

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
LA GESTIÓN DE COMPRAS Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA
EMPRESA AGROVETERINARIA RABANAL CATACAOS E.I.R.L EN EL AÑO
2020

Línea de Investigación:

Gerencia e innovación

AUTORES

Br. Calle Ubillús, Raúl

Br. Cueva Chuquihuanca, Ángel Bruno

ASESOR

Mg. Vásquez Senador, Max

Piura - Perú

2020

Fecha de sustentación: 2020/10/12

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
LA GESTIÓN DE COMPRAS Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA
EMPRESA AGROVETERINARIA RABANAL CATACAOS E.I.R.L EN EL AÑO
2020

Línea de Investigación:

Gerencia e innovación

AUTORES

Br. Calle Ubillús, Raúl

Br. Cueva Chuquihuanca, Ángel Bruno

ASESOR

Mg. Vásquez Senador, Max

Piura - Perú

2020

Fecha de sustentación: _____

Dedicatoria

Esta tesis está dedicada la memoria de mis abuelos Carmen Silva Ruiz y Rubén Ubillus Miranda, quién me animó en este campo de estudio y, durante varios años me formaron y ayudaron para culminar mis estudios universitarios.

A mis padres y hermanos que me han apoyado y dado su hombro en esta etapa universitaria.

Br. Raúl Calle Ubillus

A mis padres que me apoyaron desde el inicio de la investigación y más a mi padre que me apoyo con sus conocimientos.

A mi mamita Susana por siempre preocuparse por mí.

A mis amigos, que a pesar de toda la presión siempre pude contar con ellos para poder despejar mi mente para seguir adelante.

Br. Ángel Bruno Cueva Chuquihuanca

Agradecimiento

A Dios, que me ha regalado la vida y la salud, además ha cuidado a las personas más importantes en mi vida.

A mis Padres, pues me apoyaron en cada uno de mis planes desde el inicio de mi vida profesional.

A mis padres, quienes me permitieron seguir una carrera profesional y me han apoyado incondicionalmente, incluso frente a circunstancias adversas.

A mis hermanos, quienes constantemente me motivaron a culminar esta investigación.

Resumen

La presente investigación titulada “La gestión de compras y su influencia en la rentabilidad de la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos EIRL en el año 2020, tuvo como objetivo principal Determinar la gestión de compras y su influencia en la rentabilidad de la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.

El inicio de la investigación fue el desarrollo de la problemática de estudio, con la cual se llegó a la siguiente interrogante ¿De qué manera influye la gestión de compras en la rentabilidad de la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos EIRL en el año 2020?, para lo cual se planteó la siguiente hipótesis: La gestión de compras influye de manera positiva a la rentabilidad de la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos en el año 2020. Se plantearon los siguientes objetivos específicos: Analizar el proceso de compra y nivel de inventarios de la mercadería dentro en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.

Evaluar a los proveedores dentro en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020 y Evaluar la rentabilidad en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020. Esta investigación es correlacional no experimental transversal, para la recolección de datos se utilizó el cuestionario, a través de su instrumento la entrevista. Se realizó la encuesta a los 11 trabajadores en la empresa. Y se concluyó que la gestión de compras de la empresa influye de manera positiva en la rentabilidad , pero que debido a que no tiene una planificación ni proyección formal debido a compras innecesarias que acarrear mermas, nos demuestra que a pesar que los ratios de rentabilidad muestran que, si hubo un aumento, estos no se pueden mirar de manera fría, puestos que no son independientes a las decisiones tomadas por la administración, las cuales están relacionadas con un mayor peso en la gestión de compras, misma que no ha influido de manera óptima, tal como queda determinado con la bajísima rotación de inventarios lo que nos muestra un problema potencial y en la valoración de la empresa.

Palabras claves: Gestión de compras, Rentabilidad

Abstrac

The main objective of this research entitled "The purchasing management and its influence on the profitability of the Agroveterinaria Rabanal Catacaos EIRL company in 2020, had as its main objective to determine the purchasing management and its influence on the profitability of the Agroveterinaria Rabanal Catacaos EIRL company in the year 2020.

The beginning of the research was the development of the study problem, with which the following question was reached: How does purchasing management influence the profitability of the Agroveterinaria Rabanal Catacaos EIRL Company in 2020? Which raised the following hypothesis: Purchasing management positively influences the profitability of the company Agroveterinaria Rabanal Catacaos in 2020. The following specific objectives were proposed: Analyze the purchase process and inventory level of the merchandise within the company Agroveterinaria Rabanal Catacaos EIRL in 2020.

Evaluate the suppliers within the Agroveterinaria Rabanal Catacaos EIRL Company in 2020 and evaluate the profitability in the Agroveterinaria Rabanal Catacaos EIRL Company in 2020. This research is non-experimental cross-sectional correlational, for data collection the questionnaire was used, through your instrument the interview. The survey was conducted with the 11 workers in the company. And it was concluded that the company's purchasing management has a positive influence on profitability, but because it does not have a formal planning or projection due to unnecessary purchases that lead to losses, it shows us that despite the profitability ratios show that, if there was an increase, these cannot be viewed in a cold way, positions that are not independent of the decisions made by the administration, which are related to a greater weight in purchasing management, which has not influenced in any way optimal, as determined by the very low inventory turnover, which shows us a potential problem and in the valuation of the company.

Keywords: Purchasing management, Profitability

Presentación

Señores miembros del Jurado:

“Dando el cumplimiento con las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, sometemos a vuestra consideración la tesis titulada: “La gestión de compras y su influencia en la rentabilidad en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos en el año 2020” luego de haber culminado nuestros pasos por esta casa de estudio, donde nos formamos profesionalmente para estar al servicio de la sociedad.”

“El presente trabajo realizado con el propósito de obtener el Título de Licenciado en Administración, es producto de una investigación trabajo, esfuerzo y dedicación en base a los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación universitaria en esta prestigiosa casa de estudios; producto de la orientación y enseñanza desinteresada de nuestros docentes, siendo por ello oportuno para expresarles nuestro más sincero agradecimiento, para poder así brindar un aporte que servirá de base a futuros estudios relacionados con el tema en mención.”

“Por lo expuesto señores miembros del jurado, ponemos a vuestra disposición el presente trabajo de investigación para su respectivo análisis y evaluación, no sin antes agradecer vuestra gentil atención al mismo.”

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'C. P. L.', written in a cursive style.A handwritten signature in black ink, appearing to be 'G. P. L.', written in a cursive style.

 Br. Raúl Calle Ubillús

 Br. Ángel Bruno Cueva
 Chuquihuanca

Índice o tabla de contenidos	Págs.
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Resumen	vi
Abstrac	vii
Presentación	viii
I. Introducción	1
1.1. Problema de investigación	1
1.1.1. Realidad Problemática	1
1.1.2. Enunciado del problema	3
1.2. Objetivos	3
1.3. Justificación de estudio	3
1.3.1. Justificación teórica	3
1.3.2. Justificación práctica	4
1.3.3. Justificación metodológica	4
1.3.4. Justificación social	4
II. Marco de referencia	1
2.1. Antecedentes del estudio	1
2.1.1. Antecedentes Internacionales	1
2.1.2. Antecedentes nacionales	3
2.1.3. Antecedentes locales	5
2.2. Marco teórico	5
2.2.1. Evaluación a proveedores	5
2.2.1.1. Certificado de calidad de compras	5
2.2.1.2. Precio	6
2.2.1.3. Tiempo de entrega	8
2.2.1.4. Alianza	11
2.2.2. Nivel de inventarios	13
2.2.2.1. Rotación de productos	13

2.2.3.	Proceso de compras	16
2.2.3.1.	Fases del ciclo de compras	16
2.2.4.	Análisis económico financiero	17
2.2.4.1.	Rentabilidad Económica	17
2.2.4.2.	Rentabilidad financiera	19
2.2.4.3.	Ratios financieros	21
2.2.4.3.1.	Ratio de liquidez	22
2.2.4.3.2.	Ratio de prueba ácida	22
2.2.4.3.3.	Capital de trabajo	23
2.3.	Marco conceptual	23
2.3.1.	Gestión de compras	23
2.3.2.	Evaluación de proveedores	24
2.3.3.	Rentabilidad	24
2.4.	Sistema de hipótesis	26
III.	Metodología empleada	29
3.1.	Tipo y nivel de investigación	30
3.1.1.	Según la orientación	30
3.1.2.	Según la técnica de contrastación	30
3.2.	Población y muestra de estudio	30
3.2.1.	Población	30
3.2.2.	Marco muestral	30
3.2.3.	Unidad de análisis	30
3.2.4.	Muestra	30
3.3.	Diseño de investigación	31
3.4.	Técnicas e instrumentos de investigación	31
3.5.	Procesamiento y análisis de datos	32
IV.	Presentación de resultados	33
V.	Discusión de resultados	42
	Conclusiones	44
	Recomendaciones	46
	Referencias bibliográficas	48
	Anexos	53
1.	Instrumentos de recolección de datos	54
2.	Evidencias	58
3.	Resolución directoral que aprueba el proyecto de investigación	61

4. Constancia de la Institución donde se ha desarrollado la propuesta de investigación	62
5. Constancia del asesor	63

Índice de tablas

	Págs.
Tabla 1. <i>La gestión de compras y su influencia en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos en el año 2020.</i>	34
Tabla 2. <i>Proceso de compras en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.</i>	35
Tabla 3. <i>Nivel de inventario en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L. en el año 2020.</i>	36
Tabla 4. <i>Relación entre el proceso de compra y nivel de inventarios de la mercadería dentro en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.</i>	37
Tabla 5. <i>Evaluación de proveedores en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.</i>	38
Tabla 6. <i>Evaluación de rentabilidad en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.</i>	39
Tabla 7. <i>Ratios de rentabilidad aplicados, resultados porcentuales redondeados en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos EIRL desde el 2017 hasta el año 2019.</i>	40
Tabla 8. <i>Análisis financiero de la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos EIRL en los años 2017 al 2020</i>	57

I. Introducción

1.1. Problema de investigación

1.1.1. Realidad Problemática

Cisneros (2019) desarrolla la “gestión de compras” como proceso fundamental de la gestión logística integral pues este componente plantea como objetivo garantizar los materiales y servicios necesarios para la empresa en las cantidades necesarias, en el momento adecuado, desde una evaluación del proveedor idóneo, con la mejor calidad y al mejor precio posible. Es decir, la gestión de compras dentro de esta es de vital importancia porque trata de cubrir sus necesidades para que el flujo de materiales sea estable y continuo. Por ello, las compras deben considerarse una función vital para el éxito de cualquier unidad empresarial ya sea de producción, de servicios o comercial.

Para que las empresas puedan alcanzar el éxito deben incorporar, en su estructura organizacional, un departamento o área de compras sobre el que recaigan esas funciones. Por otro lado, desde un punto de vista económico, se deberá evaluar cuidadosamente a sus proveedores y aprovechar al máximo sus recursos monetarios para una buena compra; es decir, la mejor calidad al menor precio, en plazos de pagos y entregas que la beneficien, igual que en su servicio de post venta.

Cuando hablamos de rentabilidad dentro de una empresa, solemos relacionarla con las utilidades generadas dentro del año fiscal; en otras palabras, la empresa evalúa su gestión financiera y económica durante el año. En la misma línea, Díaz (2012) sostiene que la rentabilidad es la remuneración que se busca obtener en sus diferentes dinamismos económicos y financieros. Para ello se utiliza diferentes estrategias que permitan obtener provecho de los recursos que posee, y como resultado los maneja eficiente y eficazmente. Asimismo, se habla de rentabilidad cuando las ventas son mayores a los egresos, siendo esta definición la más básica y generalizada entre

los autores. Igualmente, se conceptualiza la rentabilidad como la medida del rendimiento de capital en un periodo de tiempo determinado, por lo que, al final del año, la empresa deberá generar utilidades y sostenerse financieramente con sus volúmenes de ventas.

La institución objeto de la presente investigación se denomina “Agroveterinaria Rabanal Catacaos EIRL”. Esta es una empresa comercializadora de productos agrícolas y veterinarios, cuyo público objetivo son los agricultores y ganaderos del distrito de Catacaos. Se conoce que maneja una amplia gama de productos -2000-, los cuales abarcan ambas actividades comerciales: veterinaria y agrícola.

La problemática de la empresa en cuestión gira en torno a diversos aspectos, siendo el más relevante la ausencia de un área de compras específica. Además, no utiliza documentos administrativos para la compra y abastecimiento de los productos. Cabe señalar en este punto que la empresa maneja sus compras conforme al comportamiento del mercado. Tal es así que su proceso principal es contactar al proveedor mediante WhatsApp, solicitarle la cotización, evaluar el precio y realizar la compra. Asimismo, se observa que, durante el año, existe gran dificultad para pagar deudas a proveedores pues no cuenta con la liquidez necesaria cuando las ventas bajan durante los últimos meses del año, característica propia del mercado en el que se desenvuelve.

En virtud a lo expuesto, es pertinente señalar que el propósito de la presente investigación es determinar las causas de la falta de liquidez en función a la rentabilidad y gestión de compras de la empresa. En consecuencia, se analizará la gestión de compras y su influencia en la rentabilidad en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.

1.1.2. Enunciado del problema

¿De qué manera la gestión de compras influye en la rentabilidad de la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Determinar la gestión de compras y su influencia en la rentabilidad de la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.

1.2.2. Objetivos específicos

- Analizar el proceso de compra y nivel de inventarios de la mercadería dentro en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.
- Evaluar a los proveedores dentro en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.
- Evaluar la rentabilidad en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020

1.3. Justificación de estudio

1.3.1. Justificación teórica

La siguiente investigación abarcará información de vital importancia dentro de los procesos de cualquier empresa que busque desarrollar una buena gestión de compras y gozar de mayor rentabilidad aprovechando los recursos próximos a adquirir. La gestión de compras dentro de la unidad empresarial comprende procesos un poco tediosos y confusos, pero esta investigación pretende encontrarles una solución práctica para que así generen mayor rentabilidad con procesos prácticos y dirigidos a alcanzar los objetivos de la empresa.

1.3.2. Justificación práctica

Se buscará relacionar la gestión de compras y su influencia dentro de la rentabilidad de la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.

1.3.3. Justificación metodológica

Para lograr los objetivos propuestos en la investigación, se emplearán técnicas de investigación como la entrevista y se aplicarán los diferentes indicadores financieros y de compras mediante el uso del programa Excel. Todo ello con la finalidad de relacionar o determinar la gestión de compras y su influencia en la rentabilidad de la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos EIRL en el año 2020. De ahí que los resultados de los indicadores que se utilizarán en la investigación nos brindarán el alcance que necesitamos para los objetivos de este estudio.

1.3.4. Justificación social

Esta investigación nos permitirá identificar las debilidades y fortalezas de la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos EIRL. Dicho conocimiento nos ayudará a determinar las correcciones que se deben integrar para mejorar su rentabilidad.

Por último, posibilitará brindar alcances generales sobre cómo es que la gestión de compras influye en la rentabilidad de una empresa para futuras investigaciones relacionadas con las variables presentadas.

II. Marco de referencia

2.1. Antecedentes del estudio

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Azubadin Inés (2011) *Control interno del proceso de compras y su incidencia en la liquidez de la empresa comercial Yucailla Cía. Ltda. Latacunga*. (Tesis previa para la obtención del título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA). Universidad técnica de Ambato, Ecuador.

El autor concluyó que:

El objetivo general de esta investigación es estudiar las consecuencias del inadecuado control de inventarios del proceso de compras para determinar la incidencia en la liquidez de la empresa comercial Yucailla. Para esto, se aplicó la metodología de asociación de variables en el área contable, donde se encontraba el problema, utilizando la muestra calculada de 244 documentos contables para ser observados y realizando entrevistas de control a cierto personal de la empresa. Ello demostró que el 64% de las órdenes de compra no presentaban firma de responsabilidad, el 85% no contaba con autorización por parte de la gerencia y el 53% de las facturas se encontraba fuera de fecha de pago, concluyendo que la mayoría de los documentos contables de procesos de compras observados representaban un inadecuado control de compras lo que generó problemas en la empresa.

Michael Parra (2014) *Mejoramiento de los procesos del área de compras a través del estudio del trabajo en la empresa laboratorios seres LTDA*. (Tesis para la obtención del título de Ingeniero Industrial). Universidad autónoma de occidente, Santiago de Cali.

El autor concluyó que:

El objetivo general de esta investigación es mejorar los procesos del área de compras a través del estudio de trabajo de la compañía laboratorios Seres Ltda., ubicada en la ciudad de Cali, con el fin de incrementar la productividad. Por esta razón, se utilizó una metodología de carácter no experimental y aplicado que consistía en la observación del área de compras

para identificar las causas del problema central. Se recopiló fuentes de información como base de datos en línea y se le aplicó distintos diagnósticos. De ello se obtuvo que había problemas en los siguientes procesos: flujo de compras, solicitudes de compras, actividades críticas, condiciones de trabajo y con el personal. En base a ello, se realizó el plan de mejoramiento con ayuda de una campaña de culturización, concluyendo que la aplicación de los resultados del estudio a los métodos de la empresa permitió aumentar los índices de productividad y eficiencia en los procesos de compra de la compañía.

Jessenia, López (2015) *El proceso de compras y su incidencia en la rentabilidad de la empresa J. MEGA distribuidora de la ciudad de Ambato*. (Tesis previa para la obtención del título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA). Universidad técnica de Ambato, Ecuador.

El autor concluyó que:

El objetivo general de esta investigación es analizar la incidencia del proceso de compras en la rentabilidad de la empresa J. Mega Distribuidor, con la finalidad de establecer procedimientos eficientes. Para esto, se aplicó la metodología con un enfoque cualicuantitativo de nivel exploratoria y descriptiva en donde se asociaron variables, utilizando la muestra de los 12 miembros del personal de la empresa J. Mega distribuidor a quienes se les aplicó las encuestas para la recolección de información necesaria. Ello demostró que el 75% de los trabajadores afirma que no hay un proceso de compras establecido, el 58% afirma que no se realizan proyecciones anuales y el 75% de los encuestados contesta que no se utilizan indicadores para medir la rentabilidad de la empresa, concluyendo que no existe un adecuado control de inventarios, lo que ha impedido al gerente una toma de decisiones efectiva para el mejoramiento de sus resultados económicos.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Virginia Aranda (2010) *Influencia de la gestión de compras en la rentabilidad de la empresa de transportes CAIPO S.R.L. de la ciudad de Huamachuco*. (Tesis para la obtención del título de licenciado en Administración). Universidad nacional de Trujillo, Trujillo

El autor concluyó que:

Esta investigación planteó como objetivo general determinar la influencia de la gestión de las compras en la rentabilidad de la empresa de Transportes Caipo S.R.L de la ciudad de Huánuco. A tal efecto, se recurrió a la metodología de diseño descriptivo-transversal con métodos deductivos, analíticos y sintéticos que fueron aplicados a todo el personal del departamento de compras por lo que se recopiló datos con ayuda de fichas informativas y cuestionarios con la escala de Likert. Se manifestó que la ausencia de gestión de compras podía disminuir en un 33.06% las ventas que la empresa había realizado durante todo el año 2010. En contraste, en el año 2014, las compras subieron un 17% con respecto al 2013 pero sus ventas sólo un 10%. Se concluyó que el departamento de compras demostraba muchas falencias en sus procedimientos internos debido a falta de datos de los proveedores, lo que amenazaba la rentabilidad a mediano plazo.

Claudia Lezcano y Wendy Narro (2017) *Sistema de gestión de inventarios basado en el modelo EOQ en la botica "San Mateo" S.A. cascas*. (Tesis para optar por el título profesional de Ingeniero Industrial). Universidad privada Antenor Orrego, Trujillo.

Los autores concluyeron que:

Este análisis se propuso como objetivo general mejorar la rentabilidad económica de la botica "San Mateo" S.A. diseñando un sistema de gestión de inventarios basado en el modelo EOQ. En este caso, se empleó una metodología de investigación sustentada en un enfoque cuantitativo aplicado en los medicamentos de las boticas. Se narró el origen del

problema con la finalidad de determinar la relación causal entre las variables que lo originaban para así diseñar un sistema de gestión de inventarios, utilizando fichas de registro para un análisis documental de las muestras de 62 medicamentos por clase. Como resultado del análisis ABC, se determinó que los medicamentos de la categoría A, B y C representaban el 71.43%, 21.02% y 7.55% de ingresos de ventas respectivamente, concluyendo así que la empresa no cuenta con un sistema de gestión de inventarios ya que este es realizado de manera empírica por las personas a cargo y por ello es crítico implementar un sistema basado en el modelo EOQ para mejorar la gestión de inventarios.

Yojana Castro (2017) *Gestión de compras para incrementar la rentabilidad en una empresa de alimentos, San Isidro 2017*. (Tesis para optar por el título profesional de Contador Público). Universidad Norbert Wiener, Lima.

El autor concluyó que:

Esta investigación se formuló como objetivo el mejoramiento de la Gestión de compras para incrementar la rentabilidad en una empresa de alimentos, en el distrito de San Isidro. Los instrumentos metodológicos utilizados fueron las entrevistas aplicadas a los trabajadores de la empresa de alimentos y las fichas de registro de documentos. Ambos permitieron la elaboración de un estudio de sintagma holístico basado en una investigación de tipo mixta, cuyo resultado fue que, entre 2013 - 2014 y 2015, hubo una disminución del 11.89% y 4.84% en los niveles de stocks respectivamente, y que, por el contrario, en 2016, se produjo un aumento del 19.59 %. Ello significa que, en dicho periodo, las adquisiciones de mercadería tuvieron gran relevancia, lo que no era recomendable para la empresa. Por último, se concluyó que debían mejorar el proceso de gestión de compras de alimentos con el fin de reducir costos ya que se diagnosticó como problema principal la ausencia de un orden preestablecido de procesos de compras.

2.1.3. Antecedentes locales

Rocio Villavicencio (2015) Implementación de una gestión de inventarios para mejorar el proceso de abastecimiento en la empresa R. Quiroga E.I.R.L-Sullana. (Tesis para la obtención de ingeniería industrial). Universidad nacional de Piura, Piura.

El autor concluyó que:

La siguiente investigación tuvo como objetivo implementar una gestión de inventarios para mejorar el proceso de abastecimiento en la empresa R. Quiroga E.I.R.L, realizando un tipo de investigación descriptiva y se conoció la situación a través de un diagnóstico, aplicando un análisis de gestión de inventarios en las áreas que corresponden a esta, utilizando como fuente de información los 265 registros de la empresa, su diagrama de flujo y su organigrama, esta investigación arrojó como resultados, según una clasificación ABC, que los productos A representan el 4.3% de los inventarios y el 77% de la inversión, los del B el 13.45% de los inventarios y el 13% de la inversión y al final los del C más del 80 % del inventario y tan solo un 9% de la inversión, dando como conclusión de la investigación que el principal activo que posee la empresa son los productos de alta inversión y que estos no disponen de la atención y gestión que requieren y debido a eso se crean errores de faltantes y sobrantes, dando como recomendación que después de la clasificación se realice una planificación y seguimiento del producto más importante.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Evaluación a proveedores

2.2.1.1. Certificado de calidad de compras

Avanti Lean (2019) sostiene que un certificado de compras es la herramienta más adecuada para evaluar a los proveedores pues este demuestra la calidad de los procesos que posee una empresa a la hora de realizar compras para abastecerse.

En otras palabras, dicho certificado deviene en fundamental para la selección de los proveedores con los que la empresa

desearía trabajar pues garantiza que cumple con los requisitos que esta exige.

En el mundo empresarial actual, resulta de suma relevancia la calidad del producto o servicio para lograr el éxito de un negocio.

Puesto que la calidad básicamente son un conjunto de características que representan la eficacia, categoría, seguridad o resistencia en un producto o un servicio teniendo también como guía el precio de los mismos, lo cual hace que el consumidor obtenga un sentimiento de satisfacción.

Una definición de calidad es la que nos entrega el siguiente autor:

“la calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su cliente clave o escoger a su proveedor ideal”. (Horovitz, 1995, p.69, Calidad total en la empresa moderna)

2.2.1.2. Precio

Desde que existe actividad económica, se ha visto cómo todo tipo de empresa con fines de lucro otorga valor a sus productos o servicios en función al rubro en el que se desenvuelve. A esto se le denomina, comúnmente, “precio”. No obstante, es posible encontrar distintas nomenclaturas tales como renta, colegiatura, pasaje e interés.

Desde la perspectiva del marketing, “el precio no es nada más que el dinero u otras consideraciones que se intercambian por la propiedad o uso de un bien o servicio”. (Kerin, Berkowitz, Heartley & Rodelius, 2004, Marketing)

De lo expuesto a priori se entiende que para dichos autores el precio no siempre significaba dinero puesto que a veces el

precio o costo de adquirir un bien puede ser presentado de manera tangible o intangible.

Pese a lo anterior, existen opiniones como las de Ezzamel & Walker (2004), quienes exponen que el precio solo se refiere a divisas y cualquier otro elemento tangible que se requiera para la obtención de un producto.

Considerando lo expuesto, es posible afirmar que el significado del precio va mucho más allá de lo monetario, lo que refleja la complejidad del término.

La existencia de productos y servicios de características similares o de distinta titularidad genera variaciones de precio. Esta fluctuación influye en la toma de decisiones de las empresas en el momento de abastecimiento pues puede generar gran impacto en su margen de ganancia.

En el ámbito empresarial, el precio es tomado como un indicador valioso de la aceptación o rechazo por parte del público o las empresas que requieren del abastecimiento de otras. Dependerá de dicha percepción si el precio se mantiene fijo o varía.

La gran importancia del precio, según el autor Rivera, citado por Patricia Flores (2016), se refleja en lo siguiente:

- a) Tiende a ser un instrumento flexible que influye de manera inmediata en las ventas.
- b) Es la herramienta más competitiva en el mercado.
- c) Es la única herramienta que genera ingresos.
- d) Influye psicológicamente en la elección de compra del consumidor, pues un precio muy bajo puede conllevar a asociar el producto con una mala calidad

y categoría. Por el contrario, un precio muy alto puede desincentivar su compra.

- e) La disminución del precio tiende a significar el aumento de la demanda del producto; no obstante, también puede conllevar a un cambio en la percepción de los consumidores vinculado a la calidad y garantía del producto.
- f) Los beneficios de la empresa dependen directamente del margen de ganancia y de las ventas (productos o servicios). Por ello, el precio está determinado como factor de rentabilidad.

Consideramos que el consumidor promedio no tiende a relacionar el precio de un producto con su costo de fabricación o, en caso de un servicio, con el costo de los insumos requeridos para la prestación y el esfuerzo realizado. No todos tienen esta perspectiva de costeo, también se suele tomar el precio de estos como un indicador de calidad y prestigio. (Kotler & Armstrong, 2001)

El precio también es uno de los indicadores claves con el que se puede medir una buena toma de decisión ligada a la selección de compras, pues desde el punto de vista de una empresa, que requiere abastecimiento, este será un factor clave que ayude a la buena selección de proveedores con los que la empresa esté dispuesta a trabajar al punto de quizás establecer un convenio.

2.2.1.3. Tiempo de entrega

Cuando se habla de tiempos de entrega, está demás decir que este término, en lo que es el ámbito y el punto de vista logístico, es considerado también como “lead time”, un término muy utilizado en la cadena de abastecimiento.

Anaya (2011) nos dice que el lead time se refiere a la actividad y acción de ver por los tiempos que duran o que se alcanzan en los procesos que se realizan en una empresa, procesos como:

- Producción
- Almacén
- Abastecimiento
- Distribución

En lo que concierne a las empresas, dedicadas a lo que es la distribución de productos a otras empresas mayoristas, sean centros comerciales o sedes de diversos rubros, el lead time, explicado por el autor Antún (2013) “es el periodo de tiempo entre la oportunidad en que el cliente coloca el pedido y el momento en el que lo recibe”.

De acuerdo con otros autores, cuando hablamos de lead time estos se refieren a todo el tiempo de duración que se crea una vez que es realizada la orden de algún producto o servicio, únicamente hasta que este llegue a las manos del consumidor o empresas por parte del proveedor. Sin embargo, también nos comentan que el tiempo de entrega de algún producto o servicio se calcula de manera diferente, pues este puede tomar por lo general algunos días, pero este tiempo puede variar, ya que puede llegar a realizarse en menos días o más, al punto de llegar a sumar semanas o inclusive meses, pues este periodo de tiempo va a depender de la eficiencia y eficacia de la empresa que realiza el envío.

Hay diversas causas por la cuales los tiempos de entrega varían y tienden a aumentar en su mayoría, pero eso como se mencionó anteriormente, dependerá de la empresa, algunas de estas causas son:

- Falta de stock en la empresa.
- Dependencia del tiempo que debe esperar para obtener nueva mercadería.
- Mala comunicación con los proveedores.

Entonces se puede concluir que el lead time (tiempo de entrega) sirve como un medidor de rendimiento hacia el proveedor en el momento en el que este sea evaluado por sus clientes o afiliados.

En una empresa productora es esencial reducir los tiempos de entrega y de los procesos pues estos son lo que se considerarán como valor agregado y distinción de los demás competidores desde el punto de vista del consumidor, el efecto de la reducción de un lead time son:

- se disminuye la duración entre los procesos requeridos para la elaboración de un producto.
- Se podrá ver cuál es la capacidad que la empresa tiene en realidad.
- Se podrá disminuir la duración de tiempos de transporte.

En este caso, el último efecto será vital para poder realizar una óptima selección de proveedores, puesto que puede considerarse como un punto de medición de competencia a la hora de elegir un proveedor con el cual asociarse.

2.2.1.4. Alianza

A lo largo de la historia se ha tomado el término alianza como una acción muy versátil en lo que es el pacto a la unión entre personas, grupos sociales o inclusive estados, con el único fin el cual sería un interés en común, es decir en el que ambas partes u/o todas las partes salgan beneficiadas en obtener lo que se desea.

Cuando hablamos de alianza como ya se mencionó, hay que ser específicos, pues la extensión de la palabra es muy amplia, teniendo en cuenta que hay distintos tipos de alianzas, pero en este caso nos inclinamos más a lo que es una alianza en el punto de vista empresarial es decir una alianza estratégica.

El autor Jorge Rumbo (1993) nos dice que una alianza estratégica o también llamada alianza entre empresas se define como un contrato o acuerdo en el cual participan mínimo dos entidades u organizaciones jurídicas de estado independiente, el cual a través de dicha unión lo que hacen es intercambiar talentos y capacidades para poder ayudarse entre sí, con el fin de poder ser más competentes en la línea de mercado en el cual se encuentran establecidas.

A su vez el autor Pablo Tigani (2000) nos comenta acerca de la alianza estratégica lo siguiente: “Una alianza estratégica es como una asociación de esfuerzos que arroje sinergia de resultados”.

Teniendo en cuenta lo ya mencionado en esta investigación, nos enfocaremos en los que es una alianza cliente-proveedor.

Estando ya en el siglo XXI las empresas se preparan más que nunca para poder superar cualquier reto u obstáculo, ya sea interno o externo puesto que la competencia en el mundo es cada vez más estricta con una economía global y avances

tecnológicos en cada momento, comprendiendo eso, está demás decir que todas las áreas de una empresa deben funcionar de una manera óptima, pero la que más debe hacerlo es el área logística la cual es culpable del aprovisionamiento de la empresa.

Dicho esto, para poder tener una buena gestión logística dentro de una empresa, esta debe estar bien relacionada y en buenos términos ósea tener una óptima relación junto a sus proveedores, puesto que estos serán sus mejores aliados estratégicos para poder realizar negocio en el cual se esté inclinado. Una buena relación y alianza siempre debe estar basada en la confianza y la durabilidad, con el objetivo de que ambas partes ganen.

Para ello las empresas deben evaluar y seleccionar de manera óptima a los proveedores, puesto que uno de los factores más importantes que debe tenerse en cuenta en la alianza cliente-proveedor, es que quien viene a ser el consumidor o cliente tenga la garantía de que obtendrá productos de alta calidad.

Pues como nos dice el autor Ishikawa (s.f) “mejorar la garantía de calidad y eliminar las insatisfactorias condiciones existentes entre el comprador y el proveedor”, en base a esa idea se tenían también muy presentes algunos principios para tener una buena alianza tales como:

- La aplicación de calidad tiene que ser velada por ambas partes de la alianza.
- Toda la información a detalle del producto que el comprador quiere, debe satisfacer las necesidades por parte del mismo.
- Ambas partes deben respetar la independencia del otro.

- Cantidad, precio, condiciones de entrega, forma de pago y calidad son los aspectos que deben ser contemplados a fondo en la alianza estratégica.
- Un certificado de calidad debe ser otorgado por parte del proveedor al consumidor.
- El acuerdo debe estar listo y preparado por si hay algún problema o discrepancia.
- Ambas partes deben estar al tanto y en coordinación con lo que respecta a pedidos, producción de inventarios.
- El interés del consumidor debe ser vital para el comprador y proveedor.

2.2.2. Nivel de inventarios

2.2.2.1. Rotación de productos

Cuando hablamos de la rotación de productos, directamente los ligamos a los inventarios de la empresa.

¿Pero a qué nos referimos cuando decimos el término inventario?

Pues en pocas palabras, podría decirse que el inventario conjunto lo que viene a ser productos, materiales o también llamado mercancía que posee la empresa en sus almacenes. Según Bustos & Chacón (2012) los inventarios son los activos que la empresa requiere para poder complacer la demanda de los productos que la misma ofrece, pues en otras palabras también se le pueden denominar como ingresos circulantes de extrema importancia para la empresa pues de estos depende la rentabilidad de la misma.

Ya nos dice Giraldo & Castrillón (2013) se ha incrementado de manera muy notable la importancia de los inventarios en todo lo que viene a ser el ámbito comercial, tanto es el impacto, que

estos deben asegurar de que la empresa tenga los productos disponibles a los requerimientos de los consumidores, con el fin de que haya un equilibrio entre garantía e inversión dentro de la empresa.

En este aspecto, cuando hablamos de rotación de productos nos referimos a su vez a la rotación de inventarios, puesto que esto es un indicador de que tan frecuentes son las salidas de venta de los productos con los cuales cuenta la empresa, de una forma más práctica, de ello se encargan, financieramente hablando, los ratios de días de stock y de rotación de activos los cuales nos dicen cuántos días se mantiene el producto en almacén y cuantas veces rotan al año, respectivamente, dándonos a conocer si el producto sale deprisa o lentamente.

Gracias a estos ratios es que la mayoría de empresas y compañías tienen en cuenta ciertos criterios los cuales son:

- Adaptación de los precios de los productos.
- Constante cambio del diario de compras.
- Variación de los volúmenes de los productos terminados.
- Realización de promociones comerciales para lograr la venta de los inventarios faltantes.

Estos ratios también nos comparte información que es vital con los productos que tienden a ser perecederos, y que a su vez estos tienden a estar a la moda ya que están en actividad de cambio perseverante, puesto que el inventario sin salida, es decir el inventario sin vender a largo plazo puede significar pérdida financiera y afecte de manera directa la rentabilidad del negocio.

Para poder calcular los ratios de días de stock y rotación de los inventarios de una empresa se utilizan estas simples fórmulas las cuales son las siguientes:

$$R. DIAS DE STOCK = \frac{\text{inventarios} * 360}{\text{costo de ventas}}$$

$$R. ROTACION DE ACTIVOS = \frac{\text{ventas netas}}{\text{activo total}}$$

Teniendo estos ratios en cuenta y a la hora de aplicarlos, dependiendo de las metas de la empresa, si los días que pasa el inventario en almacén aumentan y la rotación estimada llega a disminuir puede ser por tres cosas:

- El precio del producto no es el apropiado.
- No existe demanda del mismo.
- El producto se encuentra en un posicionamiento incorrecto.

No obstante, si es que la rotación de los inventarios llega a subir y los días en almacén llegan a bajar, esto puede que traiga otro significado los cuales son:

- El precio del producto es demasiado bajo.
- Si todos los productos estuvieran en venta la empresa se quedaría sin inventario.
- Se realizó una compra que no cubre la demanda.

En este último punto es en donde nosotros nos enfocaremos, pues es un error que tiende al cometer el comprador con su proveedor a causa del mal cálculo de la cantidad de productos que se necesitan para cubrir las ventas lo que genera una pérdida de oportunidad de aumentar la rentabilidad de la empresa consumidora.

2.2.3. Proceso de compras

El ciclo de compra es el proceso de adquisición de materiales o productos (según el rubro de la empresa) necesarios para el desarrollo de la actividad empresarial. Tal es así que Hernández (2013) dice que el ciclo de compra es el proceso por el que pasa un usuario desde que tiene que cubrir una necesidad hasta que encuentra y compra algo que la solucione o satisfice.

2.2.3.1. Fases del ciclo de compras

El ciclo de compra se compone de varios procesos o fases para la adquisición de productos dentro de la empresa. Según Escrivá, Savall, & Martínez (2014), existen las siguientes fases:

- a) Solicitud de compra: Se manifiesta en un documento interno de la empresa que contiene sus necesidades actuales y primordiales de abastecimiento.
- b) Evaluación y selección del proveedor: Consiste en analizar la solicitud de compra y buscar a aquellos proveedores que se ajusten al requerimiento. Una vez que se analiza todas las propuestas de los proveedores, se selecciona la que más convenga a la empresa según sus criterios preestablecidos.
- c) Negociación de las condiciones de compra: Una vez escogida la oferta adecuada, se procede la negociación entre empresa y proveedor con la finalidad de que las condiciones beneficien a ambos.
- d) Seguimiento del pedido: Habiendo establecido las condiciones de compra y efectuado el pedido, la empresa podrá darle seguimiento mediante cualquier sistema de comunicación, así verificará si el pedido llegará en el plazo acordado entre las partes.

- e) Recepción de mercancía: Llegada la mercancía a las instalaciones de la empresa, se procederá a verificar, de manera cuali-cuantitativa, el estado de llegada del producto. Si el resultado es satisfactorio, se emitirá la conformidad correspondiente y se ingresará la mercadería al almacén.
- f) Recepción de la factura de compra: Constituye la última fase del ciclo y abarca la transacción de compra junto con la recepción del documento que, en este caso, sería la factura expedida por el proveedor como prueba de la compra – venta.

2.2.4. Análisis económico financiero

2.2.4.1. Rentabilidad Económica

Según Sánchez (2019), nos explyaya que la rentabilidad económica es el rendimiento que produce el activo de la empresa, es decir, de las inversiones totales de la empresa.

Se mide con la siguiente fórmula:

$$RE = \frac{\text{BENEFICIO ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS}}{\text{TOTAL ACTIVO NETO}}$$

Se puede expresar como el rendimiento de las inversiones o de los activos de la empresa, el cual es el rendimiento de cada sol o dólar invertido en la actividad económica que realiza la empresa.

También tenemos al margen comercial, el cual determina la rentabilidad sobre las ventas de la empresa considerando solo los costos de producción.

$$\text{Margen comercial} = \frac{\text{ventas netas} - \text{costo de ventas}}{\text{ventas netas}}$$

- Utilidad bruta

También conocida como utilidad de las ventas por lo que Sy (2019) explica que la utilidad bruta es la ganancia que se obtiene de las ventas totales restando el costo de ventas, lo cual son las ganancias antes de deducir los gastos operativos de la empresa. Una de las interpretaciones que podemos tener de este resultado, es que evalúa la eficiencia del uso de la mano de obra directa, materia prima o costos indirectos que se utilice siempre y cuando se una entidad industrial. Pero si fuera una empresa comercializadora de productos finales, evalúa la eficiencia de las compras de mercadería para la venta final. Por lo que la utilidad bruta nos indica un manejo de compras de mercadería la cual puede ser eficiente o deficiente.

Las empresas con mayor utilidad bruta son las que tienen una ventaja competitiva sobre los competidores, esto porque pueden poner el precio más alto por bienes o servicios, porque pagan menos por los costos de bienes.

- Utilidad operativa

También el autor mencionado anteriormente, nos define la utilidad operativa como un valor contable que mide la ganancia obtenida por una empresa a través de sus principales operaciones comerciales, excluyendo deducciones por los intereses e impuestos. Este resultado se expresa como un subtotal en el estado de resultados de una compañía, después de restar los gastos administrativos y generales.

La utilidad operativa sirve como un indicador de rentabilidad potencial del negocio, eliminando de su

ecuación todos los factores externos a la operación en sí de la empresa.

En un estado de resultados, se puede presentar este indicador como positiva, la cual se puede expresar el potencial de ganancias totales de una empresa, pero no garantiza que la empresa no esté experimentando pérdidas. Entonces, la información brindada por este indicador es muy importante para la toma de decisiones de la gerencia, se podrá observar cómo está operando la empresa por un periodo de tiempo, y plantear estrategias para aumentar esta utilidad.

2.2.4.2. Rentabilidad financiera

Este tipo de rentabilidad se basa en el beneficio neto (en el cual ya se han descontado los intereses y los impuestos) y el capital (recursos propios). También se puede conceptualizar de una manera más simple, ya que muestra el beneficio que ha generado la empresa con relación al capital que han puesto los socios.

Se representa por la siguiente fórmula:

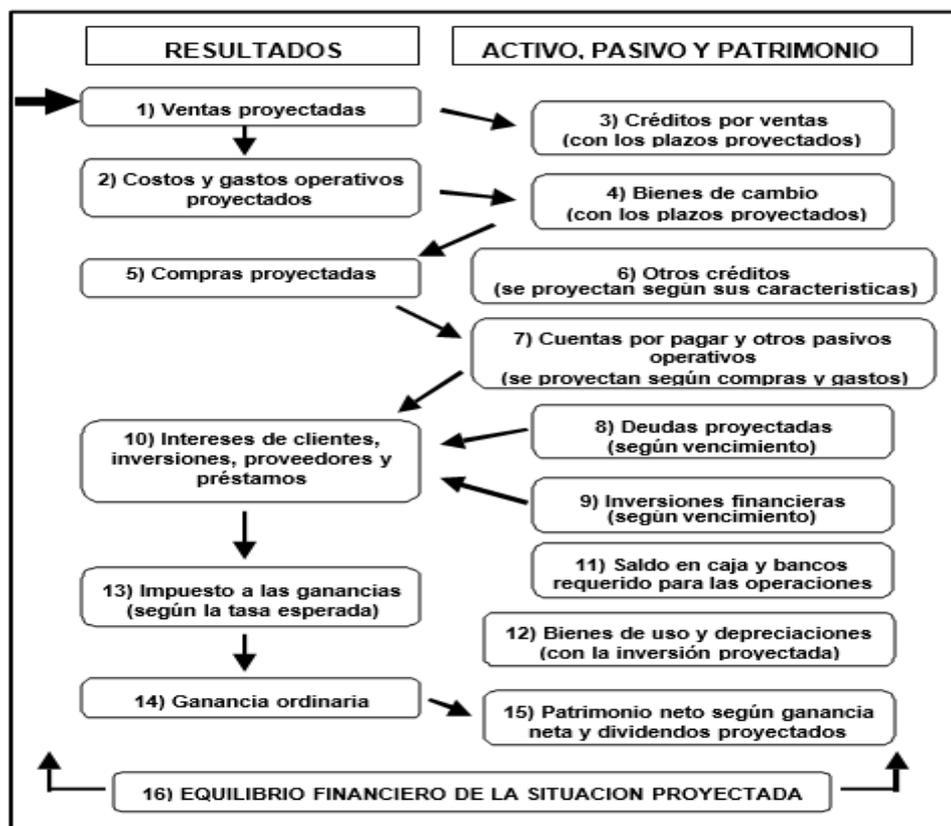
$$\text{ROE} = \frac{\text{BENEFICIO NETO}}{\text{RECURSOS PROPIOS}}$$

También se le conoce como ROE (rendimiento sobre capital), el cual es el indicador más importante que la empresa debe de manejar para poder tomar decisiones. Mientras mejor esté posicionada la empresa, su ROE será mayor. También nos dice que una empresa muy activa en el mercado, construye su activo con mucho pasivo y poco capital. Y al tener un capital tan pequeño, se tendrá mayor utilidad dividida entre los accionistas.

- **Proyecciones:** Según Fornero (s.f.), nos indica que en la proyección se establece el comportamiento del flujo de fondos futuros de la empresa considerando las consecuencias que tienen las decisiones operativas y financieras: La política comercial, de producción y la política financiera. Se debe tener en consideración los formatos contables para obtener una expresión homogénea en los estados contables pasados y futuros. Esta homogeneidad de expresión permite comparar coeficientes o resultados históricos y proyectados. Una técnica muy utilizada para realizar proyecciones consiste en pronosticar coeficientes que muestran las principales variables de la empresa, como se puede observar en la siguiente figura.

Figura 1.

Secuencia para Calcular una Proyección Financiera



Fuente: Formulación de Proyección financieras – Ricardo Fornero (s.f)

- Ingresos

Siendo un término muy frecuente en el ámbito financiero, Banda (2016) nos explica que se entiende por ingreso el aumento de los recursos económicos, pero no se consideraría así, si es que es un aporte de los socios, sino que deben de proceder de la actividad empresarial misma sean bienes o servicios. Como consecuencia de esta actividad empresarial, aumenta el patrimonio de esta, ya que por un lado aumenta el activo, y reduce el pasivo como las obligaciones a terceros que tenga.

Por otro lado, se puede expresar que los ingresos son netamente las ganancias que entran al conjunto total del presupuesto de una organización, la cual puede ser pública o privada. La existencia de estos ingresos define la productividad de una empresa o entidad. Y una de sus características más importantes es que los ingresos se encuentran en constante dinamismo y movimiento.

2.2.4.3. Ratios financieros

Para poder analizar de una manera más eficiente los estados financieros, se deben de aplicar los diferentes ratios o indicadores financieros, para una mayor información de la situación económica actual de la empresa.

Por lo que Larraz (2017), define como ratio: “Al cociente entre dos magnitudes o fenómenos económicos ligados por una relación característica que puede ser de actividad, de rentabilidad y de solvencia”.

Por lo que describiremos cada ratio de acuerdo a la información que tenemos de la empresa, es decir, se tomará la información financiera de la empresa y se analizará según lo más conveniente a la investigación.

Según OBS Business School (2020), nos explica los siguientes ratios o como se le conoce, "Indicadores Financieros".

2.2.4.3.1. Ratio de liquidez

También se le conoce como Ratio de razón corriente, este indicador nos muestra cómo es que la empresa afronta las deudas a corto plazo con el efectivo disponible.

Se calcula de la siguiente forma:

$$\text{Ratio de liquidez} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Se asume que el ratio de liquidez indica cuántos nuevos soles tiene la empresa en bienes y derechos del activo corriente, por cada nuevo sol que se tiene en deuda a corto plazo. El Valor óptimo que se debe de tener es de 1.00, esto quiere decir que si el valor es menor a 1.00 la empresa no cuenta con solvencia para afrontar sus deudas a corto plazo. Y si es mayor a 1.00 la empresa puede afrontar sus deudas a corto plazo sin ningún problema.

2.2.4.3.2. Ratio de prueba ácida

Este indicador está dentro del ratio de liquidez, lo que lo diferencia, es que este indicador tiene resultados más

exactos porque eliminan de la fórmula la cantidad de inventario dentro de la empresa ya que son menos solventes.

$$\text{Prueba Acida} = \frac{(\text{Activo corriente} - \text{inventario})}{\text{pasivo corriente}}$$

El valor óptimo sigue siendo 1,00 y si es mayor la empresa presenta crecimiento y puede afrontar sus deudas a corto plazo.

2.2.4.3.3. Capital de trabajo

Es lo que le queda a la empresa después de pagar sus deudas a corto plazo, por lo que es la diferencia entre el Activo Corriente y Pasivo corriente.

La fórmula es la siguiente:

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

Por lo que, si el resultado es positivo, nos indica que contamos con capacidad económica para responder obligaciones con terceros.

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Gestión de compras

La gestión de compras para muchos es considerada una actividad que solo se realiza en las empresas, lo cual en parte no es del todo cierto, puesto que este también es considerado como una actividad estratégica que se puede emplear en lo cotidiano.

En esta investigación veremos el concepto de la gestión de compras en el lado empresarial que sería el hecho de poder abastecerse de

manera óptima, teniendo en cuenta cuáles serían los mejores productos y servicios con el fin de no exagerar los costos.

Pues ya lo dice Antonio Portal (s.f) la gestión de compras, para él es “tener la habilidad y el sentido común de adquirir los bienes y servicios que la empresa necesita, garantizando el abastecimiento de las cantidades requeridas en términos de tiempo, calidad y precio”.

2.3.2. Evaluación de proveedores

De acuerdo con el ISO 9001 (2015), nos sugiere que la evaluación de proveedores es aquel proceso que nos permite poder tener al alcance de nuestras manos la cantidad de información necesaria de los proveedores, con los cuales se tenga interés, con el fin de que al llegar el momento definitivo se pueda tomar una óptima decisión a la hora de elección de uno de ellos, teniendo en cuenta diversos aspectos.

Según la norma ISO 9001 (2008) “evaluar y seleccionar los proveedores en función de su capacidad para suministrar productos de acuerdo con los requisitos de la organización”. (Requisito 7.4.1).

William Sarache, Castrillón Y Ortiz en su publicación: *Una Aproximación al Estado* (2009), nos dice que la evaluación de proveedores es “Poner a prueba la capacidad del proveedor para mejorar y trabajar bajo políticas de fabricación, sin prescindir de las características valoradas tradicionalmente como la calidad, el servicio, el precio y los planes de pago” (p. 148).

2.3.3. Rentabilidad

Mejía (1999), en su publicación como consultor y Gerente de Planning S.A empresa dedicada a servicios especializados de consultoría e investigación, nos dice que la rentabilidad es una medida muy importante del resultado integral al combinar las fortalezas del sector donde se desenvuelve la empresa y la excelente gestión del

empresario. Por lo que, permite realizar comparaciones entre las empresas del mismo sector empresarial.

Según Sánchez (2002), nos describe que rentabilidad es la medida del rendimiento que se genera en un determinado periodo de tiempo que producen capitales utilizados en el mismo. En el cual la renta generada y los medios utilizados para obtenerla nos indican la eficiencia que genera la empresa, mediante utilidades obtenidas.

Por otro lado, tenemos Charco, Sánchez, & Cueva (2019) que en su investigación nos dice que el análisis de rentabilidad es una herramienta de gestión que nos brinda una visión amplia de la empresa para el manejo y distribución adecuada de los activos y recursos propios de las áreas que generan un beneficio mayor, y un mejoramiento en las áreas que generan un menor recurso de rentabilidad.

2.4. Sistema de hipótesis

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TIPO DE VARIABLE	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE INDEPENDIENTE Gestión de compras	Cisneros (2019)" gestión de compras es una función estratégica de la empresa que trata de evaluar e integrar a los proveedores dentro de su propia cadena de suministro y cuyo	Proceso que se realiza para sistematizar a la par de abastecer el inventario y stock necesario de la empresa.	Evaluación a proveedores	<ul style="list-style-type: none"> ● Certificado de compras ● Precio ● Calidad ● Tiempo de entrega ● Alianza 	Cualitativa	Nominal
			Nivel de inventarios	<ul style="list-style-type: none"> ● Rotación del producto 		

	papel nos ayuda a la reducción de los niveles de inventario, aumentando la rotación y garantizando en todo momento el flujo constante de materiales”.			<ul style="list-style-type: none"> ● Calificación de producto ● Costo del producto 		
			Proceso de compras	<ul style="list-style-type: none"> ● Planificación ● Abastecimiento 		
VARIABLE DEPENDIENTE	Díaz (2012) “rentabilidad es la remuneración que una empresa (en sentido amplio de la palabra) es capaz de dar a los distintos	Son los registros cuantitativos que nos indican básicamente si es que la empresa posee ingresos suficientes y si es que esta es viable.	Financiera	<ul style="list-style-type: none"> ● Proyecciones ● Ingresos 		
Rentabilidad			Económica	<ul style="list-style-type: none"> ● Rendimiento sobre capital (ROE) ● Rendimiento sobre activos (ROA) 		

	elementos puestos a su disposición para desarrollar su actividad económica.			<ul style="list-style-type: none">• Utilidad bruta• Utilidad operativa	Cuantitativa	Continua
--	--	--	--	---	--------------	----------

III. Metodología empleada

3.1. Tipo y nivel de investigación

3.1.1. Según la orientación

Cualitativa

3.1.2. Según la técnica de contrastación

Correlacional no experimental transversal

3.2. Población y muestra de estudio

3.2.1. Población

La empresa tiene 11 trabajadores

3.2.2. Marco muestral

Se tomará el total de la población los cuales son 11 trabajadores

3.2.3. Unidad de análisis

Cada uno de los 11 colaboradores de la empresa
Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L

3.2.4. Muestra

Se considerará a los 11 colaboradores de la empresa
Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L

3.3. Diseño de investigación

Se utilizó un diseño correlacional no experimental transversal con referencia a una sola casilla, de esta manera se recolectó y analizó la información con respecto a las variables de la investigación.



En dónde:

- ✓ X= Representación de la variable gestión de compras de la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L.
- ✓ Y= Representación de la variable rentabilidad de la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L.
- ✓ → = influencia entre las variables.

3.4. Técnicas e instrumentos de investigación

Técnica

La Entrevista: Para recopilar la información, lo cual se hará directamente de la variable de estudio. La entrevista tiene cierto margen de error debido a que está influenciada por la subjetividad del encuestado.

Instrumento

Cuestionario: Es un instrumento de investigación que consiste en unas series de preguntas, redactadas de forma coherente, con una secuenciación lógica y estructuradas con unos objetivos claramente delimitados anteriormente y a los cuales estas preguntas deben dar respuesta.

3.5. Procesamiento y análisis de datos

- Los datos serán recolectados aplicando un cuestionario a los 11 trabajadores incluidos el gerente, administrador y colaborador que se relaciona con las variables de estudio. (gestión de compras y rentabilidad)
- Además, para la variable dependiente que es Rentabilidad, se aplicaran los ratios financieros como apoyo y se procesaran mediante Microsoft Excel. Por lo que es necesario tener los estados financieros (balance y estados de resultados), para una mayor comprensión de la variable.
- Para facilitar la comprensión de los resultados, estos se presentarán mediante tablas.

IV. Presentación de resultados

Con respecto al Objetivo General

Gestión de compras y su influencia en la rentabilidad de la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.

Tabla 1.

La gestión de compras y su influencia en la rentabilidad en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos en el año 2020.

GESTION DE COMPRAS		RENTABILIDAD			TOTAL	p*
		BAJO	MODERADO	ALTO		
BAJO	Frecuencia	3	0	0	3	0.020
	Porcentaje	27.3%	0.0%	0.0%	27.3%	
MODERADO	Frecuencia	0	1	4	5	
	Porcentaje	0.0%	9.1%	36.4%	45.5%	
ALTO	Frecuencia	0	1	2	3	
	Porcentaje	0.0%	9.1%	18.2%	27.3%	
TOTAL	Frecuencia	3	2	6	11	
	Porcentaje	27.3%	18.2%	54.5%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

Nota: Prueba Tau-b de Kendall

Interpretación

El nivel de significancia menor a 0.05 ($p = 0.020 < 0.05$) demuestra que existe evidencia estadística significativa para afirmar que la gestión de compras está relacionada a la rentabilidad. Es decir, la gestión de compras influye positivamente en la rentabilidad de la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.

Con respecto a los objetivos específicos

- Analizar el proceso de compra y nivel de inventarios de la mercadería dentro en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.

Tabla 2.

Proceso de compras en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.

ESCALA	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	1	9.1
MODERADO	6	54.5
ALTO	4	36.4
TOTAL	11	100.0

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

El proceso de compras tiene un nivel moderado, con el 54.5% de los casos, seguido de alto con 36.4% y bajo con 9.1%. Debido a que la empresa no programa sus compras al principio del año, por el contrario, esta realiza las compras al inicio de cada campaña de siembra del bajo Piura, y con esa información trata de hacer sus pedidos de compras para la venta posterior. Se basa en el tipo de cultivo y en las áreas que se habilitaran para la siembra, y con ayuda del ingeniero en tienda tratan de proyectar sus compras para la campaña de venta que se aproxima. No obstante al no planificar con tiempo sus compras generan que no se analice de forma correcta el abastecimiento.

Tabla 3.

Nivel de inventario en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L. en el año 2020.

ESCALA	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	4	36.4
MODERADO	4	36.4
ALTO	3	27.3
TOTAL	11	100.0

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

El nivel de inventario tiene un empate entre moderado y bajo, en ambos casos con 36.4%, es alto el 27.3%, podemos decir que es un factor en el que la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L debe de poner énfasis en mejorar. La entidad no garantiza la rotación de sus productos de una manera adecuada y eficiente, por lo que presenta productos vencidos, generando pérdidas.

La causa principal es que no cuentan con un personal en almacén para gestionar y controlar los niveles de inventarios que se presenta en la empresa. Generando un desconocimiento de sus propios productos, realizando compras innecesarias.

Por lo que para analizar el proceso de compras y el nivel de inventarios se ha relacionado estas dimensiones.

Tabla 4.

Relación entre el proceso de compra y nivel de inventarios de la mercadería dentro en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.

NIVEL DE INVENTARIOS		PROCESO DE COMPRAS			TOTAL	p*
		BAJO	MODERADO	ALTO		
BAJO	Frecuencia	1	2	1	4	0.041
	Porcentaje	9.1%	18.2%	9.1%	36.4%	
MODERADO	Frecuencia	0	4	0	4	
	Porcentaje	0.0%	36.4%	0.0%	36.4%	
ALTO	Frecuencia	0	0	3	3	
	Porcentaje	0.0%	0.0%	27.3%	27.3%	
TOTAL	Frecuencia	1	6	4	11	
	Porcentaje	9.1%	54.5%	36.4%	100.0%	

Fuente. Elaboración propia

Nota. Prueba Tau-b de Kendall

Interpretación

El nivel de significancia menor a 0.05 ($p = 0.041 < 0.05$) demuestra que existe evidencia estadística significativa para afirmar que el proceso de compra está relacionado al nivel de inventario.

Se llega a esta interpretación porque el nivel de inventarios dentro de la empresa se desempeña de una manera baja y moderada, todo esto por un manejo inadecuado en su almacén, la entidad no es capaz de darle una rotación a sus productos de una manera eficiente, teniendo un desconocimiento en sus stocks en el indicador de fecha de vencimiento, por lo que un producto está en almacén más de 90 días, y algunos se vencen estando en el área mencionada. Por lo que un mal manejo de stock o nivel de inventarios conlleva a un proceso de compras inadecuado.

Con respecto al segundo objetivo específico

- Evaluar a los proveedores dentro en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.

Tabla 5.

Evaluación de proveedores en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020

ESCALA	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	3	27.3
MODERADO	2	18.2
ALTO	6	54.5
TOTAL	11	100.0

Fuente. Elaboración propia.

Interpretación

Al evaluar a los proveedores el 54.5% de los resultados son de nivel alto, el 27.3% bajo y el 18.2% moderado, podemos decir que los proveedores dentro en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020 obtienen resultados satisfactorios.

Esto debido que la empresa exige a los proveedores certificados de calidad por las autoridades pertinente, además que antes de la compra de los productos ofrecidos, estos son probados en campo para evaluar la efectividad en el cultivo. Por otro lado, tienen flexibilidad de pago y a comparación a la competencia manejan costo de compra de mercadería bastantes bajos, generando una competencia por precios.

Con respecto al tercer objetivo específico

- Evaluar la rentabilidad en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.

Tabla 6.

Evaluación de rentabilidad en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.

ESCALA	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	3	27.3
MODERADO	2	18.2
ALTO	6	54.5
TOTAL	11	100.0

Fuente. Elaboración Propia

Interpretación

La rentabilidad es alta en un 54.5%, baja en 27.3% y moderada el 18.2%, podemos asegurar que la rentabilidad es alta en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020 obtienen resultados satisfactorios.

Evaluación de los Estados financieros

Para comprender la rentabilidad en la empresa, se ha tomado como referencia el estado de resultados y el estado de situación financiera de la empresa de los últimos tres años. Por lo que con este análisis se podrá tener un panorama más amplio sobre la rentabilidad de la empresa, y como es que ha crecido en los últimos años y así comparar los resultados de la encuesta con los resultados de los ratios aplicados. Y con esto se podrá determinar la falta de liquidez que tiene la empresa para afrontar sus obligaciones.

Tabla 7.

Ratios de rentabilidad aplicados, resultados porcentuales redondeados en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos EIRL desde el 2017 hasta el año 2019.

RATIOS	AÑOS		
	2017	2018	2019
ROA	19	16	29
ROE	21	32	98
Utilidad bruta	4	8	10
Utilidad operativa	3	2	4
Liquidez	S/.1.28	S/.1.28	S/.1.36
Prueba Acida	S/.0.33	S/.0.38	S/.0.30

Fuente. Elaboración Propia

Interpretación:

- ROA: De conformidad con los resultados de los ratios obtenidos de los últimos años, que, en 2017, se obtuvo un Roa de 19%, disminuyendo, en 2018, a 16%, y luego, aumentando a 29%. Ello nos sugiere, a simple vista, que la rentabilidad de la empresa en base al activo total ha aumentado, pero, si se considera el estado de resultados, se puede observar que el beneficio operativo al igual que el activo neto ha crecido considerablemente con los años. (Véase en el anexo N°2)
- ROE: Según el cuadro de resultados de los ratios, el Roe, en 2017, obtuvo un resultado de 21%, aumentando, en 2018 y 2019, a 32% y 98%, respectivamente. De estos datos se desprende que el ratio ha aumentado considerablemente al igual que el beneficio neto de la empresa, aunque el capital social no.
- Utilidad bruta: De acuerdo con los resultados de los ratios, la utilidad bruta de la empresa, en el 2017, está representada en un 4%; en el año 2018, en un 8%; y, en el año 2019, este ratio fue representado con un 10% lo que nos indica que la rentabilidad sobre el monto facturado por empresa

considerando el costo de ventas si ha tenido un aumento, pero también se observa que las ventas de los últimos años al igual que los costos también han aumentado muy considerablemente.

- Utilidad operativa: El cuadro nos muestra que este ratio, en el año 2017, obtuvo un 3%; en el año 2018, disminuyó a 2%; y, en el 2019, aumentó a 4%. Esto nos indica que las ventas de la empresa, en relación al beneficio operativo que se obtiene después de los gastos administrativos, no ha variado mucho en los últimos años; no obstante, el estado de resultados revela que las ventas y los gastos administrativos han aumentado considerablemente.
- Liquidez: En principio, es necesario recalcar que el resultado obtenido es expresado en soles. Conforme al cuadro de resultados de los ratios, en 2017, se tiene S/.1.28; en 2018, se mantiene; y, en 2019, aumenta a S/.1.36. Es decir que la Agroveterinaria, de acuerdo con el ratio que trata el activo sobre el pasivo corriente, sí ha sido capaz de afrontar las deudas de corto plazo, pues el valor óptimo de liquidez del ratio es de S/.1.00 y, por cada sol de deuda, la empresa ha contado con lo necesario para pagar.
- Prueba acida: Al igual que el ratio de liquidez, este es expresado en soles, pues ambos están relacionados. Entonces, en el cuadro, podemos observar que, en 2017, se obtiene como resultado una prueba acida de S/. 0.33; en 2018, S/. 0.38; y, en 2019, disminuye a S/. 0.30. A diferencia del ratio de liquidez, este considera los inventarios. Como resultado nos revela un coeficiente más exacto y real, siendo su valor óptimo S/. 1.00. Es así que, en los últimos años, la empresa, por cada sol de deuda, no contaba con el efectivo para cancelarlas.

V. Discusión de resultados

- De acuerdo con la investigación de (Azubadin Inés, 2011) en donde se estudió el inadecuado control de inventarios, se tuvo como población documentos contables como órdenes de compra y facturas de las cuales obtuvieron como resultado que entre diversos factores existe un nivel bajo de eficiencia en el proceso de compras de la empresa lo que afecta la liquidez de la misma, resultado el cual difiere con el de nuestra investigación, pues en esta se obtuvo que en más del 50% de los encuestados afirman que el nivel de ejecución del proceso de compras posee un nivel moderado ya que hay aun ciertos factores que mejorar en la agroveterinaria.

- En la tesis de (Virginia Aranda, 2016) la cual tuvo como resultado al momento de evaluar los procesos internos de gestión de compras, que más del 80% de los trabajadores encuestados responden que nunca se realiza una evaluación a los proveedores, concluyendo que este siempre es uno de los factores que afectan a la rentabilidad de una empresa comercial, dato y conclusión los cuales discrepan con nuestra investigación puesto que como resultado se obtuvo que casi el 55% de los encuestados sugieren que la evaluación que realiza la agroveterinaria no solo se realiza, sino que está posee un nivel alto de ejecución a pesar de ser informal se toman en cuenta ciertos indicadores y se mantiene una comunicación y relación fluida, la cual hace que esta no sea la principal causa por la que la liquidez fue afectada.

- Según la tesis de (yojana Castro, 2017) sustenta que para poder mejorar la gestión de compras y que esta incremente la rentabilidad de una empresa de alimentos se ha de mejorar principalmente la rotación de stock, puesto que se obtuvo como resultado que los niveles de esta se elevaron en un 19.59% el año anterior a la investigación, contrastando así con el resultado obtenido en esta investigación en donde también unos de los principales problemas de la empresa en su gestión son los niveles de inventario, la cual en vez de resultado porcentual fue planteado en días en el que el inventario permanece en almacén.

Conclusiones

- Se concluye que el proceso de compras y el nivel de inventarios de la mercadería dentro de la empresa se maneja de una manera moderada. El proceso de compras se realiza casi al mismo tiempo que el inicio de la campaña de siembra del bajo Piura y por lo tanto el resultado de esta compra conlleva a que el nivel de inventarios tenga una sobre carga debido a la mercadería ya adquirida anteriormente.
- La empresa no cuenta con políticas para una evaluación formal de proveedores, sin embargo, se toman en cuenta indicadores como, calidad, precio, tiempo de entrega y demanda del mercado. A pesar de carecer de estas, la entidad mantiene una comunicación fluida y constante con sus proveedores, reflejándose en el precio de compra y beneficios por volúmenes de compra. Por lo que se considera que la empresa tiene una alta relación con los proveedores, a pesar de no tener políticas.
- Concluimos que una vez evaluados los estados financieros de la empresa y aplicados los respectivos ratios, la empresa en efecto es rentable, pero con altos niveles de riesgo, se debe tener en cuenta el cuadro de resultados de los balances, los cuales varían significativamente con el pasar de los años, asimismo los indicadores financieros de endeudamiento reflejan que la empresa cuenta con deudas, las cuales no es capaz de pagar, puesto su inventario no rota como debiera.
- La gestión de compras de la empresa influye de manera positiva en la rentabilidad, pero que debido a que no tiene una planificación ni proyección formal debido a compras innecesarias que acarrear mermas, nos demuestra que a pesar que los ratios de rentabilidad muestran que, si hubo un aumento, estos no se pueden mirar de manera fría, puestos que no son independientes a las decisiones tomadas por la administración, las cuales están relacionadas con un mayor peso en la gestión de compras, misma que no ha influido de manera óptima, tal como queda determinado con la bajísima rotación de inventarios lo que nos muestra un problema potencial y en la valoración de la empresa.

Recomendaciones

1. Se recomienda que la empresa integre políticas de compra y establezca criterios que le permitan abastecerse de forma óptima. Como consecuencia, esta medida conllevará a que el nivel de las existencias disminuya, a que exista una mejor rotación de mercadería y a que haya un flujo de dinero más rápido.
2. En segundo lugar, se propone la implementación de políticas de control de inventarios y la contratación de un personal a cargo del almacén, para evaluar de manera más eficiente la rotación de sus productos, ya que la ausencia de este significa la carencia de un control eficaz y, por ende, la existencia de mercadería vencida o a punto de vencer, ya que la rotación no es la adecuada.
3. En el ámbito financiero, la empresa deberá evaluar cada campaña para detectar falencias en sus ventas; contrastar la información obtenida con los resultados de las campañas pasadas. Ello le permitirá adoptar mejores decisiones que ayuden para lograr las metas planteadas y de esa forma alcanzar mayor rentabilidad.
4. La administración tendrá que hacer un estudio sobre los productos que tiene una rotación muy baja, evaluarlos, y tomar decisiones si en seguir comprando, con esto, podrá disminuir las deudas a proveedores, aumentando su capacidad de pago, gracias a no realizar compras innecesarias.

Referencias bibliográficas

Tesis y trabajo de grado

Heydi, F. (2015) *Incidencia de la fijación de precios de venta del producto en los niveles de competitividad de las MIPYMES productoras de Tabaco en el municipio de Estelí, ciclo productivo* (Tesis para Título de Magister) Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua Unan- Managua.

Leslie, C. y Isabel, A. (2018) *“Lead time” y su influencia en el nivel de servicio de las empresas de servicio de entrega rápida para las importaciones de Estados Unidos* (Tesis para optar por título profesional) Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas.

Cecibel, S. (2015) *El Control de los inventarios y su aporte en los estados financieros de la empresa* (Tesis para obtención de titulación de ingeniería en contabilidad) Unidad Académica de Ciencias Empresariales.

Azubadin Inés, Ecuador (2011), *Control interno del proceso de compras y su incidencia en la liquidez de la empresa comercial Yucailla Cía. Ltda. Latacunga.* (Tesis previa para la obtención del título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA) Universidad Técnica de Ambato.

Michael Parra, Santiago de Cali (2014), *Mejoramiento de los procesos del área de compras a través del estudio del trabajo en la empresa laboratorios seres LTDA.* (Tesis para la obtención del título de Ingeniero Industrial) Universidad Autónoma de Occidente.

Virginia Aranda, Trujillo (2010), *Influencia de la gestión de compras en la rentabilidad de la empresa de transportes CAIPO S.R.L. de la ciudad de Huamachuco.* (Tesis para la obtención del título de licenciado en Administración) Universidad Nacional de Trujillo.

Claudia Lezcano y Wendy Narro, Trujillo (2017), *Sistema de gestión de inventarios basado en el modelo EOQ en la botica "San Mateo" S.A. cascas.* (Tesis para optar por el título profesional de Ingeniero Industrial) Universidad Privada Antenor Orrego.

Yojana Castro, Lima (2017), *Gestión de compras para incrementar la rentabilidad en una empresa de alimentos, San Isidro 2017,* (Tesis realizada para optar por el título profesional de Contador Público) Universidad Norbert Wiener.

Rocio Villavicencio, Piura (2015), en su investigación titulada: *Implementación de una gestión de inventarios para mejorar el proceso de abastecimiento en la empresa R. Quiroga E.I.R.L-Sullana* (Tesis para la obtención de título de ingeniera industrial) Universidad Nacional de Piura.

López Paredes, J. M. (2015). *El proceso de compras y su incidencia en la rentabilidad de la empresa j.mega distribuidora de la ciudad de ambato.* ambato: Universidad Técnica de Ambato.

Libro

Análisis de rentabilidad del sector turístico ecuatoriano en 7 el periodo 2007 -2017. (2019, Septiembre). Digital Publisher. <https://doi.org/10.33386/593dp.2019.5-1.1555>

Fornero, R. A. (s. f.). FORMULACION DE PROYECCIONES FINANCIERAS. Universidad Nacional de Salta. Recuperado 14 de mayo de 2020, de https://www.economicas.unsa.edu.ar/afinan/dfe/trabajos_practicos/afic/AFIC%20Cap10%20Proyecciones%20financieras.pdf

Artículos científicos

Monzó, J. E., García, A. M., Llidó, V. S., & Martínez, A. (2014). *Gestión de compras, ciclo formativo de grado medio*. Madrid España. McGraw-Hill Educación.

Blog

Lean, A. (2019). *Certificado de calidad de compras*. Avnati-lean.com. <https://www.avanti-lean.com/certificado-de-calidad-de-compras/>

Thompson, I. (s. f.). *Definición de precio*. Marketing free. <https://www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html>

Qué es el Lead Time en Logística y Por Qué es Clave en una Empresa (2018, 24 mayo). BLOG. <http://www.tradelog.com.ar/blog/que-es-el-lead-time-en-logistica/>

Molina, M. T. (2013, 7 mayo). *GestioPolis*. Alianza cliente proveedor para una gestión logística-exitosa. <https://www.gestiopolis.com/alianza-cliente-proveedor-para-una-gestion-logistica-exitosa/>

Definición Rotación de inventario - ¿Qué es Rotación de inventario? (s. f.). Shopify. <https://es.shopify.com/enciclopedia/rotacion-de-inventario>

Ratios financieros, fórmulas que debes conocer | OBS Business School. (s. f.). OBS Business School. Recuperado 27 de enero de 2020, de <https://obsbusiness.school/es/blog-investigacion/finanzas/ratios-financieros-formulas-que-debes-conocer>

Luis Manuel Sánchez Maestre. (2020, 25 junio). *Rentabilidad empresarial: análisis general*. Aseduco. <https://aseduco.com/blog1/rentabilidad-empresarial-analisis/>

Gallizo Larraz, J. L. (2017, noviembre). *Ratios de solvencia y rentabilidad en empresas familiares y PYMES*. CUADERNOS PRÁCTICOS DE EMPRESA FAMILIAR. <https://repositori.udl.cat/bitstream/handle/10459.1/62571/026545.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernández, B. (2013, 7 febrero). *¿Qué es el ciclo de compra? Inbound Marketing*. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/bid/171527/Qu-es-el-ciclo-de-compra>

Banda, J. (2019, 23 enero). *¿Qué es un ingreso? | Concepto de ingreso | Glosario de Contabilidad*. Economía Simple. <https://www.economiasimple.net/glosario/ingreso>

Corvo, H. S. (2018, 28 noviembre). *Utilidad bruta: en qué consiste, cómo se calcula, ejemplos*. Lifeder. <https://www.lifeder.com/utilidad-bruta/>

Anexos

1. Instrumentos de recolección de datos

1.1. Cuestionario

En la investigación realizada por López (2015) se realizan las siguientes preguntas a las personas directamente relacionadas con la empresa.

GESTION DE COMPRAS

EVALUACION DE PROVEEDORES:

1. ¿Se realiza una evaluación permanente de proveedores?

SI

NO

2. ¿La empresa tiene como política firmar acuerdos con sus proveedores para que se respeten las condiciones de compra?

SI

NO

3. ¿Los proveedores cumplen con los acuerdos de compra y venta de los productos?

SI

NO

4. ¿Los proveedores cumplen con los plazos de entrega de los productos?

SI

NO

5. ¿Los proveedores tiene un certificado de calidad de sus productos que los avalen?

SI

NO

6. ¿Existe flexibilidad de entrega y condiciones de pago entre la empresa y proveedor?

SI

NO

NIVEL DE INVENTARIOS

7. Independientemente del sistema de inventarios ¿La empresa realiza controles para que los resultados propios del sistema se contrasten con la realidad?

SI

NO

8. ¿La empresa clasifica sus productos por el número de rotaciones en ventas?

SI

NO

9. ¿La empresa tiene políticas de control para evitar el vencimiento de sus productos en almacén?

SI

NO

10. ¿La empresa cuenta con documentos administrativos para registrar las salidas de mercaderías antes de ser enviadas a sus sucursales?

SI

NO

11. ¿La empresa realiza ajustes de inventarios de una manera frecuente?

SI

NO

PROCESO DE COMPRAS

12. ¿La empresa ejecuta sus adquisiciones de mercadería mediante políticas internas establecidas?

SI

NO

13. ¿Se planifica las adquisiciones de mercadería al principio de cada campaña?

SI

NO

14. ¿La empresa realiza sus adquisiciones de mercadería tomando en cuenta sus proyecciones de ventas?

SI

NO

15. ¿La empresa realiza compras de mercadería únicamente cuando es necesario?

SI

NO

16. ¿Se tiene en cuenta la liquidez y endeudamiento de la empresa al momento de realizar compras significativas?

SI

NO

RENTABILIDAD

17. ¿Los resultados económicos obtenidos en los últimos años son satisfactorios en base a la planificación realizada?

SI

NO

18. ¿Cree usted que se podrá mejorar la rentabilidad percibida en la empresa?

SI

NO

19. ¿La empresa aplica indicadores para medir su rentabilidad?

SI

NO

20. ¿Se consideran los ratios financieros al momento de tomar decisiones?

SI

NO

21. ¿Realiza la empresa un análisis de adquisiciones en base a sus ingresos?

SI

NO

22. ¿La empresa realiza proyecciones económicas en base a su rentabilidad?

SI

NO

23. ¿Considera Ud. que la empresa ha tenido capacidad de pago para cubrir sus deudas?

SI

NO

24. ¿Consideran que la rentabilidad obtenida de los últimos años ha logrado recuperar la inversión puesta en la agroveterinaria?

SI

NO

25. ¿Consideran que los recursos financieros utilizados en la empresa generan mayor rentabilidad?

SI

NO

26. ¿Considera que el crecimiento de la empresa y la apertura de sucursales son reflejo de la buena rentabilidad de la misma?

SI

NO

1.2. Análisis de estados financieros mediante ratios

Tabla 8.

Análisis financiero de la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos EIRL en los años 2017 al 2020

RATIOS APLICADOS	AL 31 DE DICIEMBRE		
	2017	2018	2018
CAPITAL DE TRABAJO	S/ 185,588	S/ 227,721	S/ 375,406
INDICADORES OPERATIVOS			
DIAS DE CLIENTES	0.00	3.98	2.92
DIAS DE STOCK	164.88	91.15	103.91
DIAS DE PROVEEDORES	118.29	84.53	72.12
ROTACION DE ACTIVOS	1.68	3.03	3.01
ENDEUDAMIENTO			
LIQUIDEZ	1.28	1.28	1.36
PRUEBA ACIDA	0.33	0.38	0.30
RENTABILIDAD			
RE(ROA)	19%	16%	29%
RRP ANTES DE IMPUESTOS	19%	21%	39%
ROE	21%	32%	98%
MARGEN COMERCIAL (UTILIDA BRUTA)	4%	8%	10%
UTILIDAD OPERATIVO	3%	2%	4%
UTILIDAD NETA	2%	2%	3%

Fuente. Elaboración Propia

2. Evidencias

- Entrevista con la Asistente Administrativa



- Entrevista con la Administradora



- Entrevista con el Gerente General



3. Resolución directoral que aprueba el proyecto de investigación



UPAO | Facultad de Ciencias Económicas

“Año de la Universalización de la Salud”

RESOLUCIÓN N° 0352-2020-FCCEE-D-UPAO

Trujillo, agosto 28 de 2020.

Visto, el expediente organizado por los Bachilleres de la Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Profesional de Administración, egresados de esta Universidad y participantes del Programa de Apoyo y Actualización al Desarrollo de la Tesis PADT – I Filial Piura:

- CALLE UBILLUS RAÚL
- CUEVA CHUQUIHUANCA ANGEL BRUNO

Solicitando **INSCRIPCIÓN** de **PROYECTO DE TESIS** titulado: “**LA GESTIÓN DE COMPRAS Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AGROVETERINARIA RABANAL CATACAOS E.I.R.L EN EL AÑO 2020**”, para obtener el Título Profesional de **Licenciado en Administración, y;**

CONSIDERANDO:

Que, mediante resolución rectoral N° 443-2020-CD/R-UPAO, de fecha 13 de febrero de 2020, se otorgó el Grado de bachiller en Ciencias Económicas a **CALLE UBILLUS RAÚL;**

Que, mediante resolución rectoral N° 5404-2019-R-UPAO, de fecha 11 de octubre de 2019, se otorgó el Grado de bachiller en Ciencias Económicas a **CUEVA CHUQUIHUANCA ANGEL BRUNO;**

Que, de conformidad con lo establecido en los artículos 30°, 31°, 32° y 33°, del Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad, los bachilleres antes mencionados han seguido los trámites para la aprobación y registro del proyecto de tesis;

Que, por proceso de adecuación del nuevo Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad, el proyecto de tesis ha sido objeto de revisión, evaluación y dictamen por el Comité Dictaminador, de conformidad con la resolución N° 0212-2020-FCCEE-D-UPAO;

Que, habiendo cumplido con los procedimientos académicos y administrativos reglamentariamente establecidos, debe autorizarse la aprobación e inscripción del proyecto de tesis en mención, para ingresar a la fase de desarrollo;

Estando a las consideraciones expuestas y en uso a las atribuciones legales conferidas a este Despacho.

SE RESUELVE:

Primero. - APROBAR el proyecto de tesis con el título “**LA GESTIÓN DE COMPRAS Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AGROVETERINARIA RABANAL CATACAOS E.I.R.L EN EL AÑO 2020**”, presentado por los bachilleres en Ciencias Económicas **CALLE UBILLUS RAÚL Y CUEVA CHUQUIHUANCA ANGEL BRUNO.**

Segundo. - AUTORIZAR la inscripción en el libro de registro de proyectos de tesis de la Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Profesional de Administración, con el N° **078-2020**, cuyo informe deberán presentarlo y sustentarlo, según el cronograma aprobado por el PADT- VERSIÓN I – FILIAL PIURA.

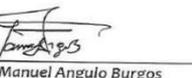
Tercero. - DESIGNAR como asesor del proyecto de tesis al **Mg. Vásquez Senador Max**, quien está obligado a presentar a Secretaría Académica los informes mensuales, del avance respectivo, establecidos en el cronograma del PADT I – Filial Piura.

Cuarto. - DERIVAR al señor Director de la Escuela Profesional de Administración, el expediente con la documentación completa, para que disponga lo que corresponda de conformidad con las Normas y Reglamentos, a fin de que los bachilleres y asesor, cumplan las acciones de su competencia.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.



José Castañeda-Nassi
 Decano
 Facultad Ciencias Económicas



Manuel Angulo Burgos
 Secretario Académico
 Facultad Ciencias Económicas

C.c. EPA, SA, Asesor, Interesados, PADT I – Filial Piura, Archivo.

4. Constancia de la Institución donde se ha desarrollado la propuesta de investigación



CARTA DE ACEPTACION

Piura, 13 de agosto del 2020.

Dra. Gladys Peña Pazos
Jefa de Oficina de Gestión Académica
Universidad Privada Antenor Orrego
Filial Piura

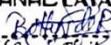
Presente. -

Tengo el agrado de dirigirme a Usted, con la finalidad de hacer de su conocimiento que los siguientes Bachilleres en Ciencias económicas, **Raúl Calle Ubillús** identificado con **DNI 75128237** y **Ángel Bruno Cueva Chuquihuanca** identificado con **DNI 72703751**, egresados de su prestigiosa universidad, han sido admitidos para realizar su investigación de Tesis, cuyo logro les permitirá obtener el grado académico de Licenciado.

Con tal objetivo, respaldo la veracidad de la información financiera brindada, correspondiente a los años 2017, 2018 y 2019 -estado de situación financiera y estados de resultados-, y la efectiva realización de la entrevista hacia mi persona y el personal de la empresa. En ese sentido, los datos recopilados podrán ser utilizados para el desarrollo y estructuración de su tesis, al igual que para el entendimiento de los evaluadores. No obstante, por motivos de seguridad, la información alcanzada no debe de ser publicada en la investigación en curso.

Sin otro particular, quedo a su disposición para cualquier aclaración o duda.

Atentamente

AGROVETERINARIA
RABANAL CATACAOS E.I.R.L.

Betty del Carmen Florián C. de Rabanal
GERENTE

5. Constancia del asesor

FORMATO: INFORME FAVORABLE DEL ASESOR

AL : Dr. José Alfredo Castañeda Nassi
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas

DE : Mg. Max Martín Vásquez Senador
Asesor de Tesis.

ASUNTO : APROBACIÓN DE TESIS.

FECHA : 01 de setiembre 2020

Por medio del presente me dirijo a usted para saludarlo cordialmente y al mismo tiempo informarle que, habiendo realizado la revisión del informe final de Tesis:

De los bachilleres; CALLE UBILLÚS, RAÚL y CUEVA CHUQUIHUANCA, ÁNGEL BRUNO, con el Título: "LA GESTIÓN DE COMPRAS Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AGROVETERINARIA RABANAL CATACAOS E.I.R.L EN EL AÑO 2020" y de conformidad con el Reglamento de

Grados y Títulos de la Facultad (Art. 31°), se precisa que:

1. Ha cumplido con las etapas y cronogramas establecidos,
2. Ha cumplido con el proceso de investigación, de acuerdo con el Proyecto de Tesis.
3. La tesis reúne la calidad académica exigida.

Por lo que se determina **APROBAR EL INFORME FINAL DE TESIS PARA EVALUACIÓN Y EMISIÓN DE DICTAMEN**, en concordancia con los artículos 43° y 44° del Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad.

Se adjunta expediente.

Lo que informo a usted para su conocimiento y fines pertinentes. Atentamente,

Atte.



Mg. Max Martín Vásquez Senador

ID: 000034127

Trujillo, 01 del mes de setiembre de 2020

Validaciones del Instrumento

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

TÍTULO: “LA GESTION DE COMPRAS Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA AGROVETERINARIA RABANAL CATACAOS E.I.R.L EN EL AÑO 2020”

OBJETIVO GENERAL: Determinar la gestión de compras y su influencia en la rentabilidad en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.

HIPÓTESIS: La gestión de compras influye de manera positiva en la rentabilidad en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.

JUEZ EXPERTO: BLANCA NELLY GUTIÉRREZ PÉREZ

GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO: Dra. en Ciencias de la Educación

FECHA DE REVISIÓN: 31-08-2020

FIRMA:

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tienes coherencia con los indicadores	Tienes coherencia con las dimensiones	Tienes coherencia con las variables	Observaciones
Variable: Factores de riesgo psicosocial	Evaluación de proveedores	certificado de compras	1. ¿Se realiza una evaluación permanente de proveedores?	✓	✓	✓	✓	

		alianza	2. ¿La empresa tiene como política firmar acuerdos con sus proveedores para que se respeten las condiciones de compra?	✓	✓	✓	✓	
		precio	3. ¿Los proveedores cumplen con los acuerdos de compra y venta de los productos?	✓	✓	✓	✓	
		TIEMPO DE ENTREGA	4. ¿Los proveedores cumplen con los plazos de entrega de los productos?	✓	✓	✓	✓	
			5. ¿Existe flexibilidad de entrega y condiciones de pago entre la empresa y proveedor?	✓	✓	✓	✓	
		CALIDAD	6. ¿Los proveedores tiene un certificado de calidad de sus productos que los avalen?	✓	✓	✓	✓	
	Nivel de inventarios	CALIFICACION DEL PRODUCTO	7. Independientemente del sistema de inventarios ¿La empresa realiza controles para que los resultados propios del sistema se contrasten con la realidad?	✓	✓	✓	✓	

			8. ¿La empresa clasifica sus productos por el número de rotaciones en ventas?	✓	✓	✓	✓	
		COSTO DEL PRODUCTO	9. ¿La empresa tiene políticas de control para evitar el vencimiento de sus productos en almacén?	✓	✓	✓	✓	
		ROTACION DE PRODUCTOS	10. ¿La empresa cuenta con documentos administrativos para registrar las salidas de mercaderías antes de ser enviadas a sus sucursales?	✓	✓	✓	✓	
			11. ¿La empresa realiza ajustes de inventarios de una manera frecuente?	✓	✓	✓	✓	
	PROCESO DE COMPRAS	PLANIFICACION	12. ¿La empresa ejecuta sus adquisiciones de mercadería mediante políticas internas establecidas?	✓	✓	✓	✓	
			13. ¿Se planifica las adquisiciones de mercadería al principio de cada campaña?	✓	✓	✓	✓	

		ABASTECIMIENTO	14. ¿La empresa realiza sus adquisiciones de mercadería tomando en cuenta sus proyecciones de ventas?	✓	✓	✓	✓	
			15. ¿La empresa realiza compras de mercadería únicamente cuando es necesario?	✓	✓	✓	✓	
			16. ¿Se tiene en cuenta la liquidez y endeudamiento de la empresa al momento de realizar compras significativas?	✓	✓	✓	✓	

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tienes coherencia con los indicadores	Tienes coherencia con las dimensiones	Tienes coherencia con las variables	Observaciones
Variable: RENTABILIDAD	FINANCIERA	PROYECCIONES	1. ¿Los resultados económicos obtenidos en los últimos años son satisfactorios en base a la planificación realizada?	✓	✓	✓	✓	
			¿La empresa realiza proyecciones económicas en base a su rentabilidad?					
			2. ¿Cree usted que se podrá mejorar la rentabilidad percibida en la empresa?	✓	✓	✓	✓	

		INGRESOS	3. ¿Se consideran los ratios financieros al momento de tomar decisiones?	✓	✓	✓	✓	
	ECONOMICA	UTILIDAD OPERATIVA	4. ¿Realiza la empresa un análisis de adquisiciones en base a sus ingresos?	✓	✓	✓	✓	
		UTILIDAD BRUTA	¿Considera Ud. que la empresa ha tenido capacidad de pago para cubrir sus deudas?	✓	✓	✓	✓	
		ROE (RENTABILIDAD SOBRE CAPITAL)	¿Consideran que la rentabilidad obtenida de los últimos años ha logrado recuperar la inversión puesta en la agroveterinaria?	✓	✓	✓	✓ ✓	
		ROA (RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS)	¿Consideran que los recursos financieros utilizados en la empresa generan mayor rentabilidad?	✓	✓	✓	✓	
			¿Considera que el crecimiento de la empresa y la apertura de sucursales son reflejo de la buena rentabilidad de la misma?	✓	✓	✓	✓	
			¿La empresa aplica	✓	✓	✓	✓	

			indicadores para medir su rentabilidad?					
--	--	--	---	--	--	--	--	--

✓

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

TÍTULO: “LA GESTION DE COMPRAS Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA AGROVETERINARIA RABANAL CATACAOS E.I.R.L EN EL AÑO 2020”

OBJETIVO GENERAL: Determinar la gestión de compras y su influencia en la rentabilidad en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.

HIPÓTESIS: La gestión de compras influye de manera positiva en la rentabilidad en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.

JUEZ EXPERTO: IRIS PAOLA FIESTAS DEJO

GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO: MAESTRO

FECHA DE REVISIÓN: 31.08.2020

FIRMA:



VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tienes coherencia con los indicadores	Tienes coherencia con las dimensiones	Tienes coherencia con las variables	Observaciones
Variable: Factores de riesgo psicosocial	Evaluación de proveedores	certificado de compras	1. ¿Se realiza una evaluación permanente de proveedores?	SI	SI	SI	SI	

		alianza	2. ¿La empresa tiene como política firmar acuerdos con sus proveedores para que se respeten las condiciones de compra?	SI	SI	SI	SI	
		precio	3. ¿Los proveedores cumplen con los acuerdos de compra y venta de los productos?	SI	SI	SI	SI	
		TIEMPO DE ENTREGA	4. ¿Los proveedores cumplen con los plazos de entrega de los productos?	SI	SI	SI	SI	
			5. ¿Existe flexibilidad de entrega y condiciones de pago entre la empresa y proveedor?	SI	SI	SI	SI	
		CALIDAD	6. ¿Los proveedores tiene un certificado de calidad de sus productos que los avalen?	SI	SI	SI	SI	
	Nivel de inventarios	CALIFICACION DEL PRODUCTO	7. Independientemente del sistema de inventarios ¿La empresa realiza controles para que los resultados propios del sistema se contrasten con la realidad?	SI	SI	SI	SI	

			8. ¿La empresa clasifica sus productos por el número de rotaciones en ventas?	SI	SI	SI	SI	
		COSTO DEL PRODUCTO	9. ¿La empresa tiene políticas de control para evitar el vencimiento de sus productos en almacén?	SI	SI	SI	SI	
		ROTACION DE PRODUCTOS	10. ¿La empresa cuenta con documentos administrativos para registrar las salidas de mercaderías antes de ser enviadas a sus sucursales?	SI	SI	SI	SI	
			11. ¿La empresa realiza ajustes de inventarios de una manera frecuente?	SI	SI	SI	SI	
	PROCESO DE COMPRAS	PLANIFICACION	12. ¿La empresa ejecuta sus adquisiciones de mercadería mediante políticas internas establecidas?	SI	SI	SI	SI	
			13. ¿Se planifica las adquisiciones de mercadería al principio de cada campaña?	SI	SI	SI	SI	

		ABASTECIMIENTO	14. ¿La empresa realiza sus adquisiciones de mercadería tomando en cuenta sus proyecciones de ventas?	SI	SI	SI	SI	
			15. ¿La empresa realiza compras de mercadería únicamente cuando es necesario?	SI	SI	SI	SI	
			16. ¿Se tiene en cuenta la liquidez y endeudamiento de la empresa al momento de realizar compras significativas?	SI	SI	SI	SI	

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tienes coherencia con los indicadores	Tienes coherencia con las dimensiones	Tienes coherencia con las variables	Observaciones
Variable: RENTABILIDAD	FINANCIERA	PROYECCIONES	1. ¿Los resultados económicos obtenidos en los últimos años son satisfactorios en base a la planificación realizada?	SI	SI	SI	SI	
			¿La empresa realiza	SI	SI	SI	SI	

			proyecciones económicas en base a su rentabilidad?					
			2. ¿Cree usted que se podrá mejorar la rentabilidad percibida en la empresa?	SI	SI	SI	SI	
		INGRESOS	3. ¿Se consideran los ratios financieros al momento de tomar decisiones?	SI	SI	SI	SI	
	ECONOMICA	UTILIDAD OPERATIVA	4. ¿Realiza la empresa un análisis de adquisiciones en base a sus ingresos?	SI	SI	SI	SI	
		UTILIDAD BRUTA	¿Considera Ud. que la empresa ha tenido capacidad de pago para cubrir sus deudas?	SI	SI	SI	SI	
		ROE (RENTABILIDAD SOBRE CAPITAL)	¿Consideran que la rentabilidad obtenida de los últimos años ha logrado recuperar la inversión puesta en la agroveterinaria?	SI	SI	SI	SI	
		ROA (RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS)	¿Consideran que los recursos financieros utilizados en la empresa generan mayor rentabilidad?	SI	SI	SI	SI	
				¿Considera que el	SI	SI	SI	SI

			crecimiento de la empresa y la apertura de sucursales son reflejo de la buena rentabilidad de la misma?					
			¿La empresa aplica indicadores para medir su rentabilidad?	SI	SI	SI	SI	

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

TÍTULO: “LA GESTION DE COMPRAS Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA AGROVETERINARIA RABANAL CATACAOS E.I.R.L EN EL AÑO 2020”

OBJETIVO GENERAL: Determinar la gestión de compras y su influencia en la rentabilidad en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.

HIPÓTESIS: La gestión de compras influye de manera positiva en la rentabilidad en la empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020.

JUEZ EXPERTO: Luis Alberto Sanchez Pacheco

GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO: Doctor en educación



FECHA DE REVISIÓN: 31-08-2020

FIRMA: _____

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tienes coherencia con los indicadores	Tienes coherencia con las dimensiones	Tienes coherencia con las variables	Observaciones
Variable: Factores de riesgo psicosocial	Evaluación de proveedores	certificado de compras	1. ¿Se realiza una evaluación permanente de proveedores?	✓	✓	✓	✓	
		alianza	2. ¿La empresa tiene como política firmar acuerdos con sus proveedores para que se respeten las condiciones de compra?	✓	✓	✓	✓	
		precio	3. ¿Los proveedores cumplen con los acuerdos de compra y venta de los productos?	✓	✓	✓	✓	
		TIEMPO DE ENTREGA	4. ¿Los proveedores cumplen con los plazos de entrega de los productos?	✓	✓	✓	✓	
			5. ¿Existe flexibilidad de entrega y condiciones de pago entre la empresa y proveedor?	✓	✓	✓	✓	
		CALIDAD	6. ¿Los proveedores tiene un certificado de calidad de sus productos que los avalen?	✓	✓	✓	✓	

	Nivel de inventarios	CALIFICACION DEL PRODUCTO	7. Independientemente del sistema de inventarios ¿La empresa realiza controles para que los resultados propios del sistema se contrasten con la realidad?	✓	✓	✓	✓	
			8. ¿La empresa clasifica sus productos por el número de rotaciones en ventas?	✓	✓	✓	✓	
		COSTO DEL PRODUCTO	9. ¿La empresa tiene políticas de control para evitar el vencimiento de sus productos en almacén?	✓	✓	✓	✓	
			ROTACION DE PRODUCTOS	10. ¿La empresa cuenta con documentos administrativos para registrar las salidas de mercaderías antes de ser enviadas a sus sucursales?	✓	✓	✓	✓
		11. ¿La empresa realiza ajustes de inventarios de una manera frecuente?		✓	✓	✓	✓	

	PROCESO DE COMPRAS	PLANIFICACION	12. ¿La empresa ejecuta sus adquisiciones de mercadería mediante políticas internas establecidas?	✓	✓	✓	✓	
			13. ¿Se planifica las adquisiciones de mercadería al principio de cada campaña?	✓	✓	✓	✓	
		ABASTECIMIENTO	14. ¿La empresa realiza sus adquisiciones de mercadería tomando en cuenta sus proyecciones de ventas?	✓	✓	✓	✓	
			15. ¿La empresa realiza compras de mercadería únicamente cuando es necesario?	✓	✓	✓	✓	
			16. ¿Se tiene en cuenta la liquidez y endeudamiento de la empresa al momento de realizar compras significativas?	✓	✓	✓	✓	

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tienes coherencia con los indicadores	Tienes coherencia con las dimensiones	Tienes coherencia con las variables	Observaciones
Variable: RENTABILIDAD	FINANCIERA	PROYECCIONES	1. ¿Los resultados económicos obtenidos en los últimos años son satisfactorios en base a la planificación realizada?	✓	✓	✓	✓	
			¿La empresa realiza proyecciones económicas en base a su rentabilidad?					
		2. ¿Cree usted que se podrá mejorar la rentabilidad percibida en la empresa?	✓	✓	✓	✓		
		INGRESOS	3. ¿Se consideran los ratios financieros al momento de tomar decisiones?	✓	✓	✓	✓	
	ECONOMICA	UTILIDAD OPERATIVA	4. ¿Realiza la empresa un análisis de adquisiciones en base a sus ingresos?	✓	✓	✓	✓	
		UTILIDAD BRUTA	¿Considera Ud. que la empresa ha tenido capacidad de pago para cubrir sus deudas?	✓	✓	✓	✓	

		ROE (RENTABILIDAD SOBRE CAPITAL)	¿Consideran que la rentabilidad obtenida de los últimos años ha logrado recuperar la inversión puesta en la agroveterinaria?	✓	✓	✓	✓	
		ROA (RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS)	¿Consideran que los recursos financieros utilizados en la empresa generan mayor rentabilidad?	✓	✓	✓	✓	
			¿Considera que el crecimiento de la empresa y la apertura de sucursales son reflejo de la buena rentabilidad de la misma?	✓	✓	✓	✓	
			¿La empresa aplica indicadores para medir su rentabilidad?	✓	✓	✓	✓	