



**FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS Y
COMPETITIVIDAD**

Tesis

**Modelo CCI para la optimización de la gestión de compras en
una empresa exportadora de artesanías, Lima 2021**

**Para optar el Título profesional de Licenciada en Administración y Negocios
Internacionales**

AUTORA

Br. Feijóo Collantes, Katheryne Melissa

Código ORCID

0000-0002-5392-2813

LIMA - PERÚ

2021

Tesis

**Modelo CCI para la optimización de la gestión de compras en
una empresa exportadora de artesanías, Lima 2021**

Línea de investigación general de la universidad

Economía, Empresa y Salud

Línea de investigación específica de la universidad

Sistema de Calidad

Asesora

Dra. Irma Milagros Carhuacho Mendoza

Código ORCID

0000-0002-4060-5667

Miembros del Jurado

Dr. Leoncio Robinson Sánchez Roque (ORCID: 0000-0003-1336-8288)

Presidente del Jurado

Dra Mariela Stacy Solano Lavado (ORCID: 0000-0002-1752-5300)

Secretaria

Dr. Fernando Alexis Nolazco Labajos (ORCID: 0000-0001-8910-222X)

Vocal

Asesora temática

Dra. Irma Milagros Carhuancho Mendoza (ORCID: 0000-0002-4060-5667)

Dedicatoria

Este trabajo de investigación está dedicado a mi amada madre Rosario Ysolina, por sacarme adelante, ser padre y madre; por siempre estar conmigo y apoyarme en cada etapa de mi vida y forjar la mujer que soy.

A mi hermano Humberto por estar a mi lado, ayudarme y ser un impulso más para superarme cada día.

A mi mamá Nila que me cuida desde el cielo y me encamino a estudiar, trabajar y luchar por mis sueños. A Toño por criarme como si fuera su hija y ser el padre que me dio la vida, por darme su apoyo incondicional.

A Dios por permitirme vivir este momento con mi familia.

Agradecimiento

A mi alma mater, en la que viví momentos inolvidables y pasé los mejores años de mi vida, donde aprendí amar a mi profesión y me inculcó valores para la vida laboral y personal.

A mi hermano Humberto, quien me apoya incondicionalmente cada vez que lo necesito. A Gleny que me ayuda siempre con una gran sonrisa y buen humor. A mi padre Alfredo que me alentó para culminar esta etapa académica.

A mis mejores amigas Estefany y Ana quienes me dan ánimos y fuerza para no darme por vencida cada vez que lo necesito, y por siempre impúlsame para seguir adelante.

A mis asesores la Dra. Irma Carhuacho por su apoyo y paciencia para lograr el presente trabajo de investigación, y al Dr. Fernando Nolzco por su guía y asesoramiento metodológico para esta investigación.

Declaración de autoría

 Universidad Norbert Wiener	DECLARACIÓN DE AUTORIA	
	CÓDIGO: UPNW-EES-FOR-017	FECHA: 13/03/2020

Yo, Katheryne Melissa Feijóo Collantes estudiante de la escuela académica de Negocios y Competitividad de la universidad privada Norbert Wiener, declaro que el trabajo académico titulado: "Modelo CCI para la optimización de la gestión de compras en una empresa exportadora de artesanías, Lima 2021" para la obtención del título profesional de: Administración y Negocios Internacionales es de mi autoría y declaro lo siguiente:

1. He mencionado todas las fuentes utilizadas, identificando correctamente las citas textuales o paráfrasis provenientes de otras fuentes.
2. No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquella señalada en el trabajo.
3. Autorizo a que mi trabajo puede ser revisado en búsqueda de plagios.
4. De encontrarse uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente y/o autor, me someto a las sanciones que determina los procedimientos establecidos por la UPNW.



.....
Firma

Katheryne Melissa Feijóo Collantes

DNI: 45430090



Huella

Lima, 2 de diciembre de 2021

Índice

	Pág.
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaración de autoría	vi
Índice	vii
Índice de tablas	x
Índice de figuras	xi
Índice de cuadros	xii
Resumen	xiii
O resumen	xiv
Introducción	15
CAPITULO I: EL PROBLEMA	16
1.1 Planteamiento del problema	16
1.2 Formulación del problema	17
1.2.1 Problema general	17
1.2.2 Problemas específicos	17
1.3 Objetivos de la investigación	17
1.3.1 Objetivo general	17
1.3.2 Objetivos específicos	17
1.4 Justificación de la investigación	18
1.4.1 Teórica	18
1.4.2 Metodológica	19
1.4.3 Práctica	19
1.5 Limitaciones de la investigación	20
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	21
2.1 Antecedentes de la investigación	21
2.1.1 Antecedentes internacionales	21
2.1.2 Antecedentes nacionales	22
2.2 Bases teóricas	24
2.2.1 Gestión de compras	24
2.2.2. Modelo CCI	33

CAPITULO III: METODOLOGÍA	43
3.1 Método de investigación	43
3.2 Enfoque	43
3.3 Tipo de investigación	44
3.4 Diseño de la investigación	44
3.5 Población, muestra y unidades informantes	45
3.6 categorías y subcategorías	45
3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	48
3.7.1. Técnicas	48
3.7.1. Instrumento	48
3.7.2. Descripción	49
3.7.3. Validación	50
3.8 Procesamiento y análisis de datos	50
3.9 Aspectos éticos	51
CAPITULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	53
4.1 Descripción de resultados cuantitativos	53
4.1.1 Selección de proveedores	53
4.1.2 Proceso de compras y control de materiales	56
4.2 Descripción de resultados cualitativos	59
4.2.1 Análisis de la categoría gestión de compras	59
4.2.2 Análisis de la subcategoría proceso de compras	61
4.2.3 Análisis de la subcategoría selección de proveedores	62
4.2.4 Análisis de la subcategoría control de materiales	63
4.3 Diagnóstico	64
4.4 Identificación de los factores de mayor relevancia	66
4.5 Propuesta	67
4.5.1 Priorización de los problemas	67
4.5.2 Consolidación del problema	67
4.5.3 Categoría solución (conceptualización)	67
4.5.4 Objetivo general y específicos de la propuesta	68
4.5.5 Impacto de la propuesta	69
4.5.6 Direccionalidad de la propuesta	70
4.4.1 Entregable 1	73

4.4.2 Entregable 2	79
4.4.3 Entregable 3	81
4.6 Discusión	84
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	88
5.1 Conclusiones	88
5.2 Recomendaciones	88
REFERENCIAS	90
ANEXOS	97
Anexo 1: Matriz de consistencia	98
Anexo 2: Instrumento cuantitativo	99
Anexo 3: Instrumento cualitativo	100
Anexo 4: Fichas de validación de los instrumentos cuantitativos	101
Anexo 5: Fichas de validación de la propuesta	104
Anexo 6: Base de datos (instrumento cuantitativo)	106
Anexo 7: Transcripción de las entrevistas y/o informe del análisis documental	116
Anexo 8: Pantallazos del Atlas.ti	125

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 Matriz de categorización de la gestión de compras	46
Tabla 2 Matriz de categorización del modelo CCI	46
Tabla 3 Expertos que validaron el instrumento	50
Tabla 4 Expertos que validaron la propuesta	50
Tabla 5 Resumen anual del comportamiento de los proveedores del periodo 2020.	53
Tabla 6 Resumen anual del comportamiento de los proveedores del periodo 2021.	54
Tabla 7 Resumen anual del proceso de compras y actualización de inventario del periodo 2020.	56
Tabla 8 Resumen anual del proceso de compras y de actualización de inventario del periodo 2021.	57

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1 Elementos del proceso de comunicación.	31
Figura 2 Relación de los contextos de la capacitación.	33
Figura 3 Alcances de la coordinación.	35
Figura 4 Fases del desarrollo de un software	38
Figura 5 Herramientas del WhatsApp Business	39
Figura 6 Variaciones del comportamiento de los proveedores en el periodo 2020.	53
Figura 7 Variaciones del comportamiento de los proveedores en el periodo 2021.	55
Figura 8 Diferencias en el proceso de compras y de actualización de inventario del periodo 2020.	56
Figura 9 Diferencias en el proceso de compras y de actualización de inventario del periodo 2021.	58
Figura 10 Análisis cualitativo de la categoría gestión de compras.	59
Figura 11 Análisis cualitativo de la subcategoría proceso de compras.	61
Figura 12 Análisis cualitativo de la subcategoría selección de proveedores.	62
Figura 13 Análisis cualitativo de la subcategoría control de materiales.	63
Figura 14 Trinidad del modelo CCI	68
Figura 15 Proceso de compras de materiales.	73
Figura 16 Flujograma del proceso de compras de materiales.	74
Figura 17 Análisis de herramientas de WhatsApp Business.	75
Figura 18 Proceso de comunicación y coordinación.	79
Figura 19 Flujograma del proceso de comunicación y coordinación.	79

Índice de cuadros

	Pág.
Cuadro 1 Tipos de flujograma	37
Cuadro 2 Matriz de direccionalidad de la propuesta	70
Cuadro 3 Matriz de direccionalidad de la propuesta	71
Cuadro 4 Matriz de direccionalidad de la propuesta	72

Resumen

Esta investigación tuvo como objetivo proponer un modelo para la gestión de compras en una empresa exportadora de artesanías en la ciudad de Lima en el año 2021.

Para este trabajo de investigación se realizó mediante un enfoque mixto que incorpora información cualitativa y cuantitativa con lo cual se obtiene el sintagma holístico. El diseño fue no experimental de tipo proyectiva y la metodología empleada fue inductiva – deductiva; se utilizó como instrumento cuantitativo el registro documental para la recopilación y verificación de documentos; asimismo para la información cualitativa se usó la guía de entrevista para tener orden cuando se hicieron las entrevistas.

Como resultado se identificaron tres principales problemas dentro de los cuales están la carencia de un proceso de compras de materiales, falta de coordinación y comunicación para realizar las compras y además la empresa adolece de un sistema de gestión de inventarios; para ello se propuso el diseño y que realice la implementación en una app que facilitaría el aprendizaje a los colaboradores: además de que todo el flujo de información se desarrolle mediante la app WhatsApp Business con lo cual se tendrá un registro de las coordinaciones y adicionalmente trabajará de la mano con el proceso de compras; para la gestión de inventarios se ha desarrollado un software que centraliza la información y los documentos que se necesitan para mantener actualizado el kardex, además de generar notificaciones para que se agregue la información que recuerdan agregar la información.

Palabras clave: gestión de compras, proceso de compras, selección de proveedores, control de materiales.

O resumo

Esta pesquisa teve como objetivo propor um modelo de gestão de compras em uma empresa exportadora de artesanato da cidade de Lima em 2021.

Para este trabalho de pesquisa, foi realizada uma abordagem mista que incorpora informações qualitativas e quantitativas com as quais a frase holística é obtida. O delineamento foi não experimental do tipo projetivo e a metodologia utilizada foi indutiva - dedutiva; O registro documental foi utilizado como instrumento quantitativo para a coleta e verificação de documentos; Da mesma forma, para as informações qualitativas, o roteiro de entrevista foi utilizado para ter ordem no momento da realização das entrevistas.

Como resultado, foram identificados três problemas principais, entre os quais a falta de um processo de compra de materiais, falta de coordenação e comunicação para efetuar as compras, e também a empresa sofre de um sistema de gestão de estoques; Para isso, foi proposto o design e que realizasse a implementação em um aplicativo que facilitasse o aprendizado dos colaboradores: além do fato de todo o fluxo de informações ser desenvolvido através do aplicativo WhatsApp Business, com o qual um registro da coordenação será guardado e, adicionalmente, trabalhará em conjunto com o processo de compra; Para a gestão de estoque, foi desenvolvido um software que centraliza as informações e documentos necessários para manter o kardex atualizado, além de gerar notificações para que sejam adicionadas as informações que lembrem de adicionar as informações.

Palavras chave: gestão de compras, processo de compra, seleção de fornecedores, controle de materiais.

Introducción

La presente investigación se centró en la gestión de compras de materiales para el área de almacén, con lo cual se pudo evidenciar las falencias en el proceso de compras ello impide que se puedan planificar adecuadamente, evita que la información fluya de forma idónea entre los colaboradores que gestionan las compras y a su vez obstaculiza que la gestión de inventarios se realice eficientemente.

La investigación está compuesta por cinco capítulos, en el primero se expone el planteamiento del problema, así como los objetivos generales y específicos, además de la formulación del problema, limitaciones y justificación de la investigación.

Luego en el segundo capítulo, se desarrolla el marco teórico en cual la investigación adquiere apoyo global de los antecedentes internacionales, nacionales y finalmente de los locales, además se desarrolla el marco fundamental en cual se identifican las teorías de la categoría problema y solución como la teoría de la calidad, la teoría de la reingeniería y la teoría clásica de la administración, entre otras.

En el tercer capítulo, se detalla la metodología utilizada en este trabajo; se podrá leer a profundidad el tipo, método, enfoque y el diseño de la investigación, continuando con las unidades formantes que formaron parte de este estudio, de igual forma se puntualizan los elementos que forman parte de la categoría problema y categoría solución. Finalmente, se explican las técnicas e instrumentos cualitativos y cuantitativos que se utilizaron para la recopilación de información; seguido de la validación, procesamiento, análisis de datos y aspectos éticos que se aplicaron en la investigación.

En el cuarto capítulo, se explican los resultados obtenidos del análisis documental y las entrevistas que se utilizaron para diagnosticar los problemas principales de la empresa en la que se realizó el estudio y dar paso a las propuestas de solución cada uno de ellos por medio de los tres entregables, finalizando con la discusión que contrasta los resultados con los de otras investigaciones.

Finalmente, en el quinto capítulo se desarrollan las conclusiones y recomendaciones obtenidas de la investigación y para concluir se incluyen los anexos, referencias que dan apoyo y certeza de la indagación realizada.

CAPITULO I: EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

El área de compras es una parte estratégica que ayuda a las empresas y organizaciones a satisfacer la demanda de sus clientes internos y externos, al mismo tiempo optimiza y reduce el costo de sus operaciones. En una entidad religiosa de Brasil, se observó como la innovación en los procesos y tecnología hizo que se redujera el costo por pedido y aumentó la productividad de los encargados del área de compras. Esto demostró que si las empresas convierten sus departamentos de compras en parte estratégica y utilizan sistemas de información es posible que obtengan ventajas competitivas, que son necesarias para competir en el mercado debido a que cada día es más complejo y dinámico. En este caso se detectó que el área era más operacional que estratégica; y las mejoras que realizaron demostró que la productividad para procesar los pedidos mejoró en 189,7% de 2007 a 2013 por semana. Estas mejoras fueron posibles debido al cambio de modelo del área de compras, que pasó a ser un sector táctico/estratégico, y no solo operacional; el uso de tecnología hizo que incrementara la productividad con menos personal (Revista Científica Multidisciplinar, 2021).

La finalidad de la gestión de compras es asegurarse de tener las mejores opciones de proveedores para abastecerse de productos y/o servicios, al mejor costo. El objetivo es adquirir los bienes y/o servicios que la empresa necesita considerando las cantidades, el tiempo de entrega, la calidad y el precio. Su función también es apoyar a las operaciones de la empresa a través del aprovisionamiento (Gestiopolis, 2011).

La globalización permite el desarrollo continuo y dinámico, dando oportunidad del desarrollo de estrategias unificadas para fortalecer el inventario y la satisfacción al cliente. Para ello se debe evitar no tener una política de compras establecida para regular a todos actores involucrados con el proceso de compras (costos, selección de proveedores, tiempo, financiación, entre otros). Por otro lado, la evaluación de proveedores debe ser constante, así como el intercambio de información para pronosticar la demanda. Cada vez que se tenga una orden de compra, se tiene que realizar el seguimiento adecuado para atender de forma oportuna al cliente interno y externo. Además, no se debe ignorar la rotación de materiales, debido a que es el comienzo para determinar la frecuencia y cantidad que se debe reponer el stock y además determinar los artículos que son de alta o baja rotación. No se recomienda comprar sin considerar la tasa de rotación, debido a que el inventario puede tardar en

venderse, estas herramientas de gestión permitirían evitar los errores detallados anteriormente (Gestión, 2015).

En la empresa de estudio, se identificó que hay fallas en el proceso de compras de materiales, retraso en realizar los requerimientos, desorden en el control de materiales, el ERP no permite diferenciar las ordenes de materiales de las ordenes de productos para ventas a clientes, el personal no se comunica ni coordina correctamente, motivos por el cual se observó que hay demoras en los tiempos del embalaje que como consecuencia ocasiona retrasos en la entrega de los pedidos a los clientes, debido a que no tienen los materiales a tiempo el personal de otras áreas debe ocupar su tiempo en el embalaje para agilizar la entrega de los pedidos, adicionalmente los requerimientos no se encaminan de forma correcta y ocasiona fallas en el proceso, como consecuencia de lo detallado anteriormente la gestión de compras se ha vuelto deficiente y tiene cuellos de botella.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo mejorar la gestión de compras en una empresa exportadora de artesanías de Lima, 2021?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cuál es la situación del proceso de compras en la empresa exportadora de artesanías, Lima 2021?

¿Cuáles son las deficiencias en el proceso de compras del área de almacén en la empresa exportadora de artesanías, Lima 2021?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Proponer la implementación del modelo CCI para la optimización de la gestión de compras en una empresa exportadora de artesanías, Lima 2021.

1.3.2 Objetivos específicos

Diagnosticar la situación del proceso de compras en la empresa exportadora de artesanías, Lima 2021.

Identificar las deficiencias en el proceso de compras del área de almacén en la empresa exportadora de artesanías, Lima 2021.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Teórica

Esta investigación se justifica mediante diversas teorías, empezando por la teoría clásica de la administración la cual menciona que los administradores deberían ser multidisciplinarios debido a que tienen como responsabilidad realizar todo el proceso administrativo de forma eficiente para obtener los resultados que se hayan planificado; la comunicación horizontal entre todas las áreas, jefes y colaboradores de la organización tendría que ser considerada como fundamental para llevar a cabo una correcta gestión y la toma de decisiones en la empresa. Asimismo, se indicó que la gerencia realiza sus funciones de forma correcta sería posible que se mejoren las competencias de los trabajadores para obtener mejores resultados en diferentes procesos que se realicen para la producción o comercialización.

Asimismo, la teoría de la reingeniería menciona que es posible aprovechar las destrezas innatas de los trabajadores para el beneficio de la empresa mediante el rediseño de los procesos. Este rediseño en los procesos que generalmente se realiza de forma ágil, permitiría mejorar el rendimiento, la fluidez del trabajo, tener reducción en los tiempos de espera, la prevención o disminución de fallas; entonces la empresa podrá aumentar su eficiencia y eficacia volviéndose más efectiva al realizar las tareas diarias. Cabe resaltar que si la modificación de los procesos debe ser elaborada correctamente para la optimización de los procesos.

Finalmente, la teoría de la calidad total indica que puede implementarse en todos los procesos y áreas de la empresa, con ellos sería posible crear beneficios como mejorar la efectividad, generar ahorro de tiempo y dinero que podrían ser utilizados en otras actividades que encaminen a la organización a obtener ventajas competitivas y mayor eficacia para lograr sus objetivos y alcanzar a las metas planificadas, es preciso mencionar que la retroalimentación constante es clave para que se pueda controlar y verificar la calidad en la empresa.

Posteriormente se identificaron teorías que apoyan a la propuesta desarrollada para este estudio, entre ellas está la teoría de la innovación disruptiva que hace referencia a las innovaciones tecnológicas o en cómo dar un nuevo uso a las tecnologías existentes para que la empresa este a la vanguardia y pueda cumplir con las exigencias de los clientes que cada día están más ligados a los medios electrónicos y tecnológicos, debido la pandemia se han incrementado y tomado más fuerza.

Asimismo, la teoría de la administración por objetivos que menciona que una empresa debe buscar alcanzar sus objetivos y a su vez tener satisfechos a sus colaboradores, disminuir costos, ser organizada y mantener de forma armónica el trabajo que se realice en la organización para lo que los recursos de la organización sean utilizados con mayor eficiencia, logrando optimizar la coordinación entre las áreas para obtener los resultados que se hayan planificado.

Finalmente, la teoría de crítica de la tecnología menciona que es posible crear nuevas tecnologías para transformar lo que está a su alrededor, permitiendo así cambios en los colaboradores que permiten mejorar el aprendizaje y mejorar su productividad, con lo cual los individuos y la tecnología van de la mano para mejorar aspectos de rutina laboral como la organización y/o las operaciones que se realicen diariamente.

1.4.2 Metodológica

La investigación se realizó mediante la metodología holística de tipo proyectiva debido a que permitió recolectar información utilizando diferentes técnicas e instrumentos, asimismo se pudo plasmar el problema de investigación bajo distintas perspectivas, esto permitió que sea posible tener una visión global del suceso, problema o acontecimiento que se investigó. El uso de este enfoque proporcionó resultados cualitativos y cuantitativos que ayudaron a determinar los problemas principales de la gestión de compras en la empresa, además fue posible analizar el proceso de compras con mejor eficiencia debido a que la información que se obtuvo fue cuantitativa y cualitativa, para finalmente proponer soluciones específicas para el problema estudiado. Las ventajas que se pudieron conseguir usando este enfoque son variadas, por lo cual resultó de cuantiosa ayuda para definir y delimitar los lineamientos que se siguieron para determinar y estudiar el problema de la investigación.

1.4.3 Práctica

La gestión de compras se ha convertido en parte principal de las organizaciones debido a que permite generar ahorro y se encarga realizar el abastecimiento, esto la convierte en estratégica y fundamental para que la empresa logre alcanzar sus objetivos. Realizar el proceso de compras de forma apropiada en la empresa donde se hará la investigación permitirá que se mejore el flujo de información en todas las áreas que necesiten realizar adquisiciones y ayudará a optimizar el control de materiales evitando compras innecesarias. Los resultados permitirán que sea posible gestionar de forma efectiva el proceso de compras

para evitar los cuellos de botella, y tener lo necesario para realizar las labores diarias. La información que se obtendrá con la investigación mixta permitirá dar soluciones que ayuden a mejorar los procesos dentro de la organización.

1.5 Limitaciones de la investigación

La investigación se realizó durante 4 meses comprendidos en los meses de agosto a noviembre del año 2021, durante este periodo se trabajó con el cronograma establecido para la entrega de avances y producto final para optimizar los tiempos para realizar la investigación. La recolección de información se realizó de forma física en la empresa exportadora de artesanías localizada en el distrito de San Martín de Porres, Lima - Perú y también de forma virtual debido a la Covid-19; el procesamiento de datos se realizó usando programas como Microsoft Office. Se utilizaron recursos textuales virtuales obtenidos de Redalyc, Scielo, Google Académico, entre otros y también documentos que proporcionó la empresa para realizar el diagnóstico.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes internacionales

En Colombia, Galido (2019) realizó un estudio sobre la gestión de compras en pymes del sector construcción. El objetivo de la investigación fue diseñar procedimientos para la gestión de compras que ayuden a reducir los costos de operaciones. La investigación se realizó mediante un enfoque mixto, habiendo considerado el alcance descriptivo, correlacional y explicativo, donde se usaron las técnicas como las encuestas, mapa de procesos, análisis DOFA, diagrama de Ishikawa. Se obtuvo como resultado que las personas y proveedores involucradas con el proceso de compras deberían ser capacitadas, se tendría que implementar nuevos procesos que apoyen al control de existencias. Se concluyó que, la mejora continua de la gestión de compras ayudó a disminuir la merma de materiales y tiempos de compras, y a clasificar mejor los materiales y a gestionar una anticipada negociación con los proveedores.

En Ecuador, Espinoza (2018) elaboró una tesis sobre la evaluación de indicadores de gestión para mejorar el proceso de compras de una empresa manufacturera. El objetivo de la investigación fue plantear indicadores de gestión que apoyarían la mejora continua, la investigación se realizó mediante un enfoque mixto, y utilizó el nivel de investigación exploratoria y descriptiva, utilizó como técnica las encuestas para la recolección de información. Como resultado se evidenció que no hubo indicadores para medir y controlar las compras, además se detectó fallas en el proceso, en la planificación y ordenes sin procesar. Se concluyó que el personal de la empresa no tenía herramientas para medir su gestión, lo cual generaba insatisfacción del cliente interno y falta de control en el área, la implementación de los indicadores ayudaría a que se mejore el proceso y las acciones del todo el personal involucrado en el proceso de compras.

En Colombia, Gonzales (2018) elaboró una tesis sobre el esquema de un modelo estratégico de gestión de compras y abastecimiento para una empresa que fabrica fibrocemento, el objetivo de la investigación fue desarrollar una matriz de gestión de adquisiciones para reducir los costos del proceso de producción y establecer indicadores de desempeño; la investigación se realizó mediante un enfoque cualitativo, con información de bases de datos. El resultado indicó que se debió mejorar la organización e integrar los procesos de la cadena de abastecimiento, también se tuvo que implementar un plan

estratégico que incrementaría las oportunidades de venta a nivel nacional e internacional. Se concluyó que un plan de abastecimiento estratégico podría generar ahorros, y mejorar la calidad.

En Colombia, Gómez (2018) en la investigación que realizó sobre el diseño de gestión de compras usando la dinámica de sistemas en la cadena de abastecimiento de una empresa del rubro de textilera a nivel, tuvo como objetivo determinar los procedimientos logísticos para reconocer las situaciones que hacen parte del proceso y corroborar la gestión de compras en el enfoque de la dinámica de sistemas. Esta investigación se desarrolló mediante un enfoque descriptivo y cuantitativo, mediante hipótesis y simulaciones de las variables seleccionadas. Como resultado se validó que la empresa tenía altos niveles de inventario y poca rotación de materia prima; se modificó las variables en el modelo y pudo mejorar la gestión de compras y de inventarios en comparación a la primera simulación. Se concluyó que si la empresa no modifica su gestión de compras perdería dinero en materia que no podría utilizar para la elaboración de productos.

En Ecuador, Correa (2016) elaboró una tesis sobre el diseño de la gestión de compras en una empresa del sector de recubrimientos, el objetivo de la investigación fue mejorar el procedimiento de compras para acrecentar la competitividad, la investigación se realizó mediante un enfoque cualitativo en la que se realizaron entrevistas a las personas encargadas del área. Como resultado se determinó que no contaba con un plan de demanda ni registro de compras, no tenían un correcto control del inventario ni se realizaba evaluación a los proveedores. Se concluyó que el responsable del área de compras deberá mejorar su capacidad de negociación, y proporcionar herramientas para mejorar la búsqueda de proveedores y reducir los costos de la materia prima, e integrar el área comercial con el de producción para que ambos pudieran generar diagnósticos que aumenten la competitividad.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Castillo (2020) elaboró una tesis sobre gestión de compras y su correlación con la productividad en una empresa que se encargó de mejorar los procesos de adquisiciones de entidades públicas. El objetivo fue analizar la relación entre la planificación, el control y seguimiento del área de compras. La investigación se hizo mediante un enfoque descriptivo no experimental, como técnicas se usó la encuesta y la entrevista, tuvo como instrumentos de medición el cuestionario y la guía de entrevista. Como resultado se detectó que la productividad del área de compras era deficiente debido a la falta de planificación. La investigación concluyó que la empresa tenía poca eficiencia en el área de compras, se debería

mantener el control y seguimiento constante para que la productividad mejore, así como establecer políticas que ayudarían a la gestión de compras.

Orellana y Roncal (2019) realizaron la tesis sobre una propuesta para mejorar el modelo logístico de la gestión de compras de una empresa minera, que tuvo como objetivo implementar procedimientos, verificación de proveedores y estrategias de compras. Se realizó una investigación aplicada mediante un enfoque cuantitativo, con nivel explicativo y un diseño experimental no comprobado. Se empleó el modelo de gestión de calidad DMAIC, que determinó los elementos que perjudicaban la gestión de compras, así como las posibles soluciones, y la evaluación para alcanzar a los resultados que tenían proyectados para la gestión de compras. Como resultados se demostró que implementar políticas de compras mejora el proceso y posibilita controlar los gastos. Se concluyó que si se cumplirían los procedimientos de compras el cliente interno y externo estarán comprometidos con los parámetros establecidos de la empresa minera, lo cual permitiría que se reduzca el desequilibrio del proceso de compras, mejoraría el servicio de los proveedores y control de costos.

Santiago (2019) hizo una tesis sobre efectuar la gestión de adquisiciones para mejorar la eficiencia de la producción en una empresa maderera. El objetivo fue determinar cómo la implementación de la gestión de adquisiciones podría mejorar la productividad. La investigación se realizó mediante un enfoque tipo aplicada y de nivel explicativo, en la que se hizo un análisis teórico práctico de las actividades y procesos relacionados al área de compras que identificó donde se encontraban las falencias; se utilizaron herramientas de apoyo como flujogramas y fichas, además del diagrama de Pareto e Ishikawa para determinar las mejoras que se implementarían en los procesos. Como resultado hubo reducción en los retrasos, en consecuencia, se mejoró la entrega de pedidos. Se concluyó que se logró aumentar los ingresos de la compañía y la productividad en el área de compras, lo cual hizo que la empresa se volvería más competitiva.

Chambi, Flores, Cruz y Pasache (2019) elaboraron la tesis sobre una propuesta de mejora para el proceso de compra de una empresa de servicios para acortar los costos. El objetivo fue organizar de forma más eficaz el proceso de compras, incrementar la utilidad operativa, generar ahorro y resolver los principales problemas encontrados en la gestión de compras. La investigación la realizaron mediante un enfoque tipo aplicada y de nivel explicativo, utilizaron herramientas como el diagrama de Ishikawa y la matriz KRAJLIK, que mejorarían el uso de recursos internos, reducirían costos y tiempo e incrementaría la

demanda y la atención a los clientes. Como resultados se detectó que los colaboradores involucrados en las compras tenían falta de conocimiento de precios unitarios, precios elevados y tenían centralizada más de la mitad de productos con un solo proveedor. Se concluyó que la propuesta del know-how, el rediseño del proceso, la diversificación de proveedores mejoraría el proceso de compras.

De la Calle (2017) realizó una tesis sobre gestión de compras para mejorar las adquisiciones en el área de mantenimiento de una empresa dedicada a la venta de empaques del rubro de plásticos. El objetivo fue mejorar el área de compras en los aspectos de calidad, puntualidad y entrega para las áreas que realizaban los requerimientos, implementando formatos que mejoren el orden y flujo de información. Esta investigación fue cuantitativa de tipo aplicada, con diseño experimental (tipo cuasi – experimental). El resultado indicó que no se certificaba a los proveedores, y eso ocasionaba los retrasos. Se concluyó que la reducción en las compras rechazadas y los retrasos en las compras disminuyó durante los meses en los que se implementaron los formatos, lograron que los proveedores fueran certificados de forma regular y mejoró la calidad de las compras.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Gestión de compras

La teoría clásica de la administración es precursora en diseñar procedimientos que ayudan a mejorar los procedimientos diseñando métodos que benefician las funciones básicas de la administración que son planificar, controlar, organizar entre otros, esta teoría señala que sería posible mejorar la eficiencia mediante intercomunicación en todos los niveles de la empresa, para alcanzar los objetivos que se hayan establecido en la organización. Asimismo, menciona que si la gerencia lleva a cabo una gestión correcta sería factible desarrollar las capacidades de los trabajadores que beneficiarían a la empresa al mejorar los procesos y la efectividad en las áreas de la compañía. La administración tiene la cualidad de ser multidisciplinaria, esto permite el desarrollo del proceso administrativo en todas las áreas de la organización, además posibilita que la comunicación sea fluida en todos los niveles de la empresa, haya eficiencia y se optimice la capacidad administrativa. (Chiavenato, 2007; Prieto y Therán, 2018; Hurtado, 2008).

La teoría clásica de la administración proporcionará, el apoyo complementario a la gerencia para poder gestionar de forma adecuada los procedimientos que se realicen dentro de la organización. Asimismo, es una guía útil de los procesos administrativos que deberían ser alineados en la empresa en la que se realizará la investigación.

La teoría de la calidad indica que es posible aplicarla en todos los procesos y empresas debido a que es asequible, logra medirse y es beneficiosa para optimizar los recursos. Una de las bases para garantizar que se puedan verificar los procesos es la retroalimentación constante que permitirá analizar cómo se van desarrollando las mejoras implementadas en los procesos, cabe señalar que todos los departamentos de la empresa deben implicados para dar inicio al control de la calidad (Crosby, 1987; Heredia, 2001; Ishikawa, 2003).

La calidad implica controlar de forma adecuada los procesos de la empresa, por lo tanto, que pueda ser implementada en la organización sería de gran utilidad para lograr mejorar y controlar los procedimientos que se realizan no solo en el área de compras sino también en los procesos que están intrínsecamente relacionados con el área de compras y las actividades que se realizan diariamente en la empresa para llevar a cabo la comercialización de los productos.

La teoría de la reingeniería menciona que rediseña los procesos, con la finalidad de optimizar la productividad, y es posible generar ventajas como reducción en los tiempos vacíos, prevención o disminución de fallas y mejorar la competitividad, con ello sería posible tener como resultado un mayor rendimiento, mejorar la eficiencia y eficacia, que conllevarían a alcanzar los objetivos y metas que hayan sido establecidas por la empresa (Hammer y Champy, 1994; Hammer y Stanton, 1997; Manganelli y Klein, 2004).

Efectuar el proceso de reingeniería en la empresa sería beneficioso debido a que al rediseñar los procesos que serían identificados como cuellos de botella, se agilizaría los procedimientos que estarían generando retrasos y desorden para generar los requerimientos, la falta de control de materiales y productos, así como el atraso en el embalaje. El rediseño del proceso debería ser realizado considerando los resultados que se obtendrán en la investigación.

Gestión de compras

La gestión de compras es la encargada de satisfacer las necesidades de todas las áreas de la empresa, realizando la adquisición de bienes y/o servicios que son necesarios para que se lleve a cabo la producción, distribución o comercialización de los productos. Planificar las compras es un proceso complicado que no solo se basa en la negociación y los trámites administrativos; sino que también se necesita información para suministrar los proveedores como los precios, plazos para efectuar el pago, tiempo de entrega y lugar de entrega, que son factores determinantes para que se tome la decisión de realizar las adquisiciones. Si la

gestión de compras es realizada educadamente sería posible que se obtengan beneficios como la reducción de costos, mejorar la satisfacción de los clientes u optimar los tiempos de entrega; que podrían ser de suma importancia para determinar el éxito o fracaso de la empresa (Moya, 2007; Laza, 2016; Ediciones Díaz de Santos, 1995; Viveros, 2013; Escudero, 2019).

La gestión de compras es importante debido a que tiene un factor determinante dentro de las organizaciones, esta área es la encargada de realizar el aprovisionamiento para que se efectúen los procesos de producción y/comercialización de la empresa, y al mismo tiempo se encarga obtener beneficios con los proveedores que llegan a ser necesarios para que logren alcanzar las metas y objetivos en la organización.

Proceso de compras

El proceso de compras tiene una función esencial para la prosperidad de la organización, debido a que está enlazado con la mayoría de las funciones que realiza la empresa. Si las compras no se ejecutan la organización no podría realizar las labores más básicas como atender a los clientes o efectuar la producción de sus productos. Para que este proceso se lleve a cabo de forma correcta, es necesario que se detallen las especificaciones del producto y/o servicio, se puede indicar cantidades, precio o algunas características personalizadas que sean requeridas (Leenders et al. 2000; Coral, 2014; Carbellido y Valadez, 2005).

Este proceso es uno de los más aptos a la implementación de herramientas para que la organización pueda conseguir resultados que fortalezcan la toma de decisiones estratégicas, operacionales y/o tácticas por ser el proceso generalmente inicial dentro de la cadena de abastecimiento de una empresa. Este proceso además tiene como finalidad obtener productos y/o servicios al menor costo para así generar competencia entre sus proveedores. Cabe señalar que el proceso de compras es un factor clave que habitualmente está centralizado en el área de compras para recopilar los requerimientos de las demás áreas o mejor dicho procesos que desarrolle la empresa, y se encarga de realizar las compras buscando obtener beneficios económicos según se haya planificado; siendo este el proceso donde se podría centralizar la toma de decisiones (Franco, 2014).

Selección de proveedores

Realizar la selección de los proveedores es una de las labores más retadoras que enfrentan todas las empresas. Sin embargo, esta tarea generalmente es realizada por el área

de compras; que habitualmente considera a los proveedores con los que trabajan de forma regular y también buscan a nuevos proveedores que puedan otorgar precios competitivos, un menor tiempo de entrega, calidad, entre otros factores que puedan generar mayor provecho para la organización (Editorial Vértice, 2007; Sanchez, 2021; Medina et al. 2021).

La selección de proveedores de forma clásica se desarrollaba solo considerando el precio de los productos, actualmente las empresas consideran factores como la calidad, confiabilidad, eficiencia, integración, tiempo de respuesta, proactividad y satisfacción al cliente; los cuales son tomados en cuenta por la organización cuando realizan las mediciones o el análisis a los proveedores; que en varias ocasiones es más apreciada que el precio de los productos debido a que formarían parte de las estrategias de la organización para lograr la satisfacción a sus clientes (Franco, 2014).

Control de materiales

El control de materiales deberá ser ejecutado por el encargado de realizar las adquisiciones, que generalmente verifica que haya los insumos, materias primas o materiales necesarios para realizar las labores de producción, actividades diarias o comercialización de la organización. Asimismo, este control debería realizarse en varias fases dentro de las cuales se deberá considerar la inspección y el control de los procesos e inventario, que tomadas como un todo son primordiales para el funcionamiento adecuado de la empresa. Se deberá corroborar que se esté usando adecuadamente los sistemas de control, para cumplir los planes fijados por la organización (Coral, 2014; Arbós, 2012; Guerrero, 2005).

Los materiales que son adquiridos por una empresa necesitan pasar por el registro adecuado para que sea posible llevar el control de los mismos en cada etapa en la que sean requeridos como lo mencionado en el párrafo anterior; por lo cual el control de materiales es una sucesión de pasos y procedimientos que detallan los movimientos de los productos o materiales que se hayan adquirido, para lo cual es importante que se haya clasificado correctamente para evitar errores al momento de realizar el control (Colmenares, Valderrama y Colmenares, 2016).

Verificación de stock

Esta labor está relacionada empleo de las materias primas, insumos o materiales usados en las diferentes áreas de la empresa. También, está vinculada a la verificación de las entregas y salidas del almacén se productos y materiales usados en la empresa, Esta actividad está vinculada al registro y control del flujo de almacén, con ellos se realizan las operaciones

control (Payá, 2013; Valdemoro y Ferrer, 2012). La verificación de esta variable de importante para realizar compras en exceso, a su vez, permitirá llevar a cabo las compras en el momento indicado.

Es también, es esencial para llevar una buena gestión de inventarios debido a que se podrá verificar donde se utilizan los materiales o materias primas de la empresa, y permitirá proyectar las compras que se requieran para satisfacer la demanda de los clientes (Moreno y Bonilla, 2019).

Requerimiento

Es el comienzo del proceso de compras, en la solicitud de requerimiento se especifica lo que se necesita (productos o servicios) y las cantidades. El requerimiento podrá ser realizado por el área de almacén o la persona a cargo de las adquisiciones, o cabe la posibilidad de que sea planificada usando la información de las guías de salida y entrada de los productos que ayuda a la persona encargada a tomar la decisión de compras, posteriormente ser aprobado para que se emita la orden de compra y se continúe el proceso de compras (Olavarrieta de la Torre, 1999; Krajewski y Ritzman, 2000).

Cotización

La cotización ayuda al área de compras a recopilar información de los proveedores, en algunos no se aplica debido a que tienen establecido un proveedor determinado para la compra de algunos productos específicos. Cabe resaltar, que si es complicado obtener las cotizaciones de los proveedores se deberá considerar trabajar o no con el distribuidor (Olavarrieta de la Torre, 1999).

Este paso es de los primeros en realizarse durante la gestión de compras debido a que se evaluará a los proveedores midiendo su capacidad de satisfacer las necesidades de la empresa. Las cotizaciones proporcionan información que permite realizar comparación de precios, se tendrá conocimiento de los de entrega o puntos de suministro, verificar si el proveedor ofrece plazos de pago, entre otras características que permitan hacer una correcta comparación de los proveedores (Coral, 2014).

Orden de compra

La orden de compra es generada en base a los requerimientos de los materiales, en ella se debe indicar al proveedor que proporcionara el producto; generalmente se emite antes de realizar la compra y debe indicar al detalle las características de los bienes y/o servicios que van a adquirir. Además, en ella se deberá incluir todos los términos previamente

negociados para evitar que sea entregado productos que no se hayan solicitado, evitando posibles reclamos por no detallar ni estipular las condiciones de la compra que se está pactando (Chaves, 1975; Montoya, 2002).

Precio

Se puede decir que es el componente más importante, ya sea unitario o al por mayor el precio debe ser justo y debe poder ser negociable; considerando que solo deberían ser modificados previo acuerdo para evitar inconvenientes al momento de ejecutar la compra. Uno de los propósitos del área de compras es acordar el precio en relación al tiempo de entrega y condiciones de pago (Coral, 2014; Montoya, 2002). Uno de los propósitos del área de compras es acordar el precio en relación al tiempo de entrega y condiciones de pago, negociando los mejores descuentos para generar ahorros.

Tiempo de entrega

El tiempo de entrega es el periodo que pasa desde que se hace la solicitud a los proveedores hasta fecha de entrega pactada para entrega de la mercancía que haya sido pedida. Una vez que se haya enviado el requerimiento de compras, se deberá estipular el tiempo máximo para la entrega de las mercancías, debido a que es de vital importancia que se respeten los días pactados y además (Galy, 2019; Salvador, 2006).

Establecer los plazos de entrega con los proveedores beneficiaría a la organización debido a que sabrían con exactitud la fecha en la que tendrán los materiales o insumos que son requeridos por las áreas que lo han solicitado; además permitirá que se realice de forma adecuada el seguimiento a las órdenes de compra para prever retrasos.

Calidad

Se considera que un producto es de buena calidad cuando se respeta cada paso del proceso y las especificaciones que están detalladas en la ficha técnica, sin que se cambie ninguno de los insumos, componentes y/o materias primas. Es decir, el producto que estamos solicitando debe ser superior, deberá cumplir con lo detallado en la orden de compra, satisfacer las necesidades de cliente interno y externo, incluso se deberá rechazar la mercancía defectuosa que arrumaría los parámetros de calidad previamente establecidos por la organización (Coral, 2014; San Miguel, 2007).

La calidad es inherente de la eficacia, y debe estar de la mano con las características del producto que se desea adquirir que a su vez debe satisfacer las expectativas del cliente externo e interno; pero se debe considerar que la calidad puede ser programada en la cual se

espera las especificaciones detalladas al momento de pedir el producto; puede ser realizada que es la que se obtiene luego de la producción donde se observa si el producto cumple o no con las características que se detallaron en la ficha técnica; y puede ser esperada o necesaria que es la que el cliente se ha creado en base a las expectativas del producto o servicio que se haya ofrecido (Camisón y Gonzáles, 2006).

Kárdex

El Kardex puede ser realizado de forma manual o automatizado usando diferentes métodos que sirven para llevar un correcto control de los materiales, insumos o materias primas. Este es el sistema que permite verificar el costo de las mercancías y precio de las ventas, además de dar a conocer precio de los productos comprados y que a su vez facilita el control de las existencias como se mencionó anteriormente; el Kárdex es el apoyo que deberá usar el área de compras para verificar el costo histórico de los productos, la cantidad en stock y la rotación de cada uno para poder determinar el momento en el que se deberán realizar las compras (Soto, 2013; Angulo, 2021).

También se podrá definir como el documento que se realiza para controlar los materiales, este registro permite conocer el flujo de entradas de y salidas de las mercancías; lo permitirá a las empresas llevar una buena gestión de inventarios, si es realizada de la manera adecuada por los responsables del área (Gomez, 2010).

Posterior al diagnóstico realizado surgieron categorías emergentes las cuales serán conceptualizadas a continuación:

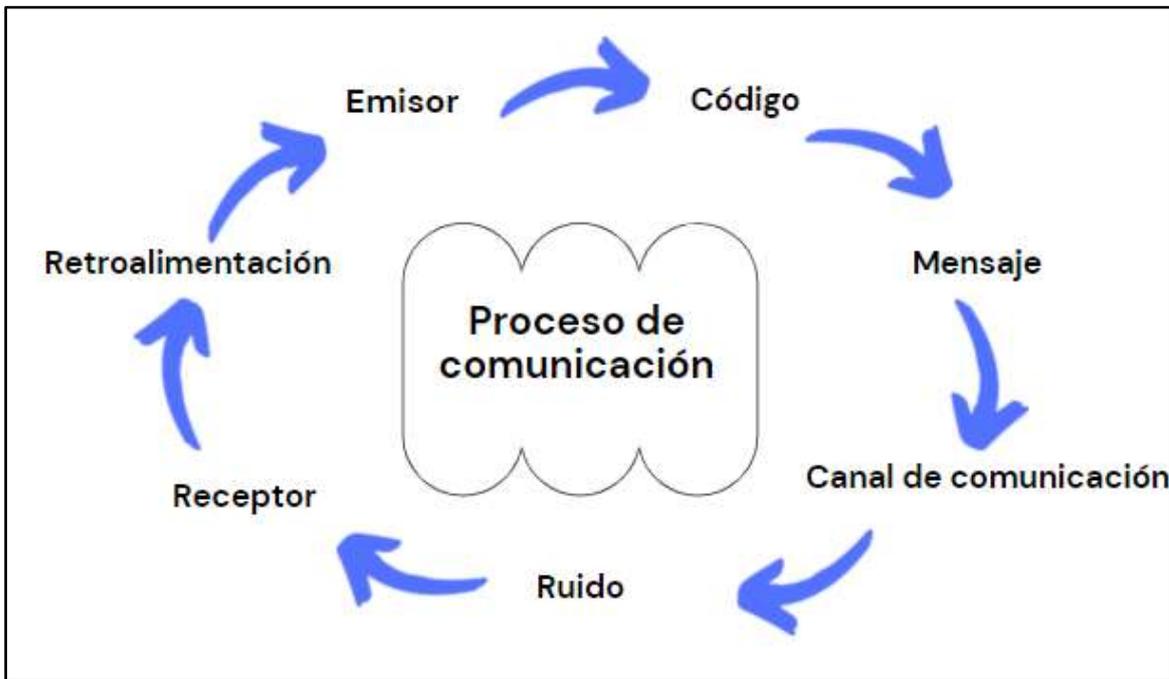
Comunicación efectiva

Para tener un concepto sólido de lo que es la comunicación efectiva, primero se debe tener conocimiento de lo que es la comunicación y sus componentes.

La comunicación es el proceso por el cual los seres humanos pueden comunicarse y organizarse para desarrollar sus actividades diarias y laborales, para que la información pueda ser transmitida de forma correcta se debe considerar lo siguiente:

Figura 1

Elementos del proceso de comunicación.



Fuente: Elaboración propia 2021.

Cada elemento tiene una función específica para que la comunicación pueda realizarse adecuadamente, el emisor debe comunicar el mensaje claramente, el código debe ser conocido por el emisor y receptor, el mensaje deberá estar acorde a la comprensión del receptor, el canal de comunicación debe ser el mismo para ambos, el ruido habitualmente es la interferencia comprendida en el lapso que hay entre que el mensaje sale del emisor y llegar al receptor, la retroalimentación es la respuesta que da el receptor al mensaje, y posteriormente se repite el ciclo.

Cabe resaltar que la comunicación permite la interacción dentro de la empresa para compartir normas, valores, realizar la toma de decisiones, modelos de comunicación, liderazgo, valores y tener feedback. La comunicación permite el trabajo en equipo y la base para los procesos administrativos, es el medio por el cual se unen las actividades. La comunicación efectiva no es solo brindar información a los colaboradores y recibirla, sino que requiere de condiciones como la confianza y la apertura, es decir que la comunicación sea de frente entre los jefes y los colaboradores y entre los colaboradores. Lo cual permite crear vínculos entre las personas que interactúan entre sí (Quero, Y., Mendoza, F. y Torres, Y. 2014).

La comunicación en la empresa es primordial debido a que logra que los colaboradores trabajen en armonía y puedan llegar a los objetivos de la organización; las empresas deben priorizar tener un sistema de comunicación e información que permita dinamizar los procesos de interrelación, la falta de canales de comunicación estructuras en la organización podrían llegar a generar retrasos en los procesos, desinformación y dificultar la comunicación de los colaboradores (López, 2016).

Como se ha detallado anteriormente, la comunicación es esencial para interacción y para sea posible lograr un buen trabajo en equipo y alcance sus mentas; por lo tanto la comunicación efectiva es la habilidad que todos tienen de escuchar de forma empática para ayudar al proceso de comunicación, es decir escuchar atentamente y tener la real intención de comprender el mensaje del emisor y no solo escuchar sin pretender entender el mensaje, promover esta práctica aportaría a la mejora del trabajo en equipo. Para llevar a cabo una correcta comunicación efectiva es importante la colaboración que las partes involucradas elijan de forma adecuada los elementos lingüísticos y/o gramaticales que usaran para transmitir el mensaje (Quaranta, 2019).

Capacitación

Las capacitaciones juegan un rol importante para la competitividad en la organización, debido a que puede otorgar valor a los procesos estratégicos de la empresa; por lo cual puede considerarse una ventaja competitiva si se aplica a todos los trabajadores de la empresa. La capacitación es el aprendizaje relacionado al trabajo, educación para ocupar otro puesto de trabajo y el aprendizaje relacionado al crecimiento personal de las personas. También podría definirse como el desarrollo de actitudes, habilidades y conocimientos para que una persona pueda desenvolverse adecuadamente en un trabajo o una tarea (Da Silva, 2006).

La capacitación puede convertirse en la base para el cambio en la organización, debido a que influye directamente en las actitudes y sentimientos de los colaboradores, en otras palabras, la empresa podría crear u obtener mayor predisposición hacia los cambios y eventos, en relación a su trabajo, otras personas y la misma organización. Además, facilitaría el intercambio de experiencias entre todos los participantes, lo cual facilitará abrir las mentalidades de las personas que tienen parámetros definidos o aun trabajen de forma clásica evitando expandir sus conocimientos para adaptarse a los cambios, sobre todo a los tecnológicos (González y Montalvo, 2008).

Dentro del ámbito de la capacitación se consideran dos contextos que son el aprendizaje que es donde se realiza la capacitación y aplicación que donde se aplicará lo se haya aprendido; como se puede ver en la figura 2, hay una relación entre ambos debido a que trabajan juntos al momento de una capacitación.

Figura 2

Relación de los contextos de la capacitación.



Nota. Adaptado de “Capacitación efectiva en la empresa” (p. 110), por Guñazú, G, 2004, *Invenio*, 7 (12).

Finalmente, posterior a la capacitación se deberá realizar la evaluación en la cual se recoge información para que sea posible verificar si se ha logrado el objetivo para por que se realizó la capacitación, y se pueda tomar decisiones en base a los resultados como modificar la forma de realizarla, medir si los colaboradores están captando efectivamente lo que se enseña, si es rentable o si se están produciendo los cambios esperados; de esa manera se podrá para mejorar gradualmente (Guñazú, 2004).

2.2.2. Modelo CCI

Teorías de la categoría solución

La teoría de innovación disruptiva hace referencia al fracaso o triunfo de las estrategias de las innovaciones empresariales que hacen las mypes para afrontar a las grandes empresas. Esta teoría menciona que las empresas pequeñas se fijan como objetivo atender a los nichos de mercado que no son atendidos por las grandes empresas, los cuales emergen junto con la tecnología con lo cual se logra una nueva adaptación tecnológica.

Básicamente estos nuevos clientes están más prestos a explorar nuevas tecnologías con lo cual las empresas que siguen en la vía tradicional muchas veces son incapaces de adaptarse a los nuevos requerimientos de estos actores, como base de esta teoría está la tecnología de componente que dirección a mejoras dentro de un modelo tecnológico y las tecnologías de arquitectura que realinean los estándares de la industria (Jiménez, 2020).

La teoría de la administración por objetivos (APO) tiene como finalidad obtener resultados no solo en aumentar las utilidades, sino también en satisfacer al cliente interno, reducción de costos, organización y armonización de las labores en la organización. Es decir, el administrador utiliza su experiencia para enfocar todos los recursos de la empresa con mayor eficiencia y mejorando la coordinación entre todas las áreas para lograr obtener los resultados que se hayan planteado (Reyes, 1985).

La teoría APO se caracteriza por establecer objetivos entre los colaboradores y jefes, en el cual ambos participan en el proceso de trazar los objetivos, en la mayor parte de los casos el superior presenta sus propuestas a los demás; esta teoría además establece objetivos para cada área, que son cuantificables y con tiempos establecidos; la interrelación de las áreas, la elaboración de planes estratégicos que incluyen el control y las mediciones, evolución constante y reutilización de los planes, participación de la gerencia, apoyo constante de las personas que están encargadas de llevar cabo los objetivos (Pascoe y Sevilla, 2009).

La teoría de crítica de la tecnología menciona que las relaciones sociales actualmente se dan mediante la tecnología, parte de ello acontece debido a que los seres humanos han formado parte de la revolución tecnológica y a raíz de ello han surgido debates relacionados a esos cambios tecnológicos, esta teoría está basada en los cambios de la tecnología que surge cada vez con mayor rapidez, además menciona que la humanidad se encuentra bajo una estructura en la que se hacen prácticas, se ordenan percepciones y fluyen diversos arreglos técnicos y posiciones internas que favorecen a algunos y otros los dejan de lado.

Lo cual enfatiza la jerarquía que hay en algunas partes de la sociedad y la relación desigual entre las partes involucradas (tecnología y personas) y cuándo abarcan grandes espacios en las relaciones humanas crean un sistema ficticio; las cuales serían alcances básicas de esta teoría, es decir el ser humano generalmente crea tecnología que generalmente se usa en vida cotidiana pero no recibe reciprocidad de parte de la tecnología o sus creaciones al momento de hacerlas; por otro lado las personas solo pueden actuar en el sistema al cual pertenecen por ese motivo reciben retroalimentación o reciprocidad. Sin embargo, la tecnología puede y está siendo configurada para dominar a algunos o a muchos siendo una posibilidad considerando causa-efecto, es decir se crea dependencia de ella. (Feenberg, 2000).

Conceptos del modelo CCI

La propuesta de solución que se desarrolló consta de tres partes que unificadas forman la trinidad del modelo CCI (comunicación y coordinación, compras y sistema de gestión de inventarios); en el cual se desprenden los conceptos que se detallan a continuación:

Modelo de gestión

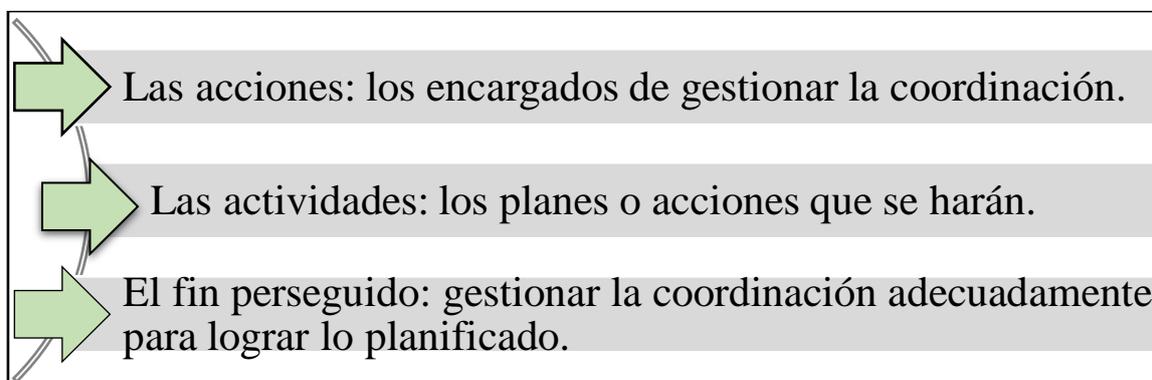
Un modelo esta generalmente relacionado a la definición de sistema que se encarga de estudiar los vínculos o conexiones que pueden ser buenos o malos para las operaciones de la empresa, debido a que es un grupo de elementos que están enfocados a un mismo fin. Un modelo clásico de sistema está compuesto por un input de entrada, el proceso, la salida y finalmente la retroalimentación (Peña, 2006). Los modelos de gestión permiten administrar de mejor forma a la organización debido a que son un grupo de operaciones que esta encaminadas lograr los objetivos de la empresa; y es la conexión entre la planeación, la acción y control de las actividades que se desarrollan en el modelo que se haya seleccionado (Contreas, 2003).

Dentro del modelo CCI está la comunicación que ha sido detallada en párrafos anteriores y la coordinación que forma parte de la distribución del trabajo, esta puede ser planificada o de forma natural (Garnica, Ibarra y Rivero, 2004). La coordinación es por algunos considerada una de las cualidades de la administración, y es la forma por la cual de ordena la secuencia en la que se realizarán las actividades en la organización; es decir la forma en que de ordena, agrupa, estructura las tareas que han planificado realizar, sin dejar de lado las normas o reglas que sean necesarias para que se obtenga los resultados esperados.

La coordinación abarca:

Figura 3

Alcances de la coordinación.



Fuente: Elaboración propia 2021.

Por consiguiente, la coordinación empieza con la iniciativa de uno o más individuos para planear y/o regular con la finalidad de mejorar la capacidad de realizar las labores para lograr armonía en todas las actividades (Reyes, 1978).

Compras

Las compras están consideradas dentro del proceso logístico que asume un papel estratégico en los negocios y es una de las más importantes y su desarrollo está ligado a los profesionales que están gestionando dicha actividad. Cabe destacar, que la relación compra y el proveedor se extiende en el tiempo y no solo cuando se realiza la adquisición de un bien o servicio (Dos Santos y Ferraz, 2009).

El área de compras como se ha mencionado es una parte estratégica en la organización por lo cual no se debe vulnerar la ética y las buenas costumbres porque pueden llegar a ocasionar problemas en la organización en los cuales están los sobornos que generalmente es realizada por los jefes de compras y reside en solicitarle a los proveedores un porcentaje del valor total de la cotización que los proveedores enviar a cambio de darles la orden de compra; otro factor puede el favoritismo que consiste en confirmar el pedido a un familiar o un proveedor habitual o algún amigo sin considerar los precios o información de los proveedores que podrían ofrecer mejores beneficios para la organización, a cambio de este favoritismo el jefe de área o comprador recibe regalos u otros alguna otra retribución; otra mala praxis en las compras es aceptar las invitaciones, generalmente las invitación son hechas por vendedores sin ética para obtener el pedido; al igual que las invitaciones otra forma es recibir obsequios que son enviado al jefe del área o comprador a cargo, este regalo está acorde al valor del pedido; finalmente esta solicitar rebaja en los precios, que habitualmente es realizado por el encargado de las compras que busca disminuir el costo unitarios de los productos y/o servicios y es solicitado a todos los proveedores. Todas estas malas prácticas carecen de honradez y ética; por lo cual deben evitarse (Coral, 2014).

Flujograma

También llamado diagrama de flujo, es la representación gráfica de un proceso o una secuencia de actividades en la cual se puede ver a los responsables de cada parte del proceso. Es una herramienta que ayuda a los colaboradores a comprender las fases de un proceso y su funcionamiento, por ello lo ideal es que la empresa tenga un flujograma de todas las áreas de tal manera que se verificar el flujo de trabajo y si está distribuido correctamente.

Los flujogramas permiten que los colaboradores comprendan el proceso de su trabajo facilitando su inserción en la organización, como beneficio adicional los trabajadores podrán analizarlo y sugerir mejoras o cambios en el proceso para pueda realizarse con mayor eficiencia; al conocer sus funciones dentro de la organización el colaborar puede situarse más rápidamente por lo que el diagrama de flujo apoya a la mejora de la comunicación entre todas las áreas de la organización. Para elaborarlo primero se debe definir el proceso es decir su inicio y final, luego se tiene que precisar cada fase y la relación entre ellas incluyendo a los responsables de cada función (Manene, 2011).

Los flujogramas pueden clasificarse de tres formas:

Cuadro 1

Tipos de flujograma

Tipos de diagramas de flujo		
Vertical	Horizontal	De bloques
<p>Conocido como gráfico de análisis de proceso, en el hay columnas donde están los símbolos como los de control, espera u operación, entre otros y en las líneas está la sucesión de pasos y se menciona a cada área que interviene en esa parte del proceso.</p> <p>Este tipo de flujograma es ventajoso para crear procedimientos, capacitar y organizar las actividades del trabajo.</p>	<p>Para este tipo de flujograma se usan los mismos símbolos que en el vertical, con la diferencia de que la información es mostrada horizontalmente. Sirve acentuar a las personas u áreas que forman parte del procedimiento y permite representar las actividades y responsabilidades de los trabajadores para comparar la distribución de tareas o redistribuirla.</p> <p>La elaboración de este tipo de flujograma es un poco más complejo que anterior pero permite que los procedimientos sean comprendidos más rápidamente por los trabajadores.</p>	<p>Este tipo de diagrama de flujo se usar para graficar una rutina por medio de bloques ligados entre sí, y tienen su propio significado. La simbología que se es más variada que las dos anteriores. No se limita a líneas y columnas predeterminadas en el gráfico.</p>

Fuente: Elaboración propia 2021

Finalmente, es recomendable que se describan los pasos del procedimiento que se haya graficado para que pueda el personal pueda comprender cada parte del proceso y saber ¿cómo? ¿cuándo? ¿quién? y ¿dónde? se hace el procedimiento (Ortega y Calderón, 2009).

Bizagi

Actualmente esta herramienta es usada para modelar los procesos de la empresa, es decir para realizar diagramas de flujo. Esta herramienta utiliza la simbología bpmn (Business Process Management Notation o en español Notación para el modelado de Procesos de Negocios) que fue utilizada para realizar los flujogramas de esta investigación y se seleccionó el Bizagi Modeler la cual permite diseñar el flujo de los procesos, las variables y lo necesario para cumplir las necesidades de la empresa (Riaño, 2016).

Debido a que el Bizagi sirve para modelar procesos, primero se debe tener definidos los procesos de negocios que se van a graficar, un flujograma puede tener varios subprocesos que está conformado por una serie de pasos. Dentro de la gráfica existen pools en los cuales se colocan los procesos completos y generalmente siempre hay al menos uno. Dentro de los pools están las sub particiones de los procesos que son llamadas lanes; finalizado el diseño es posible realizar una prueba para comprobar que el proceso de negocio tiene cuellos de botella o contratiempos (Chaves, 2016).

Software

El desarrollo de un software es una labor creativa porque se es concebido desde una idea inicial hasta que el programa esté en funcionamiento, para desarrollar un software generalmente se consideran las siguientes fases:

Figura 4

Fases del desarrollo de un software



Fuente: Elaboración propia 2021.

Durante la primera parte el cliente le indica lo que necesita al ingeniero que desarrollará, luego la creación del programa se basa en la información que proporcionó el cliente, en la tercera fase el ingeniero codifica todo lo desarrollado en la etapa anterior; en la instalación el programa desarrollado se coloca en la laptop o computadoras asignadas y en la etapa del mantenimiento se realiza la mejora del software debido a que se pueden detectar fallas y mejorar el sistema (Sánchez y Cosculluela, 2000).

WhatsApp Business

Es la aplicativo o App gratuita compatible con el sistema Android y iPhone ha sido creada especialmente para las empresas a diferencia del WhatsApp Messenger. Esa aplicación permite que el área de ventas o marketing interactúe con los clientes para ofrecer productos y dar el servicio post-venta debido a que tiene herramientas que permiten automatizar respuestas, organizar y responder rápidamente a los usuarios.

Figura 5

Herramientas del WhatsApp Business



Fuente: Elaboración propia 2021.

Las herramientas principales que se detallan en la figura 5 son:

El perfil de la empresa, en el cual se puede colocar la información de la empresa como la dirección, el horario de atención, una breve descripción de la empresa, el correo electrónico, la página web; los clientes o personas con las se contacten a través de este aplicativo sabrán que es una cuenta corporativa debido a que previamente es corroborada y evitar usurpación de identidad.

El catálogo, en esa opción se pueden agregar imágenes con breves descripciones de los productos o el servicio que se quieran ofrecer a los clientes potenciales. Las imágenes con los artículos deben agregarse de forma individual por lo que esta labor podría llegar a ser un poco laboriosa.

El mensaje de bienvenida, son mensajes automáticos que pueden ser configurados según lo termine la empresa o pueden dejar el mensaje que está de forma predeterminada cuando se instala la app, estos mensajes se enviarán cada vez que alguna persona escriba por primera vez al chat.

El mensaje de ausencia, igual que el mensaje anterior se enviar de forma automática según la programación que se haya realizado, es decir a partir de la hora que se haya colocado en la configuración que generalmente es la hora de cierre del negocio, en este mensaje se puede indicar el horario de atención y que se responderá a la brevedad.

Las respuestas rápidas, esta función tiene similitud con las del correo electrónico y es mucha utilidad debido a que se guardan mensajes con información que desee transmitir la empresa, generalmente estos mensajes son utilizados de forma frecuente como por ejemplo gracias por comunicarte con nosotros, para enviarlos solo se debe marcar el símbolo slash y seleccionar el mensaje que se desee enviar, cabe destacar que se pueden configurar varios mensajes rápidos.

Finalmente, las etiquetas permiten organizar los chats que se tenga en la app debido a que es posible crear etiquetas para clientes, proveedores, personal de la empresa y cada etiqueta tiene un color diferente por lo que se podrá filtrar fácilmente los chats de cada uno (Ramos, 2018).

Sistema de gestión de inventario

Los inventarios son las existencias que utiliza la organización para conseguir sus objetivos, las empresas según su actividad económica dan más o menos importancia al inventario. Los sistemas de gestión de inventarios son controles que sirven para verificar el

nivel de inventario de la organización basándose en niveles los cuales determinan cuando se debe reabastecer, mantenerse o la cantidad de compras que se deban realizar para reponer el stock. Actualmente las empresas tienen diversas opciones para gestionar sus inventarios que van acorde a la demanda de sus productos (Flores y Parra, 2007).

En el ámbito empresarial la gestión de inventarios tiene un rol importante porque es la actividad donde podrá ser posible hallar una mayor posibilidad de disminuir costos. El inventario tiene fin verificar las existencias y el control de inventarios asegura el movimiento de la organización, considerando el costo del inventario, el servicio al cliente y los costos operativos tomando en cuenta los factores mencionados anteriormente sería posible obtener el control del inventario.

La clasificación del inventario puede ser variada como de materias primas, por productos, operaciones entre otros, cada uno de ellos tiene un costo de mantenimiento en el que se considera guardar, mantener y almacenar los artículos. Por tanto, la gestión de inventarios envuelve diversas variables que se deben usar para establecer el comportamiento de los costos partiendo de la toma de decisiones (Serna y Rivera, 2018).

La carencia de este sistema impacta en la confiabilidad de la información que la empresa deberá tener para realizar análisis y posteriormente la toma de decisiones; es por ellos que el sistema de gestión de inventarios tendría que ser confiable, fácil de manejar y sobre todo práctico (García y Rodríguez, 2016).

Indicador clave o medidor de desempeño o KPI

Los indicadores de gestión se han convertido en el pulso de las organizaciones, debido a que permiten obtener información sobre la eficiencia, calidad, eficacia, productividad, incidencias y otros factores que son las bases de las empresas. El indicador que mide el desempeño de los procesos, el cual al compararse con una referencia facilitará detectar desviaciones.

Los KPI permiten realizar mediciones que permiten controlar y medir el desempeño de los colaboradores y de la empresa, estos indicadores tienen características como que permiten realizar mediciones a lo largo del tiempo, facilitan ver los resultados de las acciones que se haya planteado la empresa, son importantes para evaluar y hacer seguimiento a los procesos, además, ayudan a la organización a definir las acciones para alcanzar mejores resultados; esencialmente proporcionan información operativa o administrativa que facilitan la toma de decisiones y gestionar acciones correctivas en caso sea necesario. La función

principal es facilitar la toma de decisiones, controla los procesos y sus principales variables, son la base para definir normas en la organización, facilita la planificación.

Los indicadores pueden ser financieros y operativos que permiten realizar la medición de las operaciones logísticas, indicadores de tiempo que proporcionan información de cuánto dura un proceso, este indicador muestra las variaciones que se efectúan de un periodo a otro mientras se realiza una actividad; los indicadores de calidad permiten medir la eficiencia del proceso logístico en otras palabras la perfección; los indicadores de productividad miden la capacidad del uso eficiente de los recursos de la empresa (García, 2007).

CAPITULO III: METODOLOGÍA

3.1 Método de investigación

Para esta investigación se usó el método inductivo, este procedimiento usa el razonamiento para conseguir resultados que inician de acciones específicas que son aprobadas, y sirve para obtener resultados que son de naturaleza genérica. Este método empieza con una investigación individual de las acciones y se efectúan conclusiones globales que pretenden ser la base de una teoría (Bernal, 2010).

Esta metodología proporcionó información basada en la lógica que inició de eventos particulares, y se realizó una investigación de cada acción para hacer conclusiones que llevaron a un fundamento teórico. Asimismo, se usó el enfoque deductivo, con esta metodología se utilizaron conclusiones para conseguir aclaraciones.

El estudio debe comenzar con la evaluación de las teorías de uso global que hayan sido corroboradas, que luego serían aplicadas a situaciones o resultados específicos (Bernal, 2010). Este enfoque permitió analizar diversas teorías o principios para ser empleados en conclusiones específicas.

Finalmente, la investigación empleó el enfoque analítico que busca encontrar un patrón o nexo interno de un suceso para llegar a tener un entendimiento más hondo del hecho en mención; para este procedimiento cognitivo se debió desunir el problema de estudio para investigarlo de forma independiente; para esto fue necesario utilizar matrices de evaluación que suministraron pautas para reconocer esa correlación (Bernal, 2010; Hurtado, 2000). Esta metodología ayudo a separar el problema en partes, para que pudiera ser investigado de forma independiente y así se pudo identificar la relación que hay entre ellas.

3.2 Enfoque

La finalidad de la investigación mixta es proporcionar información completa del problema de estudio, otorgando resultados desde diversos puntos de vista que son revisados por medio de datos cualitativos y cuantitativos, que posibilita mezclar métodos o teorías que luego son trianguladas considerando las probabilidades que pueden ser de discusión y de información que se obtuvo de la muestra, el espacio y sujeto (Carhuacho et al., 2019).

Este tipo de investigación permitió visualizar de forma holística el suceso o problema que se investigó, dando información de dos enfoques que ayudó a efectuar un mejor análisis y se pudo generar soluciones o recomendaciones acordes al problema investigado.

3.3 Tipo de investigación

Esta investigación fue de tipo proyectiva para realizar el planeamiento, elaboración y propuestas posibles al problema de estudio que se investigó y otorgó resultados basados en el análisis de los resultados.

Este enfoque está vinculado con el planeamiento, elaboración de técnicas y procedimientos para su desarrollo.

Cabe precisar que en este punto se pudo tener una visión grafica del estudio, se tuvo que regresar a los objetivos, y se trazó la ilustración que sirvió para determinar el rumbo a seguir para el proceso de investigación y comprendió desde la definición y diseño del estudio e incluso la elección de los instrumentos y técnicas que fueron utilizados en la investigación, además de las conclusiones.

Este tipo de investigación finiquita con una proposición u opción de solución, sustentada en el análisis del problema se ha investigado (Carhuancho et al., 2019). Asimismo, la investigación fue de nivel comprensivo para poder contrastar el suceso o problema de estudio en correlación con otros problemas, dentro de un todo, centrándose habitualmente en encontrar las causas, sin embargo, no de forma exclusiva. La finalidad de este nivel es aclarar, pronosticar y sugerir (Hurtado, 2000).

Este nivel de investigación fue de utilidad para este estudio debido a que permitió contrastar el problema adentro un todo que facilitó producir causas y posibles soluciones.

3.4 Diseño de la investigación

Este estudio se realizó de forma explicativo secuencial, este planteamiento se caracteriza por iniciar con la recolección y evaluación de información cuantitativa, luego continua con el recojo y evaluación de datos cualitativos.

La combinación acontece cuando el resultado cuantitativo obtenido notifica a la recopilación de información cuantitativa; la siguiente etapa se elabora con los datos que se obtienen de la fase anterior.

Por último, los hallazgos las dos fases de unifican para la explicación y preparación del informe de la investigación en el cual se puede priorizar lo cuantitativo o lo cualitativo, o brindar el mismo nivel que es lo más habitual (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

El diseño de este tipo de investigación facilitó combinar los resultados cuantitativos y cualitativos, contrastando ambos enfoques que explicaron y prepararon los resultados del estudio.

3.5 Población, muestra y unidades informantes

Se le llama población al grupo de individuos que comparten rasgos particulares a los cuales se les nombra principio de incorporación. La población de un estudio está conformada por un grupo de personas que comparten particularidades en común y son a quienes estarían dirigidas los resultados de la investigación (Hurtado, 2000).

Para este estudio se usó el muestreo por conveniencia, la población y muestra fueron 12 documentos que incluyeron información de los años 2020 y 2021 los cuales son el reporte de las órdenes de compras, correos y/o cotizaciones de proveedores, reporte de pagos a proveedores y el reporte de calidad y puntualidad que han sido solicitados a la empresa de estudio para realizar esta investigación y serán recolectados en la empresa en la que se realizará la investigación.

Asimismo, la unidad de informantes serán la jefa de almacén y responsable de Kárdex, la responsable contable/administrativa y el gerente general.

3.6 categorías y subcategorías

Definición conceptual categoría problema

La gestión de compras es la que ocupa de satisfacer las necesidades las áreas de la empresa; considerando la disminución de costos, y debe estar acorde a los objetivos de la organización que pueden ser obtener beneficios o mejorar su competitividad (Moya, E. 2007).

Subcategorías

El proceso de compras es de suma importancia para el éxito de la organización, debido a que define si los suministros son adquiridos de forma efectiva por la administración, sin ellos la empresa no podría realizar la producción y distribución de sus productos (Coral, 2014).

En la selección de proveedores generalmente considera a los proveedores con los que trabajan de forma habitual y también busca a nuevos, que puedan generar mayores beneficios para la empresa como menor costo, mejor tiempo de entrega, calidad, entre otros (Sánchez, 2021).

El control de materiales El control de materiales es realizado por el comprador, que generalmente mantiene la supervisión constante para tener los insumos o materias primas de forma constante o efectuar las compras de ellas en forma oportuna (Coral, 2014).

Definición conceptual categoría solución

Un modelo permite describir o gestionar un negocio, este tiene como propósito crear nuevas tácticas que ayuden a los procesos y mejore sus oportunidades al momento de realizar innovaciones (Osterwalde y Pigneur, 2013).

Tabla 1

Matriz de categorización de la gestión de compras

Categoría	Sub categoría	Indicador
Gestión de compras	SC1 Proceso de compras	I1 Requerimiento
		I2 Cotización
		I3 Orden de compra
	SC2 Selección de proveedores	I4 Precio
		I5 Tiempo de entrega
		I6 Calidad
		I7 Kardex
	SC3 Control de materiales	I8 Verificación de stock
	E1: Comunicación efectiva	
	E2: Capacitación	

Fuente: Elaboración propia 2021

Tabla 2*Matriz de categorización del modelo CCI*

Categoría	Alternativas de solución	KPI	Entregable
Modelo CCI	1. Implementar el proceso de compras en WhatsApp Business.	(números de compras/ total de ordenes de compras emitidas) x 100 (Cantidad de guías de ingreso / total de las compras) x 100	Diseño del proceso de compras de materiales. Flujograma del proceso de compras de materiales. Proceso de compras implementado en mensajes rápidos del WhatsApp Business de la empresa. Manual de uso del WhatsApp Business para realizar las compras de materiales.
	2. Establecer el app WhatsApp Business medio de comunicación y coordinación.	(Cantidad de ingresos al kardex / total de compras) x 100	Proceso de comunicación y coordinación. Flujograma del proceso de comunicación y coordinación. Manual de comunicación y coordinación usando WhatsApp Business.
	3. Implementación del sistema de gestión de inventarios.	(tiempo de ingreso de información promedio/tiempo previsto)*100	Sistema de gestión de inventario.

Fuente: Elaboración propia 2021

3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.7.1. Técnicas

Para la recopilación de información se usó el análisis documental que es un procedimiento concebido por la persona que realizó el estudio para ordenar y exponer la información o conocimiento plasmado en los documentos, los cuales por ser gran abundancia supera la probabilidad de interpretación. Este procedimiento se concentra en analizar y sintetizar la información usando parámetros de tipo lingüística para extraer información de un hecho determinado o un conjunto de los mismos; su propósito es el acercamiento del individuo a la información (Peña y Pirela, 2007). El análisis documental permitió reunir información, sintetizarla y llevar a cabo la selección de lo esencial para la investigación, se usaron parámetros para determinar exactamente lo que necesita de cada fuente de información.

Asimismo, se empleó la técnica de la entrevista debido a que el uso de estudios, informantes y cuestionarios se realizaron de forma más eficiente por medio de esta técnica. Para ello se debe incluir únicamente el vínculo directo que se crea entre el objeto de estudio y el investigador por medio de las personas o conjunto de ellas. La entrevista puede ser grupal o individual, dirigida o libre. Si condiciones de tiempo y recursos económicos son viables es frecuente repetir la entrevista para corroborar la información recolectada (Tecla y Garza, 1981). Esta técnica fue utilizada para recolectar información de las personas que forman parte del objeto de estudio que son tres trabajadores que están vinculados a la gestión y proceso de compras de materiales en la empresa donde se llevó a cabo la investigación.

3.7.1. Instrumento

Uno de los instrumentos que se usó para la recopilación de datos en esta investigación fue el registro documental, se debe considerar que gran parte de la información que se recopiló mediante esta verificación no ha sido incorporada posteriormente en la redacción final; pero es imprescindible para que el investigador logre centrarse en el contexto y situarse en relación a la investigación. Este procedimiento con el que el investigador reunió, verificó, examinó, eligió y retiró información de múltiples fuentes de información, que está relacionada al problema de estudio con la finalidad de tener el entendimiento más acentuado del tema (Hurtado, 2000). El registro documental fue importante porque posibilitó la recopilación y verificación de datos que posteriormente han sido usados en esta investigación, cabe resaltar que sirvió como filtro para identificar lo que se incluyó en el estudio y que información ha sido descartada.

También se aplicó la guía de entrevista, que incluyó la información general de la persona con la que se dialogó, además de la información relacionada al problema o asunto del cual se estará realizando el estudio (Hurtado, 2000). La guía de entrevista ayuda al investigador a tener un orden determinado para realizar las preguntas a los entrevistados, siguiendo las pautas que están establecidas en él. Asimismo, incluyo datos generales del problema que fue estudiado; se realizó de forma individual y aplicada en distintos días a cada colaborador de la empresa que formó parte de la investigación.

3.7.2. Descripción

Ficha técnica: Análisis documental

Nombre: ficha de registro documental para el análisis de documentos.

Año: 2021

Autora: Feijóo Collantes Katheryne Melissa

Objetivo del instrumento: analizar las falencias que hay en la gestión de compras para identificar los problemas en la empresa de estudio.

Sub categorías: proceso de compras, selección de proveedores, control de materiales.

En análisis documental permite reunión datos de documentos usando parámetros para separar la información, analizarla y resumirla, para lo cual el investigador se apoya con la ficha de registro documental para registrar la información que es relevante para el estudio.

Ficha técnica: Entrevista

Nombre: Guía de entrevista para los trabajadores de la empresa exportadora de artesanías.

Año: 2021

Autor: Feijóo Collantes Katheryne Melissa

Objetivo del instrumento: obtener información por medio de preguntas para conocer la experiencias y opiniones de los entrevistados.

Emergente: Comunicación efectiva y capacitación.

La entrevista tiene diversas formas de aplicación, pero depende del tipo de estudio que se está realizando para seleccionar el modo en que se aplique, debido que estas sirven para poder reunir información basadas en experiencias y opiniones de los entrevistados, para lo cual el entrevistador se apoya con la guía de entrevista para tener pautas que le permitan seguir un orden específico para realizar las preguntas y posteriormente procesarlas.

3.7.3. Validación

El proceso de validación de los instrumentos fue realizada a través de expertos que juzgaron la autenticidad de la metodología, la técnica e instrumento seleccionado para el estudio, considerando el nivel de relación lógica de la solución y la falta de incoherencia que se obtiene contrastándolo con el resultado de otros estudios. Un estudio tendrá un elevado nivel de validez si al examinar, evaluar u observar una realidad se examina, evalúa y observa esa realidad, en otras palabras, la validez es determinada por el nivel del resultado del estudio, que debe evidenciar claramente el problema investigado (Martínez, 2007). La validación de los instrumentos que se utilizaron en esta investigación otorgó un panorama claro y conciso del problema que ha sido investigado, y a su vez permitió determinar si esta tiene coherencia comparando los resultados con los de otras investigaciones similares.

Tabla 3

Expertos que validaron el instrumento

Apellidos y Nombres	Especialidad	Opinión
1 Dr. Fernando Alexis Nolazco Labajos	Metodólogo	Aplicable
2 Julio Ricardo Capristán Miranda	Temático	Aplicable
3 Leoncio Robinson Sánchez Roque	Temático	Aplicable

Fuente: Elaboración propia 2021

Tabla 4

Expertos que validaron la propuesta

Apellidos y Nombres	Especialidad	Opinión
1 Dra. Irma Milagros Carhuancho Mendoza	Temática	Aplicable
2 Rómulo Calderón Cosme	n/a	Aplicable

Fuente: Elaboración propia 2021

3.8 Procesamiento y análisis de datos

En primer lugar, se realizó la indagación de información relacionada al tema seleccionado para la investigación. En segundo lugar, se efectuó la selección del instrumento y técnica que se usarán y se procederá con la elaboración de las mismas en caso sea requerido. Tercer lugar, se realizó la confiabilidad de los instrumentos que han sido seleccionados. Posteriormente se procedió al uso del instrumento, previo permiso y

coordinación con la empresa en la que se realizó la investigación. Finalmente, se hizo la recopilación y procesamiento de datos obtenidos por medio de los instrumentos aplicados.

Para el análisis de datos se usó el procesador de datos Altas/ti, brindó ayuda y soporte para ejecutar de forma más rápida y eficiente la evaluación y análisis de datos textuales. Este programa es similar a un editor de escritos, el Altas/ti es un sistema que permite realizar el análisis cualitativo de información textual de gran tamaño. Está centrado en el procesamiento cualitativo, pero no tiene la intención de hacer un análisis automático, solo proporciona ayuda para simplificar la labor de la evaluación de datos y a entenderlos de forma más ágil (Monje, 2011).

Además, se utilizó la triangulación de datos, que sirvió para ratificar la verificación estructural y acondicionamiento referencial. Es posible aplicar la triangulación en diversos ámbitos como en teorías para evaluar el grupo de datos, con la finalidad de realizar el análisis usando diversas perspectivas. También se puede efectuar la triangulación de métodos para que sea suplemento de una investigación cuantitativa, que guiaría de un lado cualitativo a uno holístico. Las triangulaciones de investigaciones podrán ser ejecutadas con diversos espectadores y entrevistadores para la recopilación del mismo grupo de datos para obtener una mejor interpretación y análisis. Por último, la falta de consistencia detectada al realizar este método de análisis deberá ser evaluada para determinar si es o no una manifestación aislada (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

El análisis que se realizó mediante la triangulación permitió validar la información recolectada con diferentes instrumentos, métodos y fuentes de información con la finalidad de corroborar si las inconsistencias que se identificaron son aisladas o son verídicas.

3.9 Aspectos éticos

El trabajo de investigación se realizó utilizando las normas APA 7ma edición, las cuales permitieron garantizar y cumplir con los estándares globales, además de resguardar la autoría de las diversas fuentes de información que se usarán en este estudio impidiendo el plagio y dando sustento a lo que se mencionará a lo largo de la investigación.

La muestra de este trabajo de investigación estuvo conformada por los colaboradores de la empresa que son la jefa de almacén y responsable de Kárdex, responsable contable/administrativa y el gerente general, los cuales están directamente implicados con el problema de estudio, además de los documentos de cada área mencionada.

La información que se usó en este estudio fue proporcionada por los responsables de cada área son previo permiso de la gerencia que dará validez a los documentos ratificando que son verídicos y no han sido manipulados o modificados.

CAPITULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 Descripción de resultados cuantitativos

4.1.1 Selección de proveedores

Tabla 5

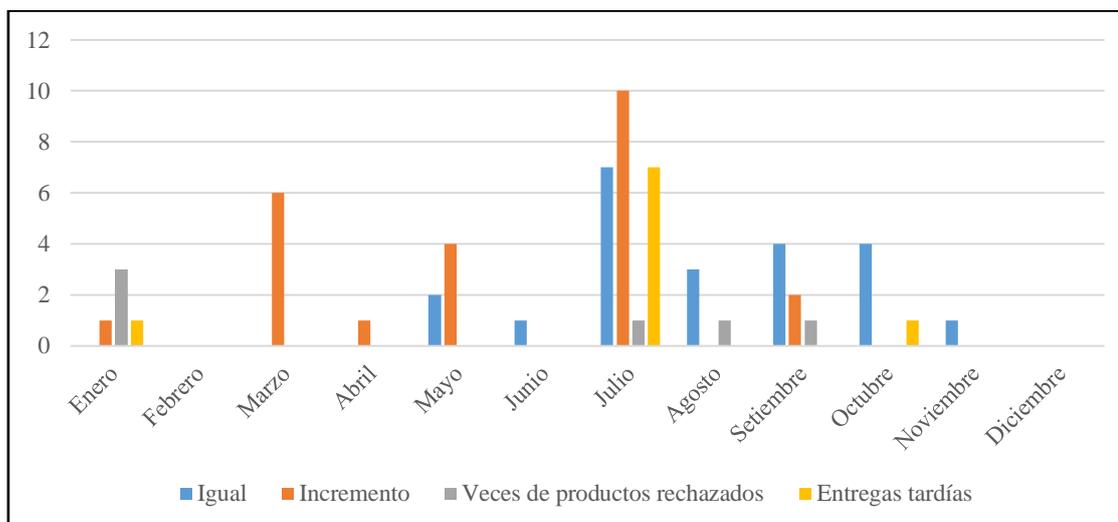
Resumen anual del comportamiento de los proveedores del periodo 2020.

Mes	Igual	Incremento	Veces de productos rechazados	Entregas tardías
Enero	0	1	3	1
Febrero	0	0	0	0
Marzo	0	6	0	0
Abril	0	1	0	0
Mayo	2	4	0	0
Junio	1	0	0	0
Julio	7	10	1	7
Agosto	3	0	1	0
Setiembre	4	2	1	0
Octubre	4	0	0	1
Noviembre	1	0	0	0
Diciembre	0	0	0	0
Total	22	24	6	9
Promedio mensual	1.83	2.00	0.50	0.75

Fuente: Elaboración propia 2021.

Figura 6

Variaciones del comportamiento de los proveedores en el periodo 2020.



Fuente: Elaboración propia 2021.

Los resultados obtenidos en la tabla 2 y en la figura 1 correspondientes al año 2020, indican que como promedio los proveedores mantienen los precios 1.83 de las veces que se realizan las compras mensuales y que el incremento en promedio es de 2 veces cada vez que se efectúan las adquisiciones, es decir, si realizan 4 compras en un mes por lo menos 2 veces el proveedor incrementará los precios y entre 1 o 2 veces el proveedor lo mantendrá como el pedido o compra realizada anteriormente. Asimismo, los resultados indicaron que en promedio 0.50 o una vez mensualmente se rechazan productos por mala calidad como mal troquelado de las cajas, errores en la impresión de las etiquetas, entre otros factores; también se puede observar que 0.75 o una vez los proveedores entregan luego de la fecha acordada los productos que se requieren para el área de almacén.

Tabla 6

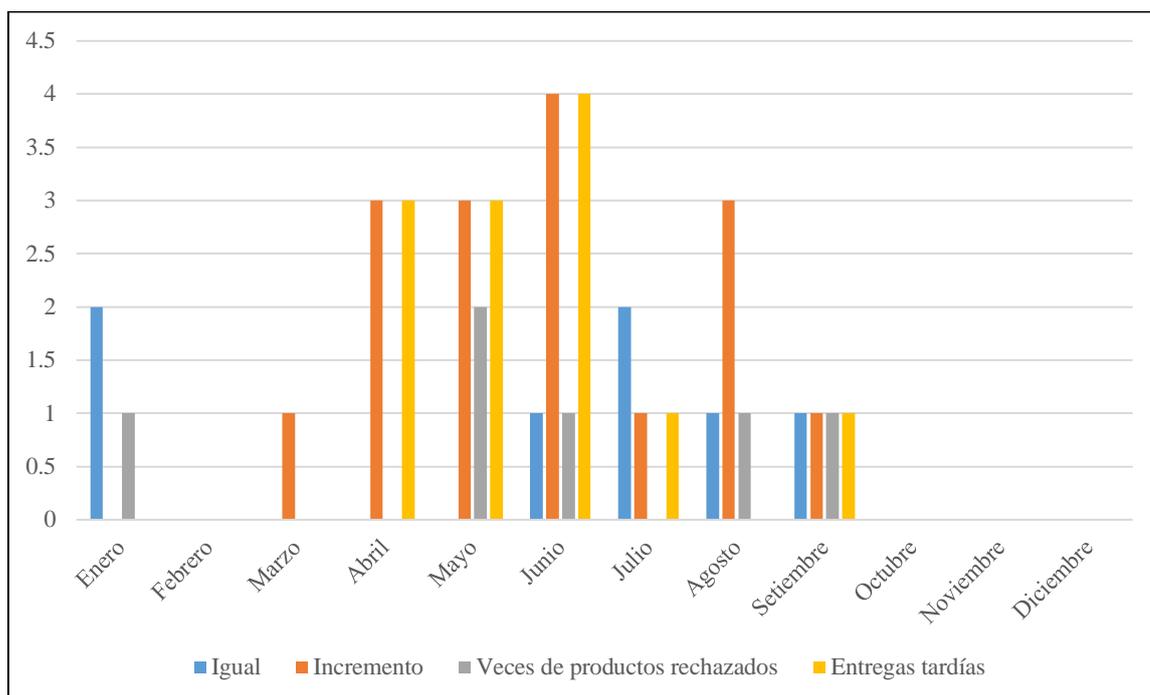
Resumen anual del comportamiento de los proveedores del periodo 2021.

Mes	Igual	Incremento	Veces de productos rechazados	Entregas tardías
Enero	2	0	1	0
Febrero	0	0	0	0
Marzo	0	1	0	0
Abril	0	3	0	3
Mayo	0	3	2	3
Junio	1	4	1	4
Julio	2	1	0	1
Agosto	1	3	1	0
Setiembre	1	1	1	1
Octubre				
Noviembre				
Diciembre				
Total	7	16	6	12
Promedio mensual	0.78	1.78	0.67	1.33

Fuente: Elaboración propia 2021.

Figura 7

Variaciones del comportamiento de los proveedores en el periodo 2021.



Fuente: Elaboración propia 2021.

Los datos obtenidos en la tabla 3 y en la figura 2 que correspondientes a los tres primeros trimestres del año 2021, indican que a comparación del año 2020 el precio de venta de los proveedores se mantiene igual que las compras anteriores 0.78 o una vez mensualmente y el incremento de los precios se ha mantenido casi igual que el periodo con el 1.78 o 2 veces mensuales. Adicionalmente, se puede observar que los productos rechazados por mala calidad son de 0.67 o al menos una vez al mes, asimismo las entregas con retraso durante este periodo se han incrementado en 1.33 de las veces que se efectúan las compras mensuales.

Esto indica que entre los años 2020 y 2021 no se están realizando negociaciones o contratos con proveedores para que se respeten los precios establecidos y la calidad de los productos, el descuido y desorden de esta labor no estaría permitiendo que la empresa tenga poder de negociación con los proveedores y/o buscar otras ofertas a menor costo y mejor calidad en los productos para que se evite rechazarlos y se retrase la labor del área de almacén.

4.1.2 Proceso de compras y control de materiales

Tabla 7

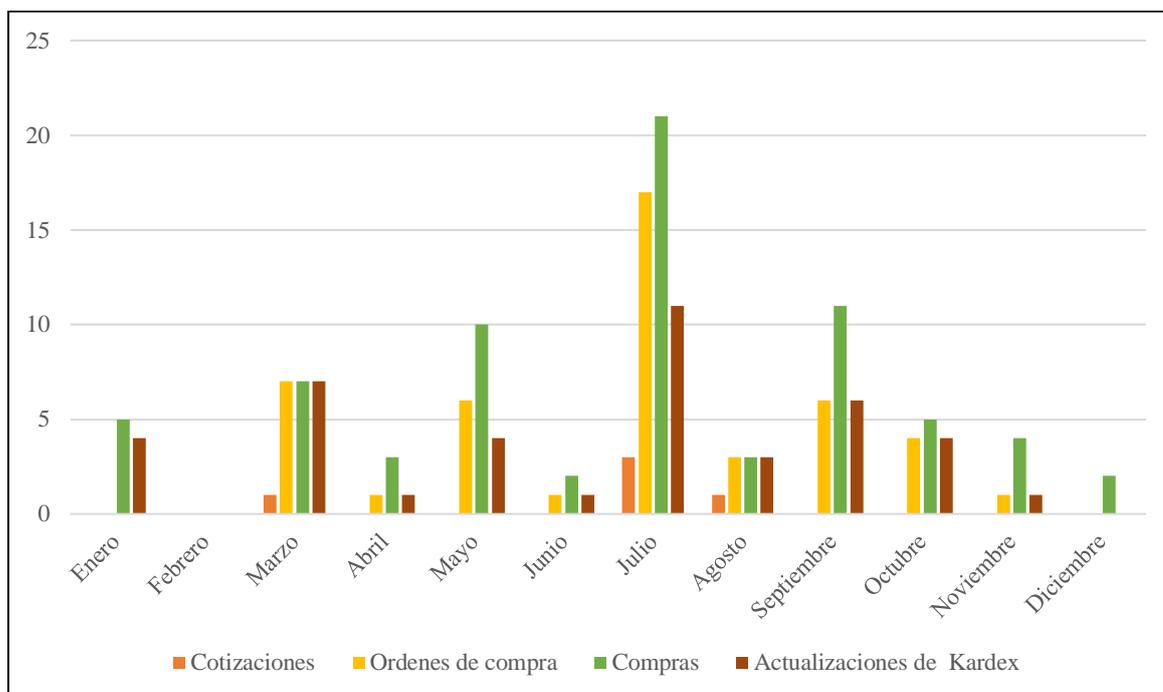
Resumen anual del proceso de compras y actualización de inventario del periodo 2020.

Mes	Cotizaciones	Ordenes de compra	Compras	Actualizaciones de Kárdex
Enero	0	0	5	4
Febrero	0	0	0	0
Marzo	1	7	7	7
Abril	0	1	3	1
Mayo	0	6	10	4
Junio	0	1	2	1
Julio	3	17	21	11
Agosto	1	3	3	3
Septiembre	0	6	11	6
Octubre	0	4	5	4
Noviembre	0	1	4	1
Diciembre	0	0	2	0
Total	5	46	73	42
Promedio mensual	0.42	3.83	6.08	3.50

Fuente: Elaboración propia 2021.

Figura 8

Diferencias en el proceso de compras y de actualización de inventario del periodo 2020.



Fuente: Elaboración propia 2021.

La información derivada de la tabla 4 y figura 3, indica cómo se gestionando el proceso de compras e inventario en el periodo 2020, en ambos se puede observar que promedio mensual de las cotizaciones que se solicitan a los proveedores de por medio de correos, PDF o WhatsApp para tener sustento de los acuerdos y calidad pactada es de 0.42 o menos de una vez mensual, adicionalmente se puede analizar que la cantidad de compras es mayor a las ordenes de compras que son emitidas con un promedio 3.83 emitidas al mes y realizaron 6.08 compras mensualmente, esto indica que la empresa no estuvo elaborando las orden según las compras que efectuaron lo cual ocasionó que la actualización del inventario se haya realizado en promedio 3.50 veces al mes, que conlleva a que la organización no pueda tener su stock de materiales actualizado para que puedan reabastecerse, verificar precios y tiempos de entregas de los proveedores de forma oportuna para tomar decisiones y no haya un control correcto de los materiales que se compran para el trabajo en almacén.

Tabla 8

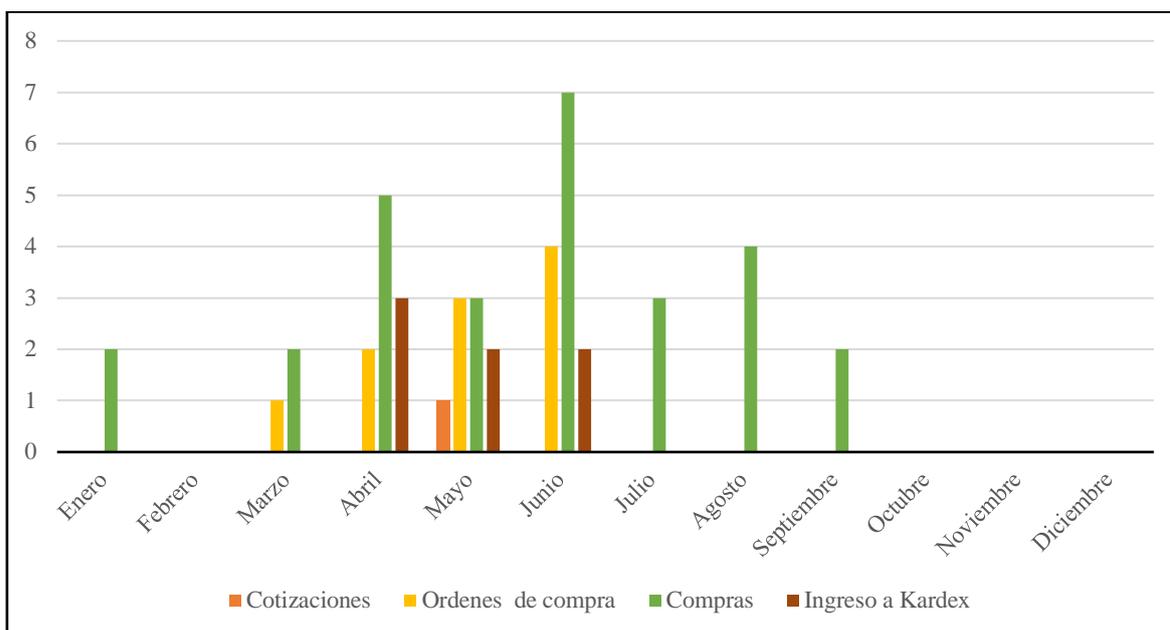
Resumen anual del proceso de compras y de actualización de inventario del periodo 2021.

Mes	Cotizaciones	Ordenes de compra	Compras	Actualizaciones de Kárdex
Enero	0	0	2	0
Febrero	0	0	0	0
Marzo	0	1	2	0
Abril	0	2	5	3
Mayo	1	3	3	2
Junio	0	4	7	2
Julio	0	0	3	0
Agosto	0	0	4	0
Septiembre	0	0	2	0
Octubre				
Noviembre				
Diciembre				
Total	1	10	28	7
Promedio mensual	0.11	1.11	3.11	0.78

Fuente: Elaboración propia 2021.

Figura 9

Diferencias en el proceso de compras y de actualización de inventario del periodo 2021.



Fuente: Elaboración propia 2021.

Los datos obtenidos en la tabla 5 y figura 4 corresponden a los meses de enero septiembre del 2021, en ellos se pueden analizar durante este periodo el promedio en que la empresa solicita cotizaciones es de 0.11 es decir una o menos de vez al mes al igual que en el año 2020, además la cantidad de órdenes de compra que se realizan mensualmente son en promedio de 1.11 es decir, una o dos mensualmente que es menor al año anterior, igualmente las compras son más que las ordenes de compras emitidas siendo en promedio 3.11 al mes habiendo menos diferencia es este parte del proceso de compras que en el periodo anterior; el ingreso de información al kárdex para la actualización del inventario tiene una media de 0.78 al mes que es como mínimo una vez al mes, en comparación al año 2020 esta actualización ha disminuido notablemente este año.

En conclusión, la gestión de compras tiene fallas en el proceso de compras debido a que la empresa no está realizando de forma correcta y ordenada este procedimiento, dando con resultado alzas constantes en el precio de los producto y en algunos casos mala calidad, retrasos en las entregas, falta de cotizaciones en las que se detalle lo acordado con los proveedores, falta de emisión de las ordenes que compras que servirían para actualizar el inventario y tener la información al día, que ayudaría al responsable del área de almacén a verificar el stock de los materiales, costos, tiempos de entregas y tome decisiones de forma

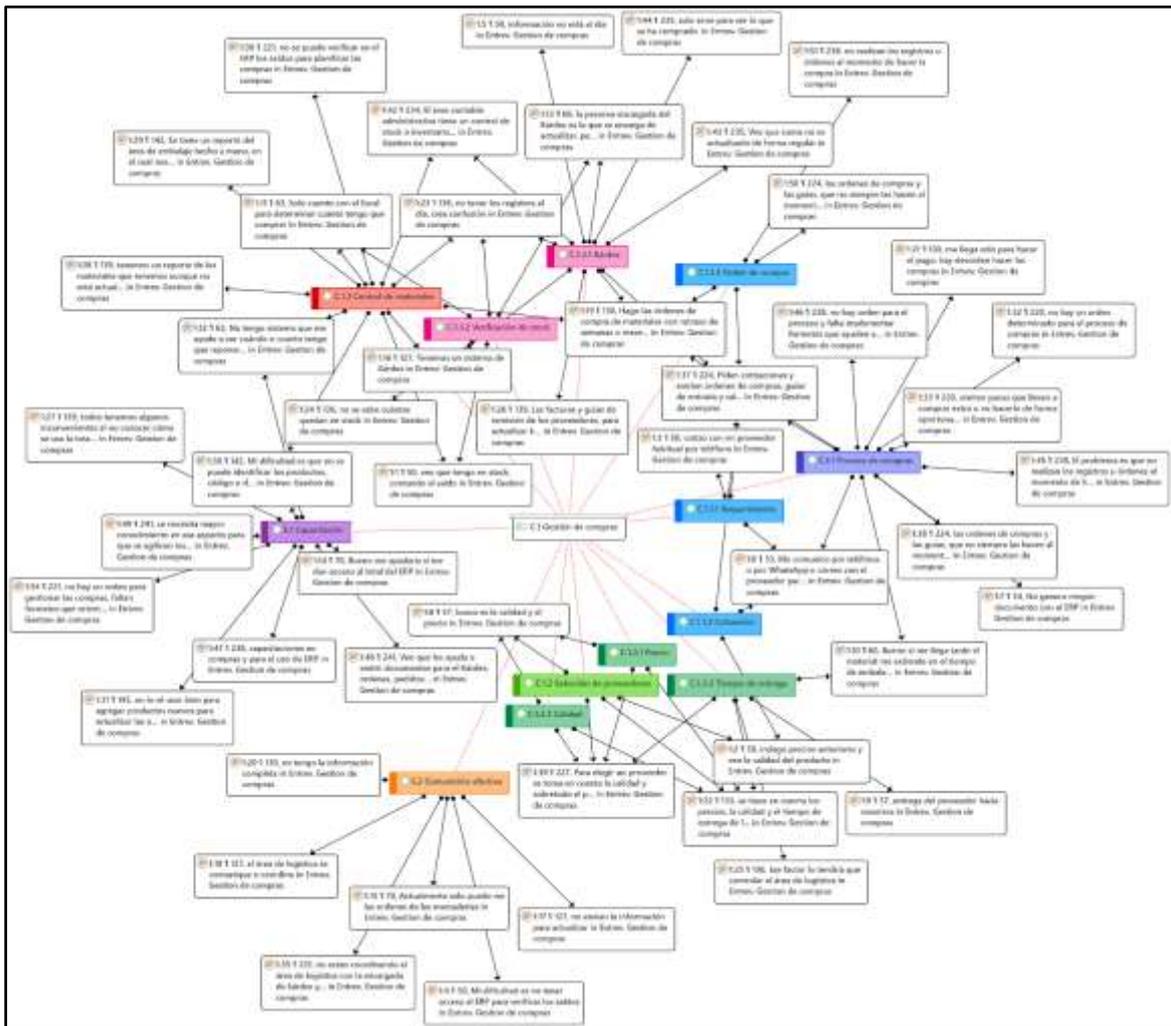
oportuna e informada para el abastecimiento de los materiales para realizar el embalaje en el almacén.

4.2 Descripción de resultados cualitativos

4.2.1 Análisis de la categoría gestión de compras

Figura 10

Análisis cualitativo de la categoría gestión de compras.



Fuente: Elaboración propia 2021.

Respecto a la figura 8, en la que se representa a la categoría gestión de compras con las subcategorías proceso de compras, selección de materiales y sus respectivos indicadores; se puede analizar en primer lugar que el proceso de compras no cuenta con un procedimiento estandarizado en la empresa lo cual ocasiona que haya fallas dentro de la gestión de compras; en este caso se tiene al indicador requerimiento que generalmente es omitido debido a que no la empresa no cuenta con un formato para hacer la solicitud al área de logística, y pasan

directamente al indicador cotización, la cuales solo son solicitadas por teléfono o WhatsApp ocasionando que la organización y la encargada de este proceso no tenga la información necesaria para gestionar o emitir el indicador orden de compra, el cual no es realizado en la fecha en la que se efectúa la compra sino semanas o meses después.

Como consecuencia de ello se tiene la categoría emergente comunicación efectiva, debido a que el área encargada de hacer las compra no coordina previamente con la responsable de contable/administrativa para proporcionar la información del detalle de la compra ni para el embalaje de que pedidos se está realizar el abastecimiento. Asimismo, la falta de conocimiento del personal para usar el sistema ERP en su totalidad y el desconocimiento de codificación de los materiales origino la segunda categoría emergente que es capacitación que necesita el personal para mejorar la gestión de compras.

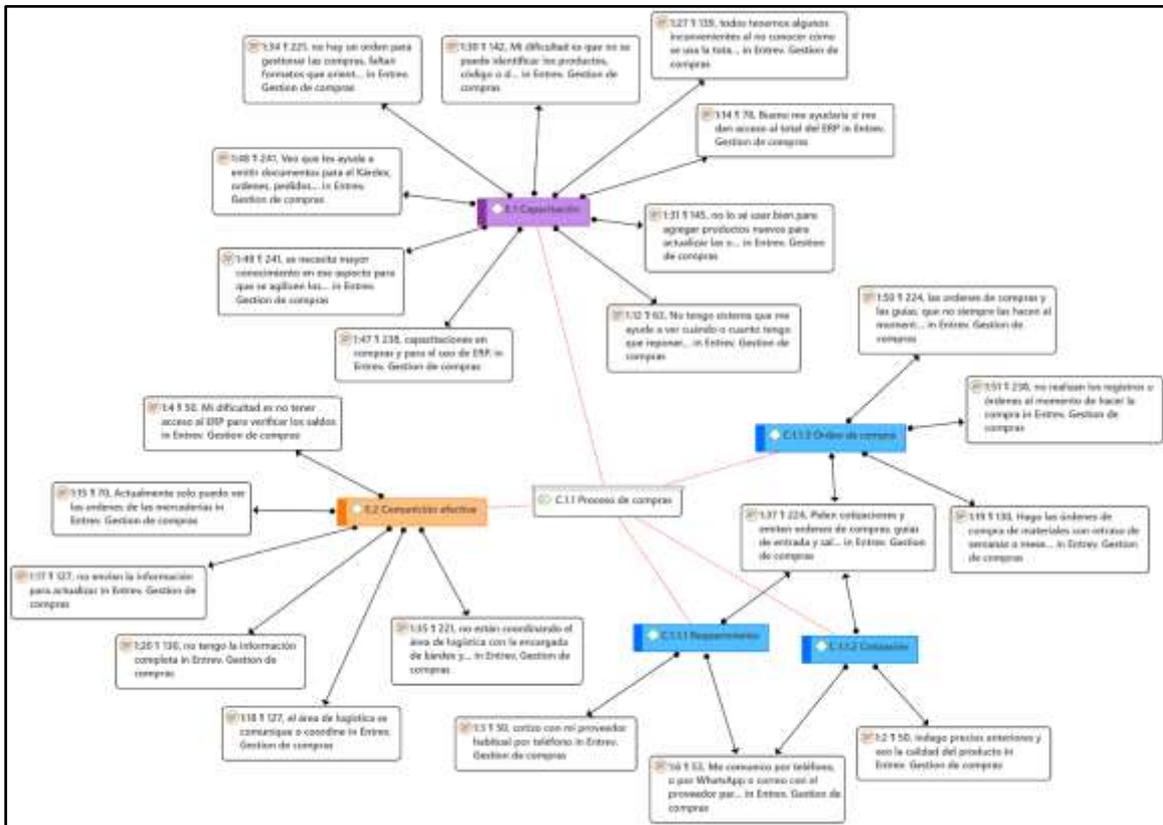
En la selección de proveedores se puede verificar que los entrevistados han indicado que consideran los indicadores precio, tiempo de entrega y calidad al momento de tomar la decisión de concretar una comprar en la organización. Cabe resaltar que, si el proveedor no entrega a tiempo los materiales para el embalaje, dicha área solicita soporte a otras áreas como exportaciones, gerencia y administrativa para culminar el embalaje de los pedidos a tiempo, y solo compara la calidad con relación a sus compras anteriores a sus mismos proveedores recurrentes.

Por último, el control de materiales, se ha podido determinar que es realizado de forma eficiente. Como se puede notar en el análisis del indicador kárdex, este no se actualiza de forma constante por lo que el personal encargado de las compras no puede utilizarlo de apoyo para su proceso de compras y realizar la verificación del stock siendo este indicador, fundamental para verificar el saldo de los materiales y los que están en stock, para evitar realizar adquisiciones innecesarias, a pesar de que usan un sistema ERP para tener el kárdex no es de ayuda cuando la información no está actualizada y el acceso no es total para los colaboradores que gestionan compras, lo cual ocasiona que la empresa no tenga un control real de sus materiales.

4.2.2 Análisis de la subcategoría proceso de compras

Figura 11

Análisis cualitativo de la subcategoría proceso de compras.



Fuente: Elaboración propia 2021.

Con respecto a la figura 5, relacionada con el proceso de compras y sus indicadores requerimiento, cotización, orden de compra y las emergentes capacitación y comunicación efectiva derivadas de las entrevistas hechas a los involucrados en el proceso, mencionan que inicialmente no hay algún proceso específico para que se haga un requerimiento, por lo que la persona encarga de realizar las compras para el área de almacén pasa directamente a verificar precios con otros proveedores y posteriormente a solicitar cotizaciones las cuales generalmente son por teléfono o WhatsApp y pocas veces de forma formal por correos, lo cual no permite que la empresa tenga la información exacta de lo que está solicitando, los precios, plazos de entrega u otras características que se hayan solicitado, como consecuencia las ordenes de compras no son generadas en la fecha que hacen las compras y las emiten de forma tardía luego de semanas o meses de realizada la adquisición, con lo cual la empresa no puede controlar correctamente las compras que están realizando ni realizar la actualización de su stock de materiales.

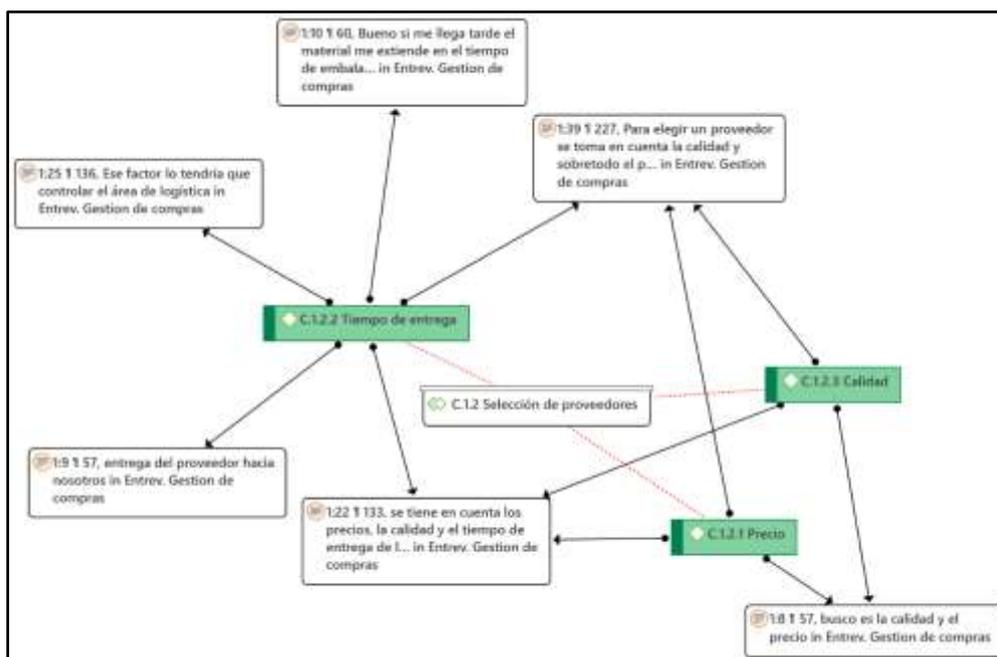
Asimismo, la comunicación efectiva es escasa debido a que los colaboradores encargados de realizar las compras, órdenes de compras y actualización del inventario indican que entre ellos no hay o no fluye comunicación constante ni completa de la información de las compras como el detalle de las cantidades de productos se va usar para el embalaje de cada pedido o especificaciones solicitadas al proveedor ni cotizaciones, esto ocasiona dificultades a la colaboradora encargada hacer ingresos y salidas de los materiales y de emitir las ordenes de compras retrasando su labor de mantener el kárdex al día. Mediante el análisis se pudo identificar que la empresa necesita capacitar a su personal para que puedan realizar la gestión de compras de forma efectiva, enseñar al personal como identificar los códigos con cada producto y en cómo usar el ERP correctamente para que sea una ventaja al momento de gestionar las compras.

Finalmente, el proceso de compras no tiene un lineamiento estandarizado para que pueda ejecutarse de forma efectiva y correcta por los colaboradores, el desorden y la falta de comunicación que existe entre las áreas ocasiona que haya retrasos en este proceso, actualización no constante del stock y los trabajadores tendrían que tener capacitaciones para formarse en compras, en el uso del sistema ERP que tiene la empresa y de la codificación de sus productos.

4.2.3 Análisis de la subcategoría selección de proveedores

Figura 12

Análisis cualitativo de la subcategoría selección de proveedores.



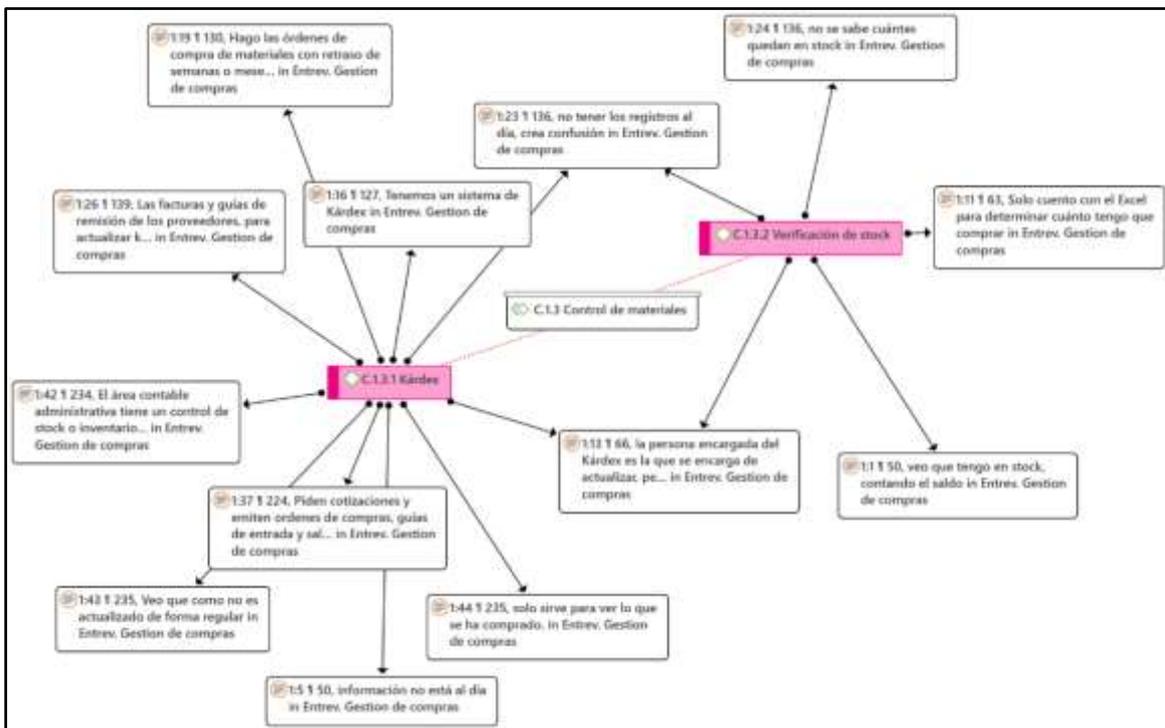
Fuente: Elaboración propia 2021.

En la selección de proveedores, se ha podido analizar que los indicadores precio, tiempo de entrega y calidad son los factores que la organización toma en consideración al momento de gestionar una compra, representados en la figura 6. El tiempo de entrega es controlado por el área de logística el cual coordina directamente con cada proveedor, en caso no tengan el material a tiempo el área de almacén solicita apoyo de otras áreas para culminar el embalaje, lo cual no es lo idóneo debido a que merma tiempo de trabajo de los otros colaboradores. Por otro lado, el precio es comparado con el de otros en el mercado para posteriormente solicitar la información al proveedor habitual de la empresa. Asimismo, la calidad es comparada con los trabajos anteriores del mismo proveedor. Según lo señalado por los entrevistados la selección de proveedores se realiza tomando en cuenta los indicadores antes mencionados, además la empresa cuenta con proveedores habituales para los materiales que generalmente proporcionan la misma calidad en los cartones, papel e impresiones.

4.2.4 Análisis de la subcategoría control de materiales

Figura 13

Análisis cualitativo de la subcategoría control de materiales.



Fuente: Elaboración propia 2021.

En relación a la figura 7, afín con el control de materiales y sus indicadores verificación de stock y kárdex, según lo indicado por los entrevistados que están los

involucrados en el proceso se puede precisar que para actualizar el kárdex la persona encargada usa facturas y/o guías de remisión para realizar las guías de entrada y salida de materiales, cabe resaltar que esta labor no se realiza de forma inmediata, sino que se gestiona de forma tardía, generalmente se realiza con el ERP y solo está siendo usado para verificar información pasada debido a que no realizan la actualización adecuada. Según los resultados del análisis el área de almacén no puede realizar la verificación de stock debido a que la información no está al día y ello ocasiona confusión para la persona que necesite corroborar información, la encargada del área solo cuenta con un Excel que es utilizado para determinar las compras, pero no para controlar el stock ni verificarlo, lo que ocasiona que tengan que contabilizar el material de forma manual para determinar los saldos.

En resumen, el control de materiales no ayuda a la gestión de compras debido a que la información del kárdex no se encuentra actualizada, como consecuencia de ello la empresa no puede tener información real de los materiales para embalaje que tiene en stock o saldos. Asimismo, el área de almacén no cuenta con un sistema que le permita determinar los saldos y los materiales en stock, y tampoco pueden verificar esta información en el ERP debido a que no tienen acceso a esa parte del sistema y la información no está actualizada.

4.3 Diagnóstico

La gestión de compras que ha sido analizada en el área de almacén de la empresa exportadora, ha demostrado tener falencias en varios aspectos los cuales ocasionan que no se realice eficientemente, como menciona Escudero (2019) cuando la organización necesita reabastecerse acuden al área de compras que se encarga de gestionar y planificar las compras, consiguiendo a su vez ventajas competitivas que pueden encaminar al éxito de la empresa.

Como parte de la importancia de la gestión de compras se analizó el proceso de compras en cual se ha podido verificar que entre los años 2020 y 2021 ha disminuido la cantidad de solicitudes de cotizaciones formales a 1 o ninguna mensualmente como se puede observar en las con las tablas 4 y la tabla 5, esto ha ocasionado según la información recopilada en las entrevistas en la figura 5, que la organización no tenga claro los precios, tiempos de entrega o alguna otra especificación adicional que se haya solicitado al proveedor. Según Olavarrieta de la Torre (1999) la cotización provee información de los proveedores y en algunas ocasiones se puede omitir debido a que se cuenta con un distribuidor establecido para algunos productos y si es difícil de obtener se deberá evaluar trabajar con ese proveedor.

Durante ese mismo periodo se pudo medir con la información proporcionada en las tablas 4 y 5, que la emisión de las ordenes ha disminuido de 3 a 1 en promedio mensual, con lo cual se puede corroborar que son hechas luego de varias semanas de gestionada la compra, lo cual también es consecuencia de no tener la información de cotizaciones formales para apoyar esta parte del proceso, con lo cual no es posible para la organización llevar el control adecuado de las compras, lo cual se puede notar en la figura 5. Según (Chaves, 1975; Montoya, 2002), las ordenes de compras son hechas basándose en los requerimientos y tiene que tener la información del proveedor y debe emitirse antes de la compra con el detalle de los productos que se van adquirir y debe incluir los acuerdo pactados con el proveedor.

Además, se pudo identificar en el análisis que la falta de comunicación efectiva entre los involucrados en el proceso de compras ocasiona que no transmitan la información entre ellos de forma idónea y a su vez la falta de conocimiento del personal en materia de codificación de sus productos y no saber el uso correcto del sistema ERP ocasiona retrasos en la actualización de la información, por lo cual surgió que sería necesario capacitaciones para que el proceso de compra sea optimizado y se pueda mejorar la gestión de compras. Además, se puede verificar en las figuras 3 y 4 que generalmente las compras que se realizan mensualmente superan a las cotizaciones y ordenes de compras con lo cual se resalta que no se está llevando el proceso eficientemente.

Asimismo, la selección de los proveedores podría ampliarse debido a que según promedios que se pueden ver en las tablas 2 y 3, entre los periodos 2020 y 2021 los proveedores han incrementado sus precios al menos 2 veces al mes sus precios. Según (Coral, 2014; Montoya, 2002) el precio es un factor importante que debería ser negociable y no modificables sin alguna negociación previa para prevenir dificultades al efectuar la compra de los productos o materiales; como se puede ver en la figura 6 este elemento es considerado al momento de seleccionar a un proveedor y es considerado como primordial para generar ahorro.

Durante este mismo periodo se puede verificar que la calidad de los productos se ha mantenido; en la figura 6 mencionada anteriormente se puede ver que la empresa considera que el tiempo de entrega es manejable, pero si los productos llegan fuera de la fecha pactada el tiempo del personal de otras áreas es empleado para apoyar al área de almacén, se puede observar en la tabla 2 que corresponde al año 2020 y la tabla 3 con datos del año 2021 los proveedores han incrementado las entregas tardías en promedio al menos 1 vez al mes cada vez que se hace una compra, según lo que mencionan (Galy, 2019; Salvador, 2006), es vital

que se respeten las fechas establecidas entre el tiempo de entrega pactado desde la solicitud realizada al proveedor hasta la fecha de entrega acordada. Actualmente los distribuidores están fallando de forma más reiterativa que el año anterior, esto podría ser consecuencia tener siempre a los mismos proveedores y de que la empresa no cuente con más opciones para negociar este factor.

Además, el control de inventarios no está siendo llevado adecuadamente, lo cual no es de ayuda para los que gestionan o procesan compras, como se puede ver en la tabla 4 con datos del años 2020 y la tabla 5 con información del año 2021 el promedio del ingreso de información al kárdex para que la empresa tenga la información del stock al día ha disminuido notablemente de 3 a 4 ingresos mensuales en el año 2020 a solo 1 durante el año en curso, en la figura 7 se puede ver que el kárdex generalmente no tiene al día la información y habitualmente solo sirve para ver productos de meses o años anteriores, lo cual no beneficia a la gestión de compras. Considerando lo que mencionan (Soto, 2013; Angulo, 2021), el kárdex puede ser automatizado para registrar y controlar correctamente los materiales y ayuda al área de compras a verificar la información histórica de los materiales, la rotación y saldos para establecer cuándo se debe realizar una compra. Esto resalta que esta parte del proceso es importante para determinar y planificar eficientemente el abastecimiento de la organización.

Por otro lado, la verificación de stock no puede ser realizada educadamente debido a que no se actualiza la información en el ERP, esta solo se carga 1 vez al mes o menos según la información obtenida de la empresa representadas en las tablas 4 y 5, los colaboradores han indicado que adicional a ello no tiene acceso total al ERP que permitiría poder verificar los saldos rápidamente o ver el histórico de compras. Como mencionan (Payá, 2013; Valdemoro y Ferrer, 2012), la verificación stock es relacionada con las entregas de productos y del tráfico del almacén con ello se ejecutan las acciones de control. Lo cual se relaciona con lo indicado por los entrevistado y recopilado en la figura 7, han mencionado que deben hacer este control de forma manual ocupando tiempo que podría ser empleado a sus labores, esto es consecuencia de no tener información actualizada en el sistema y además no tener acceso al ERP.

4.4 Identificación de los factores de mayor relevancia

Luego de realizar el análisis cualitativo y cuantitativo en el presente trabajo de investigación, se pudo identificar tres problemas que los de mayor relevancia:

Primero, la empresa tiene deficiencias en la comunicación y coordinación entre los colaboradores lo cual ocasiona que el flujo de la información fluya de forma adecuada para realizar las compras.

Segundo, la organización carece de un diseño del proceso de compras, como consecuencia los colaboradores no siguen un orden para llevar a cabo este proceso.

Tercero, la empresa adolece de un sistema de gestión de inventarios que permita realizar la actualización del kardex para planificar las compras en las cantidades necesarias.

4.5 Propuesta

4.5.1 Priorización de los problemas

Considerando el diagnóstico realizado en la empresa se ha identificado tres principales inconvenientes:

Problema 1. La empresa exportadora de artesanías carece del proceso de compras.

Problema 2. Déficit en la comunicación y coordinación entre las áreas de la empresa exportadora de artesanías.

Problema 3. La empresa exportadora de artesanías adolece de un sistema de inventarios.

4.5.2 Consolidación del problema

En la empresa exportadora de artesanías los colaboradores indican que los encargados de compras evitan solicitar cotizaciones que detallen los precios, tiempos de entrega e información que pueda usarse para elaborar las ordenes de compras, guías de entrada, guías de salidas; documentos que son utilizados para el control de materiales.

La comunicación y coordinación entre los encargados de gestionar las compras es deficiente, lo que ocasiona que la información se transmita de forma inexacta para la verificación, control y planificación de las compras.

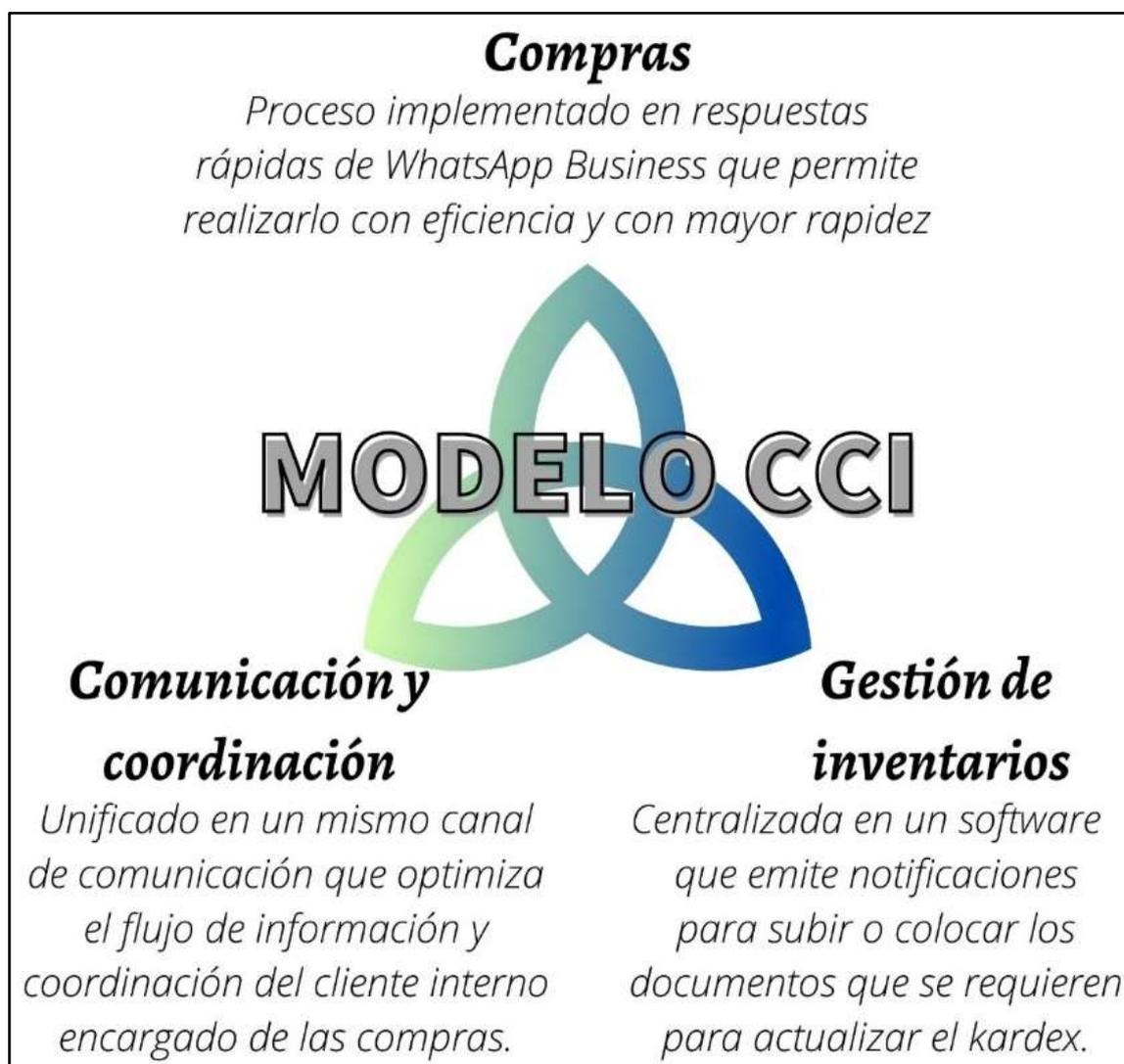
Finalmente, los trabajadores han manifestado que la falta de documentación impide que puedan tener actualizado el kardex para poder verificar el stock y controlar los saldos de los materiales que compran habitualmente, en consecuencia, se realizan compras en cantidades inexactas y se genera merma de materiales.

4.5.3 Categoría solución (conceptualización)

El Modelo CCI está formado por la trinidad de la comunicación y coordinación, compras y gestión de inventarios, como se muestra a continuación:

Figura 14

Trinidad del modelo CCI



Fuente: Elaboración propia 2021.

4.5.4 Objetivo general y específicos de la propuesta

Objetivo general

Implementar del modelo CCI para la optimización de la gestión de compras en el área de almacén de una empresa exportadora de artesanías, Lima 2021.

Objetivos específicos

Diseñar el proceso de compras para empresa exportadora de artesanías.

Mejorar la comunicación y coordinación entre las áreas de la empresa exportadora de artesanías.

Implementar el sistema de gestión de inventarios en la empresa exportadora de artesanías.

4.5.5 Impacto de la propuesta

EL modelo CCI permitirá implementar el proceso de compras de materiales en WhatsApp Business para gestionarlo con eficiencia y a su vez unificar el canal de comunicación con esa App para agilizar la comunicación y coordinación, esto se complementa con un software de control que centraliza la documentación y emite notificaciones para actualizar la información y mantener el kardex actualizado para una apropiada gestión de inventarios.

4.5.6 Direccionalidad de la propuesta

Cuadro 2

Matriz de direccionalidad de la propuesta

Objetivos específicos de la propuesta	Alternativa de solución	Actividades	Inicio	Días	Fin	Responsable/s	Presupuesto de la implementación	KPI	Evidencia o Entregables
Objetivo 1. Diseñar el proceso de compras para empresa exportadora de artesanías.	<p>Alternativa 1. Implementar el proceso de compras en WhatsApp Business.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definir el orden que se debe seguir para procesar las compras. - Puntualizar los documentos que se usaran para gestionar las compras. - Determinar que área emite los documentos. - Aclarar el momento en que interviene cada área en el proceso de adquisiciones. - Elaborar el proceso de compras para crear las respuestas rápidas en WhatsApp Business. - Agregar en respuestas rápidas del WhatsApp Business de la empresa con el proceso para las compras. - Crear grupo de WhatsApp con los colaboradores de la empresa. - Agregar a los colaboradores al WhatsApp Business para implementar el proceso de compras. 	A1 Reunión con el personal para conocer como están gestionando las compras.	5/1/2022	2	7/1/2022	a. Jefa de almacén b. Responsable contable/administrativa c. Coordinadora de exportaciones d. Gerente general e. Embalador	58	KPI 1. (números de compras/ total de ordenes de compras emitidas)x 100	Evidencia 1. Proceso de compras implementado en mensajes rápidos del WhatsApp Business de la empresa.
		A2 Junta con el personal para definir el orden y documentos que deben elaborar y solicitar a los proveedores y compañeros.	7/1/2022	3	10/1/2022	a. Jefa de almacén b. Responsable contable/administrativa c. Coordinadora de exportaciones d. Gerente general e. Embalador	78		
		A3 Elaborar el borrador del proceso de compras a la gerencia de la empresa para aprobación.	10/1/2022	2	12/1/2022	a. Gerente general b. Investigadora c.	62	KPI 2. (Cantidad de guías de ingreso / total de las compras)x100	
		A4 Presentar el borrador del proceso de compras a la gerencia de la empresa para aprobación.	12/1/2022	1	13/1/2022	a. Gerente general b. Investigadora c.	20		
		A5 Elaborar las plantillas de las respuestas rápidas para el WhatsApp Business.	13/1/2022	3	16/1/2022	a. Gerente general b. Investigadora c.	93	KPI 3. Uso de WhatsApp Business para gestionar las compras/100	
		A6 Agregar al WhatsApp Business las respuestas rápidas con el proceso de compras.	16/1/2022	1	17/1/2022	a. Gerente general b. Investigadora c.	20		
		A7 Crear grupo de WhatsApp Business con el personal de la empresa.	17/1/2022	1	18/1/2022	a. Gerente general b. Investigadora c.	20		

Cuadro 3

Matriz de direccionalidad de la propuesta

Objetivos específicos de la propuesta	Alternativa de solución	Actividades	Inicio	Días	Fin	Responsable/s	Presupuesto de la implementación	KPI	Evidencia o Entregables
Objetivo 2. Mejorar la comunicación y coordinación entre las áreas de la empresa exportadora de artesanías.	Alternativa 2. Establecer el app WhatsApp Business medio de comunicación y coordinación. - Instalar WhatsApp Business en los teléfonos de los colaboradores de la empresa. - Definir la información que deben compartir para llevar a cabo el proceso de compras. - Elaborar plantillas con la información que se requiere para gestionar las compras. - Crear respuestas rápidas con las plantillas en el WhatsApp Business para los colaboradores. - Elaborar el manual para el uso correcto del WhatsApp Business como medio de coordinación y comunicación.	A8 Definir la información que necesita el jefe de almacén y la responsable contable para coordinar las compras.	18/1/2022	2	20/1/2022	a. Responsable contable/ administrativa b. Jefa de almacén	58	KPI 4. (Cantidad de ingresos al kardex / total de compras)x100	Evidencia 3. Proceso de comunicación con la aplicación WhatsApp Business
		A9 Presentar el borrador con la información que requieren las áreas para la aprobación de la gerencia.	20/1/2022	1	21/1/2022	a. Jefa de almacén b. Responsable contable/ administrativa c. Gerente general	20		
		A10 Elaboración de las plantillas para las respuestas rápidas en WhatsApp Business.	21/1/2022	3	24/1/2022	a. Investigadora	93		
		A11 Agregar las respuestas rápidas en el WhatsApp Business de la empresa y los colaboradores que coordinan las compras.	24/1/2022	1	25/1/2022	a. Gerente general b. Investigadora	110	KPI 5. Uso de WhatsApp Business para la coordinación del proceso de compras /100	
		A 12. Elaborar el manual para la comunicación y coordinación de compras por medio del WhatsApp Business.	25/1/2022	7	1/2/2022	a. Investigadora	158		

Cuadro 4

Matriz de direccionalidad de la propuesta

Objetivos específicos de la propuesta	Alternativa de solución	Actividades	Inicio	Días	Fin	Responsable/s	Presupuesto de la implementación	KPI	Evidencia o Entregables
Objetivo 3. Implementar el sistema de gestión de inventarios en la empresa exportadora de artesanías.	Alternativa 3. Implementación del sistema de gestión de inventarios. - Determinar los documentos que se requieren para actualizar el kardex. - Crear notificaciones con un software que indique los documentos que faltan elaborar. - Ingresar la información del pedido para que se puedan crear las notificaciones - Implementar el software en la empresa. - Taller para que el personal aprenda a usar el software de las notificaciones. - Taller de reforzamiento del uso del software	A13 Determinar los documentos que va a necesitar el jefe de almacén y contable para el control de inventarios.	1/2/2022	3	4/2/2022	a. Responsable contable/ administrativa b. Jefa de almacén	78	KPI 6. (tiempo de ingreso de información promedio/tiempo previsto)*100	Evidencia 5. de Sistema de gestión de inventario
		A14 Elaborar el diseño y el software de notificaciones.	4/2/2022	20	24/2/2022	a. Responsable contable/ administrativa b. Investigadora	5100		
		A15 Probar el software para determinar fallar y/o mejoras.	24/2/2022	7	3/3/2022	a. Ing. de sistemas b. Investigadora	140		
		A16 Implementar el software de notificaciones en las computadoras de la empresa	3/3/2022	3	6/3/2022	a. Gerente general b. Investigadora c. Ing. de sistemas	700		
		A17 Taller para aprendizaje del uso del software	6/3/2022	2	8/3/2022	a. Gerente general b. Ing. de sistemas	140		
		A18 Taller de reforzamiento del uso del software para el personal de la empresa.	29/3/2022	1	30/3/2022	a. Jefa de almacén b. Responsable contable/ administrativa c. Coordinadora de exportaciones d. Gerente general e. Ing. De sistemas	20		

4.4.1 Entregable 1

Proceso de compras de materiales

La empresa exportadora de artesanías carece de un proceso para comprar materiales, lo cual genera que haya desorden al momento de gestionarlas. Según la información recolectada del personal de la empresa, se ha determinado que el proceso de compras de materiales debería efectuarse según lo detallado a continuación:

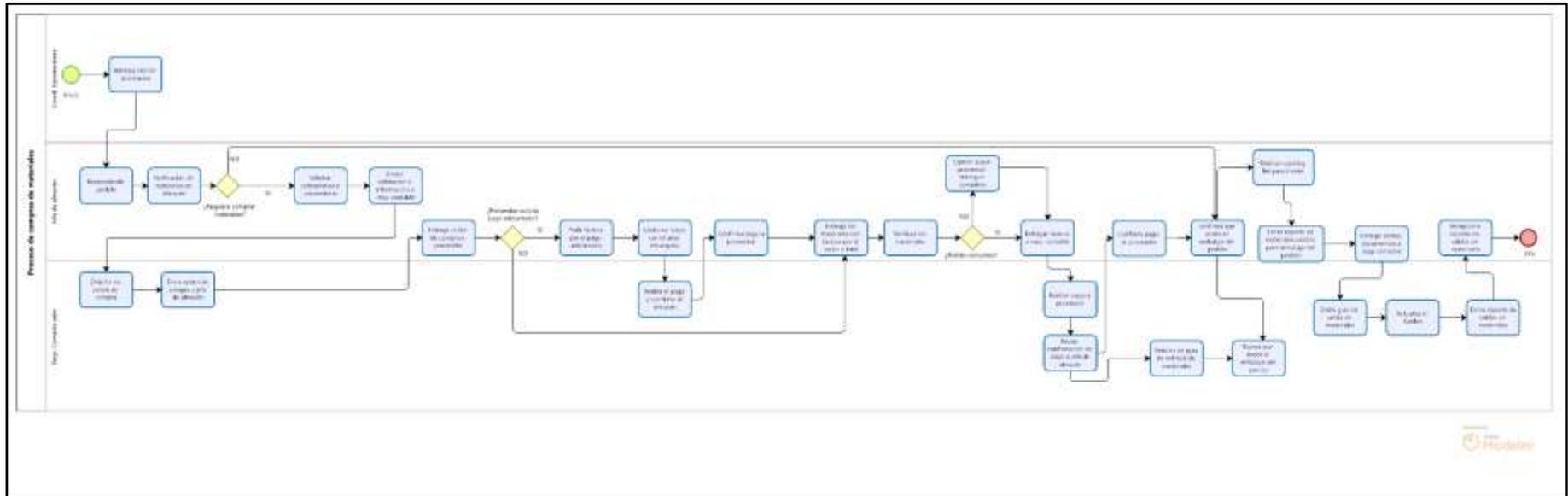
Figura 15

Proceso de compras de materiales.



Fuente: Elaboración propia 2021.

Figura 16
Flujograma del proceso de compras de materiales.

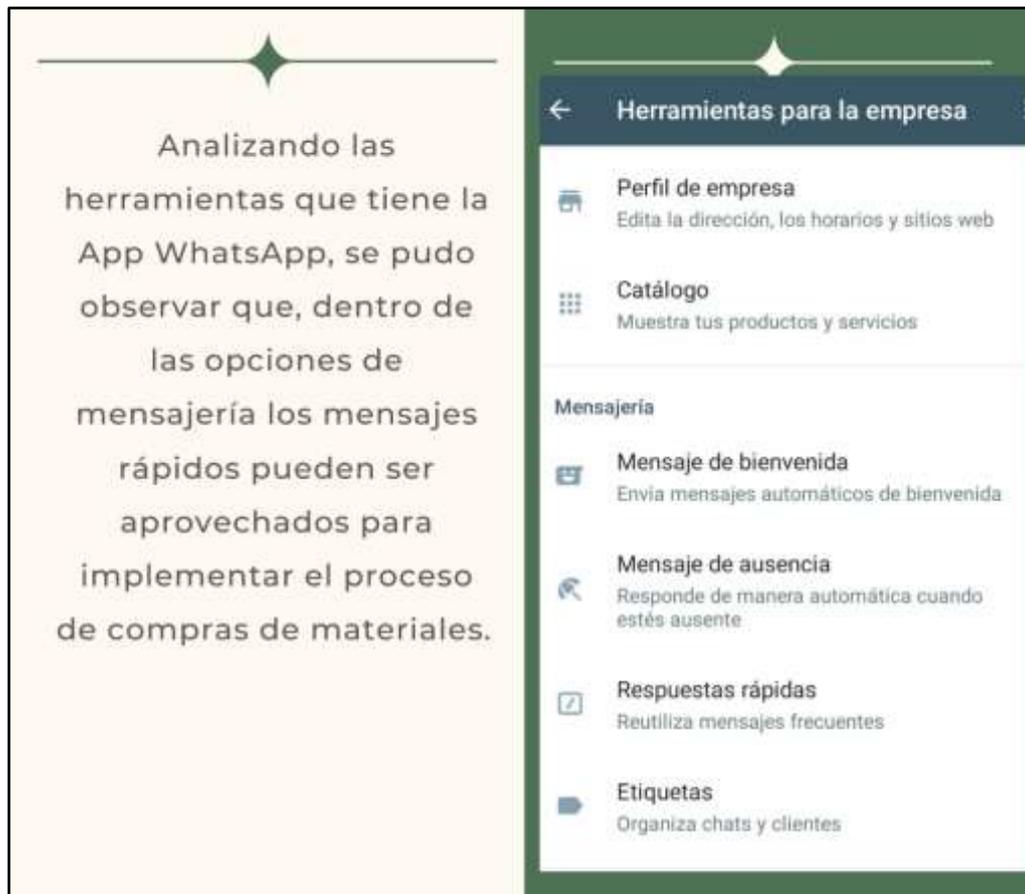


Fuente: Elaboración propia 2021.

Para realizar el proceso detallado anteriormente se identificó que la app WhatsApp Business se ha convertido en una herramienta utilizada por las empresas para ofertar sus productos, insertar catálogos, colocar el perfil de la empresa, entre otras características; y es un medio de comunicación usado por personas de todas las edades.

Figura 17

Análisis de herramientas de WhatsApp Business.



Fuente: Elaboración propia 2021.

Proceso de compras de materiales implementado en WhatsApp Business

WhatsApp Business

PARA EMPEZAR

En el teléfono o WhatsApp web

escribir /

para seleccionar el proceso que se necesite realizar.

STEP 1

Editar respuesta rápida GUARDAR

Message

1 Requerimiento de materiales:
N° de pedido:
Cliente:
Se debe solicitar cotizaciones a proveedores.

Ingresar texto o seleccionar un archivo multimedia

Atajo: /Requerimiento 12

Ingresar un atajo

Palabras clave (opcional): requerimiento

Ingresar hasta 3 palabras clave (cada una con un máximo de 15 caracteres). Esto te ayudará a encontrar atajos más adelante.

STEP 2

Editar respuesta rápida GUARDAR

Message

2 Emisión de orden de compra:
Enviar cotización del proveedor o detallar:
Razón social:
RUC:
Dirección:
Fecha de entrega
Descripción de productos:
Precio unitario - cantidad - descripción
Precio unitario - cantidad - descripción
Condiciones de pago:
Cuenta:
Enviar orden de compra al proveedor.

Ingresar texto o seleccionar un archivo multimedia

Atajo: /orden 20

Ingresar un atajo

Palabras clave (opcional): 2 orden compra

Ingresar hasta 3 palabras clave (cada una con un máximo de 15 caracteres). Esto te ayudará a encontrar atajos más adelante.

STEP 3

Editar respuesta rápida GUARDAR

Message

3 Pago adelantado a proveedor:
Factura con el monto del adelanto.
Enviar factura (si es electrónica) o entregar (si es física) a resp. contable adm.
Responsable de la compra confirma el pago al proveedor.

Ingresar texto o seleccionar un archivo multimedia

Atajo: /adelantos 16

Ingresar un atajo

Palabras clave (opcional): adelantos pagos

Ingresar hasta 3 palabras clave (cada una con un máximo de 15 caracteres). Esto te ayudará a encontrar atajos más adelante.

WhatsApp Business

PARA EMPEZAR

En el teléfono o WhatsApp web

escribir /

para seleccionar el proceso que se necesite realizar.



STEP 4

Editar respuesta rápida GUARDAR

Message

- 4 Recepción de materiales:
- Factura y/o guía de remisión del proveedor.
- Verificación de productos: cantidades y calidad.
- Devolver productos rechazados para cambio.
- Si está correcto entregar o enviar la factura para pago.

Ingrese texto o seleccione un archivo multimedia

Atajo

/recepción 16

Ingrese un atajo

Palabras clave (opcionales)

recepcion materiales

Ingrese hasta 3 palabras clave (cada una con un máximo de 15 caracteres). Esto le ayudará a encontrar atajos más adelante.

STEP 5

Editar respuesta rápida GUARDAR

Message

- 5 Pago a proveedor (saldo o total)
- Sujeto a condiciones:
- Entrega **completo**: enviar o entregar factura para el pago a resp. Contable adm.
- Confirmar pago con el resp. Contable adm.
- Enviar confirmación del pago al proveedor (doc. de transferencia o voucher)
- Entrega **incompleta o con productos para cambio**: esperar a que entregue el total de la orden o haga el cambio de los productos rechazados.
- Cuando el área de almacén confirme que está conforme la entrega, seguir los pasos de entrega completo

Ingrese texto o seleccione un archivo multimedia

Atajo

/pago 21

Ingrese un atajo

Palabras clave (opcionales)

pago total

STEP 6

Editar respuesta rápida GUARDAR

Message

- 6 Control de materiales
- Emisión de guía de entrada en ERP (cuando este completa la entrega).
- Luego que el pedido sale para la exportación.
- Reporte de cajas (almacén)
- Packing list (exportaciones)
- Emisión de guía de salida.
- Enviar reporte de saldos al almacén.

Ingrese texto o seleccione un archivo multimedia

Atajo

/control 18

Ingrese un atajo

Palabras clave (opcionales)

control reporte

Ingrese hasta 3 palabras clave (cada una con un máximo de 15 caracteres). Esto le ayudará a encontrar atajos más adelante.

MANUAL DE USO DEL WHATSAPP BUSINESS PARA REALIZAR LAS COMPRAS DE MATERIALES

Tomar en consideración, que:

1. WHATSAPP BUSINESS

Debe usar el teléfono de la empresa o ingresar a la página:
<https://web.whatsapp.com/>, para conectarse a un dispositivo electrónico.



2. ¿QUÉ NECESITO HACER?

Debe preguntar en el grupo de WhatsApp Business lo que necesita saber para gestionar la compra, por ejemplo: ¿Cómo se hace el pago a los proveedores? o ¿Cómo se hace una orden de compra?



3. ¿QUIÉN RESPONDE?

Debe responder la persona que tenga el móvil corporativo o el WhatsApp Business conectado a algún dispositivo electrónico.



4. ¿CÓMO CONFIRMO LA INFORMACIÓN?

Debe usar el WhatsApp Business colocando: ***/** (en el dispositivo o móvil), para responder según corresponda, por ejemplo:
/orden
/pago



RECORDAR:

- La app WhatsApp Business puede estar conectada hasta en 4 dispositivos electrónicos y en 1 dispositivo móvil.
- Los colaboradores involucrados en las compras de materiales deben conectar el WhatsApp Business en sus computadoras o en algún dispositivo electrónico.

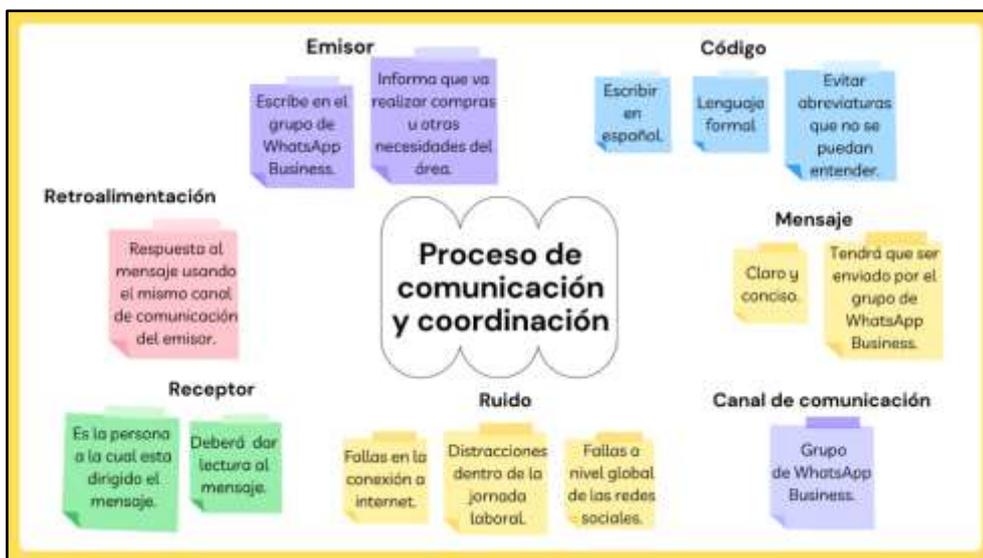
4.4.2 Entregable 2

Proceso de comunicación y coordinación

En la empresa donde se realizó el diagnóstico se evidenció que tienen fallas en el flujo de información entre todos los involucrados en las compras, como solución a este problema se propone usar como canal de comunicación la app WhatsApp, debido a que vendría a ser el punto de equilibrio entre todos los colaboradores de la organización. Es necesario que se establezca el proceso de comunicación para que pueda efectuarse de forma idónea y optima, se debería considerar a los siguientes elementos:

Figura 18

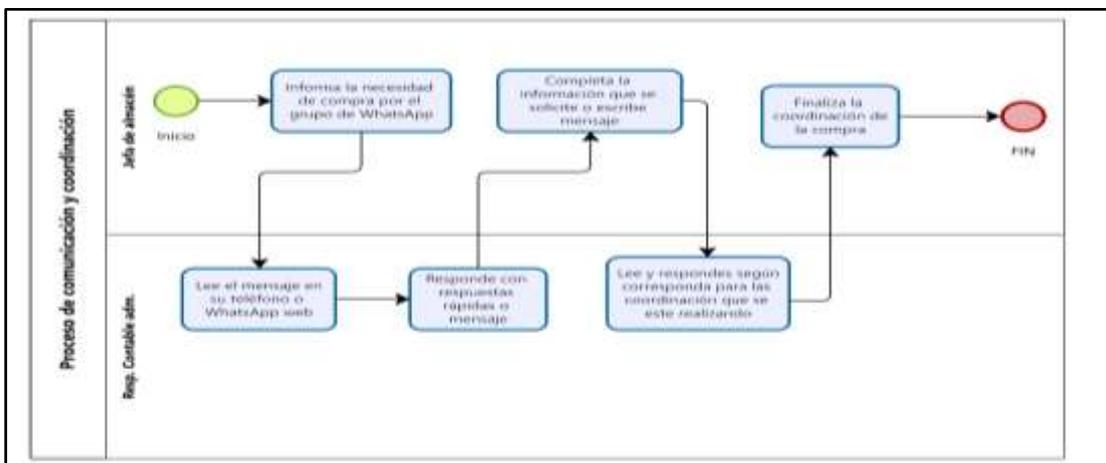
Proceso de comunicación y coordinación.



Fuente: Elaboración propia 2021.

Figura 19

Flujograma del proceso de comunicación y coordinación.



Fuente: Elaboración propia 2021.



4.4.3 Entregable 3

Implementación del sistema de gestión de inventarios

Se podrá gestionar mediante un software que permitirá cargar los documentos que se necesitan para actualizar el Kardex. Este software tiene como finalidad notificar cada dos horas, desde que se alcanza la fecha de embarque es decir la salida del pedido para exportación.

Funcionamiento y manual de uso:

Software de control y notificaciones

1 La instalación del software se hará en las computadoras de la empresa, y las alertas serán programas por la persona que será asignada por la gerencia.

Se debe iniciar sesión con el usuario y clave asignado.

Software de control y notificaciones

2 Luego de iniciar sesión veremos las opciones que ofrece el software.

Se debe seleccionar alguna de las opciones del lado izquierdo.

Software de control y notificaciones

3

- Para agregar a los clientes seleccionar "Clientes" y luego "Nuevo".
- Para buscar a los clientes pulsar "enter" en la barra de buscar.

Se debe completar la información que pide el sistema.
Nota: se puede omitir información como: ubigeo, distrito en caso sea necesario.

Software de control y notificaciones

4

- Para agregar los pedidos seleccionar "nuevo pedido"
- Nota:** las notificaciones inician en la fecha de embarque, cada 2 horas.

Se debe completar la información e ir agregando la documentación en PDF o Imagen cuando inicien las notificaciones.

Software de control y notificaciones

5

Para agregar a los usuarios y contraseñas se debe seleccionar "usuarios" y luego "nuevo".

Nota: para modificar los datos seleccionar "editar".

ID Usuario	Nombre	Fecha Inicio	Contraseña
1	10	10/01/2021	123

Software de control y notificaciones

6

Para ver los pedidos que están en proceso de embalaje o finalizados seleccionar "lista de pedido", luego marcar el pedido y poner "ver pedido".

ID Pedido	Responsable	Cliente	Fecha Pedido	Fecha de Embalaje	Estado
1100	Pedro Caballero	San Pedro - Nueva Orlean	10/11/2021 15:4	11/11/2021 10:30	Pendientes



4.6 Discusión

La gestión de compras de materiales para el área de almacén fue analizada usando instrumento cuantitativos y cualitativos se logró diagnosticar diversas falencias que se generan al momento de realizar las compras, como menciona Viveros (2013) las compras se encargan de abastecer de suministros como materiales y/o servicios que son necesarios para las labores diarias de la organización y tenerlos justo a tiempo para evitar retrasos en las actividades diarias, en tal sentido dentro de los inconvenientes encontrados se identificó la carencia de un proceso de compras y sistema de gestión de inventarios así como fallas en la comunicación y coordinación, para los cual de propuso implementar un modelo para optimizar las compras que incluye innovación tecnológica sustentadas en la teorías como la de la innovación disruptiva, teorías administrativas entre otras que amparan la propuesta.

En este sentido, el estudio concuerda con el desarrollado por Galido (2019) en cual identifico que los colaboradores que están involucrados directamente con las compras de requieren capacitación para mejorar su gestión y también se requería un nuevo proceso que ayude al control de las existencias para cual propuso que la mejora continua ayudaría a reducir la merma de materiales, mejorar la planificación de las compras, lo cual es acorde a lo que menciona Coral (2014) el proceso de compras es una función es de gran importancia para el éxito de la organización, debido a que define si los suministros son adquiridos de forma efectiva por la administración. Asimismo, en la investigación desarrollada por Espinoza (2018) se evidencio que la falta de indicadores de medición para las compras y

también fallas en el proceso y ordenes sin procesar para lo cual propuso la implementación de indicadores para mejorar el proceso; al igual que los resultados obtenidos en esta investigación se identificó que la empresa tiene falencias en la emisión de las ordenes de compras o solo se omiten para lo cual se ha propuesto dentro de las alternativas de solución de esta investigación KPI's que ayudaran a medir que la gestión de compras se realice con calidad, mejor desempeño y rendimiento con el modelo propuesto en cual está incluido la emisión de las ordenes de compras.

De igual manera, la investigación que realizó Gómez (2018) identifico que la empresa en donde realizó su estudio altos niveles de inventarios y mínima rotación de materia prima para lo cual indicó que tendría que modificar la forma en que estaban realizando la gestión de compras para evitar pérdidas económicas en materia prima que no iban a utilizar, como indica Arbós (2014) el control del aprovisionamiento se encarga de verificar que la organización tenga los insumos, materias primas y/o materiales necesarios para la elaboración o comercialización y deben tenerlos sin aumentar el nivel del stock y gestionar todo para usarlos en momento preciso; en esta investigación se diagnosticó que la empresa tiene carencia de información para que puedan tener la información al día para ello se ha propuesto que la empresa en la que se realizó el estudio utilice un software de control y notificaciones que permita tener el kardex actualizado para que puedan planificar las compras en base a la información de los saldos y el stock que tenga la empresa, así evitarán realizar compras innecesarias que conlleven a aumentar los gastos y tener materiales sin uso.

En contraste con la investigación desarrollada por Gonzales (2018) en la cual tuvo como resultado que se debía la integración de la cadena de abastamiento y a su vez implementar un plan estratégico que podría incrementar sus oportunidades de mejorar la calidad y generar ahorro cuando hagan un plan de abastecimiento, lo cual no es afín con la investigación realizada en la empresa exportadora de artesanías, en ella se diagnosticó que tienen fallas para gestionar las compras se trabaje de forma coordinada entre los involucrados en ese proceso; según lo mencionado por Escudero (2019) planificar las compras es un proceso complicado que no solo se basa en la negociación y trámites administrativos si la gestión es realizada de forma correcta es posible que se pueda obtener beneficios como economizar en los costos y/o mejorar la satisfacción del cliente; que pueden determinar el éxito o fracaso de la empresa. Para que la empresa pueda llegar a tener éxito se propuso un modelo de gestión que trabaja en conjunto como una trinidad que permitirá armonizar la gestión de compras y optimizarla.

En la investigación que realizó Castillo (2020) identifico que las deficiencias en el área de compras se debían a la falta de planificación, dando como resultado que deberían implementar políticas para gestionar las compras; en este los resultados no coinciden con los obtenidos en esta investigación debido a que las falencias detectadas se deben a la falta de un diseño del proceso de compras que permita a los colaboradores hacer seguimiento, controlar el stock o coordinar eficientemente, como menciona Ediciones Díaz de Santos (1995) la gestión de compras se realiza por medio de una serie de pasos y decisiones que son ejecutadas por los colaboradores encargados de realizar esta labor. Estas acciones están enfocadas en determinar e indicar a la gerencia que se necesita adquirir; en este sentido se propuso implementar el proceso de compras en una app, debido que crear políticas posiblemente no iban a solucionar los problemas que se identificaron.

Por otro lado, en la investigación realizada por Chambi, Flores, Cruz y Pasache (2019) tenían como objetivo organizar el proceso de compras y resolver los problemas de la gestión de compras, como resultado detectaron que los colaboradores desconocían los precios de los materiales que compraban a sus proveedores y además más de la mitad de las compras estaban centralizadas a un solo proveedor; ellos propusieron el rediseño del proceso de compras así como la diversificación de los proveedores; lo cual se contrasta con lo mencionado por Sánchez (2021) para realizar las adquisiciones, el área de compras normalmente considera a los proveedores con los que trabajan de forma habitual y también busca a nuevos, que puedan generar mayores beneficios para la empresa como menor costo, mejor tiempo de entrega, calidad y otros que puedan otorgar a la empresa. En el diagnóstico realizado en la empresa exportadora de artesanías se identificó que los proveedores tienen retrasos al entregar sus productos, adicionalmente los colaboradores no están solicitando cotizaciones para corroborar los precios de los productos, para ello dentro del proceso de compras que se ha propuesto se integra la solicitud de cotizaciones a los proveedores para no solo corroborar los precios sino que la empresa tenga un respaldo de las compras que hayan realizado; según manifiesta Medina et al. (2021) realizar la selección de los proveedores es una labor retadora que enfrentan todas empresas. Aún así, esta tarea puede ser abreviada realizando una hoja de control que permitirá disminuir los costos y riesgos cuando se busca y selecciona a un proveedor.

De igual manera, en el estudio realizado por De la Calle (2017) que tuvo como objetivo mejorar las compras en los aspectos de calidad, puntualidad y tiempos de entrega en las áreas de la empresa que realizaban compras, su propuesta fue implementar formatos

que ayuden mejorar el orden y el flujo de información que como resultado redujo los productos rechazados y los retrasos en las compras mejorando la calidad en las compras. En contraste con esta investigación se identificó que habían fallas en la coordinación y comunicación entre los colaboradores encargados de realizar las compras de materiales, por lo cual se propuso unificar el canal de comunicación para que la información fluya sin inconvenientes entre todos los participantes en las compras, esto concuerda con lo manifestado por Editorial Vértice (2007) para realizar la selección de un proveedor se debe considerar los pedidos anteriores, la calidad, el precio, que tenga productos innovadores y si otorga garantía por ellos; analizar los puntos mencionados solo se podría lograr cuando la información se comparta de forma idónea entre los colaboradores para realizar un análisis correcto de todos los proveedores.

Asimismo, en la investigación realizada por Orellana y Roncal (2019) que tuvo como objetivo efectuar procedimientos, verificación de proveedores y estrategias de compras, para lo cual plantearon la implementación de políticas de compras y como resultado determinaron que si los trabajadores cumplen con los procedimientos para las compras se podría reducir el desequilibrio del proceso de compras y mejoraría el servicio de los proveedores, según mencionan Leenders et al. (2000) el proceso de las compras esta enlazado con la varias de las funciones de la empresa y con el exterior, lo cual prácticamente obliga a las organizaciones a tener sistemas de información completos que puedan apoyar a mejorar la atención del cliente interno y externo. En este sentido, en el diagnóstico se pudo identificar que a la empresa le faltaba establecer un proceso de compras que permitiera a los colaboradores seguir procedimientos estandarizados, para lo cual se desarrolló un flujograma con el proceso que se debería realizar, así como un manual para que los colaboradores comprendan como deben gestionar las compras.

Finalmente, la aportación de los autores mencionados permitió ampliar el conocimiento en relación a los problemas que se presentan las empresas de diferentes rubros en la gestión de compras; aportando herramientas y estrategias que podrían lograr mejorar dicha gestión en todos los estudios nombrados; y en base a ello en esta investigación se han presentado soluciones innovadoras y apropiadas al estudio realizado.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Primera : Se propuso la implementación de un modelo de para mejorar la gestión de compras de materiales para el área de almacén de la empresa exportadora de artesanías, por medio de la innovación en el proceso y unificando el flujo de la información para los colaboradores que están involucrados en esta actividad puedan hacerlo de forma estandarizada, aprovechando las herramientas que brinda la app WhatsApp Business y el software para gestionar el inventario.

Segunda : Se logró identificar los diferentes problemas que hay en la organización mediante el análisis documental entre los cuales destacan la carencia de un proceso de compras para los materiales del área de almacén y además la falta de un sistema de inventarios, estos inconvenientes en conjunto no permiten que la gestión de compras se efectúe de forma eficiente.

Tercera : Se consiguió determinar otros factores que influyen en las fallas existentes en la gestión compras mediante las entrevistas realizadas al personal de la empresa, estas son que necesitan mejorar su comunicación efectiva y además tener un mayor conocimiento de cómo realizar las compras con mayor eficiencia, para lo cual dentro del modelo propuesto está la mejora en coordinación y comunicación y manuales innovadores para capacitarse en la propuesta planteada.

5.2 Recomendaciones

Primera : Se recomienda la implementación de la propuesta desarrollada en este estudio para mejorar la gestión de compras con la finalidad de optimizar los procesos que se realizan para efectuar las compras de materiales para el área de almacén, por medio de la app WhatsApp Business, los manuales para el uso correcto de la app y la

coordinación y comunicación y el software de control y notificaciones para que la información y documentos se encuentren en un solo lugar y se mantenga actualizado el kardex.

Segunda : Se sugiere mantener el proceso de compras en la app recomendada para que los colaboradores la aprendan y la transmitan rápidamente entre ellos, asimismo se recomienda el uso del software de comunicación y notificaciones para tener los documentos que se requieren para actualizar el kardex al día y facilite tener el inventario actualizado para consultar el stock de los materiales para evitar compras innecesarias.

Tercera : Se recomienda utilizar los manuales de uso para la comunicación y coordinación y el que se realizó para el proceso de compras en la app WhatsApp Business, los cuales servirían para mejorar la comunicación y se pueda usar correctamente el diseño del proceso de compras propuesto para optimizar la gestión de compras en la empresa y se pueda convertir una parte estratégica en la organización.

REFERENCIAS

- Angulo, U. (2021). *Contabilidad financiera - 2a Edición*. Ediciones de la U
- Apunte, R., y Rodríguez, R. (2016). Diseño y aplicación de sistema de gestión en Inventarios en empresa ecuatoriana. *Ciencias Holguín*, 22(3), 1-14.
- Arbós, L. (2012). *Planificación de la producción. Gestión de materiales: Organización de la producción y dirección de operaciones*. Ediciones Díaz de Santos.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Camisón, C., Cruz, S. y González, T. (2006). *Gestión de la calidad*. Madrid: Pearson Educación.
- Carbellido, V. y Valadez, A. (2005). *ISO 9000: 2000: Estrategias para implementar la Norma DE calidad para la mejora continua / strategies for implementing quality norm for the best continual*. Editorial Limusa.
- Carhuancho, I., Nolazco, F., Sicheri, L., Guerrero, M. y Casana, K. (2019). *Metodología de la investigación holística*. UIDE.
- Castillo, L. (2020). *Gestión de compras y su relación en la productividad de las adquisiciones de la Eps Grau S.A, Piura 2019*. (Tesis de título profesional). Universidad César Vallejo, Perú.
- Colmenares, L., Valderrama, Y., Jaimes, R., y Colmenares, K. (2016). Control de materiales como herramienta de gestión de costos en empresas manufactureras. *Sapienza Organizacional*, 3(5), 55-78.
- Contreras, A. (2003). Modelo de gestión de operaciones para pymes innovadoras. *Revista escuela de administración de negocios*, (47), 66-87.
- Coral, A. (2014). *Administración de Compras*. Grupo Editorial Patria. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=EW_gBAAAQBAJ&pg=PA162&dq=Orden+de+compra&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjDnsyf-9zyAhVnQzABHea5A3EQ6AF6BAGLEAI#v=onepage&q&f=false
- Correa, M. (2016). *Diseño de proceso de compras en la empresa Cegasupply S.A*. (Tesis de maestría). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

- Crosby, P. (1987). *La calidad no cuesta: el arte de cerciorarse de la calidad*. 1a ed., p. 13,15.
- Chambi, L., Flores, N., Cruz, F., Pasache, R. (2019). *Propuesta de mejora del proceso de compra en una empresa de servicios con la finalidad de reducir los costos* (tesis de maestría). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú.
- Chaves, J. (2016). *Aplicación de BPM a la automatización del proceso de gestión de Trabajos Fin de Máster*.
- Chaves, E. (1975). *Administración de Materiales*. (1975). EUNED. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=yQcwaOB0IvkC&pg=PA13&dq=Orden+de+compra&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjektqrgd3yAhWnQzABHfQzBj84ChDoAXoECAkQA#g#v=onepage&q=Orden%20de%20compra&f=false>
- Chiavenato, I (2007). *Introducción a la teoría general de la administración*. 7ma ed., p. 70-71.
- Da Silva, M. (2006). *Relações entre Impacto do Treinamento no Trabalho e Estratégia Empresarial: o Caso da Eletronorte*. *RAC - Revista de Administração Contemporânea*, 10 (3), 91-110. ISSN: 1415-6555. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84010306>
- De la Calle, B. (2017). *Gestión de compras para mejorar el abastecimiento en el área de mantenimiento de la empresa Envolturas Flexibles Huachipa S.A.C. Huachipa, 2017*. (Tesis de título profesional). Universidad César Vallejo, Perú.
- Dos Santos, M. y Ferraz, T. (2009). *UNA IMPORTANCIA DA CONFIANÇA NAS COMPRAS ORGANIZACIONAIS*. *HOLOS*, 4 (), 166-173. ISSN: 1518-1634. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=481549228019>
- Ediciones Díaz de Santos SA. (1995). *Compras e inventarios*. Ediciones Díaz de Santos.
- Editorial Vértice. (2007). *Gestión del punto de venta*. Editorial Vértice.
- Escudero, J. (2019). *Gestión de compras*. Paraninfo
- Espinoza, C. (2018). *Análisis del proceso de compras para diseñar una propuesta de indicadores de gestión que permita mejorar los procesos del área de compras*. (Tesis de maestría). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- Feenberg, A. (2000). *Teoría crítica de la tecnología*.

- Flores, C. y Parra, G. (2007). El MRP En la gestión de inventarios. *Visión gerencial*, (1), 5-17.
- Franco, Á. (2014). Medición del rendimiento en el proceso de compras y suministros.
- Galido, M. (2019). *Proceso de compras en pymes de construcción*. (Tesis de maestría). Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá, Colombia.
- Galy, D. (2019). *Control del aprovisionamiento de materias primas 2.ª edición*. Ediciones Paraninfo.
- García, I. (2007). Indicadores de la gestión logística KPI “Los indicadores claves del desempeño logístico”.
- Garnica, A., Rivero, A. y Ibarra, E. (2004). La coordinación "híbrida" desde las perspectivas de Williamson y de Nooteboom. *Análisis Económico*, 19(40), 101-117.
- Gomez, N. (2010). Registros Kardex. *Contabilidad Gerencial*.
- Gómez, C. (2018). *Diseño de un modelo de gestión de compras basado en dinámica de sistemas para la cadena de abastecimiento de una empresa comercializadora internacional del sector textil–confecciones en la ciudad de Tuluá, valle*. (Tesis de maestría). Universidad Autónoma de Occidente, Cali, Colombia
- Gonzales, A. (2018). *Diseño de un modelo estratégico de gestión de compras y abastecimiento para una empresa de fabricación de productos en fibrocemento*. (Tesis de maestría). Universidad Autónoma de Occidente, Cali, Colombia.
- González, M. y Montalvo, C. (2008). Capacitación para el cambio. *ACIMED*, 17(4), 13–22.
Obtenido de <https://web.p.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=11&sid=26250902-c3a6-4e96-93f0-5344fae06d77%40redis>
- Guerrero, F. (2005). *Gestión de stocks*. ESIC Editorial.
- Guiñazú, G. (2004). Capacitación efectiva en la empresa. *Invenio*, 7(12), 103-116.
- Hammer, M. y Champy, J. (1994). Reingeniería: olvide lo que usted sabe sobre cómo debe funcionar una empresa. ¡Casi todo está errado!, *5ta ed.*, 3, p. 25.
- Hammer, M. y Stanton, S. (1997). La Revolución de la reingeniería: un manual de trabajo. *Ediciones Díaz de Santos*, p. 3-5.

- Heredia, J. (2001). Sistema de indicadores para la mejora y el control integrado de la calidad de los procesos. *Vol 4*, Universitat Jaume I, p. 28-29.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. McGRAW-HILL/ Interamericana Editores, S.A. DE C. V
- Hurtado, D. (2008). Principio de Administración. *1a ed.*, p. 75-76.
- Hurtado, J. (2000). *Metodología de la investigación holística*. Fundación Sypal
- Ishikawa, K. (2003). ¿Qué es el control total de calidad?: la modalidad japonesa. P. 22.
- Jiménez, A. (2020). *La Innovación Disruptiva en Tiempos de Crisis. Una Reflexión en la Memoria del Profesor Clayton M. Christensen*. Revista de gestión e innovación tecnológica, 15 (4), 3-4. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-27242020000400003&script=sci_arttext&tlng=en
- Krajewski, L. y Ritzman, L. (2000). *Administración de operaciones: estrategia y análisis*. Pearson Educación.
- Laza, C. (2016). *Gestión de compras en el pequeño comercio. MF2106*. Tutor Formación.
- Leenders, M., Fearon, H. y England, W. (2000). *Administración de Compras y Materiales*. Compañía editorial Continental.
- López, F. (2016). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo. UF0346*. Tutor Formación.
- Manene, L. (2011). Los diagramas de flujo: su definición, objetivo, ventajas, elaboración, fases, reglas y ejemplos de aplicaciones. *Recopilado el, 22*, 09-18.
- Manganelli, R. y Klein, M (2004). Como hacer la reingeniería: guía indispensable paso a paso. P. 12, 14.
- Martínez, M. (2007). *La investigación cualitativa etnográfica en educación: manual teórico-práctico*. Editorial Trillas.
- Medina, L., Sánchez, A., Forero, F., Espinosa, P., De Arco Paternina, L., Castro, L., Pérez, P., Rodríguez, O., Arango, E. y Álvarez, F. (2021). *Gestión empresarial de la cadena de suministro*. Ediciones de la U.
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa guía didáctica*. Neiva.

- Montoya, A. (2002). *Conceptos modernos de administración de compras*. Editorial Norma.
- Moreno, K. y Bonilla, J. (2019). Logística y control de stock. Caso de estudio en librerías y papelerías. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24 (88), 1304-1315. ISSN: 1315-9984. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29062051020>
- Moya, E. (2007). *Gestión de compras*. FC Editorial.
- Olavarrieta de la Torre, J. (1999). *Nociones de control de producción, costos, suministros e inventarios: conceptos generales de productividad*. Universidad Iberoamericana Dirección de Difusión Universitaria. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=EXzhFaRE9rUC&pg=PA38&dq=Cotizaci%C3%B3n+para+pedidos&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjyLr5jd3yAhW8STABHebXDkkQ6AF6BAgEEAI#v=onepage&q=Cotizaci%C3%B3n%20para%20pedidos&f=false>
- Orellana, R. y Roncal, L. (2019). *Propuesta de un modelo logístico para mejorar la gestión de compras de una compañía minera del sur del Perú* (Tesis de título profesional). Universidad Ricardo Palma, Perú.
- Ortega, J. y Calderón, S. (2009). *Guía para la Elaboración de Diagramas de Flujo*.
- Osterwalde, A. y Pigneur, Y. (2013). *Generación de modelos de negocio*. Grupo Planeta Spain. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=NBSaoWaxeRsC&printsec=frontcover&dq=definici%C3%B3n+de+modelo&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjy6pW29Kz0AhXZHLkGHYkuBCAQ6AF6BAgHEA1#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20de%20modelo&f=false>
- Pascoe, J. y Sevilla, M. (2009). *De la Administración por Objetivos a la Gerencia Enfocada en Resultados*.
- Payá, J. (2013). *Gestión y logística del mantenimiento de vehículos*. Editorial Club Universitario. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=S0NBoWB0SL0C&pg=PA260&dq=Verificaci%C3%B3n+de+stock&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwj14_Hsld3yAhUISzABHa8TCRYQ6AEwCXoECAYQAg#v=onepage&q=Verificaci%C3%B3n%20de%20stock&f=false

- Peña, J. (2006). Escalamiento multidimensional para determinar modelos de gestión administrativa. *Theoria*, 15(2), 17-31.
- Peña, T. y Pirela, J. (2007). La complejidad del análisis documental. *Información, cultura y sociedad: revista del Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas*, (16),55-81. ISSN: 1514-8327. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=263019682004>
- Portal, C. (2011). *Gestión de compras*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/gestion-de-compras>
- Prieto, J. y Therán, I. (2018). Administración: Teorías, autores, fases y reflexiones. *Colombia, 1a ed.*, p. 37-38.
- Quaranta, N. (2019). La comunicación efectiva: un factor crítico del éxito en el trabajo en equipo. *Enfoques*, XXXI (1), 21-46. ISSN: 1514-6006. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25961484008>
- Quero, Y., Mendoza, F. y Torres, Y. (2014). Comunicación efectiva y desempeño laboral en Educación Básica. *Negotium*, 9 (27), 22-33. ISSN: 1856-1810. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78230409001>
- Ramos, J. (2018). *Marketing con WhatsApp: Guía práctica*. inXii, 2018
- Reyes, A. (1978). *Administración de empresas: teoría y práctica*. Editorial Limusa.
- Reyes, A. (1985). *Administración por objetivos*. Editorial Limusa. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=UqqqNUQwX-QC&oi=fnd&pg=PA11&dq=Teor%C3%ADa+administraci%C3%B3n+por+objetivos&ots=tUeuBM6AHs&sig=ilSeUhb4Z3D5yueCDHr8TPynHxk#v=onepage&q=Teor%C3%ADa%20administraci%C3%B3n%20por%20objetivos&f=false>
- Riaño, M. (2016). Gestión de procesos con BPM. *Tecnología Investigación y Academia*, 4(2), 45-56.
- Salvador, M. (2006). *Compras/ Buys: Principios y aplicaciones/ Principles and applications*. Editorial Limusa
- San Miguel, P. (2007). *Calidad*. Editorial Paraninfo.
- Sánchez, J., y Cosculluela, J. (2000). *Ingeniería del software*. Gesem, Institut Cibernos bcn.
- Sánchez, Ó. (2021). *Gestión de proveedores*. Editorial Paraninfo.

- Santiago, E. (2017). *Implementación de la gestión de compras para mejorar la productividad del área de compras en la maderera el piscobambino, Carabayllo 2017* (Tesis de título profesional). Universidad César Vallejo, Peru.
- Serna, D. y Rivera, Y. (2018). Dinámica de sistemas en la gestión de inventarios. *Ingenierías USBMed*, 9(1), 75-85.
- Silveira, A. (2021). Tecnologia como vantagem competitiva na gestão estratégica de compras. *Recima21 - Revista Científica Multidisciplinar* - ISSN 2675-6218, 2(5), e25392. <https://doi.org/10.47820/recima21.v2i5.392>
- Soto, C. (2013). *Prosupuestos empresariales*. Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=K8A0DgAAQBAJ&pg=PA145&dq=k%C3%A1rdex&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiNxPTI0NzyAhVHRjABHRt9C7UQ6AF6BAgIEAI#v=onepage&q=k%C3%A1rdex&f=false>
- Tecla, A., y Garza, A. (1981). *Teoría, métodos y técnicas en la investigación social*. Ediciones Taller Abierto.
- Valdemoro, S., y Ferrer, J. (2012). *Gestión de pedidos y stock*. Digitalia Hispánica.
- Viveros, N. (2013). *Gerencia de compras: La nueva estrategia competitiva*. Ecoe Ediciones.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: Modelo CCI para la optimización de la gestión de compras en una empresa exportadora de artesanías, Lima 2021.

Problema general	Objetivo general	Categoría 1: Gestión de compras	
		Sub categorías	Indicadores
¿Cómo mejorar la gestión de compras en una empresa exportadora de artesanías de Lima, 2021?	Proponer la implementación del modelo CCI para la optimización de la gestión de compras en una empresa exportadora de artesanías, Lima 2021.	Proceso de compras	1. Requerimiento
			2. Cotización
			3. Orden de compra
		Selección de proveedores	4. Precio
			5. Tiempo de entrega
			6. Calidad
		Control de materiales	7. Kardex
			8. Verificación de stock
Problemas específicos	Objetivos específicos	Categoría 2 :	
¿Cuál es la situación del proceso de compras en la empresa exportadora de artesanías, Lima 2021?	Diagnosticar la situación del proceso de compras en la empresa exportadora de artesanías, Lima 2021.	Modelo CCI Alternativas <ol style="list-style-type: none"> 1. Implementar el proceso de compras en WhatsApp Business. 2. Establecer la app WhatsApp Business medio de comunicación y coordinación. 3. Implementación del sistema de gestión de inventarios. 	
¿Cuáles son las deficiencias en el proceso de compras del área de almacén en la empresa exportadora de artesanías, Lima 2021?	Identificar las deficiencias en el proceso de compras del área de almacén en la empresa exportadora de artesanías, Lima 2021.		
Tipo, nivel y método	Población, muestra y unidad informante	Técnicas e instrumentos	Procedimiento y análisis de datos
Sintagma: holístico Tipo: proyectiva Nivel: comprensivo Método: inductivo, deductivo, analítico	Población: unidad de análisis Muestra: objeto documental Unidad informante: 3 entrevistados	Técnicas: entrevista, análisis documental Instrumentos: guía de entrevista, registro documental.	Procedimiento: indagación de información, búsqueda, validez y aplicación de instrumentos, procesamiento y recolección de datos. Análisis de datos: ATLAS TI 8, triangulación.

Anexo 2: Instrumento cuantitativo

FICHA DE EVALUACIÓN DEL REGISTRO DOCUMENTAL

Título del documento:	Registro de órdenes de compra	
Período o año:	2020-2021	
Objetivo del documento:	Descripción del documento:	El documento responde al área o institución:
Analizar si se están emitiendo las órdenes de compras por la compra de materiales y la frecuencia en la que se realiza este procedimiento.	Reporte detallado de las compras realizadas mensualmente de para las compras en general.	Área de administrativa

FICHA DE EVALUACIÓN DEL REGISTRO DOCUMENTAL

Título del documento:	Documentos diversos	
Período o año:	2020-2021	
Objetivo del documento:	Descripción del documento:	El documento responde al área o institución:
Identificar se está realizando la búsqueda de proveedores y comparación de ofertas.	Correos, WhatsApp y/o documentos de las cotizaciones solicitadas a proveedores que indican precios, tiempos de entrega y especificaciones del producto requerido.	Área de logística

FICHA DE EVALUACIÓN DEL REGISTRO DOCUMENTAL

Título del documento:	Registro de control de calidad y puntualidad	
Período o año:	2020-2021	
Objetivo del documento:	Descripción del documento:	El documento responde al área o institución:
Analizar el cumplimiento de los acuerdos pactados con los proveedores, verificación de calidad y entrega.	Lista detallada de las devoluciones, tiempo de entrega o rechazo de los productos adquiridos para el embalaje del área de almacén.	Área de logística

FICHA DE EVALUACIÓN DEL REGISTRO DOCUMENTAL

Título del documento:	Registro de Pagos	
Período o año:	2020-2021	
Objetivo del documento:	Descripción del documento:	El documento responde al área o institución:
Identificar y verificar las compras que se efectuaron hayan sido registradas con ordenes de compras.	Detalle de las compras, cantidades, fechas de compras y pagos a proveedores de materiales.	Área de contabilidad

Anexo 3: Instrumento cualitativo

Guía de entrevista (Instrumento cualitativo)

Datos:

Cargo o puesto en que se desempeña:	
Nombres y apellidos	
Código de la entrevista	
Fecha	
Lugar de la entrevista	

Nro.	Sub categoría	Preguntas de la entrevista
1	Proceso de compras	¿Qué procedimiento sigue para realizar la compra de materiales? ¿Cuál es su mayor dificultad para realizar este proceso?
		¿Cuáles son los documentos que utiliza o genera para realizar el proceso de compras? ¿Cuál de ellos son los que genera con el ERP?
2	Selección de proveedores	¿Qué factores influyen para determinar la selección de un proveedor de productos y/o servicios?
		¿Cómo influye el tiempo de entrega de los materiales en la labor del embalaje y como controla este factor?
3	Control de materiales	¿Qué documentos o sistema utiliza para llevar el control de los materiales? ¿Cómo le ayudan a determinar la reposición de ellos?
		¿Qué documentos revisas para verificar el stock de los materiales? Esta información ¿Es actualizada por su área o lo realiza otra?
		¿En qué facilita u obstaculiza su trabajo utilizar el ERP para gestionar las compras de materiales?

Anexo 4: Fichas de validación de los instrumentos cuantitativos



Facultad de Ingeniería y Negocios

FICHA DE EVALUACIÓN DEL REGISTRO DOCUMENTAL

Título del documento:	Registro de órdenes de compra	
Periodo o año:	2020-2021	
Objetivo del documento:	Descripción del documento:	El documento responde al área o institución:
Analizar si se están emitiendo las órdenes de compras por la compra de materiales y la frecuencia en la que se realiza este procedimiento.	Reporte detallado de las compras realizadas mensualmente de para las compras en general.	Área de administrativa

CERTIFICADO DE EVALUACIÓN DE REGISTRO DOCUMENTAL

N.º	Documentos	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Observaciones	Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No		
1	Reportes de ordenes compras 2020-2021	x		x		x			



Facultad de Ingeniería y Negocios

FICHA DE EVALUACIÓN DEL REGISTRO DOCUMENTAL

Título del documento:	Documentos diversos	
Periodo o año:	2020-2021	
Objetivo del documento:	Descripción del documento:	El documento responde al área o institución:
Identificar se está realizando la búsqueda de proveedores y comparación de ofertas.	Correos, WhatsApp y/o documentos de las cotizaciones solicitadas a proveedores que indican precios, tiempos de entrega y especificaciones del producto requerido.	Área de logística

CERTIFICADO DE EVALUACIÓN DE REGISTRO DOCUMENTAL

N.º	Documentos	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Observaciones	Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No		
1	Correos con cotizaciones 2020-2021	x		x		x			
2	Capturas de pantalla de WhatsApp donde se haya solicitado cotizaciones 2021	x		x		x			
3	Cotizaciones en PDF o en físico 2020-2021	x		x		x			



Facultad de Ingeniería y Negocios

FICHA DE EVALUACIÓN DEL REGISTRO DOCUMENTAL

Título del documento:	Registro de control de calidad y puntualidad	
Periodo o año:	2020-2021	
Objetivo del documento:	Descripción del documento:	El documento responde al área o institución:
Analizar el cumplimiento de los acuerdos pactados con los proveedores, verificación de calidad y entrega.	Lista detallada de las devoluciones, tiempo de entrega o rechazo de los productos adquiridos para el embalaje del área de almacén.	Área de logística

CERTIFICADO DE EVALUACIÓN DE REGISTRO DOCUMENTAL

N.º	Documentos	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Observaciones	Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No		
1	Reporte de control de calidad y puntualidad 2020-2021	x		x		x			

FICHA DE EVALUACIÓN DEL REGISTRO DOCUMENTAL

Título del documento:	Registro de pagos	
Periodo o año:	2020-2021	
Objetivo del documento:	Descripción del documento:	El documento responde al área o institución:
Identificar y verificar las compras que se efectuaron hayan sido registradas con ordenes de compras.	Detalle de las compras, cantidades, fechas de compras y pagos a proveedores de materiales.	Área de contabilidad

CERTIFICADO DE EVALUACIÓN DE REGISTRO DOCUMENTAL

N.º	Documentos	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Observaciones	Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No		
1	Reporte de pago a proveedores 2020-2021	x		x		x			

OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL REGISTRO DOCUMENTAL:

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Nombres y Apellidos	Julio Ricardo Capristán Miranda	DNI N°	06663183
Condición en la universidad	Docente	Teléfono / Celular	953708849
Años de experiencia	20	Firma	
Título profesional/ Grado académico	Maestro	Lugar y fecha	05/10/2021
Metodólogo/ temático	Temático		

¹Pertinencia: La pregunta abierta corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: La pregunta abierta es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo

³Construcción gramatical: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es abierta y permite que el entrevistado se desenvuelva.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando las preguntas formuladas son suficientes para medir la subcategoría.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL REGISTRO DOCUMENTAL:

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

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

Nombres y Apellidos	Fernando Alexis Nolasco Labajos	DNI N°	400961822
Condición en la universidad	Docente metodólogo	Teléfono / Celular	947480893
Años de experiencia	19 años	Firma	
Título profesional/ Grado académico	Licenciado/ doctor	Lugar y fecha	Setiembre del 2021
Metodólogo/ temático	Metodólogo		

¹Pertinencia: La pregunta abierta corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: La pregunta abierta es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo

³Construcción gramatical: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es abierta y permite que el entrevistado se desenvuelva.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando las preguntas formuladas son suficientes para medir la subcategoría.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL REGISTRO DOCUMENTAL:

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Nombres y Apellidos	Leoncio Robinson Sánchez Roque	DNI N°	43339740
Condición en la universidad	Docente	Teléfono / Celular	995607633
Años de experiencia	13 años	Firma	
Título profesional/ Grado académico	Licenciado/Dr Administración, Dr Ciencias de la Educación	Lugar y fecha	octubre de 2021
Metodólogo/ temático	Temático		

¹Pertinencia: La pregunta abierta corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: La pregunta abierta es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo

³Construcción gramatical: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es abierta y permite que el entrevistado se desenvuelva.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando las preguntas formuladas son suficientes para medir la subcategoría.

CERTIFICADO DE EVALUACIÓN DE CONTENIDO DE LA ENTREVISTA A GERENTE GENERAL

N°.	Formulación de los ítems/ preguntas abiertas	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Construcción gramatical ³		Observaciones	Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No		
1	¿Qué procedimiento sigue el personal para realizar la compra de materiales? ¿Cuál es la mayor dificultad que ha podido identificar para realizar este proceso?	x		x		x			
2	¿Cuáles son los documentos que utilizan o generan sus colaboradores para realizar el proceso de compras? ¿Cuál de ellos son los que generan con el ERP?	x		x		x			
3	¿Qué factores influyen para determinar la selección de un proveedor de productos y/o servicios?	x		x		x			
4	¿Cómo influye el tiempo de entrega de los materiales en la labor del área de almacén y como controla este factor?	x		x		x			
5	¿Qué documentos o sistema utilizan sus colaboradores para llevar el control de las compras? ¿Cómo le ayudan a determinar la reposición de ellos?	x		x		x			
6	¿Qué documentos utilizan sus colaboradores para actualizar la información del stock de los materiales? ¿Cuáles son los inconvenientes que ha podido observar en sus trabajadores para realizar este proceso?	x		x		x			
7	¿En qué facilita u obstaculiza el trabajo de su personal utilizar el ERP para gestionar las compras?	x		x		x			

DE APLICABILIDAD DE LA ENTREVISTA:

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable | Aplicable después de corregir | No aplicable |

Nombres y Apellidos	Julio Ricardo Capristán Miranda	DNI N°	06663183
Condición en la universidad	Docente	Teléfono / Celular	953708849
Años de experiencia	20	Firma	
Título profesional/ Grado académico	Maestro		
Metodólogo/ temático	Temático	Lugar y fecha	05/10/2021

¹Pertinencia: La pregunta abierta corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: La pregunta abierta es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo

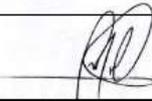
³Construcción gramatical: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es abierta y permite que el entrevistado se desenvuelva.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando las preguntas formuladas son suficientes para medir la subcategoría.

DE APLICABILIDAD DE LA ENTREVISTA:

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable | Aplicable después de corregir | No aplicable |

Nombres y Apellidos	Fernando Alexis Nolasco Labajos	DNI N°	400961822
Condición en la universidad	Docente metodólogo	Teléfono / Celular	947480893
Años de experiencia	19 años	Firma	
Título profesional/ Grado académico	Licenciado/ doctor		
Metodólogo/ temático	Metodólogo	Lugar y fecha	Setiembre del 2021

¹Pertinencia: La pregunta abierta corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: La pregunta abierta es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo

³Construcción gramatical: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es abierta y permite que el entrevistado se desenvuelva.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando las preguntas formuladas son suficientes para medir la subcategoría.

DE APLICABILIDAD DE LA ENTREVISTA:

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable | Aplicable después de corregir | No aplicable |

Nombres y Apellidos	Leoncio Robinson Sanchez Roque	DNI N°	43339740
Condición en la universidad	Docente	Teléfono / Celular	995607633
Años de experiencia	13 años	Firma	
Título profesional/ Grado académico	Licenciado/Dr Administración, Dr Ciencias de la Educación		
Metodólogo/ temático	Temático	Lugar y fecha	octubre de 2021

¹Pertinencia: La pregunta abierta corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: La pregunta abierta es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo

³Construcción gramatical: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es abierta y permite que el entrevistado se desenvuelva.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando las preguntas formuladas son suficientes para medir la subcategoría.

Anexo 5: Fichas de validación de la propuesta



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la investigación: Modelo CCI para la optimización de la gestión de compras en una empresa exportadora de artesanías, Lima 2021.
Nombre de la propuesta: Modelo CCI para la optimización de la gestión de compras.

Yo, Irma Milagros Carhuacho Mendoza identificada con DNI Nro 40460914 Especialista en Administración - Investigación Actualmente laboro en la Univ. Wiener Ubicada en Lima. Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Pertinencia: La propuesta es coherente entre el problema y la solución.

Relevancia: Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.

Construcción gramatical: se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

N°	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	*		*		*			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	*		*		*			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	*		*		*			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación holística- mixta -proyectiva	*		*		*			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	*		*		*			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	*		*		*			
7	La propuesta presenta estrategias, tácticas y KPI explícitos y transversales a los objetivos	*		*		*			
8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	*		*		*			
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	*		*		*			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	*		*		*			

Y después de la revisión opino que:

1. Que la propuesta es viable de aplicar.

Es todo cuanto informo;

Fecha: 23.11.2021

Apellidos y nombres:	Carhuacho Mendoza Irma Milagros		
Profesional en:	Administración	Título / grado	Dra en Administración
Experiencia en años:	18	Experto en:	Administración – Investigación
DNI:	4046094	Celular:	983938868
		Relación con la entidad de estudio	Ninguna

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la investigación: Modelo CCI para la optimización de la gestión de compras en una empresa exportadora de artesanías, Lima 2021.
Nombre de la propuesta: Modelo CCI para la optimización de la gestión de compras.

Yo Rómulo Calderón Cosme identificado con DNI Nro 08916021 Especialista en Artesanías de plata Actualmente laboro en Intercrafts Peru S.A.C. Ubicado en Jr. Garcilazo de la Vega Nro. 496 Urb. Ingeniería - Lima - San Martín de Porres a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Pertinencia: La propuesta es coherente entre el problema y la solución.

Relevancia: Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.

Construcción gramatical: se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

N°	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	X		X		X			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	X		X		X			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	X		X		X			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación holística- mixta -proyectiva	X		X		X			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	X		X		X			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	X		X		X			
7	La propuesta presenta estrategias, tácticas y KPI explícitos y transversales a los objetivos	X		X		X			
8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	X		X		X			

9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	X		X		X			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	X		X		X			

Y después de la revisión opino que:

- La propuesta es aplicable y se ajusta a los estándares logísticos y de compras, es de carácter innovador y su adaptabilidad es de mejora continua.

Es todo cuanto informo;



Rómulo Calderón Cosme
Gerente General

Firma

Fecha: 22-11-2021

Apellidos y nombres:	Calderón Cosme Rómulo		
Profesional en:	Joyería	Título / grado	Ninguno
Experiencia en años:	30	Experto en:	Platería
DNI:	08916021	Celular:	974 114 197
		Relación con la entidad	Gerente General

22/11/21 11:55

Documento sin título

REPRESENTANTES LEGALES DE 20505682298 - INTERCRAFTS PERU S.A.C.

Resultado de la Búsqueda

La información exhibida en esta consulta corresponde a lo declarado por el contribuyente ante la Administración Tributaria.

Documento	Nro. Documento	Nombre	Cargo	Fecha Desde
DNI	08916021	CALDERON COSME ROMULO	GERENTE GENERAL	01/01/2019

PAGO A PROVEEDORES 2021					
FECHA	FACTURA	PROVEEDOR	DESCRIPCION	REFER	
13-mar	F302-9075	INCA TOPS	INCA TOPS	FIBRA ALFACA 12A ANILAO	D.C. 13019
13-mar	9170-7813	MICHELL Y CIA	MICHELL Y CIA	FIBRA ALFACA 12A ANILAO	D.C. 13019
24-mar	8902-121	REPOSIC. CAJA CHCA	ROBERTO ROMERO CAHO	26 RLS. SEMILLAS ASA - CTM	
12-abr	021-175	CARMEN CUNDO DURAN	CARMEN CUNDO DURAN	30 RLS. CARTON CORRUGADO Y TROQUELADO	D.C. 13021
25-abr	003-23	SEGUNDO T. VASQUEZ RISCO	SEGUNDO T. VASQUEZ RISCO	125 CARTAS C. DUPLEX - 2287 TV	D.C. 13023
24-may	0001-57	CARTONERIA Y PAPELERIA PCR ERL	100 (60X40X30), 100 (50X40X24), 50 (60X40X40), 50 (30X30X28) CAL. CATON CORRUG. Y 200 (20X13X12CM), 400(15.5X14.48X), 200(16.5X12.5X4.5) MICROCORRUG. TROQUELADO		D.C. 13024
28-may	031-24	SEGUNDO T. VASQUEZ RISCO	SEGUNDO T. VASQUEZ RISCO	CAJITAS CARTON DUPLEX (1500 (4.5X6.5X2CM DOBLE BASE)- 2290 SOLIDAR Y 700 (4.5X6.5X4.5CM), 100 (4X7.5X4CM) 2279 02A	D.C. 13025
9-jun	031-25	SEGUNDO T. VASQUEZ RISCO	SEGUNDO T. VASQUEZ RISCO	CAJAS C. DUPLEX (400 (10.5X6.5X3CM), 68 (8X7.5X3CM), 1000 (6.5X6.5X4.5) - 2287 SOLIDAR	D.C. 13026
9-jun	031-41	CARTONERIA Y PAPELERIA PCR ERL	CARTONERIA Y PAPELERIA PCR ERL	100 CAL. CARTON CORRUG. (77X27X30), 500 (C.C. MICROCORR. TROQUELADO, 22X17X3CM)	D.C. 13027
21-jun	F372-00034	REPOSIC. CAJA CHCA	IN HENO SA	10 ROLLO DE CTA. ENBOLAJE T42 HIGIANO	D.C. 13031
25-jun	0001-47	WALTER J. PARIONA PARIONA	WALTER J. PARIONA PARIONA	BOLSITAS DE PAPEL (600 VENTANA MEDIANA 10X15CM, 900 (10X15 V. COMPLETA, 250 12X8 M. VENTANA) EL PUENTE	
25-jun	0001-47	WALTER J. PARIONA PARIONA	WALTER J. PARIONA PARIONA	BOLSITAS DE PAPEL (600 VENTANA MEDIANA 10X15CM, 900 (10X15 V. COMPLETA, 250 12X8 M. VENTANA) EL PUENTE	
25-jun	0101-1888	REPOSIC. CAJA CHCA	TEOFILO GUERRA BARTOLAN	17 40RLS SEMILLA ADA4-CTM	D.C. 13032
5-jul	02-101	RICARDO F. H. OBREGON HUAMAN	RICARDO F. H. OBREGON HUAMAN	12500 ETIQ. ANILAO, 1000 ETQ. EN POLIAMIDA (EL FUENTE), 500 ETIQ. EN ONISA SATIN (INTERCRAFT)	D.C. 13034
7-ago	031-26	SEGUNDO T. VASQUEZ RISCO	SEGUNDO VASQUEZ RISCO	CAJITAS CARTON DUPLEX (600X40X10CM) BELGICA Y CTM, 1100 (6.5X6.5X4.5CM) OXFAM BELGICA	ORD
17-ago	0001-4430	ETICOM 100 ETIQUETAS	ETICOM 100 ETIQUETAS	10 MILLARES ETIQUETAS (ADHESIVAS) INTERCRAFT	ORD
24-ago	031-27	SEGUNDO T. VASQUEZ RISCO	SEGUNDO VASQUEZ RISCO	1200 CARTAS DE CARTON DUPLEX 9X7.5X4CM (300 OXFAM, 712 (520)PULAS, 548, (87)CRAFT)	ORD
5-sep	031-27	SEGUNDO T. VASQUEZ RISCO	SEGUNDO VASQUEZ RISCO	1200 CARTAS DE CARTON DUPLEX 9X7.5X4CM (300 OXFAM, 712 (520)PULAS, 548, (87)CRAFT)	
3-sep	F302-10660	INCA TOPS	INCA TOPS	FIBRA ALFACA 2216 02A	
3-sep	F302-10660	INCA TOPS	INCA TOPS	FIBRA ALFACA 2216 02A	
9-sep	0001-109	WALTER J. PARIONA PARIONA	WALTER J. PARIONA PARIONA	5 MILLARES BOLSITAS DE PAPEL (VENTANA COMPLETA 10X15CM) EL PUENTE	
10-sep	0001-109	WALTER J. PARIONA PARIONA	WALTER J. PARIONA PARIONA	5 MILLARES BOLSITAS DE PAPEL (VENTANA COMPLETA 10X15CM) EL PUENTE	
23-sep	031-49	CARTONERIA Y PAPELERIA PCR ERL	CARTONERIA Y PAPELERIA PCR ERL	1000 CAJAS DE CARTON CORRUG. TROQUELADAS (16.5X12.5X4.5CM)	
17-sep	031-49	CARTONERIA Y PAPELERIA PCR ERL	CARTONERIA Y PAPELERIA PCR ERL	1000 CAJAS DE CARTON CORRUG. TROQUELADAS (16.5X12.5X4.5CM)	

REPORTE DE ORDENES DE COMPRA

Sucursal : Todos

Del : 1/1/2020 al 31/12/2020

Registro	Emitido	Proveedor	Cliente	Soles	Dólares	Gravada	IGV	Total
1013	20-mar	JUAN GABRIEL PEREZ C	EL PUENTE GMBH	1005.4	0	1530	275.4	1005.4
1014	18-mar	OFELIA YNES ARROYO J	INTERCRAFTS PERU SAC	645.7	0	547.2	58.5	645.7
1015	22-mar	CARTONERIA Y PAPELER	INTERCRAFTS PERU SAC	359.9	0	305	54.9	359.9
1016	22-mar	OFELIA YNES ARROYO J	INTERCRAFTS PERU SAC	421.19	0	356.94	64.25	421.19
1017	26-mar	J.J. PRODUCCIONES GR	EL PUENTE GMBH	1362.31	0	1154.5	207.81	1362.31
1018	26-mar	IRIS AMERICA HUAMAN	EL PUENTE GMBH	383.5	0	325	58.5	383.5
1019	26-mar	JUAN GABRIEL PEREZ C	EL PUENTE GMBH	1331.16	0	1126.12	205.06	1331.16
1020	2-abr	E&M NEWS SYSTEMS SAC	TEN THOUSAND VILLAGE	354	0	300	54	354
1022	10-may	OFELIA YNES ARROYO J	INTERCRAFTS PERU SAC	20	0	16.95	3.05	20
1023	10-may	TAI LOY S.A.	INTERCRAFTS PERU SAC	67.2	0	56.95	10.25	67.2
1024	15-may	CARTONERIA Y PAPELER	TRADES OF HOPE	855	0	790	135	855
1025	15-may	CARTONERIA Y PAPELER	INTERCRAFTS PERU SAC	1150.5	0	875	175.5	1150.5
1026	30-may	CARTONERIA Y PAPELER	SERRV INTERNATIONAL	1103.16	0	934.9	168.26	1103.16
1027	30-may	PARIS CONSORCIO PAPE	INTERCRAFTS PERU SAC	0	299.72	254	45.72	299.72
1028	5-jun	TAI LOY S.A.	INTERCRAFTS PERU SAC	26.66	0	24.46	4.4	26.66
1030	3-jul	CARTONERIA Y PAPELER	TRADES OF HOPE	767	0	690	117	767
1031	5-jul	CARTONERIA Y PAPELER	INTERCRAFTS PERU SAC	767	0	690	117	767
1032	13-jul	IRIS AMERICA HUAMAN	EL PUENTE GMBH	383.5	0	325	58.5	383.5
1033	13-jul	IRIS AMERICA HUAMAN	EZA FAIRER HANDEL GM	62.6	0	70	12.6	62.6
1034	13-jul	JUAN GABRIEL PEREZ C	MACONDO COMERCIO SO	299.59	0	253.89	45.7	299.59
1035	13-jul	JUAN GABRIEL PEREZ C	EL PUENTE GMBH	1419.36	0	1202.85	216.51	1419.36
1036	16-jul	E&M NEWS SYSTEMS SAC	CTM ALTROMERCATO SOC	686.76	0	562	104.76	686.76
1037	16-jul	E&M NEWS SYSTEMS SAC	CTM ALTROMERCATO SOC	354	0	300	54	354
1038	16-jul	OFELIA YNES ARROYO J	INTERCRAFTS PERU SAC	303.98	0	427.1	76.68	303.98
1039	18-jul	HECTOR RODRIGUEZ BOZ	EL PUENTE GMBH	419.2	0	355.25	63.95	419.2
1040	19-jul	JUAN GABRIEL PEREZ C	SOLIDAR MONDE	921.66	0	781.24	140.62	921.66
1041	19-jul	JUAN GABRIEL PEREZ C	EL PUENTE GMBH	59.98	0	50.83	9.15	59.98
1042	23-jul	HECTOR RODRIGUEZ BOZ	OXFAM AUSTRALIA TRADI	179.66	0	152.25	27.41	179.66
1043	27-jul	CARTONERIA Y PAPELER	ALTROMERCATO IMPRESA	525.69	0	445.5	80.19	525.69
1044	27-jul	CARTONERIA Y PAPELER	SIHAM CRAFTLINK	70.6	0	60	10.6	70.6
1045	27-jul	CARTONERIA Y PAPELER	OXFAM BELGICA	206.5	0	175	31.5	206.5
1046	27-jul	CARTONERIA Y PAPELER	TRADES OF HOPE	767	0	690	117	767
1047	16-ago	E&M NEWS SYSTEMS SAC	EQUOMERCATO SOC. COO	1416	0	1200	216	1416
1048	20-ago	CARTONERIA Y PAPELER	INTERCRAFTS PERU SAC	767	0	690	117	767
1049	20-ago	CARTONERIA Y PAPELER	SOLIDAR MONDE	325.66	0	276	49.66	325.66
1050	3-sep	HILTON EDUARDO CALDE	EL PUENTE GMBH	0	385.66	327	58.66	385.66
1051	7-sep	CARTONERIA Y PAPELER	TRADES OF HOPE	767	0	690	117	767
1052	7-sep	CARTONERIA Y PAPELER	TRADES OF HOPE	306.6	0	260	46.6	306.6
1053	10-sep	CARTONERIA Y PAPELER	INTERCRAFTS PERU SAC	767	0	690	117	767
1054	17-sep	OFELIA YNES ARROYO J	INTERCRAFTS PERU SAC	35.98	0	30.49	5.49	35.98
1055	17-sep	TAI LOY S.A.	INTERCRAFTS PERU SAC	93.03	0	80.53	14.5	93.03
1056	4-oct	OFELIA YNES ARROYO J	EL PUENTE GMBH	229.51	0	194.5	35.01	229.51
1061	9-oct	IRIS AMERICA HUAMAN	EL PUENTE GMBH	100.3	0	85	15.3	100.3
1062	11-oct	ETICOM 500 ETIQUETAS	INTERCRAFTS PERU SAC	0	106.2	90	16.2	106.2
1063	16-oct	OFELIA YNES ARROYO J	EL PUENTE GMBH	60.89	0	51.6	9.29	60.89
1064	16-nov	CGS DIGITAL EIRL	OXFAM AUSTRALIA TRADI	41.78	0	35.36	6.37	41.78
TOTALES				23245.34	791.78			
TOTAL SI.						19699.43	3545.91	23245.34
TOTAL US\$						671	120.78	791.78

REPORTE DEL DETALLE DE LAS ORDENES DE COMPRA

Sucursal : Todos

Del : 01/01/2021 Al : 07/10/2021

Ver Todos Los Registros

O. Comp.	Emitido	Proveedor	Cliente	Moneda	Cod. Interno	Descripción	Cantidad	Cnj. x Ing.	Prec. Unit.	Total	G. Ing.
15021	9-abr	CARMEN CECILIA CUNEO DURAN		SOLES	ECCRR01	BOBINAS DE CARTON CORRUGADO, 1.64 CM	50	50	3.9	195	13637
15022	9-abr	SEGUNDO TOMAS VASQUEZ RISCO	TEN THOUSAND VILLAGES	SOLES	MA19C01	CAJA DE CARTULINA COLOR BLANCO, 7X 5X2.5 CM -IT18L002A	525	525	1.6	840	13638
15023	15-abr	PARIS CONSORCIO PAPELERO S.A.C		SOLES	EPL01	PAPEL PERIODICO LONJA	500	500	2.268	1144	13640
15024	20-may	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.P. EIRL		SOLES	ECC02	CAJAS DE CARTON CORRUGADO 40X80X30 CM	100	100	7.6	760	13641
15024	20-may	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.P. EIRL		SOLES	ECC090	CAJA DE CARTON DOBLE 36X59X24 CM - MEDIDAS EXTERNAS	100	100	6.8	680	13641
15024	20-may	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.P. EIRL		SOLES	ECC01	CAJAS DE CARTON CORRUGADO 40X80X46 CM	50	50	9.5	475	13641
15024	20-may	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.P. EIRL		SOLES	ECC091	CAJAS DE CARTON DOBLE 36X59X18 CM	50	50	6.2	325	13641
15024	20-may	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.P. EIRL		SOLES	ECC132	CAJA DE CARTON MICROCORRUGADO TROQUELADA 20X13X11 CM	200	200	1.05	210	13641
15024	20-may	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.P. EIRL		SOLES	ECC133	CAJA DE CARTON MICROCORRUGADO 15.5x14.5x8 CM	400	400	1.25	500	13641
15024	20-may	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.P. EIRL		SOLES	ECC134	CAJA DE CARTON MICROCORRUGADO TROQUELADAS 16.2x12.5x4.5 CM	500	500	0.75	375	13641
15025	21-may	SEGUNDO TOMAS VASQUEZ RISCO		SOLES	ECC09	CAJAS DE CARTON DUPLEX 4 5X6 5X6 5 CM	700	700	0.5	350	13642
15025	21-may	SEGUNDO TOMAS VASQUEZ RISCO		SOLES	ECC04	CAJAS DE CARTON DUPLEX 9X7 5X4 CM	200	200	0.5	100	13642
15026	1-jun	SEGUNDO TOMAS VASQUEZ RISCO	SOLIDAR MONDE	SOLES	ECC04	CAJAS DE CARTON DUPLEX 9X7 5X4 CM	66	66	0.5	34	13640
15026	1-jun	SEGUNDO TOMAS VASQUEZ RISCO	SOLIDAR MONDE	SOLES	ECC09	CAJAS DE CARTON DUPLEX 4 5X6 5X6 5 CM	1000	1000	0.5	500	13640
15026	1-jun	SEGUNDO TOMAS VASQUEZ RISCO	SOLIDAR MONDE	SOLES	CP0013IV	CAJAS DE CARTULINA DUPLEX, COLOR BLANCO 8X10 5X6 CM	400	400	0.6	240	13640
15027	1-jun	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.P. EIRL		SOLES	ECC135	CAJA DE CARTON DOBLECORRUGADO 27X27X39 CM	100	100	4.5	450	13649
15027	1-jun	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.P. EIRL		SOLES	ECC136	CAJA DE CARTON MICROCORRUGADO TROQUELADAS 22X17X9 CM	500	500	1.55	775	13649
15032	15-jun	TAI HENG S.A.	INTERCRAFTS PERU SAC (ALMACEN)	SOLES	CEMB001	CINTA EMBALAJE 48mm TRANSPARENTE	12	0	3.577	64.4	0

CONTROL - CALIDAD Y PUNTUALIDAD

Nº	ORDEN DE COMPRA Nº	PROVEEDOR	PRODUCTO	CANTIDAD PEDIDO	PRECIO	CANTIDAD ENTREGADO	RECHAZADO S CALIDAD	FECHA DEL PEDIDO	FECHA ENTREGADO	DIAS DE RETRASO	OBSERVACIONES
1	1014	OFELIA VIEL ARROYO S.L.C.A	BOLSA POLIETILENO POLIOLC 1200 S X 4 C	4,000	5,000	0	0	06-mar-20	17-mar-20	0	
2	1015	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.F. SRL	CAJA DE CARTON MICROCORRUGADO 280-4	360	5,000	360	0	22-mar-20	20-mar-20	2	
3	1016	OFELIA VIEL ARROYO S.L.C.A	CINTA TRANS DOLGADA 12MM 4000 800.5	4,024	5,000	4,024	0	22-mar-20	22-mar-20	0	
4	1017	L.A. PRODUCCIONES GRAFICAS SRL	ETIQUETA DE CARTON 8000 - 9.5 X 8 CM. 80	17,500	5,000	17,500	1,000	26-mar-20	28-mar-20	0	rechazo por mala impresión
5	1018	RES AMERICA HUASARAN GALAZA	ETIQUETA DE POLIAMIDA	5,000	5,000	0	0	26-mar-20	30-mar-20	0	
6	1019	DIAN GABRIEL PEREZ CRUZATE	ETIQUETAS ADHESIVAS 5.8 X 4 CM EL PUENTE	11,060	5,000	11,060	200	26-mar-20	13-abr-20	0	rechazo por mala impresión
7	1013	DIAN GABRIEL PEREZ CRUZATE	ETIQUETAS ADHESIVAS 5.8 X 4 CM EL PUENTE	15,000	5,000	15,000	0	26-mar-20	13-abr-20	0	rechazo por mala impresión
8	1020	E&M NEWS SYSTEMS SAC	CAJAS DE CARTON DUX 44 X 120X94 CM	500	5,000	500	0	02-abr-20	02-abr-20	0	
9	1027	OFELIA VIEL ARROYO S.L.C.A	CINTA EMBALAJE TRANSPARENTE 48mm X 120GAMA	8	5,000	8	0	13-may-20	13-may-20	0	
10	1023	EM LOY S.A	CINTA EMBALAJE 48mm TRANSPARENTE	28	5,000	28	0	13-may-20	13-may-20	0	
11	1024	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.F. SRL	CAJA DE CARTON MICROCORRUGADO BLAN	320	5,000	320	0	13-may-20	01-jun-20	0	
12	1025	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.F. SRL	CAJA DE CARTON DORSE 34X59X4 CM. 180	150	5,000	150	0	13-may-20	01-jun-20	0	
13	1026	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.F. SRL	CAJA CARTON DOBLE CORRUGADO 180-13	550	5,000	550	0	20-may-20	08-jun-20	0	
14	1027	PAPER CONSORCIO PAPELERO S.A.C	PAPER RECICLADO LONJA	100	5,000	100	0	30-may-20	30-may-20	0	
15	1028	EM LOY S.A	CINTA EMBALAJE 48mm TRANSPARENTE	17	5,000	17	0	05-jun-20	05-jun-20	0	
16	1029	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.F. SRL	CAJA DE CARTON MICROCORRUGADO BLAN	500	5,000	500	0	05-jun-20	15-jun-20	0	
17	1031	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.F. SRL	CAJAS DE CARTON CORRUGADO 400X300 0	200	5,000	200	0	05-jun-20	15-jun-20	0	
18	1032	RES AMERICA HUASARAN GALAZA	ETIQUETA DE POLIAMIDA	3,000	5,000	3,000	0	13-jun-20	13-jun-20	0	
19	1033	RES AMERICA HUASARAN GALAZA	ETIQUETAS PARA PRENDAS DE VESTIR	500	5,000	500	0	13-jun-20	13-jun-20	0	
20	1034	DIAN GABRIEL PEREZ CRUZATE	ETIQUETA ADHESIVA 20 X 34 CM	2,015	5,000	2,015	0	13-jun-20	22-jun-20	0	
21	1035	DIAN GABRIEL PEREZ CRUZATE	ETIQUETAS ADHESIVAS 5.8 X 4 CM EL PUENTE	7,200	5,000	7,200	0	13-jun-20	22-jun-20	0	
22	1036	E&M NEWS SYSTEMS SAC	CAJITAS DE CARTON DUPLEX 720-120X94 CM	820	5,000	820	0	16-jun-20	16-jun-20	0	
23	1037	E&M NEWS SYSTEMS SAC	CAJITAS DE CARTON DUPLEX 135-120X94 CM	80	5,000	80	0	16-jun-20	16-jun-20	0	
24	1038	OFELIA VIEL ARROYO S.L.C.A	BOLSA POLIETILENO POLIOLC 1200 8 X 4.5	4,100	5,000	4,100	0	17-jun-20	20-jun-20	0	
25	1039	HECTOR RODRIGUEZ BOZA	ETIQUETA DE CARTON 9.5 X 8 CM EL PUENTE	1,710	5,000	1,710	250	17-jun-20	14-jul-20	0	rechazo por mala impresión
26	1040	DIAN GABRIEL PEREZ CRUZATE	ETIQUETAS ADHESIVAS - CE - 1.20X1.90 CM	8,625	5,000	8,625	0	20-jun-20	05-jul-20	0	
27	1041	DIAN GABRIEL PEREZ CRUZATE	ETIQUETAS ADHESIVAS 5.8 X 4 CM EL PUENTE	1,105	5,000	1,105	0	20-jun-20	05-jul-20	0	
28	1042	HECTOR RODRIGUEZ BOZA	ETIQUETAS DE CARTON 3 X 2 CM OYFAM	350	5,000	350	0	23-jun-20	23-jun-20	0	
29	1043	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.F. SRL	CAJA CARTON MICROCORRUGADO 640x200 0	500	5,000	500	0	27-jun-20	10-jul-20	0	
30	1044	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.F. SRL	CAJA CARTON MICROCORRUGADO 380X180 0	60	5,000	60	0	27-jun-20	10-jul-20	0	
31	1045	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.F. SRL	CAJA CARTON MICROCORRUGADO ALTO DISE	250	5,000	250	0	27-jun-20	10-jul-20	0	
32	1046	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.F. SRL	CAJA DE CARTON MICROCORRUGADO BLAN	500	5,000	500	0	27-jun-20	10-jul-20	0	
33	1047	E&M NEWS SYSTEMS SAC	CAJITAS DE CARTON DUPLEX 1000-120X94	2,000	5,000	0	0	17-jun-20	20-jun-20	0	mala impresión
34	1048	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.F. SRL	CAJAS DE CARTON CORRUGADO 400X300 0	200	5,000	200	0	20-jun-20	25-jun-20	0	
35	1049	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.F. SRL	CAJA CARTON DOBLE CON CORRUGACION 4	320	5,000	320	0	20-jun-20	25-jun-20	0	mala impresión
36	1050	HILTON EDUARDO CALDERON PAUCAR	BOB PREGUNTAS BOBOS DE TELA SINTETICA	720	5,000	720	0	03-jun-20	07-jun-20	0	
37	1051	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.F. SRL	CAJA DE CARTON MICROCORRUGADO BLAN	500	5,000	500	0	07-jun-20	14-jun-20	0	mala impresión
38	1052	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.F. SRL	CAJA DE CARTON MICROCORRUGADO BLAN	200	5,000	200	0	07-jun-20	14-jun-20	0	
39	1053	CARTONERIA Y PAPELERIA P.C.F. SRL	CAJAS DE CARTON CORRUGADO 800X300 0	100	5,000	100	0	10-jun-20	14-jun-20	0	
40	1054	OFELIA VIEL ARROYO S.L.C.A	CINTA TRANS DOLGADA 12MM	30	5,000	30	0	17-jun-20	17-jun-20	0	

CONTROL - CALIDAD Y PUNTUALIDAD

Nº	ORDEN DE COMPRA Nº	PROVEEDOR	PRODUCTO	CANTIDAD PEDIDO	PRECIO	CANTIDAD ENTREGADO	RECHAZADO S CALIDAD	FECHA DEL PEDIDO	FECHA ENTREGADO	DIAS DE RETRASO	OBSERVACIONES
41	1055	EM LOY S.A	CINTA EMBALAJE 48mm TRANSPARENTE	30	5,000	30	0	17-jun-20	17-jun-20	0	
42	1056	OFELIA VIEL ARROYO S.L.C.A	BOLSA POLIETILENO POLIOLC 1200 8 X 4.5	4,200	5,000	4,200	0	05-jun-20	06-jun-20	0	
43	1061	RES AMERICA HUASARAN GALAZA	ETIQUETA DE POLIAMIDA	1,000	5,000	1,000	0	05-jun-20	11-jun-20	0	
44	1062	ETECOM SMO ETIQUETAS ADHESIVAS S.A	ETIQUETA ADHESIVA - CE - 1.20X1.90 CM	10,000	5,000	10,000	0	12-jun-20	20-jun-20	0	
45	1063	OFELIA VIEL ARROYO S.L.C.A	BOLSA POLIETILENO POLIOLC 800 4 X 8 X 0.4	700	5,000	700	0	16-jun-20	16-jun-20	0	
46	1064	CGI DIGITAL SRL	ETIQUETAS DE CARTON 3 X 2 CM OYFAM	830	5,000	830	0	16-jun-20	19-jun-20	0	

CONTROL - CALIDAD Y PUNTUALIDAD

Nº	ORDEN DE COMPRA Nº	PROVEEDOR	DESCRIPCION	PRODUCTO	CANTIDAD PEDIDO	PRECIO	CANTIDAD ENTREGADO	RECHAZADOS O CALIDAD	FECHA DEL PEDIDO	FECHA ENTREGADO	DIAS DE RETRASO	OBSERVACIONES
1		PAPER RECICLADO Y OYFAM	BOYTERIA	CAJAS DE CARTON	1,000	30.00	1,000	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
2		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	10,000	30.00	10,000	0	06-jun-21	06-jun-21	0	
3		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	
4		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
5		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
6		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
7		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
8		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
9		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
10		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
11		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
12		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
13		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
14		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
15		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
16		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
17		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
18		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
19		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
20		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
21		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
22		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
23		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
24		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
25		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
26		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
27		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
28		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
29		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
30		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
31		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
32		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
33		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
34		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
35		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
36		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
37		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
38		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
39		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
40		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
41		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
42		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
43		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
44		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
45		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
46		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
47		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
48		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
49		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
50		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100	100.00	100	0	06-jun-21	06-jun-21	0	rechazo por mala impresión
51		BOYTERIA	BOYTERIA	BOYTERIA	100							

De: [Debbie Chambilla Rivera](mailto:logistica@intercraftsperu.com)
A: logistica@intercraftsperu.com
Asunto: COTIZACION DE BOLSAS DE TELA//SHARED
Fecha: viernes, 27 de noviembre de 2020 10:19:39

Buen día,
La cotización de las bolsas de tela:
-Bolsas sin estampar S/. 2.00
-Estampado S/. 2.50
Total de costo S/. 4.50
Este costo es al por mayor de 50 a más no incluyen IGV

Atte.

Debbie Ashley Chambilla Rivera
Celular (Claro): +51 936 643 805

De: Erni Taica <cajaselchato@gmail.com>
Enviado el: jueves, 23 de julio de 2020 18:22
Para: Concepcion Rivera <logistica@intercraftsperu.com>
CC: Dina <pagos@intercraftsperu.com>
Asunto: Re: INTERCRAFTS//COTIZACIÓN DE CAJAS BLANCAS

Buenas tardes, el valor unitario seria S/0.55 más IGV.
Gracias.

El jueves, 23 de julio de 2020, Concepción Rivera <logistica@intercraftsperu.com> escribió:

Estimado Sr. Erni,

Por favor envíenos su cotización para cajas blancas (como pedidos anteriores)

Medidas: 9x10.5x6 cm

Cantidad: 1000

Confirmar tiempo de producción.

NOTA: responder con copia a todos en el correo.

Quedo a la espera de su pronta respuesta.

Saludos,

Concepción rivera

Área de logística

De: [Ricardo roberto Obregon marmolejo](#)
A: [Concepcion Rivera](#)
Asunto: RE: COTIZACION DE ETIQUETAS (EL PUENTE)
Fecha: martes, 5 de mayo de 2020 14:59:02

Saludos Srta. Concepcion, el precio de las etiquetas EL PUENTE es de 65.00 soles + IGV.

ATTE.

Ricardo Obregon M.

De: Concepcion Rivera
Enviado: lunes, 4 de mayo de 2020 11:25
Para: 'Ricardo roberto Obregon marmolejo'
Asunto: COTIZACION DE ETIQUETAS (EL PUENTE)

Buenos Días,

Por favor enviar su cotización para la impresión de etiquetas color blanco con letras negras, anteriormente ya han realizado este trabajo para nosotros.

Detalle:

Cantidad: 6000

Dimensiones: 5.5 cm (ancho) x 3.00 cm (alto)

Imagen:



Quedamos a la espera de su pronta respuesta.

Saludos,

Concepción Rivera
Área de logística

De: [Ricardo roberto Obregon marmolejo](#)
A: [Concepcion Rivera](#)
Asunto: RE: COTIZACION DE ETIQUETAS CINTA SATINADA//ANUKOO 2189
Fecha: jueves, 25 de junio de 2020 10:31:33

Buenos días Srta. Concepcion, el precio por 500 etiquetas en cinta satinada es de 90.00 soles+ IGV,

atte.

RICARDO OBREGON

De: Concepcion Rivera <logistica@intercraftsperu.com>
Enviado: miércoles, 24 de junio de 2020 17:06
Para: etiquetasrichi@hotmail.com
Cc: Dina
Asunto: COTIZACION DE ETIQUETAS CINTA SATINADA//ANUKOO 2189

Estimado Sr. Ricardo,

Cantidad: 500, CINTA SATINADA CREMA. (ARCHIVO ADJUNTO)

Ancho: 7 cm

Alto: 2.5 cm

**** DEBEN ESTAR PERFECTAMENTE CENTRADAS.**

Entrega: Viernes 28/06.

Quedamos a la espera de su pronta respuesta.

Saludos,

Concepción Rivera
Area de logística

De: [Nunez, Diana](#)
A: Concepción Rivera
Asunto: Re: INTERCRAFTS: COTIZACION DE FIBRA DE ALPACA (MICHELL AREQUIPA)
Fecha: lunes, 22 de julio de 2020 10:19:34

Buenos días Concepción,

Gracias por su nueva orden, tenemos todos los colores disponibles.

El monto a depositar es USD 238.90, con envío incluido.

BCP

Cuenta en UDS 215-0048867-1-31 CCI: 002-215-000048867131-24

Quedo atenta a su confirmación de pago para proceder con el envío.

Sllds,



Diana Núñez Matto
Commercial Department

T: +51 (054) 202525 | Ext. 166

C: +51 978 257 528

dnunez@michell.com.pe

www.michell.com.pe



El vie., 19 jul. 2020 a las 14:51, Concepcion Rivera (<logistica@intercraftsperu.com>) escribió:

Buenas Tardes,

Me puede enviar su cotización para la siguiente, además de confirmar número de cuenta, tiempo de entrega y costo de envío de Arequipa a Puno.

CODIGO	DESCRIPCION	MEZCLA	CANT.
RJ2020	100% FIBRA DE ALPACA FS, GUINDA	2/16	1.00 KG
RJ2055	100% FIBRA DE ALPACA FS, ROJO	2/16	1.00 KG
401	100% FIBRA DE ALPACA FS, GRIS	2/16	1.00 KG
M66	100% FIBRA DE ALPACA FS, AZUL ACERO	2/16	1.00 KG
M687	100% FIBRA DE ALPACA FS, VERDE	2/16	1.00 KG
100	100% FIBRA DE ALPACA FS, BLANCO	2/16	1.00 KG

Saludos,

De: Lee, Fernando
A: logistica@intercraftsperu.com
Cc: Portocarrero, Mauricio
Asunto: Re: INTERCRAFTS: COTIZACION LANA ALPACA/FS 2/16
Fecha: Jueves, 5 de marzo de 2020 11:27:22

Estimada Concepcion buenos días,

Tenemos disponibilidad de los colores VERDE - M687, BLANCO - 100 , GRIS - 401 y GUINDA - RJ2020 para el día lunes 9 de Marzo, adjunto cuadro con los precios respectivos.

NRO	CALIDAD	TÍTULO	COLOR	KG	DISPONIBILIDAD	PRECIO
1	100% FS	2/16	VERDE - M687	7	DISPONIBLE	\$ 34.00
2	100% FS	2/16	BLANCO - 100	9	DISPONIBLE	\$ 30.00
3	100% FS	2/16	GRIS - 401	5	DISPONIBLE	\$ 33.00
4	100% FS	2/16	AZUL - M66	5	NO DISPONIBLE	\$ -
5	100% FS	2/16	ROJO - RJ2055	5	NO DISPONIBLE	\$ -
6	100% FS	2/16	GUINDA - RJ2020	4	DISPONIBLE	\$ 33.00

Cualquier consulta adicional por favor me la hace llegar, quedo atento a su confirmación.
Gracias.

Saludos,
Fernando Lee

El mié., 4 mar. 2020 a las 16:01, Concepcion Rivera. (<logistica@intercraftsperu.com>) escribió:

Estimado Mauricio

Por favor envíenos su cotización para la compra de los siguientes colores de lana de alpaca:

100% alpaca FS, en 2/16. Para todos los colores

COLOR	CANT.
VERDE - M687	6.280 Kilos
BLANCO - 100	8.545 Kilos
GRIS - 401	4.185 Kilos
AZUL - M66	4.111 Kilos
ROJO - RJ2055	4.755 Kilos
GUINDA - RJ2020	3.995 Kilos

Además confirmar el costo del envío de Arequipa a Puno.

Anexo 7: Transcripción de las entrevistas y/o informe del análisis documental

Matriz de respuestas

Nro.	Preguntas	Respuestas
1	¿Qué procedimiento sigue para realizar la compra de materiales? ¿Cuál es su mayor dificultad para realizar este proceso?	Bueno veo que tengo en stock, contando el saldo y veo si lo puedo usar, indago precios anteriores y veo la calidad del producto de esa compra, luego cotizo con mi proveedor habitual por teléfono. Mi dificultad es no tener acceso al ERP para verificar los saldos y además esa información no está al día.
2	¿Cuáles son los documentos que utiliza o genera para realizar el proceso de compras? ¿Cuál de ellos son los que genera con el ERP?	Me comunico por teléfono, o por WhatsApp o correo con el proveedor para que confirme el precio y lo envío a pagos. No genero ningún documento con el ERP.
3	¿Qué factores influyen para determinar la selección de un proveedor de productos y/o servicios?	Bueno lo que busco es la calidad y el precio, también veo que tenga la parte de entrega del proveedor hacia nosotros.
4	¿Cómo influye el tiempo de entrega de los materiales en la labor del embalaje y como controla este factor?	Bueno si me llega tarde el material me extiende en el tiempo de embalaje, y recurro al apoyo de otras áreas para poder terminar el embalaje a tiempo.
5	¿Qué documentos o sistema utiliza para llevar el control de los materiales? ¿Cómo le ayudan a determinar la reposición de ellos?	Solo cuento con el Excel para determinar cuánto tengo que comprar por cada pedido. No tengo sistema que me ayude a ver cuándo o cuanto tengo que reponer el stock.
6	¿Qué documentos revisa para verificar el stock de los materiales? Esta	No tengo documento alguno, y la persona encargada del Kárdex es la que se encarga de actualizar, pero no está al día.

	información ¿Es actualizada por su área o lo realiza otra?	
7	¿En qué facilita u obstaculiza su trabajo utilizar el ERP para gestionar las compras de materiales?	Bueno me ayudaría si me dan acceso al total del ERP, porque si es una sola área no podría ver los cruces. Actualmente solo puedo ver las ordenes de las mercaderías para las exportaciones.

Matriz de respuestas

Nro.	Preguntas	Respuestas
1	¿Qué procedimiento sigue para realizar el registro de las compras de materiales? ¿Cuál es su mayor dificultad para realizar este proceso?	Tenemos un sistema de Kárdex, en este sistema registramos las compras, fecha, cantidad, descripción, precio y algunas veces observaciones, comparamos que esté de acuerdo a la orden de compra que se hace posteriormente de la compra. La dificultad que tenemos es que no se tiene una numeración aparte y no envían la información para actualizar, falta la codificación de los productos y que el área de logística se comuniquen o coordine mejor conmigo para actualizar el kárdex.
2	¿Cuáles son los documentos que utiliza o genera para realizar el proceso de compras? ¿Cuál de ellos son los que genera con el ERP?	Hago las órdenes de compra de materiales con retraso de semanas o meses, no tengo la información completa me llega solo para hacer el pago, hay desorden hacer las compras, luego me dan la factura o guía, y luego de varias semanas hago las guías de entrada y salida. Todos documentos los hago en el ERP.
3	¿Qué factores influyen para determinar la selección de	No me encargo de seleccionar los proveedores, pero se tiene en cuenta los precios, la calidad y el tiempo de entrega de los productos.

	un proveedor de productos y/o servicios?	
4	¿Cómo influye el tiempo de entrega de los materiales su labor de actualización en el ERP y como controla este factor?	El no tener los registros al día, crea confusión, cuando se sabe que se necesitan materiales como cajas master que siempre se usan se piden con anticipación, pero no se sabe cuántas quedan en stock. Ese factor lo tendría que controlar el área de logística.
5	¿Qué documentos o sistema utiliza para llevar el control de los materiales? ¿Cómo le ayudan a realizar el inventario y Kárdex?	Las facturas y guías de remisión de los proveedores, para actualizar kárdex se hacen las órdenes de compra y se ingresa los materiales con una guía de ingreso y luego guía de salida. El sistema nos ayuda porque tenemos un reporte de los materiales que tenemos aunque no está actualizado a la fecha actual, creo que todos tenemos algunos inconvenientes al no conocer cómo se usa la totalidad del ERP.
6	¿Qué documentos utiliza para actualizar la información del stock de los materiales? ¿Cuál es la dificultad que tiene para realizar este proceso?	Se tiene un reporte del área de embalaje hecho a mano, en el cual nos indican que productos han sido utilizados, pero lo pido casi a fin de año, falta estructurar este reporte. Mi dificultad es que no se puede identificar los productos, código o descripción de los materiales que se han usado y dificulta actualizar el kárdex.
7	¿En qué facilita u obstaculiza su trabajo utilizar el ERP para gestionar las compras de materiales?	Nos facilitaría si están ingresados todos los materiales y si se han realizado las salidas de los materiales, pero no lo sé usar bien para agregar productos nuevos para actualizar las ordenes o kárdex.

Matriz de respuestas

Nro.	Preguntas	Respuestas
1	<p>¿Qué procedimiento sigue su personal para realizar la compra de materiales?</p> <p>¿Cuál es la mayor dificultad que haya podido identificar para realizar este proceso?</p>	<p>Lo que veo es que no hay un orden determinado para el proceso de compras o caso contrario se omiten pasos que llevan a comprar extra o no hacerlo de forma oportuna.</p> <p>La mayor dificultad es que no hay un orden para gestionar las compras, faltan formatos que orienten al personal de cómo seguir el proceso y no están coordinando el área de logística con la encargada de kárdex y por esto el stock no se actualiza de forma constante y no se puede verificar en el ERP los saldos para planificar las compras.</p>
2	<p>¿Cuáles son los documentos que utilizan o generan sus colaboradores para realizar el proceso de compras?</p> <p>¿Cuál de ellos son los que generan con el ERP?</p>	<p>Piden cotizaciones y emiten ordenes de compras, guías de entrada y salida. Las que hacen con el ERP con las ordenes de compras y las guías, que no siempre las hacen al momento de la compra sino a las semanas.</p>
3	<p>¿Qué factores influyen para determinar la selección de un proveedor de productos y/o servicios?</p>	<p>Para elegir un proveedor se toma en cuenta la calidad y sobretodo el precio más competitivo para ahorrar, el tiempo dependiendo de lo urgente que se necesiten los materiales o productos, pero es manejable.</p>
4	<p>¿Cómo influye el tiempo de entrega de los materiales en la labor del área de almacén y como controla este factor?</p>	<p>En el área de almacén trabajan en base a los tiempos de entrega, priorizan tomando en cuenta esa información. Y si no tienen lo necesario para trabajar en un pedido generar retraso en la entrega, ellos pueden avanzar en otro, pero no es lo ideal.</p>

		Para controlar este inconveniente se trata de comprar los materiales que sabemos se usan de forma habitual como bolsas o etiquetas, así no hay tiempos vacíos.
5	¿Qué documentos o sistema utilizan sus colaboradores para llevar el control de las compras? ¿Cómo le ayudan a determinar la reposición de ellos?	El área contable administrativa tiene un control de stock o inventario en el ERP se pueden ver los reportes entradas y salidas, que sería el Kárdex. Veo que como no es actualizado de forma regular no ayuda a evaluar correctamente lo que se debe reponer o comprar, no ayuda a planificar las compras, solo sirve para ver lo que se ha comprado.
6	¿Qué documentos utilizan sus colaboradores para actualizar la información del stock de los materiales? ¿Cuáles son los inconvenientes que ha podido observar en sus trabajadores para realizar este proceso?	Utilizan las facturas y guías de remisión de los proveedores para poder generar las órdenes de compra y guías de entrada. El problema es que no realizan los registros u órdenes al momento de hacer la compra, no hay orden para el proceso y falta implementar formatos que ayuden al trabajador a seguir el paso a paso correctamente, así como capacitaciones en compras y para el uso de ERP.
7	¿En qué facilita u obstaculiza el trabajo de su personal utilizar el ERP para gestionar las compras?	Veo que les ayuda a emitir documentos para el Kárdex, ordenes, pedidos, creación de códigos para productos, el inventario, pero como desventaja no sabemos usar el sistema al 100% y genera retraso para realizar algunas acciones, y no todos los trabajadores tienen habilitado todas funciones, se necesita mayor conocimiento en ese aspecto para que se agilicen los procesos.

Ficha de registro documental

Título del documento:	Registro de órdenes de compra	
Período o año:	2020-2021	
Objetivo del documento:	Descripción del documento:	El documento responde al área o institución:
Analizar si se están emitiendo las órdenes de compras por la compra de materiales y la frecuencia en la que se realiza este procedimiento.	Reporte detallado de las compras realizadas mensualmente de para las compras en general.	Área de administrativa

Nro.	Nombre del Documento	Descripción	Datos que brinda el documento	Indicadores de medición	Análisis/resumen
1	Reportes de ordenes compras 2020	Proporciona el detalle de las ordenes de compras que son emitidas mensualmente, indica para que proveedor es la orden y para que pedido son los materiales, también brinda la numeración y monto de la orden.	Cantidad de orden de compras emitidas mensualmente	Promedio mensual año 2020: <ul style="list-style-type: none"> • $P=73/12=3.83$ Cantidad de ingreso de información a kardex: 42 <ul style="list-style-type: none"> • $P=42/12=3.50$ 	Como se puede observar en los resultados de los promedios, se puede notar que hay una disminución entre el año 2020 al 2021 notable en la emisión de las ordenes de compras e ingreso de información al kardex.
2	Reportes de ordenes compras 2021			Promedio mensual año 2021: <ul style="list-style-type: none"> • $P=10/12=1.11$ Cantidad de ingreso de información a kardex: 7 $P=7/12=0.78$	

Fecha: 09-10-2021 **Lugar:** Cercado de Lima

Ficha de registro documental

Título del documento:	Documentos diversos	
Período o año:	2020-2021	
Objetivo del documento:	Descripción del documento:	El documento responde al área o institución:
Identificar se está realizando la búsqueda de proveedores y comparación de ofertas	Correos, WhatsApp y/o documentos de las cotizaciones solicitadas a proveedores que indican precios, tiempos de entrega y especificaciones del producto requerido.	Área de logística

Nro.	Nombre del Documento	Descripción	Datos que brinda el documento	Indicadores de medición	Análisis/resumen
1	Correos con cotizaciones 2020-2021	Estos documentos tienen información detallada de los materiales que se necesitan para realizar el embalaje, así como los datos de los proveedores.	Se puede ver la cantidad de cotizaciones que se solicitan previo a realizar la compra de materiales.	Promedio mensual año 2020:	Considerando las cotizaciones que se piden por WhatsApp, correo o en PDF, según información recabada de los años 2020 y 2021 es mínima y ha ido disminuyendo.
2	Capturas de pantalla de WhatsApp donde se haya solicitado cotizaciones 2020-2021			• $P=5/12=0.42$	
3	Cotizaciones en PDF o en físico 2020-2021			Promedio mensual año 2021:	

Fecha: 09-10-2021 **Lugar:** Cercado de Lima

Ficha de registro documental

Título del documento:	Registro de control de calidad y puntualidad	
Período o año:	2020-2021	
Objetivo del documento:	Descripción del documento:	El documento responde al área o institución:
Analizar el cumplimiento de los acuerdos pactados con los proveedores, verificación de calidad y entrega.	Lista detallada de las devoluciones, tiempo de entrega o rechazo de los productos adquiridos para el embalaje del área de almacén.	Área de logística

Nro.	Nombre del Documento	Descripción	Datos que brinda el documento	Indicadores de medición	Análisis/resumen
1	Reporte de control de calidad y puntualidad 2020	Es el control de las compras que se hayan realizado, que incluye las cantidades, fechas de entrega y número de orden de compras en caso se haya emitido.	Indica si el precio del proveedor se mantiene, retrasos en las entregas y fallas en los productos.	Promedio mensual de incremento año 2020: • $P=24/9= 2.00$ Promedio anual de productos rechazados año 2020: • $P=6/9= 0.50$ Promedio mensual de entregas tardías año 2020: • $P=9/12= 0.75$	Como se puede observar entre el años 2020 y hasta los 3 primeros trimestres del año 2021 el precio de los productos no se incrementado en gran cantidad, mientras que las entregas tardías y los productos rechazados ha aumentado en este ultimo año.
2	Reporte de control de calidad y puntualidad 2021			Promedio mensual de incremento año 2021: • $P=16/9= 1.78$ Promedio anual de productos rechazados año 2021: • $P=6/9= 0.67$ Promedio mensual de entregas tardías año 2021: • $P=12/9= 1.33$	

Fecha: 09-10-2021 **Lugar:** Cercado de Lima

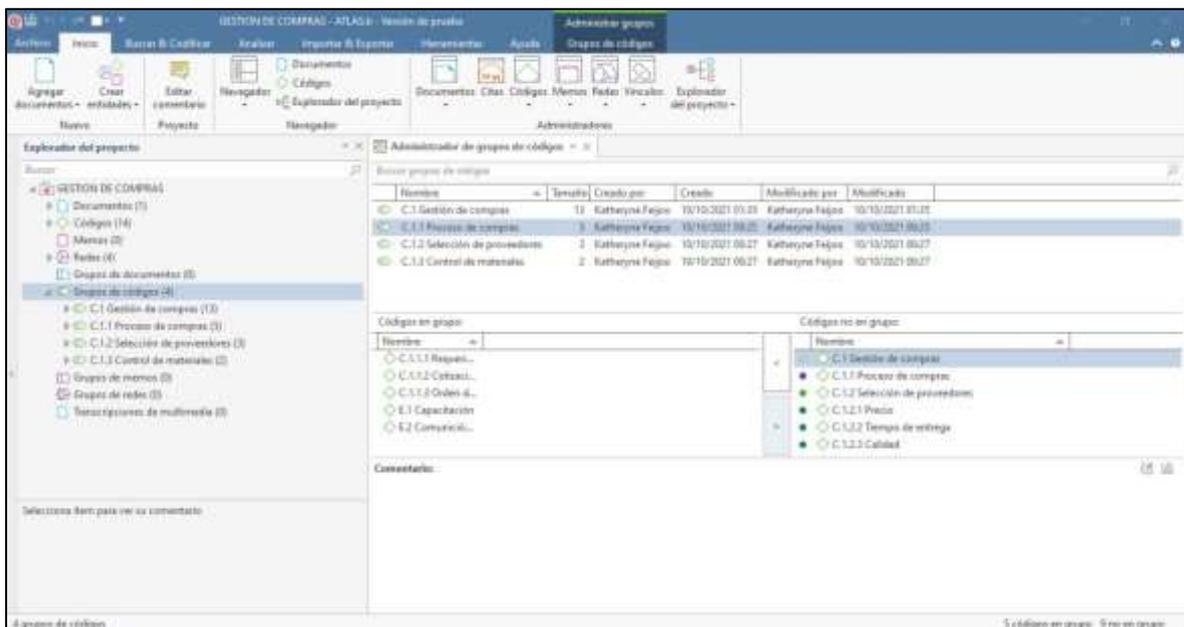
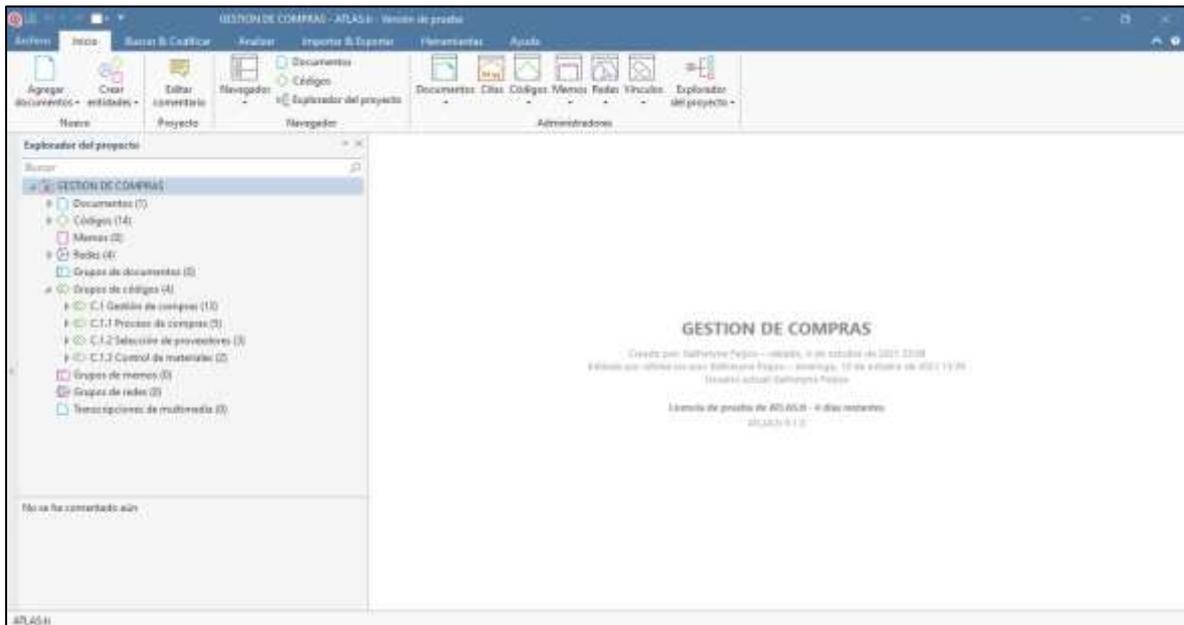
Ficha de registro documental

Título del documento:	Registro de Pagos	
Período o año:	2020-2021	
Objetivo del documento:	Descripción del documento:	El documento responde al área o institución:
Identificar y verificar las compras que se efectuaron hayan sido registradas con ordenes de compras.	Detalle de las compras, cantidades, fechas de compras y pagos a proveedores de materiales.	Área de contabilidad

Nro.	Nombre del Documento	Descripción	Datos que brinda el documento	Indicadores de medición	Análisis/resumen
1	Reporte de pago a proveedores 2020	Este reporte indica los montos pagados a los proveedores por concepto de compras de materiales.	La cantidad de veces que se han realizado pagos por compras de materiales, con ellos se puede ver si coincide con las ordenes de compras emitidas.	Promedio mensual año 2020: • $P=73/12=6.08$ Promedio mensual año 2021: • $P=28/12=3.11$	En comparación con el año 2020 se han realizado menos compras, y en contraste con las ordenes de compras emitidas que en total son 10, se puede notar que aún hay 18 pendientes y no se están realizando a la par con las compras.
2	Reporte de pago a proveedores 2021				

Fecha: 09-10-2021 **Lugar:** Cercado de Lima

Anexo 8: Pantallazos del Atlas.ti



GESTION DE COMPRAZ - ATLAS - Versión de prueba

Documento

Explorador del proyecto

Busca

GESTION DE COMPRAZ

- Documentos (1)
- 1.1. Datos: Sesión de compra (1)
- Códigos (14)
- Memos (2)
- Notas (4)
- Grupos de documentos (2)
- Grupos de códigos (4)
- Grupos de memos (2)
- Grupos de notas (2)
- Transcripciones de multimedia (2)

Resumen

Administrador de grupos de códigos

Administrador de documentos

1.1. Datos: Sesión de compra

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

80

81

82

83

84

85

86

87

88

89

90

91

92

93

94

95

96

97

98

99

100

101

102

103

104

105

106

107

108

109

110

111

112

113

114

115

116

117

118

119

120

121

122

123

124

125

126

127

128

129

130

131

132

133

134

135

136

137

138

139

140

141

142

143

144

145

146

147

148

149

150

151

152

153

154

155

156

157

158

159

160

161

162

163

164

165

166

167

168

169

170

171

172

173

174

175

176

177

178

179

180

181

182

183

184

185

186

187

188

189

190

191

192

193

194

195

196

197

198

199

200

201

202

203

204

205

206

207

208

209

210

211

212

213

214

215

216

217

218

219

220

221

222

223

224

225

226

227

228

229

230

231

232

233

234

235

236

237

238

239

240

241

242

243

244

245

246

247

248

249

250

251

252

253

254

255

256

257

258

259

260

261

262

263

264

265

266

267

268

269

270

271

272

273

274

275

276

277

278

279

280

281

282

283

284

285

286

287

288

289

290

291

292

293

294

295

296

297

298

299

300

301

302

303

304

305

306

307

308

309

310

311

312

313

314

315

316

317

318

319

320

321

322

323

324

325

326

327

328

329

330

331

332

333

334

335

336

337

338

339

340

341

342

343

344

345

346

347

348

349

350

351

352

353

354

355

356

357

358

359

360

361

362

363

364

365

366

367

368

369

370

371

372

373

374

375

376

377

378

379

380

381

382

383

384

385

386

387

388

389

390

391

392

393

394

395

396

397

398

399

400

401

402

403

404

405

406

407

408

409

410

411

412

413

414

415

416

417

418

419

420

421

422

423

424

425

426

427

428

429

430

431

432

433

434

435

436

437

438

439

440

441

442

443

444

445

446

447

448

449

450

451

452

453

454

455

456

457

458

459

460

461

462

463

464

465

466

467

468

469

470

471

472

473

474

475

476

477

478

479

480

481

482

483

484

485

486

487

488

489

490

491

492

493

494

495

496

497

498

499

500

501

502

503

504

505

506

507

508

509

510

511

512

513

514

515

516

517

518

519

520

521

522

523

524

525

526

527

528

529

530

531

532

533

534

535

536

537

538

539

540

541

542

543

544

545

546

547

548

549

550

551

552

553

554

555

556

557

558

559

560

561

562

563

564

565

566

567

568

569

570

571

572

573

574

575

576

577

578

579

580

581

582

583

584

585

586

587

588

589

590

591

592

593

594

595

596

597

598

599

600

601

602

603

604

605

606

607

608

609

610

611

612

613

614

615

616

617

618

619

620

621

622

623

624

625

626

627

628

629

630

631

632

633

634

635

636

637

638

639

640

641

642

643

644

645

646

647

648

649

650

651

652

653

654

655

656

657

658

659

660

661

662

663

664

665

666

667

668

669

670

671

672

673

674

675

676

677

678

679

680

681

682

683

684

685

686

687

688

689

690

691

692

693

694

695

696

697

698

699

700

701

702

703

704

705

706

707

708

709

710

711

712

713

714

715

716

717

718

719

720

721

722

723

724

725

726

727

728

729

730

731

732

733

734

735

736

737

738

739

740

741

742

743

744

745

746

747

748

749

750

751

752

753

754

755

756

757

758

759

760

761

762

763

764

765

766

767

768

769

770

771

772

773

774

775

776

777

778

779

780

781

782

783

784

785

786

787

788

789

790

791

792

793

794

795

796

797

798

799

800

801

802

803

804

805

806

807

808

809

810

811

812

813

814

815

816

817

818

819

820

821

822

823

824

825

826

827

828

829

830

831

832

833

834

835

836

837

838

839

840

841

842

843

844

845

846

847

848

849

850

851

852

853

854

855

856

857

858

859

860

861

862

863

864

865

866

867

868

869

870

871

872

873

874

875

876

877

878

879

880

881

882

883

884

885

886

887

888

889

890

891

892

893

894

895

896

897

898

899

900

901

902

903

904

905

906

907

908

909

910

911

912

913

914

915

916

917

918

919

920

921

922

923

924

925

926

927

928

929

930

931

932

933

934

935

936

937

938

939

940

941

942

943

944

945

946

947

948

949

950

951

952

953

954

955

956

957

958

959

960

961

962

963

964

965

966

967

968

969

970

971

972

973

974

975

976

977

978

979

980

981

982

983

984

985

986

987

988

989

990

991

992

993

994

995

996

997

998

999

1000

1001

1002

1003

1004

1005

1006

1007

1008

1009

1010

1011

1012

1013

1014

1015

1016

1017

1018

1019

1020

1021

1022

1023

1024

1025

1026

1027

1028

1029

1030

1031

1032

1033

1034

1035

1036

1037

1038

1039

1040

1041

1042

1043

1044

1045

1046

1047

1048

1049

1050

1051

1052

1053

1054

1055

1056

1057

1058

1059

1060

1061

1062

1063

1064

1065

1066

1067

1068

1069

1070

1071

1072

1073

1074

1075

1076

1077

1078

1079

1080

1081

1082

1083

1084

1085

1086

1087

1088

1089

1090

1091

1092

1093

1094

1095

1096

1097

1098

1099

1100

1101

1102

1103

1104

1105

1106

1107

1108

1109

1110

1111

1112

1113

1114

1115

1116

1117

1118

1119

1120

1121

1122

1123

1124

1125

1126

1127

1128

1129

1130

1131

1132

1133

1134

1135

1136

1137

1138

1139

1140

1141

1142

1143

1144

1145

1146

1147

1148

1149

1150

1151

1152

1153

1154

1155

1156

1157

1158

1159

1160

1161

1162

1163

1164

1165

1166

1167

1168

1169

1170

1171

1172

1173

1174

1175

1176

1177

1178

1179

1180

1181

1182

1183

1184

1185

1186

1187

1188

1189

1190

1191

1192

1193

1194

1195

1196

1197

1198

1199

1200

1201

1202

1203

1204

1205

1206

1207

1208

1209

1210

1211

1212

1213

1214

1215

1216

1217

1218

1219

1220

1221

1222

1223

1224

1225

1226

1227

1228

1229

1230

1231

1232

1233

1234

1235

1236

1237

1238

1239

1240

1241

1242

1243

1244

1245

1246

1247

1248

1249

1250

1251

1252

1253

1254

1255

1256

1257

1258

1259

1260

1261

1262

1263

1264

1265

1266

1267

1268

1269

1270

1271

1272

1273

1274

1275

1276

1277

1278

1279

1280

1281

1282

1283

1284

1285

1286

1287

1288

1289

1290

1291

1292

1293

1294

1295

1296

1297

1298

1299

1300

1301

1302

1303

1304

1305

1306

1307

1308

1309

1310

1311

1312

1313

1314

1315

1316

1317

1318

1319

1320

1321

1322

1323