldus Motor S.A.C.....	41
Figura 5. Recepción del pedido en la empresa Goldus Motor S.A.C.....	42

RESUMEN

La investigación se desarrolló considerando que la gestión de compras en todas las empresas es de gran relevancia, por ello se necesita que el proceso de compras sea el más adecuado para que se pueda optimizar recursos. En tal sentido, en el actual estudio considero que el objetivo principal es describir las características de la gestión de compras de la empresa Goldus Motor S.A.C., es así que la investigación presenta un aspecto metodológico de enfoque cualitativo, de nivel descriptivo, de diseño no experimental y la muestra del estudio fueron 3 trabajadores de la empresa en análisis a los cuales se les aplicó una entrevista. Respecto a los resultados, se encontró que la empresa realiza un análisis de los gastos e ingresos de un determinado periodo con la finalidad de formular una solicitud de compra, también cuenta con proveedores ya establecidos para la adquisición de sus productos, tiene claro cada uno de los canales de comunicación que debe utilizar para el seguimiento de sus pedidos y verificar detalladamente la llegada de sus productos mediante fotos. Finalmente, se concluyó que la gestión de compras de la empresa Goldus Motor S.A.C. es adecuada debido a que considera aspectos internos y externos para el pedido de un producto.

PALABRAS CLAVES: Gestión de compras, solicitud de compra, selección de proveedores.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

La gestión de compras y suministros se ha hecho cada vez más visible en un mundo en el que el suministro es un factor determinante para la supervivencia y el éxito de las entidades. El rendimiento de la cadena de suministro influye no sólo en los riesgos operativos y financieros sino también en el riesgo de reputación. La ampliación de la cadena de suministro a nivel mundial en las regiones emergentes impone nuevas responsabilidades al proveedor y al suministro, no sólo para vigilar las preocupaciones medioambientales, sociales, políticas y de seguridad, sino también para influir en ellas (Fraser, 2020).

En el ámbito internacional, Fraser (2020) mencionó que el trabajo del gestor de suministros de hoy en día va más allá del ámbito de la eficiencia de la cadena de suministro y de la relación calidad – precio para buscar la ventaja competitiva en la cadena de suministro. La contención y la mejora de los costes representan un reto; el otro es el aumento de los ingresos. El grupo de suministro no sólo debe contribuir directamente al balance y a la cuenta de resultados; también debe mejorar el rendimiento de otros miembros del equipo corporativo. Una gestión superior de las relaciones internas y de los conocimientos debe corresponder al exterior en la red de suministro para garantizar que las futuras necesidades operativas y estratégicas de la organización sean satisfechas por los futuros mercados. La alegría de la gestión de compras y suministros vive en la magnitud de sus retos y en las oportunidades de lograr magníficas contribuciones.

La mayoría de las empresas internacionales anhelan convertirse en empresas u organizaciones competitivas en la economía global actual, la función de gestión de compras de suministro debe ser de primera clase. La función de gestión de suministro es la clave para

desbloquear el valor dentro de la organización. En este sentido, las empresas deben optimizar los activos de abastecimiento (Monczka et. al, 2021).

Por otra parte, según Setyaningsih y Kelle (2021) las pequeñas y medianas empresas (PYME) son la pieza fundamental en la economía de la mayoría de los países. Las Pymes tienen y presentan sistemas y procedimientos sencillos, pero dirigen el negocio de forma más flexible a través de la toma de decisiones rápida y la respuesta rápida en comparación con las grandes empresas. Es así que la gestión de compras se perfila como un método que les pueda ayudar a integrar de forma eficiente a los proveedores, fabricantes, almacenes y tiendas para compartir el producto o servicio que se va a producir y distribuir en el momento adecuado. Además, la cadena de suministros en las pymes internacionales es dinámica, debido a que manejan un flujo constante de información, producto y fondos entre las distintas etapas para los clientes.

En el contexto nacional, el 66% de las entidades en el Perú presentan un nivel de gestión incipiente en su cadena de suministros, esto se agudizó con la pandemia del Covid-19. Es importante que las entidades tengan presente la gestión de compras de extremo a extremo, con una visión dinámica y soportándolo en el uso de la tecnología para optimizar las operaciones y funcionamiento de la misma. Por otra parte, los procedimientos vinculados a la administración de las compras, las compañías peruanas han reconocido la relevancia de laborar de forma diferenciada dentro de los distintos rubros, debido a que el 72% de las empresas presentan una gestión distinguida entre las adquisiciones estratégicas y las operativas (Diario Gestión , 2021).

Es así que Ojeda y Ramos (2021) señalan que las empresas peruanas al llevar un control y registro de los inventarios hace que se genere un efecto directo en la gestión de compra, específicamente en la decisión final de las compras. Además, las empresas peruanas

deben considerar que la gestión de compras es muy importante dentro de su funcionamiento ya que contribuye en los beneficios de la misma. Las Mypes peruanas deben establecer normativas y criterios con relación al precio, calidad y experiencia que contribuya a que tengan mayor gestión de compras.

En el contexto local, los inventarios del negocio de bicicleta son relevantes para poder establecer la gestión de compras, debido a que toda entidad de rubro comercial mantiene como base la actividad comercial de venta y servicios. La pandemia del covid-19 hizo que se dispare la demanda por las bicicletas. En este sentido, la presente tesis tiene como propósito investigar la gestión de compras de la empresa Goldus Motor, la cual fue creada en el año 2014 por Lucia Ayquipa Huaraca. Esta responde al sector o rubro importador de bicicletas para todo público, sobre todo entre hombres y mujeres de 4 años a más. Goldus Motor S.A.C ofrecen productos que van acorde al gusto del consumidor, debido a que encontrara bicicletas del diseño, tamaño que desee comprar. Los consumidores más frecuentes durante todo el año son adultos, sin embargo, en meses específicos donde existen mayores ventas y esto se relaciona con las festividades que se celebran al interior del país, como navidad y año nuevo, siendo los consumidores hombres y mujeres que compran bicicletas para niños.

La empresa ha logrado trabajar con varios proveedores y distribuidores, los cuales han permitido que la marca se encuentre en varios puntos del país. Su distribuidor más resaltante es la empresa JS Repuestos, Panda SAC, Bici Centro, Smart Bike, entre otros. Trabajar con estas empresas ha determinado que Goldus Motor S.A.C esté presente en el mercado de bicicletas. A raíz de ello, esta empresa ha optado en seguir importando bicicletas, ya que la demanda de bicicletas en la actualidad ha crecido, lo que permitirá mayores ventas. El diario Gestión (2020), precisa que existe un crecimiento en las ventas de las bicicletas, debido a que en la actualidad existe una pandemia lo cual generó que las personas prefieran

trasladarse en bicicleta que por bus. El número de consumidores ha crecido de manera significativa, esto está enfocado en que cualquier persona pueda adquirir el producto de Goldus Motor, sin embargo, existen dificultades en temas de devoluciones o cambios por mercadería dañada, por lo que la empresa se ha enfocado en regularizar y supervisar mejor la gestión de compras con el objetivo de que se reduzcan estas brechas (Diario Gestión , 2020).

Finalmente, aunque exista la necesidad de conocer cómo se lleva a cabo dicha gestión de compras del rubro de las bicicletas, se deben promover métodos o mejoras con el propósito de incrementar las ganancias en estas; debido a que existe limitadas investigaciones internacionales y nacionales que hayan estado interesadas en este sector comercial de la venta y compra de bicicletas.

1.2. Justificación de la investigación

Es relevante que se pueda explicar la importancia de la investigación que se está realizando, brindando argumentos válidos. La justificación del estudio es la razón por la que se realiza el estudio en primer lugar. Esta parte de la pesquisa debe explicar la singularidad y la importancia de la misma, además debe ser específica e idealmente se relaciona con una justificación teórica, metodológica, práctica, etc (Hernández & Mendoza, 2018).

1.2.1. Justificación teórica

La investigación es viable porque cuenta con información importante basada en la bibliografía de fuentes como artículos científicos, libros virtuales y repositorios institucionales, donde se encuentran dicha información relevante sobre la gestión de compras en cada entidad para su éxito en el mercado empresarial que cada vez es más competitivo. Es así que la gestión de compras se encarga de realizar cada una de las compras de productos que se necesiten ya sea para la producción o comercialización de un producto. La gestión de

compras debe valorar criterios como: el precio de los productos o mercancías, la calidad de los mismos, los plazos de entrega, las facilidades de pago y las posibilidades de descuento (Arenal, 2016).

1.2.2. Justificación metodológica

La presente pesquisa se presenta como un estudio de paradigma cualitativo de nivel descriptivo. En este sentido cabe resaltar que el paradigma cualitativo requiere que el indagador comprenda y busque las motivaciones del fenómeno estudiado desde su enfoque personal (Trujillo et. al, 2019). Además, la presente pesquisa emplea como técnica de recojo de información a la entrevista, que da origen a la guía de entrevista que se orienta según la variable del estudio “gestión de compras”. Por otro lado, la guía de entrevista será elaborada de forma rigurosa, debido a que las interrogantes planteadas responderán a las categorías, subcategorías e ítems; de esta manera se conocerá la gestión de compras en la empresa de forma íntegra y ello podrá ser de base a futuras investigaciones que se orienten en esta misma línea.

1.2.3. Justificación práctica

La investigación realizada podrá brindar una mejor visión sobre las mejoras a proponer referente a la gestión de compras ante los problemas detectados durante el estudio, además, la pesquisa permitirá que la Mype Goldus Motor ubicada en el distrito de la Victoria – Lima y a su vez pueda reforzar aquellos aspectos positivos hallados y determinar propuestas de mejora.

1.3. Antecedentes

1.3.1. Antecedentes internacionales

El autor Mora (2020) en su investigación denominada “Documentación del procedimiento de compras en la empresa acceso virtual aulas amigas S.A.S” que tuvo como objetivo documentar el procedimiento de compras de la entidad anteriormente mencionada.

La metodología empleada fue de paradigma cualitativo mediante el método etnográfico y usó la técnica entrevista a 9 representantes de la empresa entre el gerente, el analista contable, entre otros. Según los resultados hallados y el logro de los propósitos planteados se llegó a documentar el proceso de compras para la entidad Aulas Amigas, el que se logre la documentación de todo el proceso de gestión de compras ayuda a saber en qué momento la empresa debe actuar para el desarrollo de las compras; así como mantener la información ordenada, objetiva y sistemática sobre los productos de la entidad y los proveedores que abastecen la empresa. De esta manera, la entidad podría tener un mayor control de su organización, así como una mayor visibilidad de las mismas. Finalmente, el autor concluyó que el procedimiento de compras cumple con el rol importante para el éxito de la organización, en donde la documentación de este proceso contribuye a gestionar las actividades de forma efectiva.

Los autores Alvarez et al. (2020) desarrollaron una investigación denominada "Selección de proveedores, factor de éxito en la gestión de compras del producto restauración". El estudio tuvo como objetivo analizar las principales determinantes para la selección de proveedores. En el aspecto metodológico la investigación fue de enfoque cualitativo con el uso del método deductivo e inductivo que encaminan al análisis y síntesis del tema. Los resultados muestran que para que se realice de manera eficiente la gestión de pedidos es fundamental que se establezca el ordenamiento de los inventarios y se conforme un procedimiento para la formulación y aprobación de los pedidos de la empresa, además, se menciona que la empresa debe llevar un control eficiente de los inventarios, debido a que los inventarios tienen una incidencia en el proceso de compra. Finalmente, se concluyó que la selección de proveedores es de gran relevancia para el proceso de compras, debido a que determina la calidad de los insumos o productos.

Jamo (2019) realizó una tesis denominada “Developing procurement processes with RPA in a large international procurement organization: case study in an energy utility company” que tuvo como objetivo estudiar cómo se puede utilizar la automatización de procesos robóticos (RPA) para el desarrollo de los procesos de compra en una gran empresa internacional de compras. La metodología empleada fue de enfoque cualitativo con el uso de los datos en entrevistas semi estructuradas tanto en talleres como en entrevistas individuales, además. Los resultados indican que la gobernanza de los proyectos de RPA es crucial para identificar, desarrollar y desplegar con éxito los proyectos de RPA. Las tareas deben dividirse entre los profesionales de compras, el personal de TI y el proveedor de servicios de terceros utilizando la matriz RACI proporcionada. La RPA podría utilizarse para desarrollar en parte los procesos de gestión del cumplimiento de los contratos, el análisis de los gastos, la calificación de los proveedores y la gestión de la renovación y terminación de los contratos. El equipo del Centro de Excelencia de RPA también debería establecerse en la empresa del caso. Los KPI de los procesos automatizados deberían ponderarse caso por caso, en función del resultado deseado del proceso automatizado. Por último, la investigación proporciona directrices para identificar los procesos de compra adecuados para el pilotaje de RPA y proporciona un modelo de gobierno para la empresa del caso para los futuros proyectos de automatización.

Espinoza (2018) mediante la tesis “Análisis del proceso de compras para diseñar una propuesta de indicadores de gestión que permita mejorar los procesos del área de compras, se plantea como objetivo general evaluar el estado actual de los procesos de compras de fabricación de empaques con el propósito de plantear indicadores de gestión que vayan en dirección al giro del negocio. La metodología de investigación utilizada fue el paradigma mixto de nivel descriptivo y exploratorio, para ello se utilizó la técnica denominada encuesta, donde la población fueron 720 empleadores y proveedores de los cuales se eligió a 201

mediante la técnica de muestreo probabilístico. Los resultados mostraron que existen ciertas falencias en el área de compras, por un parte, no establecen licitaciones o contratos con proveedores; además, no cuentan con presupuesto anual de compras que ayuda a realizar una adecuada planificación de recursos. Así mismo se identificó la escasez de indicadores de gestión que no contribuyen al control del cumplimiento de tiempos de entrega de los productos. Por otra parte, se menciona que los clientes internos no tienen ningún conocimiento de la política de compras, tienen molestias por los tiempos de entrega y existen problemas en el uso de las herramientas que faciliten el acceso a la información de forma correcta. Finalmente, se concluyó que en la actualidad el uso de indicadores ha venido alcanzado una mayor notoriedad en los procesos de evaluación y seguimiento de gestión empresarial e industrial y en la evaluación de los procesos de compras de la entidad se hallaron falencias en la ejecución.

Desarrollado por el autor Falks (2018) titulada “Supply chain management strategies in the manufacturing industry”. El objetivo de este estudio de caso único era explorar las estrategias que los gestores de la cadena de suministro de la industria manufacturera utilizaban para ajustar el nivel de inventario no vendido en la cadena de suministro a la demanda de los clientes de forma coherente. La metodología empleada fue de paradigma cualitativa, tuvo una muestra de 5 gestores experimentados de la cadena de suministro de una empresa manufacturera global con sede en el medio oeste de Estados Unidos participó en entrevistas semiestructuradas. Cada participante aportó documentación sobre la cadena de suministro de la empresa para su triangulación. El análisis de los datos produjo 4 temas: definir políticas y procesos, desarrollar asociaciones de colaboración, aprovechar la tecnología y considerar la cadena de suministro de extremo a extremo. Los resultados de la investigación fueron que: cada uno de los temas fueron la base de las estrategias de gestión de la cadena de suministro que han mejorado la adecuación del inventario no vendido en la

cadena de suministro a la demanda de los clientes. Las conclusiones del estudio beneficiaron tanto a los responsables de la cadena de suministro como a los consumidores, debido a que ofrecen la posibilidad de mejorar la coherencia a la hora de satisfacer la demanda de los clientes con menos existencias en la cadena de suministro, lo que se traduce en la satisfacción de los clientes, el crecimiento de las empresas y el empleo estable. Se concluyó que la cadena de suministros puede contribuir a un cambio social positivo al ayudar a los responsables de la cadena de suministro a crear empresas prósperas con empleados y clientes satisfechos que estén dispuestos a dedicar su tiempo y dinero a contribuir al crecimiento de la comunidad, la estabilidad económica y la mejora de las condiciones sociales.

1.3.2. Antecedentes nacionales

En el ámbito nacional, el autor Collantes (2021) realizó una investigación denominada “Modelo CCI para la optimización de la gestión de compras en una empresa exportadora de artesanías, Lima 2021”. La investigación tuvo como finalidad proponer un modelo para la gestión de compras en una entidad exportadora de artesanía”. La metodología utilizada fue de paradigma mixto, de diseño no experimental y el uso del método inductivo y deductivo, además se hizo uso del análisis documental y la ficha de entrevista. De acuerdo a los hallazgos encontrados en este estudio, se determinó que la empresa carece de un proceso de compra de materiales, deficiente coordinación y comunicación para las compras y a eso se suma que la entidad padece de un sistema de gestión de inventarios. A partir de los resultados el autor concluyó que la empresa requiere de un sistema que le permita mejorar la gestión de compras de materiales para el área del almacén.

El autor Chavez (2021) realizó un estudio denominado “Propuesta de mejora en el proceso de la gestión de compras de materiales de una empresa agroindustrial en la ciudad de Lambayeque”. En este sentido, el estudio tuvo como finalidad desarrollar una propuesta de mejora en el proceso para la gestión de compra de materiales, específicamente embalajes

y envases, los cuales son los materiales que representan un mayor volumen de ventas. La metodología empleada fue de enfoque cualitativo con un diseño de investigación no experimental, teniendo como el número de población 7 analistas de compras que participaron respondiendo a las preguntas de su guía de entrevistas. La muestra del estudio fueron los siete empleados del área de compras. Los resultados muestran que es evidente diagnosticar la escasez de un proceso formal de selección de proveedores que abastezcan embalajes y envases, además no hay un formato universal sobre la selección de proveedores. Referente a las alianzas generadas en el transcurso de los años se puede mostrar que se ha alcanzado afianzar alianzas con algunos proveedores, por otro lado, los resultados muestran que los compradores no muestran indicadores de gestión que les ayude a medir los tiempos de entrega de los productos. Finalmente, se concluyó que el área de gestión de compras no tiene un panorama claro sobre el proceso de compra de embalajes y envases y esto es debido a la poca comunicación e información en el área interna de la empresa. Es así que el área de compras presenta gran debilidad ocasionado por factores internos como externos.

Huaman et. al (2020) desarrollaron una investigación denominada “propuesta de mejora de la gestión de compras de la agencia de compras de las fuerzas armadas”. El estudio tuvo como finalidad presentar una propuesta que ayude a optimizar la gestión de compras de la agencia, mediante la aplicación de las mejores prácticas de gestión de compras. La metodología empleada fue de enfoque mixto, es decir de enfoque cuantitativo como cualitativo, además para la propuesta de mejora se aplicó el modelo analytic hierarchy process (AHP). La investigación halló los fundamentales problemas de la entidad: la planificación, la falta de un sistema de información y de empleados con un grado de especialización básico. En virtud de lo expuesto, se plantea la ejecución de un plan que contemple la reestructuración de la empresa, el despliegue de un plan de formación, la aplicación de medidas de mejoras sobre los procesos de funcionamiento y la implementación

de un programa de gestión de compras informático. El autor concluyó que, al implementar las reformas propuestas, se obtendría una disminución en los plazos de administración de las compras y, por ende, un aumento en los requerimientos totales atendidos en el mercado extranjero en un 46% y un incremento en los requerimientos anuales en el mercado nacional en un 6%.

Celis (2019) realizó una investigación denominada “gestión de abastecimiento para mejorar los indicadores de la compra de productos tecnológicos proveniente de China en la empresa Universal Import Perú S.A.C., Chiclayo”. El estudio tuvo como finalidad determinar de qué forma la gestión de abastecimiento mejorará los indicadores de la compra de productos tecnológicos en la empresa anteriormente mencionada. La metodología que se usó fue de enfoque cualitativo de nivel exploratorio y además se hizo uso de la técnica denominada encuesta con su instrumento denominado entrevistas que se aplicó a tres trabajadores de los procesos de abastecimiento de la empresa. Se utilizó en cuatro poblaciones de las entidades importadoras. La empresa realiza realiza importación directa de sus productos, es decir la empresa cuenta con un contacto directo con un bróker de la fábrica del producto tecnológico de China con la cual se trabaja. Se encontró que la empresa cuenta con un agente en la aduana que no realiza un cobro muy elevado a comparación con otros, además cabe precisar que la mercancía tarda entre 8 a 12 días. Los resultados mostraron que la empresa tiene una desordenada negociación con la línea naviera, con su proveedor, con el seguro de carga y con el proveedor de transporte de carga. Por último, el autor concluyó que la empresa cuenta con los siguientes problemas: valor CIF, la deuda aduanera tributaria se incrementa, esto quiere decir que un mayor valor del CIF la deuda aduanera será mayor, al igual que a los gastos de agencia de aduanas y transporte interno.

Anaya et. al (2017) realizó una tesis titulada “Gestión de compras empresariales a partir del modelo de abastecimiento estratégico, estudio de la inteligencia de mercado para

el producto "plancha metálica" de una empresa de carrocerías". La finalidad del estudio es contribuir a la mejora del proceso actual de abastecimiento para el producto anteriormente mencionado a partir de la aplicación de la inteligencia de mercado del modelo de abastecimiento estratégico. La metodología usada fue de enfoque mixto, es decir un enfoque cuantitativo como cualitativo y el diseño del estudio fue el estudio de caso, además se empleó una entrevista a cuatro integrantes de la empresa que se relacione con el tema abordado. Los resultados muestran que se encuentran deficiencias en la gestión de compras debido a que las compras excedan a los ingresos que tiene la empresa, ya que se realizan gastos innecesarios porque no se efectúa de mejor manera la gestión de compras. Finalmente, los tesisistas concluyeron que la cadena de suministro de la entidad no cuenta con procesos establecidos que le ayuden a alcanzar la eficiencia de los tiempos ni los recursos empleados.

1.4. Bases Teóricas

Gestión de compras

Los términos "compras", "gestión de suministros" y "aprovisionamiento" se utilizan indistintamente para referirse a la integración de funciones relacionadas para proporcionar productos, materiales o servicios eficaces y eficientes a una organización. Así, la gestión de compras o suministros no sólo se ocupa de los pasos estándar del proceso de adquisición: (1) el reconocimiento de la necesidad, (2) la traducción de esa necesidad en una descripción comercialmente equivalente, (3) la búsqueda de proveedores potenciales, (4) la selección de una fuente adecuada, (5) el acuerdo sobre los detalles del pedido o contrato, (6) la entrega de los productos o servicios, y (7) el pago de los proveedores (Leenders, 2020).

La gestión de compras se lleva a cabo muchas veces a lo largo de este proceso de suministro de una organización, esto quiere decir que se lleva a cabo hasta que el cliente final pueda adquirir su producto. Es así que la función de compras tiene elementos iguales

en todo tipo de entidad y organizaciones, sin embargo, se puede diferenciar diversas estrategias que dependen del sector de actividad y de la posición de la entidad referente a los competidores y proveedores (Arenal, 2016).

Cabe precisar que las compras se posicionan como la primera función de la cadena de suministro. El comienzo de este relevante proceso depende de los requerimientos de los insumos, materiales o entre otros. Es así que la función de compras se integra en las demás áreas de la organización como un ojo crítico conocedor de los medios de aprovisionamiento y es por eso que aquellos proveedores son capaces de satisfacer de forma óptima los requerimientos que se les hace (Díaz, 2017). En este sentido, se puede mencionar ciertas funciones del área de compras de una organización: la primera función consiste en elaborar proyecciones sobre la demanda y prever los requerimientos de los clientes, la segunda función es elegir y comercializar con proveedores, la tercera función consiste en interpretar la tendencia de los precios y la trayectoria al alza de los mismos, la cuarta función es situar y establecer fuentes de suministro fiables de materias primas, materiales y repuestos, entre otros.

De acuerdo a Abu et. al (2016) menciona que el término compras y aprovisionamiento suelen utilizarse indistintamente en la mayoría de los debates respecto a las actividades de compra de las organizaciones. Abu menciona que el aprovisionamiento es como la aplicación de la función transaccional de adquirir productos y servicios a un menor precio posible. Este proceso integra la gestión material de bienes y servicios, además de la gestión de las transacciones de compra. Por otra parte, el aprovisionamiento es el proceso de la empresa de seleccionar una fuente, pedir y adquirir bienes y servicios. Además, se indica que las etapas generales del proceso de compra incluyen una determinación de las cantidades, la selección de la fuente, la solicitud de presupuesto, la selección de proveedores,

la emisión de una orden de compra, la recepción de los bienes, la verificación de la factura y el pago al proveedor.

García (2015) indica que la gestión de compras en una pequeña empresa se constituye como una partida económica importante en orden a alcanzar una economía rentable. Cuando una entidad consigue equilibrar sus compras, obtiene una de las mejores condiciones debido a que sus gastos e ingresos se incrementan de forma significativa. Además, García menciona que las compras tienen un ciclo que se define como el grupo de operaciones y fases que han de desarrollarse para concretar la gestión de compras. Las fases del ciclo de compra se componen de las siguientes fases: analizar la gestión de compras, selección de proveedores, seguimiento de pedido y la recepción del pedido.

Según Manrique (2014) menciona que la gestión de compras conlleva una serie de metas a conseguir mediante cada gestión de compras; en resumen, la gestión de compras tiene que conseguir el equipo, los materiales, los suministros y los servicios de la buena calidad, en los volúmenes adecuados, al mejor precio y del proveedor adecuado, en el tiempo y el lugar adecuados. A medida que los procesos de las empresas se hacen más profesionales, la labor de compras ha respondido a menudo de manera mucho más profesional. Sobre todo, la demanda creciente para mejorar las áreas relacionadas a la negociación, en las que el responsable de compras ha de interactuar permanentemente con la compañía de ventas. Desde la perspectiva del efecto sobre la rentabilidad, es evidente que, en la situación descrita, la función de compras influirá más sobre la rentabilidad que la propia función de ventas o de marketing. En otros términos, la incidencia de las compras en la rentabilidad será mayor. El proceso de compra varía según los tipos de productos que puedan existir, es así que se puede procesar cuatro tipos de procesos de compras que se detallan a continuación:

- **Productos habituales:** Estos productos generalmente tienen un costo y valor bajo para clientes que presentan un riesgo bajo. Los clientes generalmente buscarán el precio menor y siempre harán énfasis en la rutina de las órdenes. Los proveedores buscarán ofrecer consolidación y estandarización de órdenes.
- **Productos de apalancamiento:** Los productos presentan un alto costo y valor para el cliente y que involucren un riesgo alto. El cliente siempre buscará un proveedor bien confiable y conocido y siempre estará dispuesto a pagar más que el promedio de un precio. El proveedor debe buscar estratégicas alianzas que tomarán la participación temprana del proveedor.
- **Productos estratégicos:** Estos productos tiene un costo y valor alto para el usuario y también se involucran un riesgo alto. El cliente estará en búsqueda de un proveedor bien confiable y conocido y siempre estará dispuesto a realizar un precio promedio.
- **Productos de cuello de botella:** Estos productos tienen un costo y valor bajo para el usuario que involucra ciertos riesgos. El usuario buscará un proveedor que garantice un constante suministro de productos confiables. El proveedor ofrecerá un sistema de seguimiento.

Subcategoría de la gestión de compras

Analizar la gestión o solicitud de compra:

Escudero (2019) menciona que la solicitud de compra consiste en planificar las compras de acuerdo a las necesidades que pueda presentar una entidad en determinado momento, es decir, solicitar los productos que se requieran en la empresa para que así la entidad se encuentre preparada ante una necesidad. – indica que la forma tradicional de hacer una comunicación de un área a el área de compras es mediante la solicitud de compra, la cual presenta dos tipos: La primera es la solicitud de compra estándar que es un formato

empleado para comunicar una necesidad en específico desde el área que requiere un producto a el departamento de compras, esta solicitud debe contener los siguientes datos: la fecha, número de identificación, el nombre del departamento que los solicita con sus respectiva firma de autorización, y lo más importantes es la descripción total del material y la cantidad que se requiere. El segundo tipo de solicitud son las compras respectivas que consiste en el uso de una cartulina que presenta información de compra, los requerimientos y los proveedores que ya se utilizaron anteriormente (Galiana, 2018).

Así mismo, Abu et al. (2016) señalan que para la solicitud de compra se parte de la determinación de necesidades que implica la solicitud de bienes o servicios que requieran los usuarios de la empresa de compras. Generalmente, una solicitud de compra es un documento interno que se crea para pedir la adquisición de bienes y servicios con el propósito de garantizar la disponibilidad de productos en un tiempo determinado. La solicitud de compra debe ser aprobada por el director de compras o alguien con un cargo equivalente y la solicitud de compra debe estar dentro de los límites de coste establecidos por el director de compras. García (2015) indica que la solicitud de compra consiste en que el departamento de una entidad necesita la adquisición de un determinado producto o servicio deberá comunicar la necesidad al área o personas que tiene la competencia. Esta solicitud de compra se tiene que analizar verificando las características puntuales de la solicitud:

- Planificación de compras: consiste en el proceso interno que tienen las empresas para que puedan determinar las compras que se van a realizar en un tiempo determinado.
- Tipo de productos: Consiste en determinar qué tipo de producto o las clases de producto se está solicitando, además de las cantidades que se

requiere del producto que es necesario en el proceso de producción de las empresas.

- **Requerimientos del pedido:** Tiene que ver con todos los detalles que se deben considerar para que las áreas de las empresas puedan solicitar su requerimiento al departamento de compras.

En toda esta situación, Escriba et al. (2014) señala que se entiende como cuando cada departamento detecta la necesidad de compra para el adecuado desarrollo de su actividad empresarial, se procede a gestionar una solicitud de compra con el área que corresponde dentro de una empresa. Esta solicitud en sí es un documento de carácter interno que se produce en el departamento que necesita la compra para luego enviarlo al área de compras.

Selección de proveedores:

Escudero (2019) indica que la selección de proveedores se origina una vez se haya solicitada el presupuesto a distintos proveedores, además de recabar distinta información de ellos se procede a realizar una examinación de las ofertas recibidas mediante la comparación de precio, la calidad del producto, las condiciones, entre otras. Por otra parte, Abu et al. (2016) mencionan que para la selección de proveedores es donde se debe elegir el proveedor cualificado, el cual se elige en función de los criterios enumerados por el comprador. Hay que tener en cuenta muchos criterios a la hora de seleccionar al proveedor adecuado, como el historial de entregas de pedidos anteriores, el nivel de servicio y el precio y la calidad de los productos. En ese mismo sentido, la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2016) indica que la empresa debe obtener información sobre los diferentes proveedores que pueden abastecer de el o los productos que esté solicitando. El proceso de recopilar información consiste en verificar los antecedentes de cada proveedor, los precios que presentan, entre otros; es así que contando con esta esa información se negocia y se elige al proveedor más

adecuado. García (2015) menciona que la selección de los proveedores es muy importante dentro de una entidad, es porque la empresa para el desarrollo de su actividad económica recurre a ellos para la obtención de bienes o servicios que se requiera. La realización idónea de esta actividad permite que la entidad pueda tener a su alcance una extensa base de datos que le permita elegir el proveedor que le ofrezca toda la seguridad que se requiera, además que sea a un precio asequible. En este proceso de selección de proveedores existen tres pasos a seguir:

- Evaluación de proveedores: Consiste en tener conocimiento e información de los posibles proveedores que puedan abastecer de bienes o servicios que requiera la empresa para la actividad económica.
- Criterios de selección: La empresa se base en una serie de criterios que ellos mismos establecen para seleccionar a sus proveedores en base a la información que tienen de ellos.
- Negociación con proveedores: Llega la etapa de negociación con el proveedor que se ha seleccionado para que así se llegue a precisar el requerimiento de pedido de la empresa.

Seguimiento del pedido:

Escudero (2019) menciona que el seguimiento del pedido consiste en constatar que se ha se está cumpliendo con cada uno de los acuerdos que se han precisado con el proveedor, es decir verificar que el producto presente las características que se han solicitado y hacer que el producto llegue en el tiempo que se ha establecido. Además, Gracia (2015) indica que después del pedido realizado, la empresa tiene que realizar un seguimiento del pedido para que se pueda cumplir los plazos de entrega que se precisa en el pedido. En este sentido, la empresa en el seguimiento del pedido debe verificar los siguientes puntos:

- Actividades de monitoreo: Consiste en cada uno de los procesos o actividades que realizan las empresas para que puedan dar seguimiento a sus productos que solicitan a sus proveedores.
- Medios de comunicación: Se entiende como los medios de comunicación que utiliza una determinada empresa para el seguimiento de uno o varios productos que le ha solicitado a su proveedor.
- Cumplimiento de la orden: El cumplimiento de la orden consiste en dar un seguimiento oportuno de la orden o de cada una de las características que se acordaron con el proveedor seleccionado.

En este contexto, Escriba et al. (2014) indica que el seguimiento del pedido parte desde el envío del pedido al proveedor que se ha seleccionado, se procede a realizar un seguimiento de los pedidos utilizando tecnologías de comunicación o de forma presencial, todo esto se realiza con la finalidad de conocer en todo momento cómo evoluciona el pedido que se ha gestionado.

Recepción del pedido:

La Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2016) menciona que la recepción del pedido como su nombre lo indica es el acto de recibir un producto que se ha solicitado previamente y es por ello que se debe verificar de manera inmediata que el producto presente cada una de sus características y la calidad del mismo, también se debe verificar la nota de entrega y una vez que todo esté correctamente realice el pago del servicio. Por otra parte, la recepción de las mercancías se prepara cuando el proveedor realiza la entrega previamente acordada. La mercancía entregada también puede ser de origen interno, mientras que también puede ser transferida o trasladada de un lugar a otro (Abu et al., 2016). Del mismo modo, García (2015) indica que tras haber recepcionado el pedido en las instalaciones de la

entidad. La entidad que realizado el pedido procede a verificar que el producto esté en buen estado, teniendo las siguientes consideraciones:

- Protocolos de recepción: Se entiende como el proceso que realiza una empresa para recibir los productos o insumos que le ha solicitado a un proveedor.
- Conformidad de la orden: La conformidad de la orden tiene relación con verificar que el producto que se ha solicitado cumpla con cada una de las características establecidas en el pedido de compra.
- Productos disconformes: Se refiere al proceso que una determinada empresa sigue cuando reciben un producto que no han solicitado o no presenta todas las características que han requerido.

Finalmente, Escriba et al. (2014) menciona que la recepción del pedido no es más que la llegada de la mercancía que se ha solicitado, donde se debe realizar la inspección y el recuento del producto, corroborando la calidad y la cantidad del producto que se ha solicitado y cada uno de ellos se ajusta a las características que se ha solicitado. Si todo está correcto se realiza el pago del servicio y el producto se va directo al almacén de la empresa.

1.5. Formulación del problema

1.5.1. Problema general

¿Cuáles son las características de la gestión de compras de la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021?

1.5.2. Problemas específicos

¿Cómo se analiza la solicitud de compra de la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021?

¿Cómo se establece la selección de los proveedores de la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021?

¿De qué manera se realiza el seguimiento del pedido de la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021?

¿Cómo se recepciona el pedido de la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021?

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Describir las características de la gestión de compras de la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021.

1.6.2. Objetivos específicos

Describir cómo funciona la solicitud de compra de la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021.

Identificar cómo se realiza la selección de los proveedores de la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021.

Identificar de qué manera se realiza el seguimiento del pedido de la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021.

Identificar de qué manera se recepciona el pedido de la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021.

1.7. Hipótesis

El motivo de que el actual trabajo de investigación no presenta hipótesis es porque es de enfoque cualitativo con nivel descriptivo. Tal como lo indica Ñaupas et al. (2018) que en la investigación cualitativa no se formula hipótesis científicas por su mismo enfoque, debido a que la investigación cualitativa no busca realizar una probación de hipótesis, al contrario, su propósito es interpretar hechos o eventos que se estudian.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

2.1.1. Investigación Básica

La investigación científica básica nos permite comprender la manera en la que funciona el mundo y aprender más sobre el cuerpo humano. Además, a la investigación básica se la emplea para mejorar la investigación científica y las teorías científicas realizadas para mejorar la comprensión o para una mejor predicción y también se conoce como una investigación pura o fundamental (Arias, 2020). A partir de lo mencionado anteriormente la presente investigación fue básica porque permitirá incrementar los límites de conocimientos.

2.1.2. Diseño

El diseño del estudio es no experimental porque se va a describir la gestión comercial en la empresa Goldus Motors SAC tal como sucede, sin ningún tipo de alteración del fenómeno. En este sentido, cabe precisar que Arias y Covinos (2021) indican que el diseño no experimental se entiende como la indagación que se realiza en escenarios naturales, es decir no implica ningún tipo de manipulación del evento, la situación, circunstancias o personas.

Asimismo, el diseño no experimental se puede realizar bajo el corte transeccional o transversal: el de corte transeccional tiene como propósito recolectar información y datos en un espacio determinado, además puede tomar notas de lo que observa y es empleado en investigaciones de información limitada.

2.1.3. Nivel de investigación

Escudero y Cortez (2018) mencionan que la investigación de nivel descriptivo, tal como lo indica su nombre, describe los factores o las características importantes de un problema o fenómeno de estudio. También expone una población, ocurrencia o situación que

un indagador exige o requiere estudiar o describir. La investigación descriptiva forma el qué, el cómo, el cuándo y el dónde en torno a un tema de tesis. En este sentido, la investigación empleó el nivel de investigación descriptiva.

2.1.4. Enfoque cualitativo

La investigación actual hizo uso del enfoque cualitativo, el cual se basa en los datos obtenidos por el investigador a partir de la observación de primera mano, entrevistas, cuestionarios (en los que los participantes escriben de forma descriptiva), grupos focales, observación participante, grabaciones realizadas en entornos naturales, documentos y artefactos. Los datos obtenidos generalmente no son numéricos. Cabe mencionar que los métodos cualitativos incluyen la etnografía, la teoría fundamentada, el análisis del discurso y el análisis fenomenológico interpretativo (Escudero & Cortez, 2018).

2.2. Población y Muestra

2.2.1. Población

Según Cabeza et. al (2018) indican que la población como un conjunto de individuos que serán considerados como el total de participantes de una indagación. Una población, en estadística y otras áreas de las matemáticas, es un grupo discreto de personas, animales o cosas que se pueden identificar por al menos una característica común para fines de recopilación y análisis de datos.

En este sentido la población del presente estudio fueron los trabajadores del área de compras, compuesta por tres trabajadores de la empresa Goldus Motor S.A.C

2.2.2. Muestra

La muestra se define como un subconjunto de la población de estudio, es así que este grupo es imprescindible para los resultados de la investigación. Asimismo, para la elección de la muestra se emplean criterios de muestreo. En este caso el tipo de muestreo que se

emplea es el muestreo no probabilístico por conveniencia que se caracteriza en buscar como mucho ímpetu muestras de representación cualitativa, a través de criterios de inclusión y exclusión.

En este sentido la muestra del estudio es igual que la población. A continuación, se detallan los criterios de inclusión y exclusión que se han considerado para la elección de la muestra:

Criterios de inclusión:

- Trabajadores que tengan como mínimo 4 años laborando en la empresa Goldus Motor S.A.C.
- Empleadores que tengan como mínimo 2 años de experiencia en el rubro comercial de la empresa Goldus Motor S.A.C.
- Trabajadores de la empresa Goldus Motor S.A.C. que presenten disponibilidad para responder a las preguntas.

Criterios de exclusión:

- Empleadores que recién han entrado a trabajar a la empresa Goldus Motor S.A.C.
- Trabajadores de la empresa que no tengan como mínimo 2 años de experiencia en el rubro comercial de la empresa Goldus Motor S.A.C.
- Trabajadores que hayan dejado de laborar en la empresa Goldus Motor S.A.C.

Tabla 1

Tabla de datos de los entrevistados

Informantes (códigos)	Edad	Años de labor en la empresa	Hora laboral	Área laboral	Años de experiencia en el área
TE1	38 años	5 años	9:00 am - 18:00 pm	Comercial	3 años
TE2	40 años	6 años	9:00 am - 18:00 pm	Comercial	4 años

TE3	53 años	7 años	9:00 am - 18:00 pm	Comercial	5 años
-----	------------	--------	-----------------------	-----------	--------

Nota. Elaboración propia

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

2.3.1. Técnica

La investigación mediante entrevistas es una de las áreas de medición más importantes en la investigación básica. El área amplia de la investigación por entrevistas abarca cualquier procedimiento de medición que implique hacer preguntas a los entrevistados. Una "entrevista" está compuesta por un grupo de preguntas que tienen la finalidad de responder cada una de las subcategorías que se han planteado en la investigación (Cabezas et. al, 2018). Es así que para la actual investigación se hizo uso de la entrevista semiestructurada.

2.3.2. Instrumento

El instrumento de la encuesta es la guía de entrevista semiestructurada que toma la forma de una sesión de preguntas y respuestas uno a uno o en grupos pequeños, que se puede realizar por teléfono o en un entorno cara a cara. Las entrevistas son más útiles cuando se necesita recopilar una gran cantidad de información de una pequeña muestra de sujetos (Arias, 2020). En esta situación, la entrevista se empleó en la investigación y constó de 12 preguntas, cada una relacionada con las cuatro subcategorías de la investigación.

2.4. Procedimiento de recolección

El instrumento se validó por tres expertos quienes brindaron su aprobación, posterior a ellos se gestionaron las entrevistas con cada uno de los participantes del estudio, quienes son los 3 empleados de la empresa Goldus Motor S.A.C. Cabe mencionar que la entrevista constó de 12 preguntas. Luego de gestionar el día de la entrevista con cada uno de los trabajadores se procedió a realizar la reunión virtual para que ellos puedan responder dichas

preguntas, finalmente se logró entrevistar a los trabajadores los cuales no presentaron ningún inconveniente y así se desarrolló la entrevista para para luego de ello elaborar y presentar los resultados de la investigación.

2.5. Análisis de datos

Para el análisis de datos, primero se dio paso a transcribir de manera exacta cada una de las respuestas que los entrevistados habían mencionado. Las respuestas fueron analizadas y estructuradas de manera exhaustiva para una comprensión sobre los puntos que se están analizando, de la misma forma los entrevistados fueron considerados como TE1, TE2 y TE3 con el propósito de contar con una mejor practicidad para el desarrollo del análisis cualitativo, elaboración de figuras y presentación de las tablas.

2.6. Aspectos éticos de la investigación

El estudio fue elaborado mediante el diseño, los protocolos y lineamientos éticos y manuales que establece la Universidad Privada del Norte (UPN). Además, el estudio presenta originalidad en su desarrollo, es así que se corrobora el grado de originalidad en el programa de antiplagio. Además, se consideran los tres principios éticos que menciona Miranda y Villasís (2019), estos principios éticos son los siguientes: el primer principio es el respeto por la autonomía, el cual consiste en reconocer el poder de decisión que presenta cada ser humano, es por ello que la persona debe contar con la información necesaria de la investigación y todo el procedimiento que involucra la participación en el mismo; como segundo aspecto ético se presenta a la beneficencia que consiste en proteger a las personas frente a cualquier inconveniente o riesgo que surja en el desarrollo del mismo; y como último principio se tiene al principio ético de justicia, el cual hace referencia a la igualdad y equidad que deben presentar todos los sujetos. (Alvarez & Nevarez, 2020)

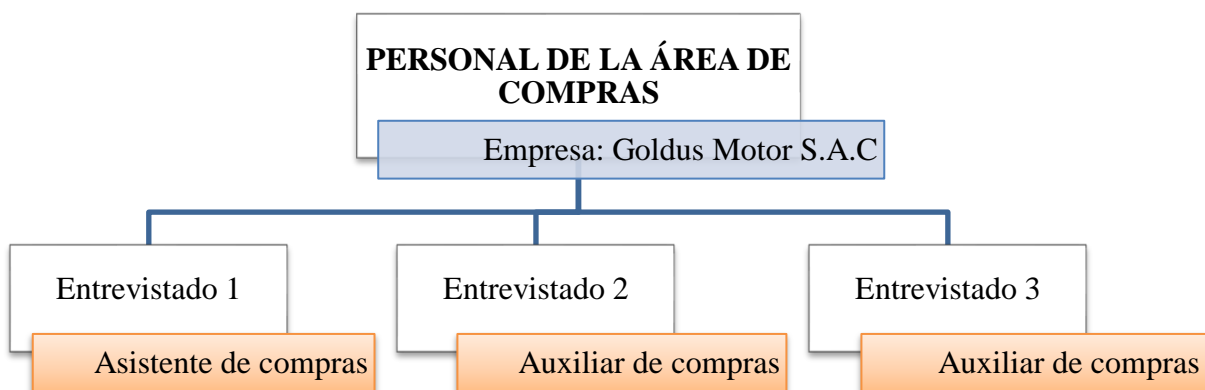
CAPÍTULO III: RESULTADOS

Según Valdéz et al. (2018) los resultados en una investigación científica se consideran como una información que se recopila mediante un instrumento de investigación donde se integra métodos teóricos y empíricos; en este sentido, los resultados se considera como un inciso del desarrollo de una investigación donde se presenta de manera ordenada y sucinta la información que se ha recaudado mediante el instrumento para que así se procesa realizar la interpretación de la información recabada a través de tablas o gráficos que permitan un mejor entendimiento de la información.

Es por ello que en el capítulo III del presente trabajo se procedió a redactar las respuestas de las tres personas que fueron entrevistadas, con la finalidad de dar respuesta a cada uno de los objetivos de la investigación. A continuación, se presenta la siguiente figura que muestra la representación de los cargos de las tres personas entrevistadas.

Figura 1

Cargos de los entrevistados



Fuente: Elaboración propia

La figura N° 1 muestra los cargos de las tres personas entrevistadas del área de compras de la empresa Goldus Motor S.A.C., donde el primer entrevistado es asistente de compras, el segundo entrevistado es auxiliar de compras y el tercer entrevistado es auxiliar

de compras. Cabe mencionar que se realizaron 12 preguntas, divididas en cuatro subcategorías: solicitud de compra, selección de proveedores, seguimiento de proveedores y recepción del pedido; y 12 indicadores, planificación de compras, tipo de productos y requerimientos del pedido; evaluación de proveedores, criterios de selección y negociación con proveedores; actividades de monitoreo, medios de comunicación y cumplimiento de la orden; protocolo de recepción, conformidad de la orden y productos disconformes.

3.1. Descripción de resultados por subcategorías

Para el desarrollo de un análisis simplificado y ordenado se ha considerado codificar a las personas entrevistadas de la siguiente manera:

- a. TE1: Hace referencia al primer trabajador que se ha entrevistado, es decir al asistente de compras.
- b. TE2: Las abreviaturas indican al segundo trabajador entrevistado, es decir al auxiliar de compras.
- c. TE3: Las abreviaturas señalan al tercer trabajador entrevistado, es decir a otra persona que tiene el cargo de auxiliar de compras.

A cada uno de los entrevistados se les ha realizado 12 preguntas que han sido redactadas teniendo en consideración cada una de las subcategorías y sus respectivos indicadores que se han definido en los anteriores capítulos como en la matriz de categorización.

3.1.1. Solicitud de compra

El TE1 señala que para que se realice una solicitud de compra se tiene en consideración tres indicadores fundamentales: el primer indicador es la planificación de compras, el cual se realiza considerando la estación del año y el análisis de las ventas de meses anteriores para que así se pueda elaborar el plan de compras, el segundo indicador es

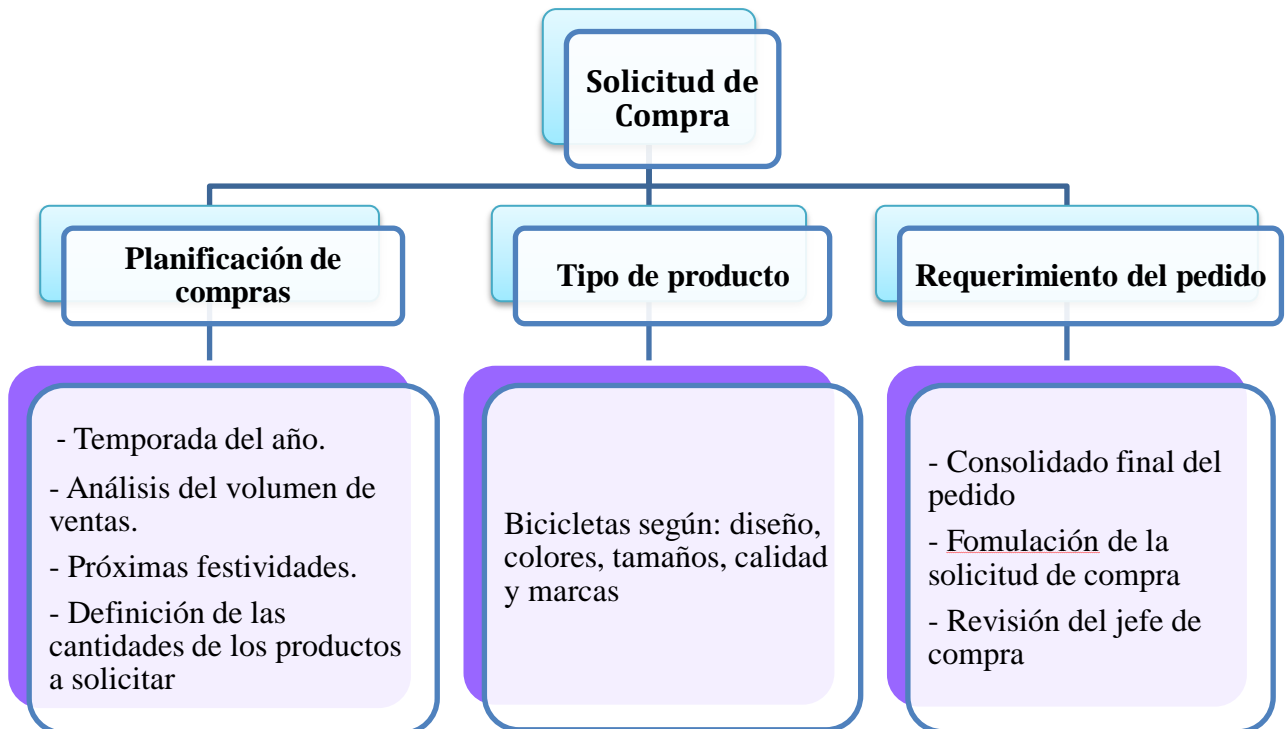
el tipo de productos, donde la empresa Goldus Motor SAC tiene en consideración los diseños, los modelos, los colores, los tamaños, la calidad y la marca de las bicicletas además de otros productos que se puedan exportar y como último indicador es el requerimiento del pedido, donde se realiza un consolidado final de las bicicletas a pedir teniendo en cuenta características como diseños, tamaños, entre otras. Una vez realizado todo ese proceso se le envía al jefe del área para su debido procedimiento.

El TE2 menciona que para la solicitud de compra se tiene como primer punto la planificación de compras, donde se realiza una planificación de la cantidad y qué características deben tener las bicicletas que se van a solicitar; para ello, se verifica gráficos estadísticos de la cantidad de ventas que se han realizado el último año y las festividades que se aproximan. Como segundo punto se tienen en consideración las bicicletas que se solicitan de forma regular, es decir, en base a sus características, modelos, diseños.etc., y como tercer punto se tiene en cuenta el requerimiento del pedido, donde específicamente se elabora la solicitud propiamente dicha y se tiene en consideración el número total de bicicletas a solicitar, como sus características, marcas, entre otras características que se requieran.

Finalmente, el TE3 indicó que para la solicitud de compras se realiza una planificación previa donde se considera el volumen de ventas de las temporadas anteriores, así como las novedades o tendencias que se presentan del producto que son las bicicletas, luego del proceso de planificación se consideran los productos que generalmente importan la empresa Goldus Motor S.A.C, de acuerdo a la finalidad de compra o al tipo de público que se quiere llegar y según las características del producto. Por último, el TE3 menciona que se reúnen todos los trabajadores para que se pueda decidir en consenso lo que se va a comprar al momento de realizar la solicitud de compra.

Figura 2

Solicitud de compra en la empresa Goldus Motor S.A.C



Fuente: Elaboración propia

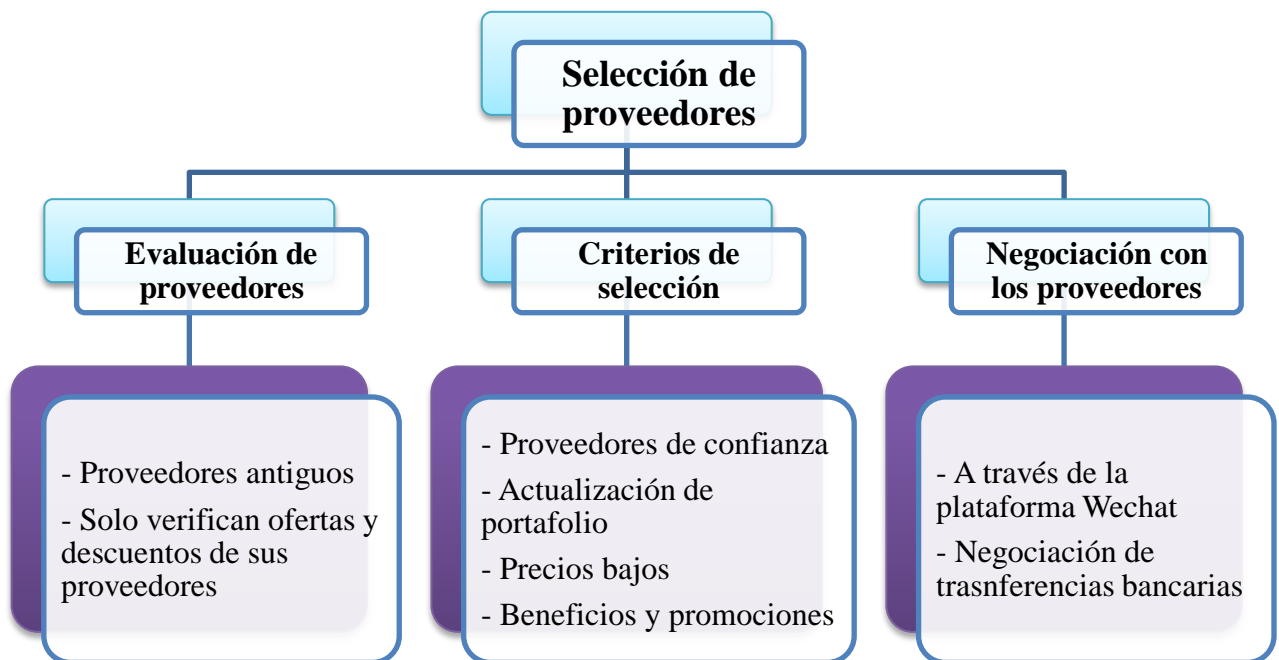
3.1.2. Selección de proveedores

Para la selección de proveedores el TE1, el TE2 y el TE3 coincidieron en sus respuestas. Los tres entrevistados mencionaron que para la selección de proveedores no se realiza una búsqueda ni una evaluación de los proveedores porque por varios años de funcionamiento de la empresa han venido trabajando con los mismos proveedores, señalan que lo que más toman en cuenta para la selección de los mismo es la cotización de precios que les hacen y los productos que están en el mercado y que éstos les pueden ofrecer. Además, los tres entrevistados señalaron que los criterios que tienen en cuenta para selección del proveedor es la confianza, la variedad de su portafolio, las novedades del mercado, el precio, las promociones y beneficios que se les pueda ofrecer. Como último punto, los tres entrevistados indicaron que el proceso de negociación se realiza mediante la plataforma

Wechat donde se realizan reuniones virtuales para la consulta del producto, el plazo que tomaría la realización y la llegada del producto a solicitar.

Figura 3

Selección de proveedores en la empresa Goldus Motor S.A.C



Fuente: Elaboración propia

3.1.3. Seguimiento del pedido

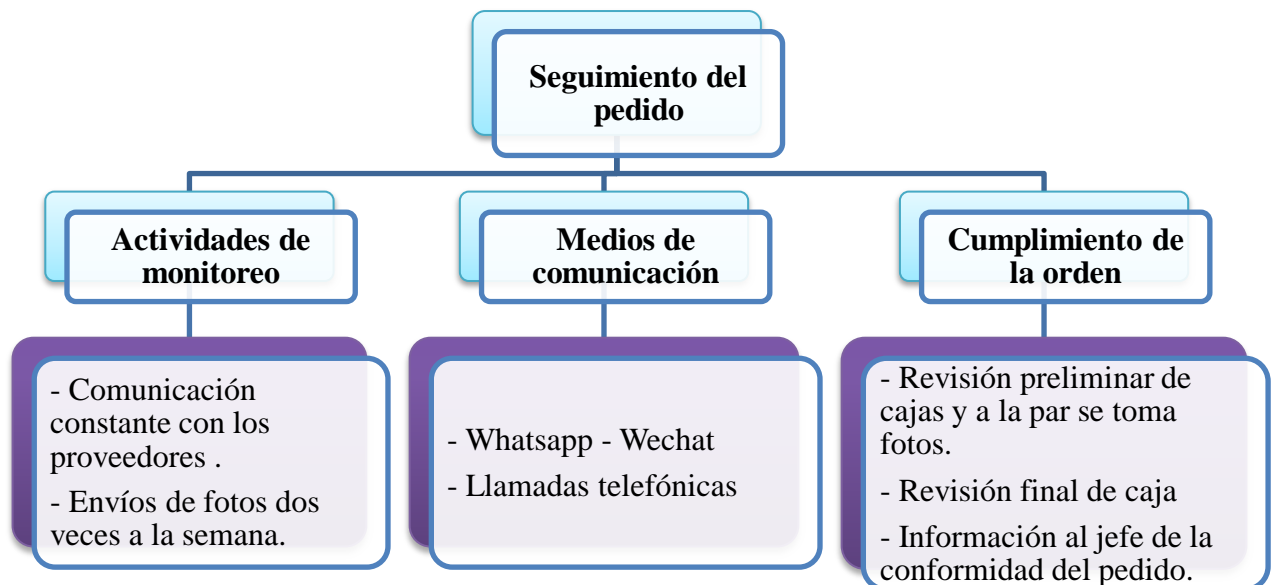
Para el seguimiento del pedido, el trabajador número 1 (TE1) indicó que para las actividades de monitoreo se tiene en cuenta si es proveedor nacional o internacional. El TE1 menciona que, si es un proveedor internacional, se procura tener una comunicación constante con él, donde se solicita fotos del estado y del avance del producto para que se pueda verificar si el producto llegará en los plazos establecidos; por otro lado, si es un proveedor nacional las actividades de monitoreo son más sencillas y el seguimiento también lo es porque se sabe con exactitud qué día llegará el producto. Para todo este proceso el entrevistado (TE1) señaló que los medios de comunicación que se utilizan son el whatsapp, el correo electrónico y el Wechat y finalmente para la confirmación del pedido el entrevistado (TE1) mencionó que

se proceden a abrir con cautela cada una de las cajas y al mismo instante se toman las fotos para la conformidad de que el producto dentro de las cajas se encuentra en buen estado.

Por otra parte, el entrevistado dos y tres (TE2 y TE3) mencionan que los proveedores internacionales cada dos veces durante la semana que se demora el producto en llegar se realiza el envío de fotos para que se pueda constatar que se está realizando el pedido, con el proveedor local el seguimiento del pedido es más factible y constante porque se puede realizar por medio de whatsapp el cual permite una comunicación más fluida y constante. Los entrevistados señalaron que los medios de comunicación que se utilizan son el correo electrónico, el whatsapp y el wechat para los proveedores internacionales, y para la confirmación del cumplimiento de la orden los entrevistados señalaron que se constata que el producto presente las características que se ha solicitado y una vez realizado esa verificación se le indica al jefe quién nuevamente revisa el producto y pasa a realizar la confirmación final del pedido recibido.

Figura 3

Seguimiento del pedido en la empresa Goldus Motor S.A.C



Fuente: Elaboración propia

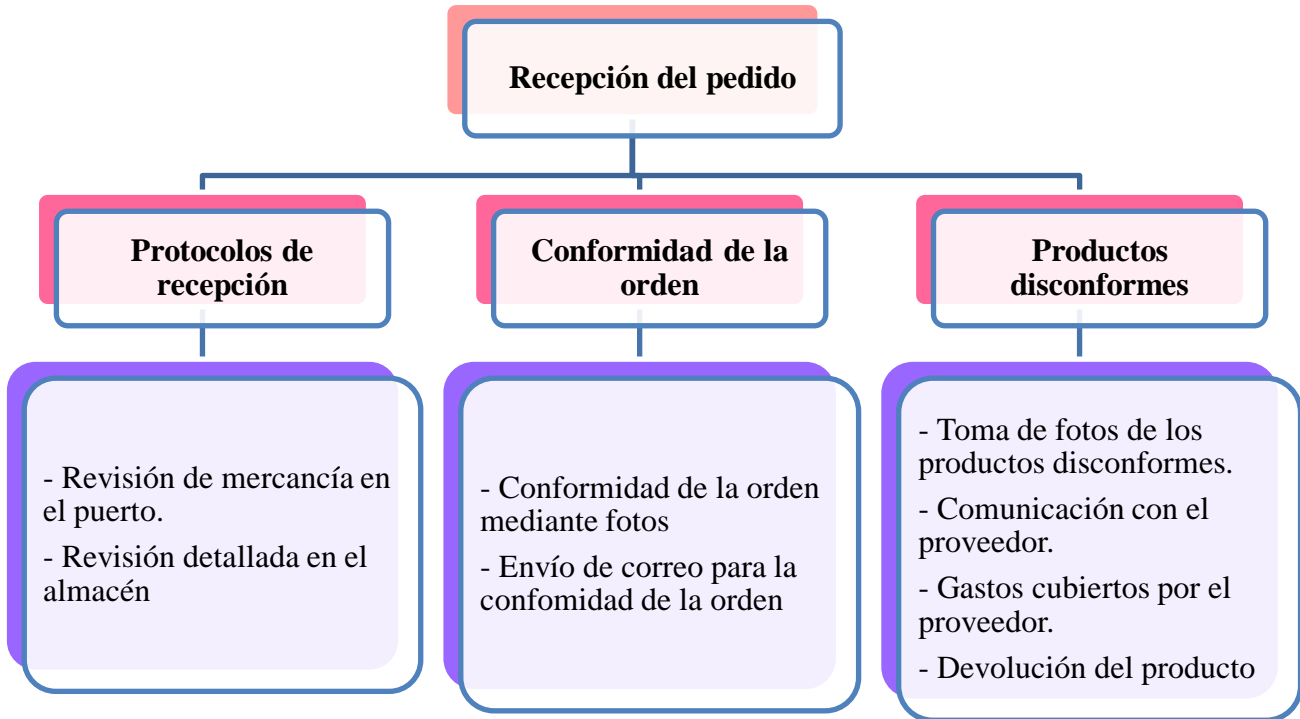
3.1.4. Recepción del pedido

Para la recepción del pedido los tres entrevistados (TE1, TE2 Y TE3) mencionan que la recepción del pedido que se realizan al extranjero se verifica dos veces, la primera revisión es denominada revisión ocular, la cual consiste en revisar visualmente el estado de las cajas con los productos solicitados en el puerto de llegada, la segunda revisión se realiza de manera más detallada en las instalaciones de la empresa. Luego del proceso de verificación, los entrevistados indican que se toman una serie de fotos para que se puedan enviar por medio del correo confirmando la orden del pedido que se ha realizado. Para la recepción de productos que se han solicitado en el interior del país, los entrevistados señalaron que es más sencillo ya que la revisión se realiza junto con los proveedores.

Finalmente, si se diera el caso de que la empresa Goldus Motor SAC presenta disconformidad con el pedido, los entrevistados mencionaron que, si son productos importados, la empresa procede a llamar al proveedor y mencionarle que el producto que ha llegado no es el mismo que se ha solicitado, por lo tanto, se procede a la devolución de los mismos, y el gasto que demanda la devolución del producto es cubierto por el proveedor como se precisa en el contrato. Si son productos que llegan del interior del país, la devolución generalmente se realiza ahí mismo porque los proveedores están presentes en el momento de la constatación de los productos solicitados.

Figura 4

Recepción del pedido en la empresa Goldus Motor S.A.C



Fuente: Elaboración propia

3.2. Tablas de resultados

Solicitud de compras – Planificación de compras

Tabla 2

Entrevista sobre la planificación de las compras

Indicador	Pregunta	TE 1	TE 2	TE 3
Solicitud de compras	¿Cómo se realiza la planificación de compras en la empresa Goldus Motor?	Para realizar las compras, primero nos basamos en la temporada del año en la que nos encontramos en ese momento, analizamos y vemos el volumen de ventas que hemos tenido los meses y los años anteriores, luego se propone un plan con los demás compañeros para estimar las cantidades y características de los productos y así realizar la planificación de compras correspondiente. El procedimiento es el mismo de siempre, por lo que muchas veces queda stock innecesario en almacén	Cuando nosotros planificamos las compras que queremos hacer o solicitar, analizamos mediante gráficos estadísticos el volumen de ventas que hemos generado las últimas semanas y que festividades habrá más adelante, también vemos en qué temporada del año nos encontramos y así se mide el volumen de compras y la cantidad que requerimos en base a las diversas características de las bicicletas que siempre tienen mayor demanda en el mercado. Desde hace años el procedimiento que hacemos para planificar nuestras compras es el mismo.	Por lo general, planificamos nuestras compras midiendo los volúmenes de ventas que tenemos por lo general en cada temporada, hacemos el pedido en base a la temporada y época en la que nos encontramos. Nos basamos también en los requerimientos que se observan en el rubro de las bicicletas, las novedades que van saliendo y lo que pide el público.

Nota: Elaboración propia.

Interpretación: La planificación de compras que se realiza en el empresa Goldus motor SAC según el personal que ha sido entrevistado es el siguiente: primero se realiza un análisis de las ventas ejecutadas en los meses, años o estaciones anteriores a la que se está solicitando, luego se considera la temporada o la estación actual, seguido se considera las festividades y las tendencias que presenta el rubro de bicicletas y finalmente se establece las características, el volumen, la marca y otras características de las bicicletas que se van a solicitar.

Solicitud de compras – Tipo de productos

Tabla 3

Entrevista sobre el tipo de productos

Indicador	Pregunta	TE 1	TE 2	TE 3
Tipo de productos	¿Qué tipos de productos regularmente se solicitan en la empresa Goldus Motor?	El tipo de productos que por lo general solicitamos son las bicicletas, basadas en modelos, diseños, colores, tamaños, calidad y marcas, además de solicitar productos que puedan importarse fácilmente y que generen rotación para evitar almacenarlos de bicicletas como ocurría hace un tiempo atrás. Aunque últimamente estas solicitudes se han vuelto constantes y no se buscan otro tipo de opciones con relación a los diseños de las bicicletas.	Los productos que solicitamos por lo general son bicicletas, las importaciones que gestionamos son un bien tangible y las clasificamos según la finalidad de compra o hacia el tipo de público que les ofrecemos, ya que nos basamos en características de las bicicletas, tamaño, modelo, colores y para el tipo de uso, también son productos que son sencillos de ensamblar.	Los productos por lo general son las bicicletas, las importaciones que solicitamos las clasificamos según la finalidad de compra o hacia el tipo de público al cuál queremos enfocarnos basándonos en las festividades, solicitamos también en base a las características de las bicicletas, es decir, el tamaño, modelo, colores y el tipo de uso.

Nota: Elaboración propia

Interpretación: Los entrevistados TE1, TE2 y TE3 mencionan que el tipo de productos que generalmente se solicitan son las bicicletas, las cuales se basan en modelos, diseños, colores, tamaños, calidad y marca. Por otra parte, los entrevistados TE2 y TE3 indican que los productos que se solicitan se pueden clasificar según su finalidad de compra o a qué público va dirigido basándose en las festividades que se pueden presentar.

Solicitud de compras – Requerimientos del pedido

Tabla 4

Entrevista sobre los requerimientos del pedido

Indicador	Pregunta	TE 1	TE 2	TE 3
Requerimientos del pedido	¿Cuál es el proceso que se sigue para el requerimiento del pedido en la empresa Goldus Motor?	Se hace un consolidado final y una solicitud de pedido con todas las cantidades, diseños, tamaños, entre otras características antes evaluadas. Todo eso se le pasa al jefe de área para que le dé el visto bueno y poder contactar y evaluar a cada uno de los proveedores que tenemos. Los requerimientos siguen siendo los mismos de años anteriores.	Una vez que con los encargados de hacer el análisis para el requerimiento del pedido terminamos, generamos la solicitud de pedido especificando todas las características que hemos evaluado para el nuevo pedido, luego nuestro jefe de área lo revisa y pasa a contactar a los proveedores para que nos pasen sus cotizaciones correspondientes.	Nos reunimos con los demás trabajadores del área que influyen al momento de decidir la compra que se va a realizar, cuando se llega a un consenso de lo que se está solicitando en el mercado y así poder generar una mayor rotación de productos para generar más ventas, se procede a elaborar el informe para nuestro jefe y ya él se encarga de buscar a los proveedores para que nos de las cotizaciones necesarias en base a nuestros requerimientos lo más pronto posible.

Nota: Elaboración propia

Interpretación: Los requerimientos del pedido de acuerdo a los tres entrevistados es el siguiente: luego del proceso de análisis del pedido se procede a realizar un consolidado del pedido donde se consideran las cantidades, los diseños, los tamaños y otras características fundamentales de las bicicletas, posterior a ello se hace llegar la solicitud al jefe del área de compras para que pueda contactar al proveedor.

Selección de proveedores – Evaluación de proveedores

Tabla 5

Entrevista sobre la evaluación de proveedores

Indicador	Pregunta	TE 1	TE 2	TE 3
Evaluación de proveedores	¿Cómo realiza la evaluación de todos los posibles proveedores que puedan abastecer de los productos a la empresa Goldus Motor?	Por el momento no se hacen evaluaciones para optar por otros proveedores, normalmente trabajamos con los mismos, lo que evaluamos mayormente son las cotizaciones y promociones que nos ofrecen, la confiabilidad de que el producto que pedimos sea el correcto al momento de su llegada y lleguen en el menor tiempo posible para cumplir nuestras metas de ventas. Pero tenemos pensado buscar y ampliar nuestros horizontes tratando de viajar cuando se pueda a ferias internacionales en China y buscar otros proveedores en el entorno local, ya que cada vez salen modelos innovadores y nuestros proveedores a veces no cuentan con estos modelos.	Los proveedores con los que trabajamos son los mismos siempre, no contamos con un mayor conocimiento en cuanto a los proveedores que puedan darnos cotizaciones más reducidas. Por lo que nos enfocamos más que nada en las y confianza de que los productos que pedimos lleguen tal cuál lo requerimos y en el menor tiempo posible, el factor económico también influye, ya que depende del costo total de la importación que nos genere el pedido, es el precio con el que tenemos que trabajar y ofrecer nuestras bicicletas al público. Esperemos más adelante poder contar con un mayor número de proveedores.	Nuestros proveedores son los mismos, trabajamos con ellos desde hace años por lo que los lazos comerciales se siguen manteniendo, porque ya sabemos cómo trabajan y la calidad de productos que nos entregan, normalmente nos envían su catálogo virtual y como ya sabemos los protocolos que siguen, solo nos basamos en los precios que nos dan y las promociones o descuentos que nos ofrecen cada cierto tiempo cuando les hacemos llegar nuestra propuesta de requerimientos.

Nota: Elaboración propia

Interpretación: Para la evaluación de los proveedores, las tres personas que han sido entrevistadas mencionan que actualmente en la empresa no se realiza evaluación de proveedores porque ya cuenta con proveedores que se trabaja desde hace muchos años atrás, eso pasa tanto con los productos que se solicita a nivel nacional como internacional. Además, los entrevistados señalan que solo se encargan de verificar el catálogo de los productos que ofrece la empresa, así como sus precios, las promociones y la confiabilidad del producto. Por último, el entrevistado TE1 indicó que están pensando viajar más adelante a las ferias internacionales en China para que así puedan ampliar sus proveedores y el entrevistado TE2 también espera que más adelante se pueda expandir el número de proveedores.

Selección de proveedores – Criterios de selección

Tabla 6

Entrevista sobre los Criterios de selección

Indicador	Pregunta	TE 1	TE 2	TE 3
Criterios de selección	¿Qué criterios se tiene en cuenta para la selección del proveedor en la empresa Goldus Motor?	Los criterios que seguimos para seleccionar al proveedor es que sean de confianza, actualicen constantemente su portafolio de productos basándose no solo en los productos que tienen mayor demanda, sino también en tener modelos nuevos que circulen en el mercado, tengan las cotizaciones actualizadas y nos den descuentos o promociones por ser clientes frecuentes, que el precio vaya de la mano con la calidad del producto que ofrecen, manejen un plazo reducido de entrega. Adicional a ello, nos brinden facilidades de pago. Podemos demorar hasta un mes al seleccionar al proveedor correcto, pero buscamos que el tiempo máximo de envío del pedido sea de 2 meses.	Los criterios que tomamos en cuenta son que sean de confianza, nos ofrezcan los precios más reducidos y acordes al producto que requerimos, los beneficios y promociones que nos dan. Otro de los aspectos que tomamos en cuenta es la variedad de productos que pueden ofrecernos y que, si requerimos algo en específico, tengan el tiempo suficiente para hacerlo y no se demoren en enviarnos el pedido, así vamos viendo el compromiso que tienen ellos hacia la empresa. También influye los medios y facilidades de pago que nos dan.	Los criterios que se tienen en cuenta para la selección de proveedores con los que siempre trabajamos son más que nada la confiabilidad, ya que al venir trabajando con ellos desde hace años ya sabemos cómo es su forma de trabajo, por eso nos enfocamos en los precios más bajos que nos dan en la cotización, además del tiempo que nos brindan para entregarnos los productos, ellos muestran su compromiso con nosotros también dándonos facilidades incluso en el pago. Podemos demorarnos incluso 1 mes para seleccionar a nuestro proveedor.

Nota: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los entrevistados (TE1, TE2 y TE3) los criterios para la selección de proveedores son los siguientes: la confianza que pueden brindar, que tengan un portafolio de productos actualizados, que también puedan poseer los nuevos modelos de productos que estén circulando en el mercado, brindan descuentos o promociones, brinden facilidades de pagos y lo más importante es que el producto sea de calidad y que el plazo de entrega sea el más reducido posible. Además, los entrevistados TE1 Y TE2 mencionan que ellos se pueden tomar 1 mes seleccionando el proveedor y para el envío del producto buscan que se realice en el tiempo máximo de dos meses.

Selección de proveedores – Negociación con los proveedores

Tabla 7

Entrevista sobre la negociación con los proveedores

Indicador	Pregunta	TE 1	TE 2	TE 3
Negociación con proveedores	¿Cuál es la forma de negociación que se sigue para la negociación con el proveedor seleccionado en la empresa Goldus Motor?	La negociación que se hace con ellos es a través del Wechat, en primer lugar, les realizamos todas las consultas necesarias para seguir con la negociación y por lo general nos brindan soluciones ante cualquier inconveniente o duda que podamos tener, si en caso no cuentan con algún producto solicitado o que quizá no va a llegar en el tiempo establecido, nos comunican y nos preguntan si queremos esperar o queremos cambiar el producto por otro. Al último negociamos las transferencias bancarias que se realizarán y las fechas correspondientes.	La negociación que hacemos con los proveedores internacionales es mediante el Wechat, hacemos la reunión virtual y les hacemos todas las consultas necesarias en base a nuestros requerimientos y cotizaciones que nos ofrecieron, negociamos el tiempo que tomaría la elaboración y llegada de nuestro pedido, si no cuentan con algo que requerimos tratamos de buscar otras alternativas de solución, buscamos generar un solo pedido para que los costos de importación no sean tan elevados. Al último negociamos el medio de pago y los porcentajes de transferencias que se irán haciendo en el transcurso de la llegada y recepción final del pedido. Con los proveedores locales, la negociación del pedido tratamos de hacerlas personalmente coordinando una fecha para reunirnos.	La negociación es por el Wechat con proveedores internacionales, realizamos reuniones virtuales y ellos nos explican todo sobre su portafolio de productos y las cotizaciones que nos dan en base a nuestros requerimientos y cantidades. Luego de eso, pasamos a negociar el tiempo proyectado para que lleguen nuestros pedidos. Ya al finalizar, hablamos sobre el medio y montos de pago que iremos realizando conforme van avanzando con nuestro pedido. En caso de los proveedores locales, la negociación del pedido es personalmente con ellos previa coordinación para reunirnos.

Nota: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los entrevistados (TE1, TE2 y TE3) la negociación con los proveedores se realiza mediante la plataforma Wechat, donde se realiza una videollamada para resolver cada una de las consultas que pueda presentar la empresa y además mencionan que los proveedores les brindan soluciones para los inconvenientes que puedan existir.

Seguimiento del pedido – Actividades de monitoreo

Tabla 8

Entrevista sobre las actividades de monitoreo

Indicador	Pregunta	TE 1	TE 2	TE 3
Actividades de monitoreo	¿Qué actividades de monitoreo realiza la empresa Goldus Motor para el seguimiento del pedido?	Los proveedores nos informan constantemente sobre cómo va nuestro pedido cada cierto tiempo o cuando se lo solicitamos, siempre pedimos cada semana fotos sobre el avance del pedido y viendo siempre que sean los productos que hemos solicitado en base a las diversas características identificadas. Y con ello también vamos midiendo el tiempo estimado de entrega y envío de nuestros productos. Esto último pasa también con nuestros proveedores locales, con ellos el monitoreo es un poco más sencillo y hacer el seguimiento para saber cuándo llegará nuestro pedido también es más manejable	A la semana, unas 2 veces nuestros proveedores nos van informando la elaboración de nuestros pedidos, cuando se lo solicitamos también esperamos un día a que nos respondan pero se va haciendo el monitoreo correspondiente para que los plazos de entrega sean los acordados en la negociación, con eso medimos el tiempo estimado de entrega y a la par vamos buscando que nuestros pedidos locales también lleguen en el tiempo determinado para tener nuestra reserva de stock en caso la importación demore un poco más. A veces solemos también coordinar reuniones virtuales para una mejor comunicación con los proveedores y terminar de coordinar los últimos detalles del pedido. El monitoreo con nuestros proveedores locales es más constante, incluso podemos hacer las coordinaciones por WhatsApp ya que se maneja una comunicación más fluida.	El seguimiento que hacemos es semanal en el caso de los pedidos internacionales, los proveedores nos informan sobre el avance, de esa manera vamos viendo los plazos de entrega y para cuando estaría destinado el envío, eso nos da ventaja para poder proveernos de productos con los proveedores locales en caso dicho pedido se demora y no quedarse desabastecidos. A veces coordinamos reuniones virtuales para terminar de coordinar algunos detalles del pedido. El seguimiento que hacemos con nuestros proveedores locales es más rápido ya que tenemos una comunicación más fluida y constante.

Nota: Elaboración propia

Interpretación: Las actividades de monitoreo que se tienen en consideración dentro de la empresa Goldus Motor SAC son las siguientes:

el personal entrevistado de la empresa mencionó que las actividades monitoreo a productos importados se realiza mediante una comunicación

constante con el proveedor donde se solicita dos veces a la semana fotos del estado del producto y para los productos que se adquieren dentro del país de origen el monitoreo es más sencillo porque la comunicación es más fluida por el mismo hecho que se encuentran en un mismo país.

Seguimiento del pedido – Medios de comunicación

Tabla 9

Entrevista sobre los medios de comunicación

Indicador	Pregunta	TE 1	TE 2	TE 3
Medios de comunicación	¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza la empresa Goldus Motor para el seguimiento del pedido?	Los medios de comunicación que utilizamos normalmente son el correo electrónico para los envíos de documentos necesarios, el WhatsApp para realizar las llamadas constantemente y el Wechat para las reuniones virtuales. Cuando las compras son de proveedores nacionales, se usan más las llamadas telefónicas	Los medios de comunicación que usamos normalmente son el correo electrónico, el whatsapp y Wechat para las reuniones virtuales. Con los proveedores nacionales usamos más las llamadas telefónicas.	Usamos el correo electrónico, el whatsapp y el Wechat para las reuniones virtuales. También usamos llamadas telefónicas.

Nota: Elaboración propia

Interpretación: Los participantes del estudio (TE1, TE2 y TE3) mencionan que los medios de comunicación que emplea la empresa Goldus Motor SAC para el seguimiento de pedidos son los siguientes: el correo electrónico para el envío de los documentos pertinentes, el Whatsapp para las llamadas y comunicación constante y el Wechat para las reuniones, cada uno de los mencionados medios se utilizan para productos que se van a importar, para los productos que se solicitan en el territorio peruano se emplean las llamadas por teléfono.

Seguimiento del pedido – Cumplimiento de la orden

Tabla 10

Entrevista sobre el cumplimiento de la orden.

Indicador	Pregunta	TE 1	TE 2	TE 3
Cumplimiento de la orden	¿Cómo se realiza la confirmación del cumplimiento de la orden de un producto solicitado en la empresa Goldus Motor?	Cuando el producto llega al almacén, se pasa a abrir las cajas cuidadosamente y a la par se van tomando las fotos correspondientes para dar conformidad a que se recibió el pedido y cuando se termina de desembalar todo, nuevamente se procede a tomar fotos y dar conformidad de que se recibió correctamente el producto y que se cumplió con todos los requisitos solicitados al momento de la entrega.	Nosotros realizamos la confirmación luego de que el producto llega al almacén, los revisamos detalladamente en base a lo que hemos solicitado, una vez que terminamos de revisarlos damos la conformidad de que el pedido llegó bien, informamos a nuestro jefe directo y cuando el mismo también termina de corroborar el pedido con exactitud pasamos a realizar el pago correspondiente al proveedor.	Realizamos la confirmación cuando el pedido está en almacén, revisamos los productos detenidamente para ver si tienen golpes, están en buen o mal estado y si son los productos que hemos pedido, si todo está conforme, se pasa a confirmar por correo electrónico al proveedor y a nuestro jefe directo de que el pedido está bien y en buen estado.

Nota: Elaboración propia

Interpretación: Los participantes del estudio (TE1, TE2 y TE3) señalan que, para el cumplimiento de la orden, primero el producto tiene que llegar al almacén de la empresa Goldus Motor SAC, luego se procede a abrir de manera cuidadosa las cajas de los productos y se verifica los detalles del mismo y al mismo tiempo se toman fotos, posterior a ello se envían por correo electrónico la confirmación del pedido mediante las fotos. Vale mencionar que los participantes TE1 y TE2 indican que el jefe del área también hace una revisión del pedido para que pueda confirmar la orden.

Recepción del pedido – Protocolo de recepción

Tabla 11

Entrevista sobre el protocolo de recepción

Indicador	Pregunta	TE 1	TE 2	TE 3
Protocolo de recepción	¿Cuál es el protocolo de recepción que tiene la empresa Goldus Motor para la recepción de un producto?	<p>Cuando la mercadería llega y los estibadores empiezan a abrir el contenedor, se hace una inspección ocular de las cajas para ver si han sufrido algún daño o deterioro, con eso nosotros ya vamos deduciendo si el producto sufrió algún daño interno o no. Luego de ello, se reciben las cajas y pasan al almacén para revisar los productos detalladamente.</p>	<p>Una vez que llega la mercadería, nos acercamos al puerto y supervisamos mientras descargan las cajas de que nuestro pedido no haya llegado golpeado o con señales de que se pudo haber abierto las cajas, a eso le llamamos hacer una inspección ocular sencilla. Ya después, recibimos las cajas, las llevamos para nuestro almacén y revisamos los productos minuciosamente mientras los vamos sacando de las cajas, siempre teniendo cuidado de que no se caigan o se golpeen los productos.</p>	<p>Por lo general, cuando nuestro pedido llega, hacemos como una inspección ocular, es decir, vemos mientras realizan la descarga en qué estado se encuentran las cajas cuando empiezan a abrir el contenedor. Luego de ello, subimos con cuidado las cajas al camión y los llevamos para el almacén y ahí mientras vamos abriendo las cajas vamos revisando cada uno de los productos</p>

Nota: Elaboración propia

Interpretación: Los participantes de la entrevista señalan que para los productos que se han importado el protocolo de recepción es el siguiente: primero se realiza una verificación en el puerto que llega el pedido, esta verificación se denomina inspección ocular, luego de esa verificación se realiza una inspección más detallada en el almacén de la empresa. Para los productos nacionales la verificación se realiza en presencia de los proveedores.

Recepción del pedido – Conformidad de la orden

Tabla 12

Entrevista sobre la conformidad de la orden

Indicador	Pregunta	TE 1	TE 2	TE 3
Conformidad de la orden	¿Cómo se verifica la conformidad de la orden del pedido en la empresa Goldus Motor?	La conformidad de la orden la realizamos mediante las fotos que se toman al finalizar la apertura de las cajas que nos llegan, enviamos un correo de confirmación al proveedor de que se recibió en buen estado lo que se solicitó. Lo mismo pasa con nuestros proveedores locales, se les da la conformidad ahí mismo que se recibe el pedido, ya que primero revisamos todo antes de generar el pago final.	La conformidad por lo general lo hacemos mediante fotos que tomamos al terminar de abrir todas las cajas, enviamos un correo de confirmación al proveedor informando que el pedido se encuentra en buen estado. En el caso de los proveedores locales, la verificación se hace ahí mismo y delante de ellos se da la conformidad del pedido basándonos en el requerimiento que generamos.	Las verificaciones y conformidad que damos de que el pedido efectivamente llegó en buen estado y son los productos que hemos solicitado la realizamos cuando terminamos de abrir todas las cajas y verificamos cada uno de ellos, después nos comunicamos con nuestro jefe y le informamos que el pedido llegó bien para que él pueda comunicarse con los proveedores y de la confirmación correspondiente. Así también es el procedimiento que usamos para nuestros proveedores locales.

Nota: Elaboración propia

Interpretación: Para el proceso de conformidad de la orden en la empresa Goldus Motor SAC los participantes (TE1, TE2 y TE3) señalan que la conformidad de la orden para los productos que vienen por el proceso de importación se realiza mediante fotos que se toman al final de supervisar todas las cajas de los productos, luego se envía un correo al proveedor con la confirmación del pedido. Para los productos locales, la conformidad del pedido se realiza en presencia de los proveedores.

Recepción del pedido – Productos disconformes

Tabla 123

Entrevista sobre los productos disconformes

Indicador	Pregunta	TE 1	TE 2	TE 3
Productos disconformes	¿Cuál es el protocolo a seguir cuando la empresa Goldus Motor está disconforme con el producto solicitado?	<p>Cuando el producto que solicitamos nos llega en mal estado, por lo general con las fotos que se toman, se llama al proveedor y les decimos que el pedido ha llegado incorrectamente, que no es lo que hemos requerido y que se pasará a devolver el producto, aunque se demore en realizar todo ese trámite de devolución, es un gasto que corre por cuenta del proveedor, especialmente esto ocurre cuando son importaciones internacionales. Pero cuando el pedido es de proveedores locales, ellos nos facilitan hacer la devolución de su mercadería dañada o en mal estado para cambiarla en un plazo no mayor de una semana por lo general.</p>	<p>Cuando algunos productos que importamos llegan defectuosos o nos llegan otros distintos a los que detallamos en el pedido, tenemos que gestionar la devolución de dichos productos, los embalamos nuevamente en sus cajas y realizamos el trámite para la devolución, más no cubrimos el gasto que se genera por dicha devolución ya que en una de las cláusulas del contrato especifica ello en caso el producto enviado no sea el que hemos solicitado. En algunas oportunidades, cuando el proveedor nos dice que no será factible que nos pueden reenviar nuevamente lo que hemos solicitado, nos quedamos con dichos productos y no se realiza el pago por ellos, ya que eso es algo que se habló y estableció con ellos al momento de la negociación.</p> <p>En el caso de los proveedores locales, cuando se observa alguna falla o defecto en el producto, nos comunicamos con ellos para que nos realicen el cambio por otros, aunque por lo general si nos brindan facilidades de poder hacer la devolución y cambio del producto ahí mismo.</p>	<p>Cuando los productos no nos llegan según lo que hemos requerido, gestionamos y coordinamos con los proveedores para realizar la devolución correspondiente. Pasa también que en caso de no poder realizar la devolución porque el proveedor no cuenta con dichos productos para el cambio, en una de las cláusulas se establece que no se realizará el pago por ellos. Por lo que igual los ponemos en venta, pero a precios un poco reducidos.</p> <p>Cuando el producto que solicitamos en el caso de los proveedores locales no es el requerido, no se termina de realizar el pago hasta que nos hagan el cambio y nos entreguen lo que hemos solicitado realmente, tampoco cubrimos el gasto extra que se genera por conceptos de devolución y traslado nuevamente de la mercadería así.</p>

Nota: Elaboración propia

Interpretación: Según los entrevistados (TE1, TE2 y TE3) la empresa Goldus Motor SAC sigue el siguiente protocolo para la disconformidad con los productos: Primero toma fotos para que se pueda visualizar la disconformidad con el producto, luego se llama al proveedor y se le indica la disconformidad, posterior a ello se empaca el producto y se realiza la devolución teniendo en consideración que ese costo lo cubre el proveedor así como se establece en el contrato, este proceso se realiza con productos que son importados. Para productos locales el protocolo que se sigue es al instante porque generalmente el proveedor está presente en el momento de la verificación. El participante TE2 menciona una salvedad, que cuando el proveedor internacional no puede realizar el envío del mismo producto la empresa Goldus Motor SAC se queda con el producto disconforme.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Limitaciones

Ñaupas et al. (2018) consideran que las limitaciones son aquellas condiciones de carácter económicas, tecnológicas, de tiempo o institucionales que pueden retrasar o frenar una investigación científica. En ese mismo sentido, Martínez et al. (2019) mencionan que las limitaciones pueden ser de dos niveles: el primer nivel es las limitaciones metodológicas que involucra limitaciones en el tamaño de la muestra, escasez de datos confiables y disponibles, falta de estudios previos relacionados con el tema abordado, limitaciones en la medida que se utiliza para la recolección de datos. El segundo nivel son las limitaciones vinculadas con el investigador, es decir son limitaciones de acceso, limitaciones culturales y otro tipo de sesgo, etc.

En este sentido, algunas limitaciones que sobresalieron en el desarrollo de la presente investigación tienen relación con la búsqueda de los antecedentes nacionales e internacionales debido a que los informes que se hallaban no cumplían con todos los lineamientos que requiere la Universidad Privada del Norte (UPN), ese lineamiento se refiere a la antigüedad de los antecedentes como a la metodología de investigación. Si se encontraban investigaciones con el lineamiento solicitado se presentaba que tenían restricción de acceso, es decir se necesitaba autorización para poder acceder al documento.

Adicionalmente, se presentaron dificultades para la obtención de la carta de autorización de la empresa debido a que la entidad manifiesta que no era de su total agrado que se mencionara el nombre de su negocio y además porque manifestaba que los trabajadores de la entidad no contaban con mucho tiempo para la entrevista porque estaban saturados con sus actividades. Es por ello, que fue complicado poder cuadrar fecha de entrevista con el personal de la empresa Goldus Motor y al momento del desarrollo de la entrevista se presentó

un poco de incertidumbre porque los entrevistados presentaban temor de mencionar datos confidenciales. Sin embargo, se puede obtener información suficiente para el desarrollo de los objetivos planteados. Finalmente, se puede mencionar que cada una de las limitaciones que se ha señalado se pudieron solucionar de manera adecuada procurando estar en el marco de los aspectos éticos de la investigadora como de la entidad objeto de estudio.

4.2. Interpretación comparativa

De acuerdo a Ñaupas et al. (2018) la discusión de los resultados involucra realizar una comparación de los resultados que se han obtenido en una investigación con resultados de investigaciones que ya se han desarrollado con anticipación y se presentan en los antecedentes de la investigación; además, la discusión de los resultados involucra que el investigador pueda presentar sentido autocrítico, crítico y un amplio conocimiento sobre el desarrollo de su estudio. En este sentido, los resultados que se han obtenido en el estudio señalan que el proceso de compras de la empresa Goldus Motor ya se encuentra establecido e incluso cuentan con proveedores fijos que realizan el aprovisionamiento de los materiales y equipos que solicita la empresa y referente a inconvenientes en la entrega del producto que se solicita la empresa ya tiene establecido que proceso seguir para la solución del mismo.

El autor Anaya et. al (2017) desarrolló una investigación que tuvo como propósito contribuir a la mejora del proceso de abastecimiento para el producto plancha metálica de una empresa de carrocerías, en este sentido, el autor encontró que las compras presentan dificultades porque los gastos de la empresa superan los ingresos. En este sentido, los resultados del presente estudio muestran que la empresa Goldus Motor tiene en consideración las ventas que realiza meses o temporadas atrás para así pueda establecer su pedido de compras, de esa manera evita caer un déficit de su negocio.

En la investigación desarrollada por el autor Mora (2020) se documentó el procedimiento de compras de la organización Aulas Amigas S.A.S., donde se señala que realizar la documentación del proceso de comprar es importante porque permite que una entidad pueda saber y tener detallado que se tiene que realizar en cada paso de las compras y además permite que la información se tenga ordenada y sistematizada para el desarrollo de los planes de compras y así realizar un comparativo de periodos. La empresa Goldus Motor indica que la planificación de compras es muy importante porque realizan una verificación de todo lo que se ha venido desarrollando en la empresa y a partir de ello poder determinar qué es lo que necesita y en qué cantidades, además permite que se tenga un mayor registro del proceso de compras, es por ello, que al momento de la recepción del pedido también se constata la verificación mediante fotos que sirven de anexos al plan de compras.

Chavez et. al (2020) realizaron una investigación que tuvo como propósito realizar un diagnóstico del manejo de inventarios de la empresa electrónica bushers, donde se muestra que el 60% de los empleadores considera que la información de los productos que tiene la empresa esta actualidad y además los autores hallaron que si se realiza un adecuado control de entrada y salida de productos.

Además, en la investigación del autor Celis (2019) se determinó de qué manera la gestión de abastecimiento mejorará los indicadores de la compra de productos tecnológicos de la empresa Universal Import Perú, el autor encontró que la empresa cuenta con un agente en aduanas que les ayuda con los costos de la importación de sus pedidos, además la mencionada entidad contó una deficiente negociación con su proveedor y los tiempos de llegada de los productos es de 8 a 12 días. En esta situación, la presente investigación muestra que sus proveedores ya se encuentran establecidos por eso solo tienen en cuenta los descuentos o las promociones que le pueda brindar sus proveedores y referente a los plazos

de entrega de sus pedidos, los entrevistados mencionaron que pueden esperar hasta dos meses.

Finalmente, Espinoza (2018) efectuó un estudio que tuvo como finalidad analizar el proceso de comprar de una determinada empresa, es así que el tesista encontró que la empresa no cuenta con licitaciones o contratos con sus proveedores y respecto a los tiempos de entrega se indica que hay incomodidad en los tiempos de entrega y además no se realiza un adecuado seguimiento del pedido debido a la escasez de recursos tecnológicos. A partir de esta situación manifestada, se muestra que la entidad Goldus Motor cuenta con proveedores ya establecidos que le brinda sus productos y con los cuales antes de la negociación se realiza una videollamada para que se resuelvan todas las dudas y consultas que se tengan sobre los productos que se va a solicitar, de esa manera se establecen los parámetros de la compra. Además, la entidad Goldus Motor establece que si el producto no llega como lo ha solicitado o no está en óptimas condiciones la empresa proveedora se hace cargo de esos gastos. Por último, en los resultados del estudio se encontró que la empresa Goldus Motor si realiza seguimiento de sus pedidos mediante una comunicación constante donde solicita que le envíe dos veces a la semana fotos del estado de su pedido.

4.3. Implicancias

El presente estudio presenta una implicancia práctica porque contribuirá con la empresa Goldus Motor SAC con una visión amplia sobre su proceso de compras con proveedores nacionales e internacionales, de esa manera podrá seguir implementando procesos que le ayuden de manera progresiva a seguir mejorando y potenciando el procedimiento de compras, porque de esta manera se podrán reducir algunos gastos inmersos en el mismo proceso anteriormente señalado. Asimismo, es relevante señalar que los entrevistados presentaban noción sobre las interrogantes de la entrevista realizada, pero se considera que debido a su miedo de revelar información privilegiada no se ha podido

profundizar aún más en el tema abordado. Es importante mencionar que, por cada uno de estos aspectos mencionados, la empresa podrá contar con un panorama más amplio sobre el proceso de compras que viene ejecutando.

4.4. Conclusiones

Después de efectuarse las entrevistas del estudio se procedió a realizar un análisis de las respuestas considerando las subcategorías e indicadores que se establecieron dentro del marco teórico, es así que como respuestas a los objetivos de la investigación se establecieron las siguientes conclusiones.

Se concluyó que las características de la gestión de compras de la empresa Goldus Motor SAC están determinadas por la información interna y externa que se considera en el plan de compras que la empresa establece al inicio del proceso, además, la empresa ya cuenta con proveedores de productos de muchos años y hace que su proceso de compras siga siendo el mismo y les sea más sencillo.

En segundo lugar, se concluyó que la solicitud de compra de la empresa Goldus Motor se realiza considerando la temporalidad del año, las ventas que se han realizado periodos atrás y además la necesidad de demanda que tiene la empresa previa evaluación, a partir de esos aspectos se realiza la solicitud de compra que lo evalúa el jefe del área de compras.

Respecto a la selección de proveedores se concluyó que la empresa Goldus Motor no presenta dificultades en el proceso de selección de proveedores por lo mismo que cuenta con los mismos proveedores con los que viene trabajando ya durante años atrás, es así, que para la selección de proveedores solo considera que sus proveedores ya establecidos puedan ofrecer mejores cotizaciones, descuentos o promociones que beneficien a la empresa.

Referente al seguimiento del pedido, se concluyó que la empresa Goldus Motor ya tiene establecido cada una de las herramientas y los canales de comunicación que son efectivos con cada uno de sus proveedores. Por ejemplo, para los proveedores internacionales se mantiene una comunicación constante donde se solicita envío de fotos del estado de su producto dos veces a la semana y con los proveedores nacionales el seguimiento se realiza generalmente mediante llamadas telefónicas y conversaciones por whatsapp.

Finalmente, respecto a la recepción del pedido se concluyó que la empresa Goldus Motor tiene determinado el proceso que se realiza, por ejemplo, la llegada de productos se realiza mediante una verificación rápida en el puerto para ver el estado de llegada de las cajas y además se toma foto, luego se realiza una revisión detallada de los productos y también se toman las respectivas fotos durante el proceso de revisión una vez que el pedido llega al almacén de la empresa. Para los productos que se piden en el ámbito nacional la recepción y verificación del pedido se realiza con la presencia de los mismos proveedores.

4.5. Recomendaciones

Se recomienda que la empresa Goldus Motor SAC pueda establecer con precisión la información externa e interna que tiene en consideración para la elaboración del plan de compras que se realiza la empresa.

Se recomienda que la empresa Goldus Motor SAC pueda establecer con precisión la temporalidad en la que se generan mayores ventas y los productos que tienen mayor demanda en el mercado y en base a ello se considere las evaluaciones respectivas para generar el pedido, esto es porque los entrevistados difirieron en mencionar los tiempos y criterios que consideran para analizar un nuevo pedido se basa en todo ello.

Referente a la selección de proveedores se recomienda que la empresa que fue objeto de estudio pueda ampliar su gama de proveedores para que así pueda contar con un plan de contingencia adicional en caso se presentaran problemas con algún o algunos de sus proveedores ya determinados, ya que actualmente el portafolio y contacto de proveedores que deben tener las empresas deben ser variados y tener de respaldo otros contactos.

Respecto al seguimiento del pedido, se recomienda que la empresa Goldus Motor siga perfeccionando cada uno de los canales de comunicación que mantienen con sus proveedores para una mejor comunicación, es decir, usar herramientas tecnológicas y plataformas que se usan en la actualidad como el teams, Google meet, etc., con la finalidad de que cada vez sea más preciso el seguimiento del pedido realizado.

Por último, se recomienda que la empresa pueda tener un plan de contingencia, es decir, tener productos en stock o de respaldo en caso un producto que ha solicitado llega en mal estado, todo esto con la finalidad que no quede mal con sus clientes y no afecten las proyecciones de ventas que han realizado. Para la recepción del pedido se recomienda que la empresa pueda archivar cada una de las evidencias que tiene sobre los productos que ha

solicitado con el propósito de tener esa evidencia ante la presencia de un inconveniente a futuro, como generar la devolución de dicho producto de ser necesario en caso haya una inconformidad en el pedido.

REFERENCIAS

- Abu, N., Peszynski, K., Azizan, N., Pandiyan, V., & Sundram, K. (2016). Abridgment of Traditional Procurement and E-Procurement: Definitions, tools and Benefits. *Journal of emerging economies and islamic research*, 4(1), 1 - 18. Obtenido de <https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/32786/1/32786.pdf>
- Alvarez, V., & Nevarez, J. (2020). Selección de proveedores, factor de éxito en la gestión de compras del producto restauración. *Revistas Uleam*, 1(2), 1 - 12. Obtenido de <https://revistas.uleam.edu.ec/documentosbahia/Articulo4.pdf>
- Anaya, C., Barcena, A., & Zagastizabal, K. (2017). *Gestión de compras empresariales a partir del modelo de abastecimiento estratégico. Estudio de la inteligencia de mercado para el producto "plancha metálica" de una empresa de carrocéricas [Tesis para optar al grado profesional de licenciado]*. Piura: Universidad Católica del Perú. Obtenido de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/11885/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n%20-%20Anaya_B%20a%20Barcena_Zagastizabal.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Arenal, C. (2016). *Gestión de compras en el pequeño comercio*. Rioja: Editorial Tutor Formación. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=mgEKDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+compras&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=gesti%C3%B3n%20de%20compras&f=false
- Arias, J. (2020). *Proyecto de tesis. Guía para la elaboración*. Arequipa: Biblioteca Nacional del Perú. Obtenido de <http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2236>

- Arias, J., & Covino, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Arequipa: Biblioteca Nacional del Perú. Obtenido de <http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>
- Cabezas, E., Andradde, D., & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Quito: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>
- Celis, V. (2019). *Gestión de abastecimiento para mejorar los indicadores de la compra de productos tecnológicos proveniente de China en la empresa universal import Perú S.A.C., Chiclayo 2017 [Tesis para optar al título profesional de licenciado]*. Lima: Universidad San Martín de Porres. Obtenido de <https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5848/prieto-ramirez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chavez, L. (2021). *Propuesta de mejora en el proceso de la gestión de compras de materiales de una empresa agroindustrial en la ciudad de Lambayeque [Tesis para optar al título de licenciado]*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3650/1/TL_ChavezLlaqueLuisadelPilar.pdf
- Collantes, F. (2021). *Modelo CCI para la optimización de la gestión de compras de una empresa exportadora de artesanías, Lima 2021. [Tesis para optar el título profesional de licenciado]*. Lima: Universidad Norbert Wiener. Obtenido de

https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/5495/T061_45430090_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Diario Gestión . (14 de 09 de 2020). *Pandemia del COVID-19 dispara demanda por bicicletas y scooters eléctricos, según Mercado Libre*. Obtenido de Diario Gestión : <https://gestion.pe/economia/pandemia-del-covid-19-dispara-la-demanda-por-bicicletas-y-scooters-electricos-segun-mercado-libre-nndc-noticia/>

Diario Gestión . (24 de 04 de 2020). *Usuarios realizan sus compras en bicicleta luego de que el Gobierno anunciara que se promoverá su uso*. Obtenido de Diario Gestión : <https://gestion.pe/peru/coronavirus-peru-usuarios-realizan-sus-compras-en-bicicleta-luego-de-que-el-gobierno-anunciara-que-se-promovera-su-uso-fotos-cuarentena-estado-de-emergencia-covid-19-nndc-noticia/>

Diario Gestión . (01 de 12 de 2021). *El 66% de empresas en el país tiene un nivel de gestión incipiente en su cadena de suministros*. Obtenido de Diario Gestión : <https://gestion.pe/economia/el-66-de-empresas-en-el-pais-tiene-un-nivel-de-gestion-incipiente-en-su-cadena-de-suministros-nndc-noticia/?ref=gesr>

Díaz, C. (2017). *Gestión de la cadena de abastecimiento*. Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/326426087.pdf>

Escriba, J., Savall, V., & Martínez, A. (2014). *Gestión de compras*. Madrid: McGraw - Hill. Obtenido de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448193601.pdf>

Escudero, C., & Cortez, L. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. España: Gestión de proyectos editoriales universitarios. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12501/1/Tecnicas-y-MetodosCualitativosParaInvestigacionCientifica.pdf>

- Escudero, M. (2019). *Gestión de compras*. Madrid: Ediciones Paraninfo. Obtenido de https://books.google.com.pe/books/about/Gesti%C3%B3n_de_compras_2a_edici%C3%B3n.html?id=0HuYDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Espinoza, C. (2018). *Análisis del proceso de compras para diseñar una propuesta de indicadores de gestión que permita mejorar los procesos del área de compras [Tesis para la obtención del grado académico de Magíster]*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11016/1/T-UCSG-POS-MAE-187.pdf>
- Falks, M. (2018). *Supply chain management strategies in the manufacturing industry [This is to certify that the doctoral study]*. New York: Walden University. Obtenido de <https://scholarworks.waldenu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=7135&context=dissertations>
- Fraser, J. (2020). *Purchasing and supply management*. New York: Mc Graw Hill. Obtenido de <https://www.mheducation.com/unitas/highered/sample-chapters/9781259957604.pdf>
- Galiana, J. (2018). *Manual de gestión de compras para logística*. Sevilla: Punto Rojo Libros, S.R.L. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=5OVcDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+compras&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- García, E. (2015). *Gestión de compras en el pequeño comercio MF2106_2*. Madrid: Ediciones paraninfo S.A. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=ujDCCgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq>

=gesti%C3%B3n+de+compras&hl=es-

419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=gesti%C3%B3n%20de%20compras&f=fa

lse

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa ,cualitativa y mixta*. La Paz: Mc Graw Hill educación. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>

Huaman, S., Hinostroza, J., & Nestares, D. (2020). *Propuesta de mejora de la gestión de compras de la agencia de compras de las fuerzas armadas [Trabajo de investigación presentado para optar el grado académico de Magíster]*. Lima: Universidad del Pacífico. Obtenido de https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/3101/HuamanSusan_Tesis_maestria_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Jamo, V. (2019). *Developing procurement processes with RPA in a large international procurement [Thesis to obtain a master's degree]*. New York: Lut University. Obtenido de https://lutpub.lut.fi/bitstream/handle/10024/159202/Pro_Gradu_VAINIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Leenders, J. (2020). *Purchasing and Supply Management*. New York: McGraw - Hill Irwin. Obtenido de <http://dspace.vnbrims.org:13000/xmlui/bitstream/handle/123456789/4199/Purchasing%20%26%20Supply%20Chain%20Management.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Manrique, M. (2014). Comportamiento de compra organizacional, una exploración del estado actual. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 43(1), 113 - 130. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1942/194232138009.pdf>

- Martínez, R., Rodríguez, M., Rodríguez, P., Sosa, D., Companioni, B., & Rodríguez, R. (2019). ¿Por qué enunciar las limitaciones del estudio? *Scielo*, 17(1), 1 - 3. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/ms/v17n1/1727-897X-ms-17-01-10.pdf>
- Ministerio de Salud. (2016). *Manual de procesos de compra de medicamentos e insumos sanitarios*. Panamá: Ministerio de Salud de Panamá. Obtenido de https://www.saludmesoamerica.org/sites/default/files/2018-06/3.%20Manual%20de%20Procesos%20de%20comprar%20medicamentos%20e%20insumos%20sanitarios_0.pdf
- Miranda, M., & Villasís, M. (2019). El protocolo de investigación VIII. La ética de la investigación en seres humanos. *Revista Alergia México*, 66(1), 115 - 122. doi:<https://doi.org/10.29262/ram.v66i1.594>
- Monczka, R., Handfield, R., Giunipero, L., & Patterson, J. (2021). *Purchasing & supply chain management*. New York: Sage Publications. Obtenido de https://us.sagepub.com/sites/default/files/upm-assets/114716_book_item_114716.pdf
- Mora, S. (2020). *Documentación de procedimiento de compras en la empresa acceso virtual aulas amigas S.A.S [tesis para obtener el grado académico de contador]*. Medellín: Tecnológico de Antioquia. Obtenido de <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/719/Procedimiento%20compras.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Ediciones de la U. Obtenido de http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf

- Ojeda, V., & Ramos, Y. (2021). Selección de proveedores, factor de éxito en la gestión de compras del producto restauración. *Revista científica arbitrada de investigación en comunicación marketing y empresas*, 4(7), 1 - 12. Obtenido de <http://reicomunicar.org/index.php/reicomunicar/article/view/25/64>
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2016). *Compras y control de existencias*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo [OIT]. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553922.pdf
- Setyaningsih, S., & Kelle, P. (2021). Comparison of Supply Chain Management (SCM) adoption at Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs): A review from Hungary and Indonesia. *Journal of International Studies* , 14(3), 14 - 3. Obtenido de https://www.jois.eu/files/2_1109_Setyaningsih_Kelle.pdf
- Trujillo, C., Toro, M., Lomas, K., & Merlo, M. (2019). *Investigación Cualitativa*. Lima: Editorial Universidad Técnica del Norte. Obtenido de https://issuu.com/rolandolomas4/docs/libro_de_investigacion_cualitativa_
- Valdés, Y., Pérez, L., Sariego, M., & Valdés, Y. (2018). Presentación y defensa de resultados científicos. *Panoram Cuba y Salud*, 13(1), 314 - 317. Obtenido de <https://www.medigraphic.com/pdfs/cubaysalud/pcs-2018/pcss181m.pdf>

ANEXOS

ANEXO N° 1. Matriz de categorización

Título: “ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE COMPRAS EN LA EMPRESA GOLDUS MOTOR SAC – LIMA 2021”

PROBLEMA	OBJETIVOS	CATEGORÍA, SUBCATEGORÍAS E INDICADORES		METODOLOGÍA	
<p>PROBLEMA GENERAL:</p> <p>¿Cuáles son las características de la gestión de compras de la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS:</p> <p>¿Cómo se analiza la solicitud de compra de la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021?</p> <p>¿Cómo se establece la selección de los proveedores de la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021?</p> <p>¿De qué manera se realiza el seguimiento del pedido de la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021?</p> <p>¿Cómo se recepciona el pedido de la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021?</p>	<p>OBJETIVOS GENERAL:</p> <p>Describir las características de la gestión de compras de la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <p>Analizar cómo funciona la solicitud de compra de la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021</p> <p>Identificar cómo se realiza la selección de los proveedores de la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021.</p> <p>Identificar de qué manera se realiza el seguimiento del pedido de la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021.</p> <p>Identificar de qué manera se recepciona el pedido de la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021.</p>	Categoría: Gestión de compras		<p>Tipo de investigación:</p> <p>Básica</p> <p>Nivel de investigación:</p> <p>Descriptiva</p> <p>Enfoque de la investigación:</p> <p>Cualitativa</p> <p>Diseño de la investigación:</p> <p>No experimental</p>	
		SUBCATEGORÍAS	INDICADORES		
		Solicitud de compra	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación de compras - Tipo de productos - Requerimientos del pedido 		
		Selección de proveedores	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluación de proveedores - Criterios de selección - Negociación con proveedores 		
		Seguimiento del pedido	<ul style="list-style-type: none"> - Actividades de monitoreo - Medios de comunicación - Cumplimiento de la orden 		
		Recepción del pedido	<ul style="list-style-type: none"> - Protocolo de recepción - Conformidad de la orden - Productos disconformes 		

ANEXO N° 2. Matriz de operacionalización

Título: “ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE COMPRAS EN LA EMPRESA GOLDUS MOTOR SAC – LIMA 2021”

CATEGORÍA	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	SUBCATEGORÍAS	DEFINICIÓN DE SUBCATEGORÍAS	INDICADORES
Gestión de compras:	García (2015) indica que la gestión de compras en una pequeña empresa se constituye como una partida económica importante en orden a alcanzar una economía rentable. Cuando una entidad consigue equilibrar sus compras, obtiene una de las mejores condiciones debido a que sus gastos e ingresos se incrementan de forma significativa. Además, García menciona que las compras tienen un ciclo que se define como el grupo de operaciones y fases que han de desarrollarse para concretar la gestión de compras. Las fases del ciclo de compra se componen de las siguientes fases: analizar la gestión de compras, selección de proveedores, seguimiento de pedido y la recepción del pedido.	La gestión de compras se analizará considerando las fases del ciclo de compra: solicitud de compra, selección de proveedores, el seguimiento del pedido y recepción del pedido.	Solicitud de compra	García (2015) indica que la solicitud de compra consiste en que el departamento de una entidad necesita la adquisición de un determinado producto o servicio deberá comunicar la necesidad al área o personas que tiene la competencia	Planificación de compras
					Tipo de producto
					Requerimiento del pedido
			Selección de proveedores	García (2015) menciona que la selección de los proveedores es muy importante dentro de una entidad, es porque la empresa para el desarrollo de su actividad económica recurre a ellos para la obtención de bienes o servicios que se requiera.	Evaluación de proveedores
					Criterios de selección
					Negociación con proveedores
			Seguimiento del pedido	García (2015) señala que el seguimiento del pedido consiste en constatar que se ha se está cumpliendo con cada uno de los acuerdos que se han precisado con el proveedor.	Actividades de monitoreo
					Medios de comunicación
					Cumplimiento de la orden
			Recepción del pedido	García (2015) indica que la recepción del pedido consiste en recibir el producto que se había solicitado con anticipación.	Protocolo de recepción
					Conformidad de la orden
					Productos disconformes

ANEXO N° 3. Guía de entrevista

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Buenos días, mi nombre es Karla Estefany Mesias Cabrera, soy bachiller de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte. Le agradezco por aceptar formar parte de la entrevista, la cual tiene como objetivo general describir las características de la gestión de compras en la empresa Goldus Motor SAC, Lima 2021.

Título: Análisis de la gestión de compras en la empresa Goldus Motor S.A.C – Lima 2021

Entrevistado:

.....

Cargo:

.....

Tiempo de servicio en la empresa Goldus Motor S.A.C.

.....

Solicitud de compra

1. ¿Cómo se realiza la planificación de compras en la empresa Goldus Motor?

2. ¿Qué tipos de productos regularmente se solicitan en la empresa Goldus Motor?

3. ¿Cuál es el proceso que se sigue para el requerimiento del pedido en la empresa Goldus Motor?

Selección de los proveedores

4. ¿Cómo realiza la evaluación de todos los posibles proveedores que puedan abastecer de los productos a la empresa Goldus Motor?

5. ¿Qué criterios se tiene en cuenta para la selección del proveedor en la empresa Goldus Motor?

6. ¿Cuál es la forma de negociación que se sigue para la negociación con el proveedor seleccionado en la empresa Goldus Motor?

Seguimiento del pedido

7. ¿Qué actividades de monitoreo realiza la empresa Goldus Motor para el seguimiento del pedido?

8. ¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza la empresa Goldus Motor para el seguimiento del pedido?

9. ¿Cómo se realiza la confirmación del cumplimiento de la orden de un producto solicitado en la empresa Goldus Motor?

Recepción del pedido

10. ¿Cuál es el protocolo de recepción que tiene la empresa Goldus Motor para la recepción de un producto?

11. ¿Cómo se verifica la conformidad de la orden del pedido en la empresa Goldus Motor?

12. ¿Cuál es el protocolo a seguir cuando la empresa Goldus Motor está disconforme con el producto solicitado?

ANEXO N° 4. Validación del instrumento

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondientes al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A= Adecuado / PA= Poco Adecuado / NA = No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

PREGUNTAS		VALORACIÓN					OBSERVACIONES
ITEMS		MA	BA	A	PA	NA	
SOLICITUD DE COMPRA							
1	¿Cómo se realiza la planificación de compras en la empresa Goldus Motor?	X					
2	¿Qué tipos de productos regularmente se solicitan en la empresa Goldus Motor?	X					
3	¿Cuál es el proceso que se sigue para el requerimiento del pedido en la empresa Goldus Motor?	X					
SELECCIÓN DE LOS PROVEEDORES							
4	¿Cómo realiza la evaluación de todos los posibles proveedores que puedan abastecer de los productos a la empresa Goldus Motor?	X					
5	¿Qué criterios se tiene en cuenta para la selección del proveedor en la empresa Goldus Motor?	X					
6	¿Cuál es la forma de negociación que se sigue para la negociación con el proveedor seleccionado en la empresa Goldus Motor?	X					
SEGUIMIENTO DEL PEDIDO							
7	¿Qué actividades de monitoreo realiza la empresa Goldus Motor para el seguimiento del pedido?	X					
8	¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza la empresa Goldus Motor para el seguimiento del pedido?	X					
9	¿Cómo se realiza la confirmación del cumplimiento de la orden de un producto solicitado en la empresa Goldus Motor?	X					
RECEPCIÓN DEL PEDIDO							
10	¿Cuál es el protocolo de recepción que tiene la empresa Goldus Motor para la recepción de un producto?	X					
11	¿Cómo se verifica la conformidad de la orden del pedido en la empresa Goldus Motor?	X					
12	¿Cuál es el protocolo a seguir cuando la empresa Goldus Motor está disconforme con el producto solicitado?	X					

Evaluado por: Jimmy Omar Herrera Gutiérrez

D.N.I.: 40321572

Fecha: 26/10/2022

Firma:

