UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

“GESTIÓN DE COMPRAS Y EL SERVICIO AL CLIENTE DE PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO EN EL DISTRITO DE CALLERIA, 2021.”

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE

CONTADOR PÚBLICO

AUTORES:

QUIJANO LOZANO TANIA TERESA

REY LACHY NADRA PATRICIA

ASESOR:

Mg. PIZANGO ISUIZA OLMEDO

PUCALLPA – PERÚ

2021

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

COMISION DE GRADOS Y TITULOS

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de la independencia"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE: CONTADOR PÚBLICO

Siendo las...8:00AM.....del día Lunes 20 de Diciembre del 2021, en los ambientes del Salón de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, en cumplimiento con lo señalado en los Artículos 17º y 18º del Reglamento de General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de segunda Especialidad Profesional, se reunió el jurado integrado por los docentes: **Dr. Juan José Palomino Ochoa (Presidente), Mg. Carlos Rubén Domínguez Cuellar (Miembro), y Mg. Roger Lozano Ruiz (Miembro)**

Se realizó la Sustentación de la Tesis Titulada: **"GESTIÓN DE COMPRAS Y EL SERVICIO AL CLIENTE DE PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO EN EL DISTRITO DE CALLERIA, 2021".**, por el/la/los Bachilleres en Contabilidad: **Tania Teresa Quijano Lozano, EN FORMA PRESENCIAL**:

Qué; según el Artículo 21° del Reglamento General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de Segunda Especialidad Profesional, que a la letra dice:

"La evaluación se hará de acuerdo a la siguiente escala de calificaciones:

a) Sobresaliente con felicitación escrita y recomendaciones de publicación
b) Aprobado por unanimidad
c) Aprobado por mayoría
d) Desaprobado..."

El/la defensor(a) de la Tesis, ha obtenido la siguiente calificación;

.....POR UNANIMIDAD.....

Siendo las...8:55AM.....del mismo día, se dio por concluido el acto y luego de ser leído el acta, los miembros del Jurado Evaluador procedieron a suscribirlo.

.....
Dr. Juan José Palomino Ochoa
Presidente

.....
Mg. Carlos Rubén Domínguez Cuellar
Miembro

.....
Mg. Roger Lozano Ruiz
Miembro

Universidad Nacional de Ucayali SECRETARIO PUCALLPA

.....
Mg.Alex Davis Astohuaman Huaranga
Secretario Académico

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

COMISION DE GRADOS Y TITULOS

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de la independencia"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE: CONTADOR PÚBLICO

Siendo las 8:00 AM del día Lunes 20 de Diciembre del 2021, en los ambientes del Salón de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, en cumplimiento con lo señalado en los Artículos 17º y 18º del Reglamento de General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de segunda Especialidad Profesional, se reunió el jurado integrado por los docentes: **Dr. Juan José Palomino Ochoa (Presidente), Mg. Carlos Rubén Domínguez Cuellar (Miembro), y Mg. Roger Lozano Ruiz (Miembro)**

Se realizó la Sustentación de la Tesis Titulada: **"GESTIÓN DE COMPRAS Y EL SERVICIO AL CLIENTE DE PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO EN EL DISTRITO DE CALLERIA, 2021".**, por el/la/los Bachilleres en Contabilidad: **Nadra Patricia Rey Lachy, EN FORMA PRESENCIAL**:

Qué; según el Artículo 21° del Reglamento General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de Segunda Especialidad Profesional, que a la letra dice:

"La evaluación se hará de acuerdo a la siguiente escala de calificaciones:

e) Sobresaliente con felicitación escrita y recomendaciones de publicación
f) Aprobado por unanimidad
g) Aprobado por mayoría
h) Desaprobado..."

El/la defensor(a) de la Tesis, ha obtenido la siguiente calificación;

POR UNANIMIDAD

Siendo las 8:55 AM del mismo día, se dio por concluido el acto y luego de ser leído el acta, los miembros del Jurado Evaluador procedieron a suscribirlo.

Dr. Juan José Palomino Ochoa
Presidente

Mg. Carlos Rubén Domínguez Cuellar
Miembro

Mg. Roger Lozano Ruiz
Miembro

Universidad Nacional de Ucayali SECRETARIO PUCALLPA

Mg.Alex Davis Astohuaman Huaranga
Secretario Académico

ACTA DE APROBACIÓN

La presente tesis fue aprobada por el Jurado Calificador de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Nacional de Ucayali, para optar el Título Profesional de Contador Público.

Dr. Juan Jose Palomino Ochoa

Presidente

Mg. Carlos Ruben Dominguez Cuellar

Miembro

Mg. Roger Lozano Ruiz

Miembro

Mg. Olmedo Pizango Isuiza

Asesor

Tania Teresa Quijano Lozano

Tesista

Nadra Patricia Rey Lachy

Tesista

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
VICERRECTORADO DE INVESTIGACION
DIRECCION DE PRODUCCION INTELECTUAL

CONSTANCIA

ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACION

SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND

N° V/0530-2021

La **Dirección de Producción Intelectual**, hace constar por la presente, que el **Informe Final (Tesis), Titulado:**
"GESTIÓN DE COMPRAS Y EL SERVICIO AL CLIENTE DE PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO EN EL DISTRITO DE CALLERIA, 2021".

Autor (a)	:	**QUIJANO LOZANO, TANIA TERESA** **REY LACHY, NADRA PATRICIA**
Facultad	:	CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
Escuela Profesional	:	CONTABILIDAD
Asesor(a)	:	Mg. PIZANGO ISUIZA, OLMEDO

Después de realizado el análisis correspondiente en el Sistema Antiplagio URKUND, dicho documento presenta un **porcentaje de similitud de 4%.**

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentaje establecidos en el artículo 9 de la DIRECTIVA DE USO DEL SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND, el cual indica que no se debe superar el 10%. Se declara, que el trabajo de investigación: SI Contiene un porcentaje aceptable de similitud, por lo que SI se aprueba su originalidad.
En señal de conformidad y verificación se entrega la presente constancia.

Fecha: 13/12/2021

Dr. ABRAHAM ERMITANIO HUAMAN ALMIRON
Dirección de Producción Intelectual

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

REPOSITORIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

Yo, TANIA TERESA QUIJANO LOZANO

Autor(a) de la TESIS de pregrado titulada:

GESTIÓN DE COMPRAS Y EL SERVICIO AL CLIENTE DE PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO EN EL DISTRITO DE CALLERIA, 2021

Sustentada el año: 2021

Con la asesoría de: Mg. OLMEDO PIZANGO ISUIZA

En la Facultad: DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Escuela Profesional: CONTABILIDAD

Autorizo la publicación:

PARCIAL ☐ Significa que se publicará en el repositorio institucional solo La caratula, la dedicatoria y el resumen de la tesis. Esta opción solo es válida marcar **si su tesis o documento presenta material patentable**, para ello deberá presentar el trámite de CATI y/o INDECOPI cuando se lo solicite la DGPI UNU.

TOTAL ☒ Significa que todo el contenido de la tesis y/o documento será publicada en el repositorio institucional.

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali (www.repositorio.unu.edu.pe), bajo los siguientes términos:

Primero: Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali **licencia no exclusiva** para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: Declaro que la **tesis es una creación de mi autoría** y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali y del Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 20 / 12 / 2021

Email: quijanolozano@gmail.com

Firma:

Teléfono: 921641353

DNI: 47864906

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

REPOSITORIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

Yo, Nadra Patricia Rey Lachy

Autor(a) de la TESIS de pregrado titulada:

Gestión de Compras y el Servicio al cliente de Pequeñas Empresas del sector Comercio en el Distrito de Calleria, 2021

Sustentada el año: 2021

Con la asesoría de: Mg. Olmedo Pizango Isuiza

En la Facultad: De Ciencias Economicas, Administrativas y Contables

Escuela Profesional: Contabilidad

Autorizo la publicación:

PARCIAL [ ] Significa que se publicará en el repositorio institucional solo La caratula, la dedicatoria y el resumen de la tesis. Esta opción solo es válida marcar **si su tesis o documento presenta material patentable**, para ello deberá presentar el trámite de CATI y/o INDECOPI cuando se lo solicite la DGPI UNU.

TOTAL [X] Significa que todo el contenido de la tesis y/o documento será publicada en el repositorio institucional.

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali (www.repositorio.unu.edu.pe), bajo los siguientes términos:

Primero: Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali **licencia no exclusiva** para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: Declaro que la **tesis es una creación de mi autoría** y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali y del Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 20 / 12 / 2021

Email: Nadrareylachy@Gmail.com

Firma:

Teléfono: 993 071 067

DNI: 70690207

DEDICATORIA

Una satisfacción poder dedicar a nuestros padres.

Los Tesistas

AGRADECIMIENTO

El agradecimiento eterno al todopoderoso por darnos la vida y la sabiduría

Agradecimientos a la Universidad Nacional de Ucayali

Nuestro profundo agradecimiento a nuestro asesor Mg. Olmedo Pizango Isuiza.

RESUMEN

El objetivo medular de la investigación es establecer la relación entre la gestión de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente en el distrito de Callería, 2021; la calidad de los productos resulta básico en la comercialización y la selección de los proveedores quienes contribuyen con productos de calidad que permite vender a los consumidores de manera segura, en ese sentido como objetivos secundarios se ha tenido el establecimiento de la relación existente entre planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente de manera oportuna a fin de fidelizar y generar confianza, por ello es que se estableció conocer la relación entre gestión de inventarios de las pequeñas empresas del sector comercio y la calidad del producto considerando que un adecuado almacenamiento y control de salidas y entradas permite un aseguramiento de la calidad, por ello se estableció la relación entre el embalaje de mercaderías de las pequeñas empresas del sector comercio y el aumento de valor del negocio en el distrito de Callería, 2021; de acuerdo a la metodología se adopto el tipo de investigación básica, correlacional, de diseño no experimental, lo que permitió aplicar los instrumentos y obtener los resultados concluyendo que existe una vinculación entre la gestión de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente en el distrito de Callería, 2021.

Palabras claves: Gestión de compras, Planificación de compras, Gestión de inventarios.

ABSTRACT

The main objective of the research is to establish the relationship between the purchasing management of small businesses in the commerce sector and customer service in the Callería district, 2021; The quality of the products is essential in the commercialization and the selection of suppliers who contribute with quality products that allow consumers to sell safely, in that sense as secondary objectives has been the establishment of the existing relationship between planning of purchases of small companies in the commerce sector and customer service in a timely manner in order to build loyalty and build trust, which is why it was established to know the relationship between inventory management of small companies in the commerce sector and product quality considering that an adequate storage and control of exits and entrances allows quality assurance, for this reason the relationship between the packaging of goods of small companies in the commerce sector and the increase in business value in the Callería district was established, 2021; According to the methodology, the type of basic, correlational, non-experimental design research was adopted, which allowed applying the instruments and obtaining the results, which is why it is concluded that there is a degree of relationship between the management of purchases of small companies in the region. Commerce sector and customer service in the Callería district, 2021.

Keywords: Purchase management, Purchase planning, Inventory management.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio sobre la gestión de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente en el distrito de Callería, 2021, es una investigación que permite establecer los parámetros que se debe tener en cuenta con la gestión de compras, en el que resulta importante la evaluación de los productos, proveedores, por otro lado las formas de almacenamiento con la finalidad de atender con los productos del stock garantizando que no quede en el almacén productos de compras anteriores. El sistema de inventarios son factores claves en la gestión de compras que se deben tener en cuenta, la investigación tiene como propósito establecer la relación entre la gestión de compras y el servicio al cliente, en el que se perciba la capacidad de añadir valor de los servicios que se brinda a los clientes.

La investigación cuenta con las siguientes estructuras:

En su capítulo I, se describen los problemas de investigación, desde el ámbito global hasta lo particular en el que se identifican los problemas sobre la gestión de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente en el distrito de Callería, la causas y consecuencias y se formulan los problemas, objetivos e hipótesis, para justificar y destacar la importancia desde la perspectiva teórica, metodológica se presentan las limitaciones y la viabilidad del estudio.

En su capítulo II, se destacan los antecedentes a nivel internacional y nacional, asimismo, las bases teóricas de la investigación que están basadas en cada una de las variables de estudio y las definiciones que se realizaron sobre conceptos.

En su capítulo III, se destaca la metodología empleada, así como el tipo de estudio aplicada, su alcance, el enfoque y su diseño del estudio, también se exponen la población de estudio juntamente con la muestra y la recopilación de datos de la investigación.

En su capítulo IV, Están los resultados del estudio y las interpretaciones y el análisis de datos.

En su capítulo V, se plantea la discusión de los resultados de la investigación.

Conclusiones

Sugerencias

Anexos.

ÍNDICE

DEDICATORIA viii
AGRADECIMIENTO ix
RESUMEN x
ABSTRACT xi
INTRODUCCIÓN xii
ÍNDICE xiv
ÍNDICE DE TABLAS xvi
ÍNDICE DE FIGURAS xvii
CAPÍTULO I 1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 1
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA 1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 3
1.2.1. PROBLEMA GENERAL 3
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS 3
1.3. OBJETIVO 4
1.3.1. OBJETIVO GENERAL 4
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 4
1.4. HIPÓTESIS 5
1.4.1. HIPÓTESIS GENERAL 5
1.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS 5
1.5. VARIABLES 5
1.6. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA 6
1.7. VIABILIDAD 7
1.8. LIMITACIONES 7
CAPÍTULO II 8
2. MARCO TEÓRICO 8
2.1. ANTECEDENTES 8
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES 8
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES 11
2.2. BASES TEÓRICAS 20
2.2.1. GESTIÓN DE COMPRAS 20
2.2.2. SERVICIO AL CLIENTE 25

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES 26
CAPÍTULO III 28
3. MARCO METODOLÓGICO 28
3.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN 28
3.2. DISEÑO Y ESQUEMA DE LA INVESTIGACIÓN 28
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA 30
3.3.1. POBLACIÓN 30
3.3.2. MUESTRA 30
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES 30
3.5. DEFINICIÓN OPERATIVA DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS 31
3.6. TÉCNICAS DE RECOJO, PROCESAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE DATOS 31
CAPÍTULO IV 33
4. RESULTADOS 33
CONCLUSIONES 77
SUGERENCIAS 78
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Planificación de compras – I_____33

Tabla 2 Planificación de compras – II_____35

Tabla 3 Planificación de compras – III_____ 37

Tabla 4 Gestión de inventarios – I_____39

Tabla 5 Gestión de inventarios – II_____ 41

Tabla 6 Gestión de inventarios – III_____43

Tabla 7 Embalaje de mercaderías – I_____ 45

Tabla 8 Embalaje de mercaderías – II_____ 47

Tabla 9 Embalaje de mercaderías – III_____49

Tabla 10 Servicio al cliente oportuno – I_____51

Tabla 11 Servicio al cliente oportuno – II_____ 53

Tabla 12 Servicio al cliente oportuno – III_____55

Tabla 13 Calidad del producto – I_____57

Tabla 14 Calidad del producto – II_____ 59

Tabla 15 Calidad del producto – III_____61

Tabla 16 Aumento de valor – I_____ 63

Tabla 17 Aumento de valor – II_____65

Tabla 18 Aumento de valor – III_____ 67

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Planificación de compras – I_____33

Figura 2 Planificación de compras – II_____35

Figura 3 Planificación de compras – III_____ 37

Figura 4 Gestión de inventarios – I_____39

Figura 5 Gestión de inventarios – II_____ 41

Figura 6 Gestión de inventarios – III_____43

Figura 7 Embalaje de mercaderías – I_____45

Figura 8 Embalaje de mercaderías – II_____ 47

Figura 9 Embalaje de mercaderías – III_____49

Figura 10 Servicio al cliente oportuno – I_____51

Figura 11 Servicio al cliente oportuno – II_____ 53

Figura 12 Servicio al cliente oportuno – III_____55

Figura 13 Calidad del producto – I_____57

Figura 14 Calidad del producto – II_____ 59

Figura 15 Calidad del producto – III_____61

Figura 16 Aumento de valor – I_____ 63

Figura 17 Aumento de valor – II_____65

Figura 18 Aumento de valor – III_____ 67

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

La gestión de compras a nivel mundial ha venido optimizando sus procesos, porque están preparadas para suministrar los bienes y servicios que demandan los consumidores, por ello la Logística es la que está indicada a planificar, considerando el flujo y almacenamiento óptimo de bienes y servicios, en el que se encuentre claramente definido el punto de origen y hasta el punto de consumo, a fin de brindar eficientemente a los clientes en el lugar y plazo solicitado, con el costo mínimo que representa.

Al respecto (Escriva Monzó, Savall Llido, & Martinez García, Gestión de compras, 2014) señala que la Logística es la parte del proceso de la cadena de suministro que planifica, implementa y controla el flujo y almacenamiento eficiente de bienes y servicios, así como de la información asociada, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes en el lugar y el plazo solicitados, todo ello al menor costo posible, (p.2).

Por ello la gestión de compras en las pequeñas empresas a nivel de América Latina ha venido considerando dentro de la logística un proceso de conseguir y satisfacer la demanda, que es una función de compras, posteriormente el almacenamiento que es un punto importante de conservación y depósito de bienes y servicios, por otra parte es la gestión de inventarios, donde se controlan básicamente las mercancías con distintos métodos de

inventarios, considerando las cantidades precisas para cumplir la demanda, otro aspecto a considerar es el embalaje, que una técnica importante a fin de proteger los productos, presentarlas adecuadamente para su venta, o almacenarlas a fin de no causar deterioros, también dentro de estos aspectos esta la planificación que conlleve a evaluar que productos tienen mejor rotación y el servicio al cliente que debe ser en el momento oportuno que requiera.

Las pequeñas empresas en nuestro país, aún tienen carencias en la gestión de compras, donde realizan la logística de manera empírica, de ahí que se presentan las dificultades, no evalúan o planifican los productos con mayor demanda y muchas veces se estoquean por las ofertas que se presentan, sin embargo estas tienen dificultades en la rotación de mercaderías, lo que perjudican la liquidez empresarial, por otro lado el proceso de almacenamiento no son las adecuadas en muchos casos se deterioran, por tanto es necesario considerar el ciclo de compras que deben ser aquellas que tienen demanda y generan el mínimo riesgo en la rotación.

Las pequeñas empresas en el distrito de Callería, por efecto de la pandemia (Covid-19), ha provocado pérdidas y quiebra de muchas de ellas, por la falta de planificación en la gestión de compras, que en muchos casos las denominadas campañas que eran una oportunidad de negocio en la actualidad son previamente evaluadas y se compran mercaderías con preventas, asegurándose de esta manera la seguridad de sus ventas de la totalidad de sus mercaderías, solo en esa medida se exige a los proveedores la solicitud de compra, previa evaluación y selección del proveedor con información sobre

precios, descuentos, gastos, forma de pago, intereses, condiciones, plazos de entrega; posterior a ello se efectúan el seguimiento del pedido, recepción de la mercadería y la factura de compra que da fe a la transacción mercantil.

Luego del procedimiento de la gestión de compra de mercaderías la última etapa es el servicio al cliente acompañado de un valor agregado de la calidad de servicio, donde se busca la satisfacción con productos de calidad, precio en el momento que requiera el cliente que es la entrega puntual de la mercadería en los casos de ventas online, evitando la entrega de productos defectuosos, considerando el embalaje un aspecto clave, lo que traerá una ventaja competitiva en el negocio que en la actualidad requiere estrategias innovadoras en el posicionamiento del mercado, ante la falta de capacidad adquisitiva de los consumidores por la pérdida de puestos de trabajo.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿En que medida la gestión de compras de las pequeñas empresas del sector comercio tiene relación con el servicio al cliente en el distrito de Callería, 2021?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

a) ¿Cómo la planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio se asocia con el servicio al cliente de manera oportuna en el distrito de Callería, 2021?

b) ¿Cómo la gestión de inventarios de las pequeñas empresas del sector comercio está asociada la calidad del producto en el distrito de Callería, 2021?

c) ¿Como el embalaje de mercaderías de las pequeñas empresas del sector comercio está asociado con el aumento de valor del negocio en el distrito de Callería, 2021?

1.3. OBJETIVO

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Establecer la relación entre la gestión de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente en el distrito de Callería, 2021.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

a) Establecer la relación entre planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente de manera oportuna en el distrito de Callería, 2021.

b) Conocer la relación entre gestión de inventarios de las pequeñas empresas del sector comercio y la calidad del producto en el distrito de Callería, 2021.

c) Establecer la relación entre el embalaje de mercaderías de las pequeñas empresas del sector comercio y el aumento de valor del negocio en el distrito de Callería, 2021.

1.4. HIPÓTESIS

1.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

Existe grado de relación entre la gestión de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente en el distrito de Callería, 2021.

1.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

a) Existe relación entre planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente de manera oportuna en el distrito de calería, 2021.

b) Existe relación entre gestión de inventarios de las pequeñas empresas del sector comercio y la calidad del producto en el distrito de Callería, 2021.

c) Existe relación entre el embalaje de mercaderías de las pequeñas empresas del sector comercio y el aumento de valor del negocio en el distrito de Callería, 2021.

1.5. VARIABLES

1.5.1. Variable Independiente

Gestión de compras

1.5.2. Variable Dependiente

Servicio al cliente

1.6. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

La gestión de compras en pequeñas empresas es una investigación orientada a conocer el grado de relación con el servicio al cliente, se justifica porque en el sector comercio se contempla una serie de aspectos importantes dentro del proceso de compras a fin de garantizar que los productos o mercaderías puedan ser vendidas a los clientes de manera que exista no solamente los productos de calidad, precio, sino el servicio que acompaña en cada producto vendido, generando una confianza, fidelidad de los clientes. En ese contexto resulta necesario que los pequeños empresarios del rubro comercio en la ciudad de Pucallpa adopten medidas en el proceso de compras, teniendo en cuenta las actividades de Logística en el aprovisionamiento, almacenamiento en el que se evalúen las condiciones de manipulación de mercaderías, conservación y deposito en el almacén, a fin de que la gestión de inventarios realice el control adoptando el método más adecuado para el control de inventarios, en base al tiempo de ingreso, precio, cantidad y se adopte en el área de despacho el embalaje de los productos que van a ser materia de comercialización con envoltorios alusivas a las pequeñas empresas.

La importancia de la gestión de compras y el servicio al cliente radica para que los pequeños empresarios puedan conocer protocolos básicos del proceso de compras hasta su colocación de sus productos en manos de los clientes, caracterizándose en la eficiencia, el valor al servicio que debe acompañar al producto y fidelizar en un mercado competitivo.

Desde el aspecto teórico contribuye en nuevos conocimientos sobre la gestión de compras y los servicios al cliente, que coadyuvan a optar estrategias para mantener el valor empresarial con procedimientos de compras que optimicen desde el almacenamiento hasta la distribución de las mercaderías, que consolidará la permanencia en el mercado de las pequeñas empresas.

Desde la perspectiva metodología, la investigación por ser objetiva es de enfoque cuantitativa, para ello prevé instrumentos con cierto rigor científico para medir el grado de relación entre la gestión de compra y los servicios al cliente.

1.7. VIABILIDAD

Por su rigor científico, y la objetividad de su enfoque la investigación es completamente viable.

1.8. LIMITACIONES

La investigación cumple con todos los procesos sistémicos y por ende no tiene limitación alguna para desarrollar.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Tesis: (Zambrano Verdesoto, 2020) La gestión de relación con los clientes (CRM) en el desarrollo comercial de las empresas, concluye que:

El desarrollo constante que tienen las empresas a nivel mundial permitió generar nuevos procesos tecnológicos que facilitaron la interacción con los clientes, este artículo tuvo como objetivo analizar la importancia que tiene la utilización de la gestión de relación con los clientes en las empresas y cómo influye positivamente en el crecimiento comercial. Para esta investigación se utilizó un estudio bibliográfico y documental de artículos científicos, tesis, libros y periódicos, publicados en base de datos virtuales y físicas de carácter especializados en marketing, lo cual genera un aporte significativo, además de lo cual se ha realizado un análisis de dichos estudios inductivos, es decir se ha ido de lo general al análisis teórico específico de la aplicación de la gestión de relación con clientes (CRM). Las empresas que utilizan el CRM lograron obtener un equilibrio comercial, incluso incrementar las ventas, fidelizando clientes según los estudios realizados, el uso del CRM junto con las estrategias de marketing relacional, experiencial y el uso de Key

Account Management que es el manejo de cuentas claves que permitió generar valor agregado y satisfacción en el cliente.

Tesis: (Chirinos Baspineiro, 2017) Análisis del efecto directo en la utilidad de las empresas comerciales que realizan compras mayores con bonificaciones en especie. Caso práctico “Empresa Stege E.M.D.”, concluye que:

La característica principal de este tipo de compras es la elevada cantidad de productos que son comprados por el simple hecho de hacerse acreedores de una bonificación en mercaderías, sin considerar que se puede provocar un efecto negativo en todo el funcionamiento de la empresa. Para analizar esta problemática es necesario analizar sus causas, entre ellas, la falta de una planificación de compras de mercaderías, desconocimiento de los problemas que surgen de la acumulación de la mercadería, ya que debido a este último mencionado, las empresas generan costos adicionales como almacenaje, transporte, alquileres entre otros. La investigación de esta problemática se realizó por el interés de determinar si esta situación influye positiva o negativamente en los resultados de una empresa a un periodo determinado. En el ámbito académico, este trabajo aportará un estudio realizado científicamente a través de indicadores que pueda dar una idea más clara al lector para evitar o no este problema planteado En el ámbito profesional el interés versó en tener un conocimiento más profundo de los aspectos contables y financieros que puedan ser influidos por las

compras con cumplimiento de metas, para brindar un mejor asesoramiento a aquellas empresas que opten por ello.

Tesis: (Sarco Mendoza, 2017) “Sistema de control de compra, venta e inventarios caso: Empresa Protec”, concluye que:

Hoy en día los sistemas de información se han convertido en la herramienta imprescindible de toda empresa, ya sea grande o mediana, necesita para desarrollarse y crecer. La gran cantidad de información que manejan las entidades crea la necesidad de automatizar no solamente la información, sino también los procesos de negocio de las compañías. La Empresa Protec, va creciendo constantemente y consigo la cantidad de información que maneja en sus distintas áreas organizacionales. Protec requiere tener el control diario de compra, venta y por defecto requieren tener el control de los estados de inventarios. El presente proyecto tiene como objetivo implementar un sistema para optimizar el control eficiente de ventas, compras e inventario de la empresa descrita anteriormente, de forma que los gerentes hagan un control adecuado sobre estos procesos. El proyecto fue desarrollado utilizando la metodología ágil XP (programación extrema) en sus distintas fases como son: planificación, diseño, desarrollo y pruebas. El diseño de los procesos e interfaz fue realizado bajo la metodología de modelado Webml que cuenta con diversos esquemas para la representación gráfica de estos procesos. La calidad del sistema se la realizo bajo el estándar ISO 9126 que evalúa aspectos como usabilidad,

funcionalidad, confiabilidad, mantenibilidad y portabilidad, proporcionando una evaluación tras la implementación del sistema. Por último, los objetivos del proyecto han sido alcanzados satisfactoriamente de manera que se implementó un sistema que permita tener un control productivo a través de las compras, ventas e inventarios.

2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

Tesis: (Calle Ubillús & Cueva Chuquihuanca, 2020) “La gestión de compras y su influencia en la rentabilidad de la Empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L. en el año 2020” concluye que:

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

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

Tesis: (Álvarez Popovich, 2020) “Mejora en el proceso de gestión de compras, respecto a la validación de nuevos materiales, gestión de no conformidades y evaluación de desempeño de proveedores en la empresa San Esteban SA”, concluye que:

A inicios del año 2019 se emprendieron los proyectos de mejora en el proceso de validación de nuevos materiales, gestión de no

conformidades y la evaluación de desempeño de los proveedores; siendo estos tres partes del proceso de gestión de compras de la empresa San Esteban S.A. El primer proceso mostraba ineficiencia en la gestión, careciendo de comunicación entre las áreas involucradas, teniendo como consecuencia demoras en las pruebas, desorden en el almacén y malestar entre los trabajadores. Respecto al segundo proceso, las actividades requerían de una considerable cuota de tiempo al ser manuales, lo cual impedía la comunicación fluida con los proveedores respecto a sus no conformidades. Y en cuanto a la evaluación de desempeño no estaba siendo objetiva al solo considerar los criterios de cantidad entregada y calidad. Ante ello, se utilizó la herramienta Ishikawa para analizar las causas y se estableció indicadores para medir los procesos; con estos resultados se plantearon propuestas y mediante la matriz Impacto Esfuerzo y Riesgo se seleccionaron las mejores alternativas. Para el primer caso se determinó que se requería modificar el procedimiento y tomar los distintos escenarios de acción de las áreas involucradas, se modificaron los formatos y se estableció un flujograma. Para el segundo caso, se automatizó el proceso mediante SAP logrando que el flujo de comunicación sea inmediato y que toda la información este al acceso de todas las áreas involucradas. Finalmente, para la evaluación de desempeño se incluyó también la evaluación del sistema de gestión de

los proveedores, su nivel de atención y en el criterio de cantidad se tomó en cuenta los tiempos de entrega, criterios que se tuvieron que calcular. Tesis: (Perez Yajahuanca , 2019) “Gestión de proveedores para optimizar la importación de motocicletas del mercado chino en la empresa Lima Motor S.R.L., del Departamento de Lambayeque, 2018-2019” concluye que:

La reciente investigación tuvo como objetivo principal determinar la gestión de proveedores para optimizar la importación de motocicletas del mercado chino en la empresa Lima Motor S.R.L, del departamento de Lambayeque. La investigación presentó un diseño descriptivo propositivo de tal manera que se empleó a modo de técnica la entrevista dirigida al gerente de la empresa y a especialistas conocedores del tema, además un análisis documental mediante el cual se analizó la variable de importación, ello permitió concluir que la gestión actual de proveedores se viene realizando inadecuadamente, presentando como problemas más notorios, los dos únicos proveedores en lista de los cuales sólo se emplearon los servicios de una empresa que en esta caso es Chongqing Liyang Jlayu Motorcycle Co.,Ltd el cual en la actualidad no está abasteciendo de motocicletas a la empresa debido a que no cumplía de manera óptima con los pedidos. Por lo que se hace notoria la ineficiente gestión, ya que al perder al proveedor la cantidad de motocicletas importadas se han paralizado, por lo que estos manejos han conllevado al estancamiento de la importación de motocicletas y por

ende a la comercialización de estas, siendo necesario una propuesta basada en estrategias concisas reforzadas por entrevistas a los especialistas con amplia experiencia en el tema investigado. Todo ello permitió determinar estrategias dirigidas a la búsqueda, criterios de selección, registro y evaluación de los proveedores los cuales permitirán el desarrollo y la optimización en las negociaciones con futuros proveedores de la empresa estudiada.

Tesis: (Mata Alvi, 2018) “Implementación de gestión de compras para mejorar la calidad de servicio de migración 3g en la empresa Sitom Perú S.A.C, Comas 2018”, concluye que:

La presente tesis buscó la implementación de la Gestión de compras para mejorar la calidad de servicio de la empresa SITOM PERÚ S.A.C, Comas 2018 mediante la aplicación de herramientas de herramientas de gestión de compras como Selección de proveedores, Control y seguimiento de la compra, Procedimientos definidos del servicio y un plan de optimización de reporte. Este estudio se realizó en las áreas de administración y logística, el cual no tiene un adecuado control de calidad y plazo de entrega de los materiales, la muestra estuvo constituido por 41 servicios realizados en un periodo aproximado de dos meses en el año 2018, con un alcance temporal de longitud transversal, datos de un antes y un después de ser implantada la mejora, así mismo se realizó un estudio pre-experimental obteniendo como resultado un incremento del 40% en la calidad de servicio, lo cual fue corroborado

mediante el análisis de Wilcoxon, arrojando un valor de p=0.017; que permitió aceptar la hipótesis general demostrando que la implementación de la Gestión de compras mejora la calidad de servicio de Migración 3G de la empresa SITOM PERÚ S.A.C. Con resultados obtenidos se pudo concluir que la implementación de la gestión de compras mejora notablemente el plazo de entrega de servicio y la conformidad técnica del servicio tomando en cuenta las herramientas en esta investigación, además en relación a los beneficios que genera lo implementado, con un análisis económico financiero de S/13635.85 soles, se determinó que el presente proyecto de investigación genera beneficios significativos para la empresa invirtiendo tanto S/ 11000.00, los cuales son recuperables en 12 meses; mostrando que la investigación es relevante para la empresa.

Tesis: (Garcia Sánchez, 2021) “Modelo de abastecimiento de insumos para mejorar la gestión de compras de la empresa hacienda Cerro Nuevo SAC Paijan, 2019” concluye que:

La presente investigación se basa en una situación problemática de la Empresa Hacienda Cerro Nuevo S.A.C. para identificar como la gestión de compras mejora el abastecimiento de insumos, ya que las empresas de hoy se enfrentan a diversas situaciones afectando su rentabilidad, la gestión de compras, pues al lograr minimizar costos de insumos y procesos en la organización, se podrá observar un resultado provechoso evidenciando beneficios económicos y rentables. Esta tesis

busca como objetivo general proponer un plan de gestión de compras para el abastecimiento de insumos de la Empresa Hacienda Cerro Nuevo S.A.C. El tipo de investigación que se empleo es descriptivo– explicativa– propositiva, con un diseño de carácter no experimental cuantitativo, ya que las variables en estudio abastecimiento de insumos y gestión de compras no serán manipuladas. Para la recolección de datos se elaboró una encuesta en base a un formato de la escala de Likert, la población estuvo conformada por 10 colaboradores de la empresa, mediante un cuestionario de 08 preguntas el cual fue validado por dos expertos. De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación, se determinó que la empresa Hacienda Cerro Nuevo S.A.C. cuenta con un sistema de gestión de compras de manera empírica por lo cual se propuso diseñar un modelo de gestión de compras para el abastecimiento de insumos con lo cual se reformaría los procesos y se conseguiría un debido control cada vez que soliciten un pedido.

Tesis: (Toro Jimenez, 2019) “Gestión de compras para mejorar el abastecimiento de la farmacia general de la empresa Sistemas de Administración Hospitalaria S.A.C., Lima, 2019”, concluye que:

En el presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar como la Gestión de compras mejora el abastecimiento en la empresa Sistemas de Administración Hospitalaria S.A.C., Lima; 2019. La gestión de Compras está conformada por dos técnicas de estudio: Just

in Time y Tipos de órdenes; en cuanto al Just in Time se aplica generando un cronograma de compras y se realiza el seguimiento de las adquisiciones efectuadas ya que Sanna Clínica El Golf no contaba con un cronograma establecido para realizar las compras y se realizaban órdenes de urgencia para cubrir el consumo cotidiano; en cuanto al Seguimiento de compras efectuadas se detectó que las órdenes giradas hacia los proveedores no eran atendidas al cien por ciento generando desabastecimiento en la farmacia general dando como resultado la insatisfacción del cliente interno y externo. La segunda técnica es Tipos de Compras, en ella se establecieron ordenes anticipadas, de emergencia y/o estratégicas, las presentes órdenes se efectúan de acuerdo con la necesidad del nosocomio, además de ello se aplicó Tiempo de ciclo y revisión continua para obtener una provisión correcta. Debido a la aplicación de la gestión de compras en Sanna Clínica El Golf como principal punto mejoro el abastecimiento de la farmacia general dando como resultado la eliminación de medicamentos pendientes logrando economizar 25,520.00 soles, por otro lado, debido al correcto seguimiento hacia los proveedores se logró reducir el tiempo de atención que sea a 1 día ya que antes de aplicar la gestión de compras el tiempo promedio de atención fue 3 días.

Tesis: (Cerqueira Urbina, 2019) “La gestión de compras y la cadena de suministros en Comercial Importadora Sudamericana S.A.C. Los olivos, año 2019” concluye que:

El presente trabajo, tiene por objetivo determinar la relación que existe entre; La gestión de compras y la cadena de suministros en Comercial Importadora Sudamericana S. A. C. Los olivos, año 2019. La importancia que presenta el estudio se encuentra basado en la necesidad que existe por parte de las empresas en el giro comercial ventas de pruebas de reactivos para diagnóstico clínico. La investigación se basa en la teoría de Franklin F, (2007). “Las técnicas y procedimientos serán principalmente aplicada con carácter general, destinados a los puntos débiles y detección de problemas dentro de la gestión de compras. Permitiendo analizar como objetivo la mejora continua de la empresa”, para la cadena de suministros se fundamentó en la teoría de Siniestra, G (2012), “La gestión de compras están constituidos de la adquisición de los bienes corporales destinados a la venta y distribución dentro de los negocios. El tipo de investigación es correlacional, el diseño de la investigación es no experimental transversal, con una población de 45 colaboradores, la muestra como es pequeña es la misma cantidad que la población. La técnica aplicada es la encuesta y el instrumento de recolección de datos, las preguntas fueron aplicados colaboradores de la empresa la validez de los instrumentos por lo cual se utilizó la validación de expertos y está respaldado por el uso del Alfa de Cronbach; la comprobación de las hipótesis realizó con la prueba de Rho sperman.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. GESTIÓN DE COMPRAS

Según (Sangri Coral, 2014) señala que:

> Esta actividad radica en su vitalidad para el éxito de las empresas, ya que determina la efectividad de la administración de los bienes adquiridos. La empresa necesita de insumos, materia prima, componentes y refacciones para su funcionamiento, sin los cuales no podría lograr la producción y distribución de sus productos. Las compras bien planeadas deben de redituar a la empresa ahorros en efectivo, en su liquidez, y en la fluidez del capital. Bajo un sistema organizado, las compras le representan a la empresa una buena administración, negociando plazos de pago, descuentos, oportunidad de uso y otros beneficios. Es vital para la adquisición de las materias primas y los recursos necesarios, involucrando los elementos que determinan la coordinación de las áreas de la empresa que requieren de materiales y/o insumos para su eficiente funcionamiento, (p.5).

2.2.1.1. OBJETIVOS DE LA GESTIÓN DE COMPRAS

Según (Sangri Coral, 2014) señala que:

> Como toda actividad de administración, compras tiene un objetivo general y varios objetivos específicos, podríamos detallar que el objetivo general es adquirir los recursos materiales que necesita la organización de la mejor calidad y al mejor precio.

Objetivos específicos

Reducción de costos Obtención de utilidades y a la vez mejorar el trinomio costo-beneficio-utilidad. Comprar al mínimo precio sin olvidar la calidad, el volumen y la pronta utilización de lo adquirido.

Optimizando los tiempos y las coordinaciones con los departamentos a los que les da servicio, para con ello cumplir con los requerimientos solicitados.

La responsabilidad del área de compras Tiene varias actividades:

- Precios, proveedores, pedidos, inspección de lo adquirido, cuando así lo amerite.
- Los que comparte con otros departamentos sobre: Informes, inventarios, convenios, contratos, almacenaje, etcétera. Actividades que son su obligación y le interesan, recibir, almacenar, dar seguimiento, etcétera.

Controlar los convenios

En este objetivo al área de compras le interesan todos los convenios que fueron, son y serán necesarios para el financiamiento que otorgue el proveedor.

- Tiempo de pago.
- Solo las compras de acuerdo con los requerimientos y los parámetros.

- Solo compromisos autorizados por el departamento afectado.
- Mantener inventarios tanto en existencia como en el departamento de contabilidad.
- Seguir el o los procedimientos escritos para pedidos y órdenes de compra. Control de los tratados comerciales con los proveedores en lo referente a:
- Buenas relaciones.
- Ética.
- Mantener una política de varios proveedores (tres) para el abastecimiento de las materias primas básicas.

2.2.1.2. PRINCIPIOS BASICOS DE LAS COMPRAS

Según (Sangri Coral, 2014) señala que:

Como toda actividad que se realice en una empresa tiene que empezar con una razón de ser, es por esto por lo que esta parte de tres principios básicos, que le dan un carácter operacional y que se modulan a base de reglas.

- Calidad Base para que los productos que fabrica la empresa o los que revende, sean los que el consumidor prefiere, bajo las condiciones que él espera; es una de las razones por las que él decide y que ese satisfactor es el que él necesita, basado en las tres utilidades de un producto, que son: lugar, tiempo y precio.
- Cantidad Factor muy especial, por las razones siguientes:

a. El espacio de almacén.

b. La cantidad que de acuerdo con las fechas de caducidad se puede utilizar.

c. Mientras más es el volumen el precio debe de bajar.

- Precio. Este va de acuerdo con la calidad, la cantidad y las fechas de entrega y cobro.

2.2.1.3. ÉTICA EN LAS COMPRAS

Según (Sangri Coral, 2014) señala que:

Esta es un área de mucha importancia, pues si se violan las buenas costumbres y la ética en las compras se pueden ocasionar varios problemas a las empresas, entre los que destacan;

- **Sobornos**

  Esta es una actividad muy utilizada por los compradores o los jefes de compras, falto de ética, y consiste en pedir al proveedor que ofrezca dinero u otras dádivas para asignar la orden de compra o pedido.

- **Favoritismos**

  En algunas ocasiones el comprador o jefe de compras, faltos de ética, sin tomar en cuenta el cuadro comparativo, base de la decisión de compra, le otorgan la orden de compra o pedido a cierto proveedor, que en algunas ocasiones es un familiar o

amigo o un proveedor, que siempre agradece la designación, con algún obsequio.

- **Aceptar invitaciones**

  Argumento utilizado por vendedores corruptos y faltos de ética, que, para recibir la orden de compra o pedido, lo basan en invitaciones a comer, cenar o de otra naturaleza con la pretensión de ser designado.

a) **DIMENSIÓN PLANIFICACIÓN DE COMPRAS**

(Romero Taquire & Salazar Barragán, 2018) señala que:

Debido al crecimiento y evolución de las empresas, éstas requerían un mejor desempeño de cada una de sus áreas que le permitan seguir cumpliendo las expectativas en este mundo globalizado y de constante innovación, y una de ellas es el área de compras, ya que es parte fundamental dentro de las gestiones de las organizaciones, al encargarse de adquirir de los proveedores los materiales y productos, a un coste conveniente y de buena calidad, con los que contará la empresa para lograr los objetivos propuestos, tanto para los clientes internos y externos.

b) DIMENSIÓN GESTIÓN DE INVENTARIOS

De acuerdo con (Escriva Monzó, Savall Llidó, & Martinez García, Gestión de compras, 2014) señala que:

Comprende la administración y el control de las mercancías almacenadas determinando la cantidad adecuada que deben permanecer en el almacén, así como la cantidad que es preciso adquirir para cubrir las necesidades de la demanda.

c) DIMENSIÓN EMBALAJE DE MERCADERÍAS

Según (Escriva Monzó, Savall Llidó, & Martinez García, Gestión de compras, 2014) señala que:

Consiste en el uso del envoltorios o recipientes que contienen la mercancía, agrupando las unidades más pequeñas, con el fin de protegerla, manejarla, transportarla y almacenarla sin causar pérdidas ni deterioro.

2.2.2. SERVICIO AL CLIENTE

Según (Escriva Monzó, Savall Llidó, & Martinez García, Gestión de compras, 2014) que:

El fin último de la logística es satisfacer las exigencias de los compradores. Para lograrlo es imprescindible implantar un sistema de calidad y servicio al cliente que garantice el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Disponer de existencias suficientes en el momento que el cliente las solicite.
- Gestionar correctamente los pedidos

- Que la información que figura en los documentos que intervienen en todo el proceso logístico sea clara y concreta.
- Que los medios de transporte se adecuen a los requerimientos de plazo de entrega, seguridad, etc.

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

2.3.1. Administración de inventario:

Es la eficiencia en el manejo adecuado del registro, de la rotación y evaluación del inventario de acuerdo a como se clasifique y que tipo de inventario tenga la empresa, ya que a través de todo esto determinaremos los resultados (utilidades o pérdidas) de una manera razonable, pudiendo establecer la situación financiera de la empresa y las medidas necesarias para mejorar o mantener dicha situación.

2.3.2. Servicio al cliente:

El servicio al cliente en logística es el proceso integral de cumplir con el pedido de un cliente. Comprende la recepción del pedido (manual o electrónica), la administración del pago del mismo y la preparación del pedido, mediante la recogida del artículo posterior embalaje y etiquetado. También incluye la elaboración de la documentación correspondiente a la expedición, el envío y entrega de los productos y el manejo de la posible devolución de los mismos, denominado logística inversa, (Escriva Monzó, Savall Llidó, & Martinez García, Gestión de compras, 2014).

2.3.3. Variables del servicio al cliente:

Según (Escriva Monzó, Savall Llidó, & Martinez García, Gestión de compras, 2014). Entre las variables del servicio al cliente cabe destacar por su importancia:

- La entrega puntual de la mercancía en la fecha estipulada.
- La notificación anticipada de retrasos de los envíos en caso se produzca.
- La precisión en la entrega del pedido completo.
- La consistencia en el cumplimiento de los procesos del ciclo de pedido.

2.3.4. Inventario:

Los Inventarios son bienes tangibles que se tienen para la venta en el curso ordinario del negocio o para ser consumidos en la producción de bienes o servicios para su posterior comercialización. Los inventarios comprenden, además de las materias primas, productos en proceso y productos terminados o mercancías para la venta, los materiales, repuestos y accesorios para ser consumidos en la producción de bienes fabricados para la venta o en la prestación de servicios; empaques y envases y los inventarios en tránsito.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La investigación relaciona y amplia conocimientos existentes sobre la gestión de compras y el servicio al cliente en las pequeñas empresas del sector comercio, por tanto, es de tipo básica de acuerdo con (Carrasco Díaz, Metodología de la investigación científica, 2007) quien afirma:

> *"La investigación básica es la que no tiene propósitos aplicativos inmediatos, pues solo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad", (p.43).*

La línea de investigación planteada es correlacional, mide el grado de relación existente entre la gestión de compras y el servicio al cliente en las pequeñas empresas del sector comercio tal como sostiene (Palomino Ochoa & et al., 2021) que la investigación correlacional tiene como objetivo determinar la calidad, categoría, valor que tienen relación y analogía entre variables, corresponde a este alcance la hipótesis correlacional, (p.111).

3.2. DISEÑO Y ESQUEMA DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1. DISEÑO

Considerando que la investigación es de tipo básica en el que pretende ampliar y profundizar conocimientos científicos existentes sobre la gestión de compras y el servicio al cliente en las pequeñas empresas del sector comercio, con una línea de investigación correlacional el diseño es no experimental.

3.2.2. ESQUEMA

La investigación tendrá el siguiente esquema:

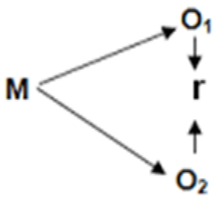


Figura 1: esquema de la investigación

Donde:

M = Muestra

O1 = Observación de la variable Fuente de financiamiento

O2 = Observación de la variable toma de decisiones

r = relación entre variables

Margen: 10%
Nivel de confianza: 95%
Poblacion: 1780

Tamaño de muestra: 92

$$n = \frac{z^2(p*q)}{e^2 + \frac{(z^2(p*q))}{N}}$$

Ecuacion Estadistica para Proporciones poblacionales

n= Tamaño de la muestra
z= Nivel de confianza deseado
p= Proporcion de la poblacion con la caracteristica deseada (exito)
q=Proporcion de la poblacion sin la caracteristica deseada (fracaso)
e= Nivel de error dispuesto a cometer
N= Tamaño de la poblacion

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. POBLACIÓN

El universo de la población está compuesto por 1780 pequeñas empresas del sector comercio del Distrito de Callería, entre personas naturales y jurídicas.

3.3.2. MUESTRA

La muestra de acuerdo con el cálculo de muestreo estadístico está compuesta por 92 pequeñas empresas del sector comercio del Distrito de Callería, entre personas naturales y jurídicas.

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
Gestión de compras	Planificación de compras	Aprovisionamiento
		Almacenamiento
		Transporte
	Gestión de inventarios	Solicitud de compra
		Evaluación
		Selección
		Control
	Embalaje de mercaderías	Envoltorios
		Protección
		Manejo
		Justo a tiempo
Servicio al cliente	Servicio oportuno	Precisos
		Satisfacción
	Calidad producto	Integro
		Gestionar correctamente
		Disponer de existencias
		Percepción de mejora
	Aumento de valor	Presentación
		Calidad

3.5. DEFINICIÓN OPERATIVA DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La definición operativa está basada en variables, dimensiones e indicadores de la investigación, para ello la investigación científica en esa sistematización y búsqueda de nuevos conocimientos sobre la gestión de compras y el servicio al cliente en las pequeñas empresas del sector comercio, emplea instrumentos de investigación para la recopilación de información bajo técnicas de recojo, procesamiento y presentación de datos.

Tal como (Carrasco Díaz, Metodología de la investigación científica, 2007) sostiene que:

> *"La investigación científica como proceso sistemático de indagación y búsqueda de nuevos conocimientos acerca de los hechos y fenómenos de la realidad, sólo es posible mediante la aplicación de instrumentos de investigación o medición", (p.334).*

3.6. TÉCNICAS DE RECOJO, PROCESAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE DATOS

3.6.1. TÉCNICAS DE RECOJO

Las técnicas empleadas en la investigación sobre la gestión de compras y el servicio al cliente en las pequeñas empresas del sector comercio, son la encuesta mediante un cuestionario de 18 preguntas, por cada dimensión de la variable principal se presentan 3 preguntas al igual por cada dimensión de la variable secundaria, asimismo la técnica de la observación directa e indirecta y la recolección de la información mediante el análisis documental.

Respecto a las técnicas para la recolección de información mediante el análisis documental (Carrasco Díaz, 2007) sostiene que:

> *"Documento es todo elemento material que contiene información procesada sobre hechos, sucesos o acontecimientos naturales o sociales que se han dado en el pasado, y que poseen referencias valiosas (datos, cifras, fichas, índices, indicadores, etc.) para un trabajo de investigación," (p.275).*

3.6.2. PRESENTACIÓN DE DATOS

Luego de haber procesado los datos mediante el uso de datas informáticas, como el Excel y el SPSS, producto de la aplicación de los instrumentos como la encuesta mediante un cuestionario diseñado para ambas variables de estudio, que fueron tabulados que permitieron la interpretación que permite la presentación mediante tablas y figuras, con el uso de la Chi cuadrada.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

4.1. Dimensión: Planificación de compras

Existe relación entre la planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente de manera oportuna en el distrito de Callería, 2021.

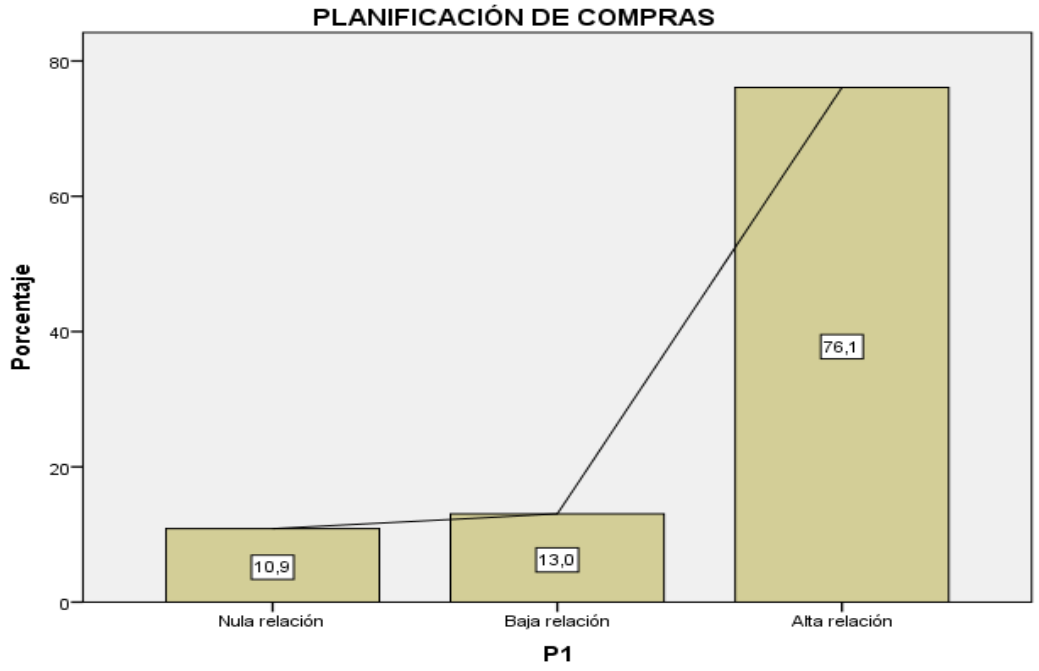
Tabla 1.

Planificación de compras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nula relación	10	10,9	10,9	10,9
	Baja relación	12	13,0	13,0	23,9
	Alta relación	70	76,1	76,1	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable gestión de compras.
Fuente: Elaboración propia

Figura 1



Análisis:

Del análisis los resultados que se tomaron de 92 pequeñas empresas del sector comercio del Distrito de Callería, entre personas naturales y jurídicas, respondieron que:

De acuerdo con el análisis el 76.1% de los resultados respondieron que existe una alta relación entre la planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente de manera oportuna en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 13.0% de los resultados respondieron que existe una baja relación entre la planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente de manera oportuna en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 10.9% de los resultados respondieron que no existe relación entre la planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente de manera oportuna en el distrito de Callería, 2021.

4.2. Dimensión: Planificación de compras

Existe relación entre la planificación de compras y las actividades de logística en las pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Callería, 2021.

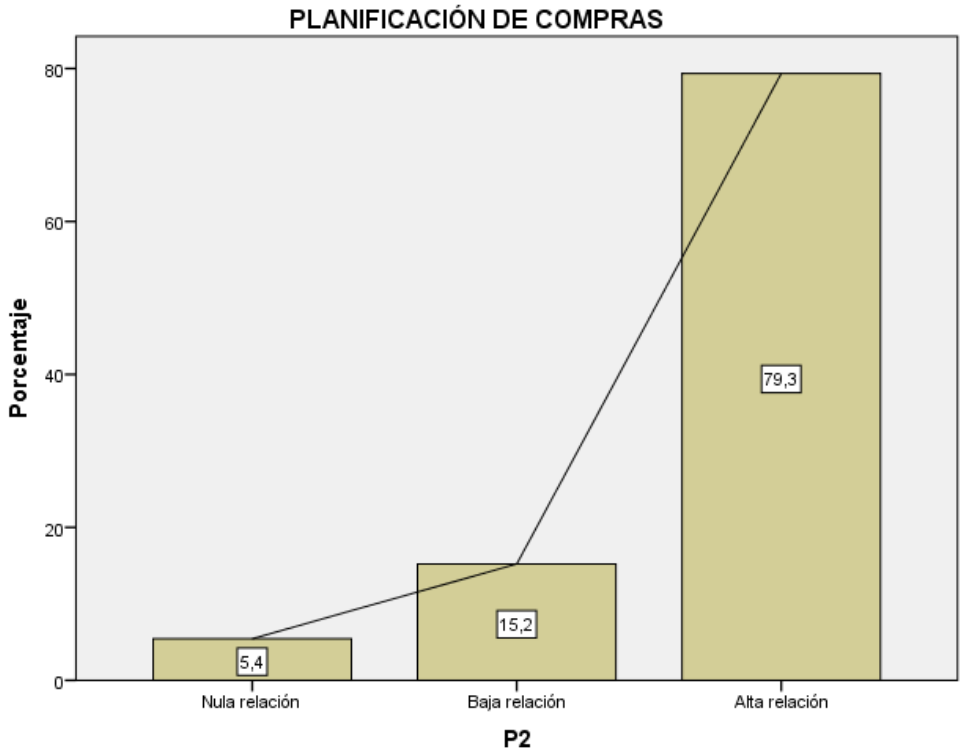
Tabla 2.

Planificación de compras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nula relación	5	5,4	5,4	5,4
	Baja relación	14	15,2	15,2	20,7
	Alta relación	73	79,3	79,3	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable gestión de compras.
Fuente: Elaboración propia

Figura 2



Del análisis de los resultados que se tomaron de 92 pequeñas empresas del sector comercio del Distrito de Callería, entre personas naturales y jurídicas, respondieron que:

De acuerdo con el análisis el 79.3% de los resultados respondieron que existe una alta relación entre la planificación de compras y las actividades de logística en las pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 15.2% de los resultados respondieron que existe una baja relación entre la planificación de compras y las actividades de logística en las pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 5.4% de los resultados respondieron que no existe relación entre la planificación de compras y las actividades de logística en las pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Callería, 2021.

4.3. Dimensión: Planificación de compras

Existe relación entre planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el aprovisionamiento de productos desde su despacho hasta el punto de ventas del distrito de Callería, 2021.

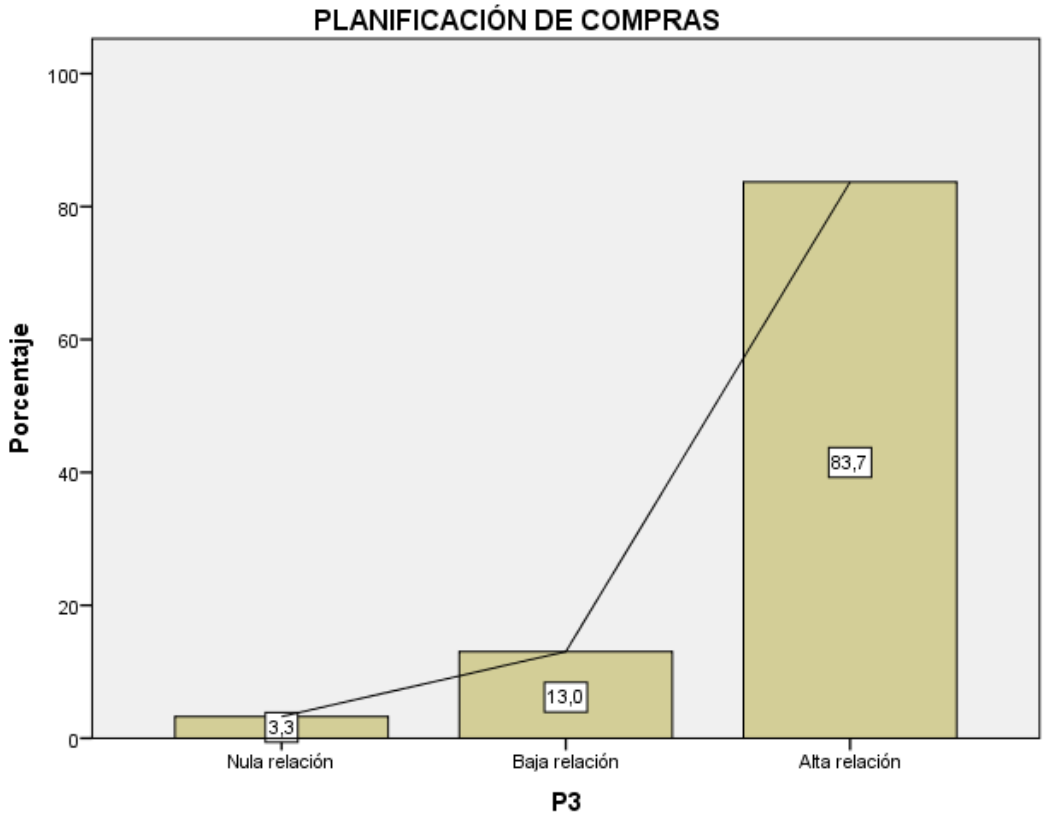
Tabla 3.

Planificación de compras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nula relación	3	3,3	3,3	3,3
	Baja relación	12	13,0	13,0	16,3
	Alta relación	77	83,7	83,7	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable gestión de compras.
Fuente: Elaboración propia

Figura 3



Análisis:

Del análisis de los resultados que se tomaron de 92 pequeñas empresas del sector comercio del Distrito de Callería, entre personas naturales y jurídicas, respondieron que:

De acuerdo con el análisis el 83.7% de los resultados respondieron que existe una alta relación entre planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el aprovisionamiento de productos desde su despacho hasta el punto de ventas del distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 13.0% de los resultados respondieron que existe una baja relación entre planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el aprovisionamiento de productos desde su despacho hasta el punto de ventas del distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 3.3% de los resultados respondieron que no existe relación entre planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el aprovisionamiento de productos desde su despacho hasta el punto de ventas del distrito de Callería, 2021.

4.4. Dimensión: Gestión de inventarios

Existe relación entre la gestión de inventarios y la administración de mercaderías en el almacén de las pequeñas empresas del sector comercio el distrito de Callería, 2021.

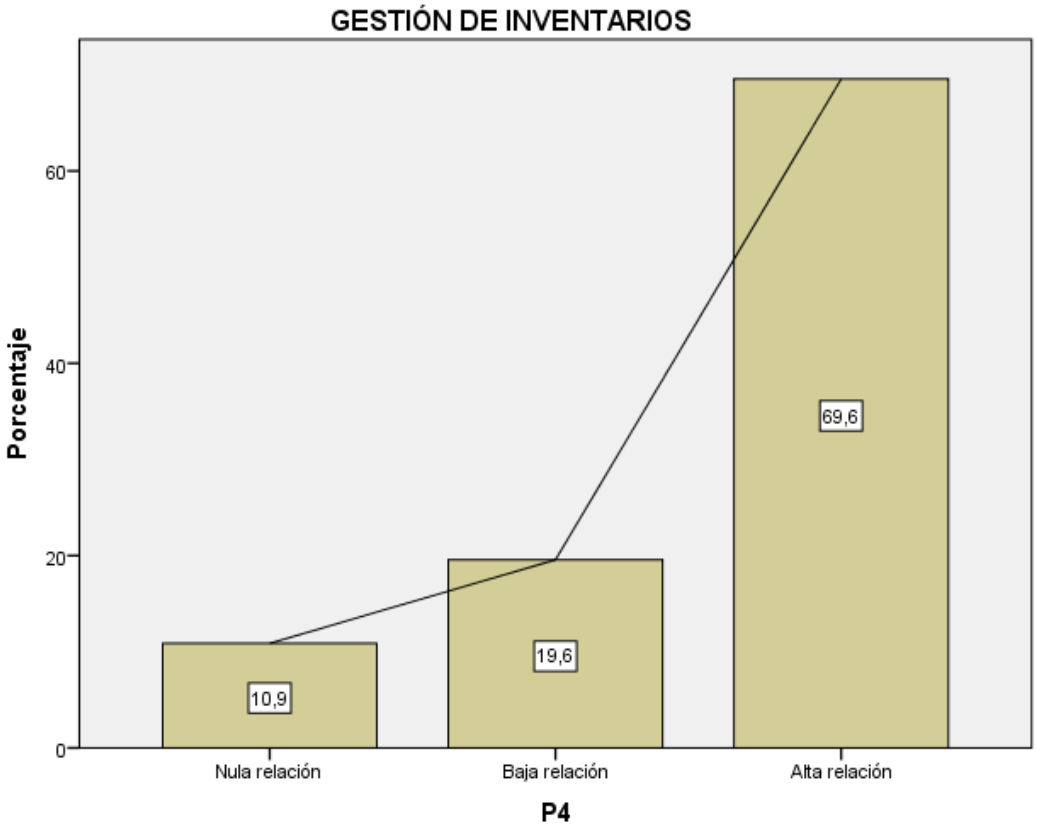
Tabla 4.

Gestión de inventarios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nula relación	10	10,9	10,9	10,9
	Baja relación	18	19,6	19,6	30,4
	Alta relación	64	69,6	69,6	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable gestión de compras.
Fuente: Elaboración propia

Figura 4



Análisis:

Del análisis de los resultados que se tomaron de 92 pequeñas empresas del sector comercio del Distrito de Callería, entre personas naturales y jurídicas, respondieron que:

De acuerdo con el análisis el 69.6% de los resultados respondieron que existe una alta relación entre la gestión de inventarios y la administración de mercaderías en el almacén de las pequeñas empresas del sector comercio el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 19.6% de los resultados respondieron que existe una baja relación entre la gestión de inventarios y la administración de mercaderías en el almacén de las pequeñas empresas del sector comercio el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 10.9% de los resultados respondieron que no existe relación entre la gestión de inventarios y la administración de mercaderías en el almacén de las pequeñas empresas del sector comercio el distrito de Callería, 2021.

4.5. Dimensión: Gestión de inventarios

Existe relación entre la gestión de inventarios y el pedido a adquirir para cubrir solo las necesidades de las pequeñas empresas del sector comercio en el distrito de Callería, 2021.

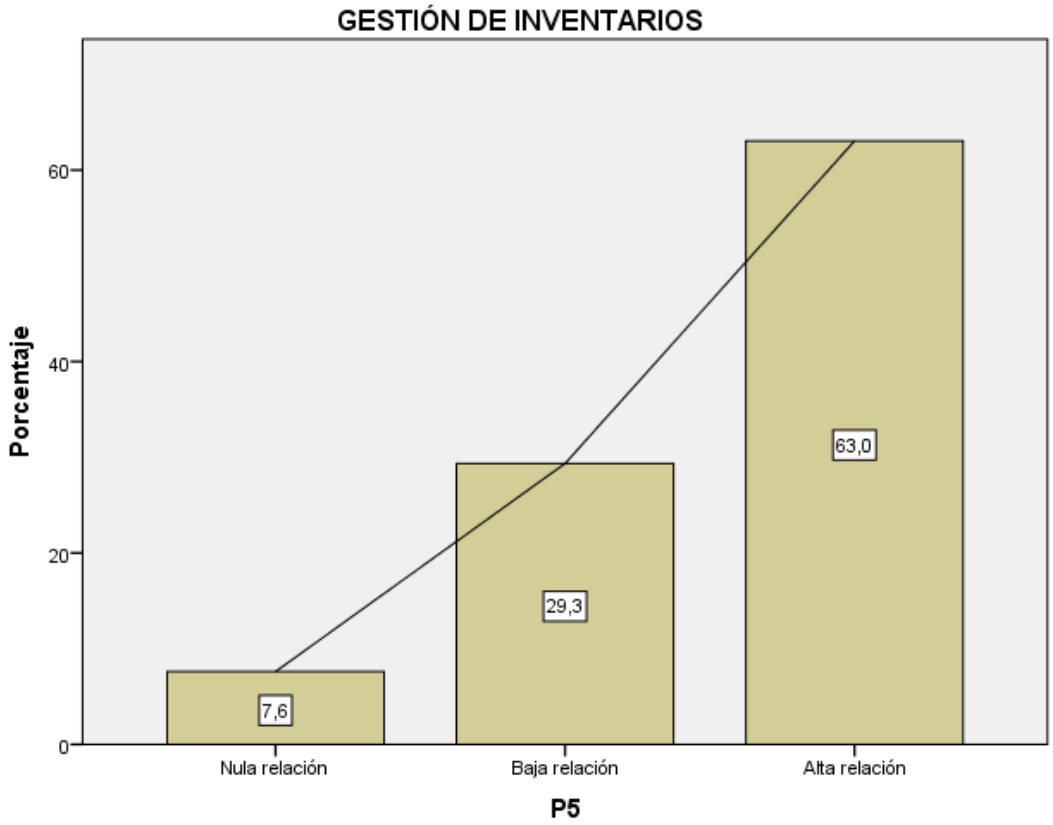
Tabla 5.

Gestión de inventarios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nula relación	7	7,6	7,6	7,6
	Baja relación	27	29,3	29,3	37,0
	Alta relación	58	63,0	63,0	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable gestión de compras.
Fuente: Elaboración propia

Figura 5



Análisis:

Del análisis de los resultados que se tomaron de 92 pequeñas empresas del sector comercio del Distrito de Callería, entre personas naturales y jurídicas, respondieron que:

De acuerdo con el análisis el 63.0% de los resultados respondieron que existe una alta relación entre la gestión de inventarios y el pedido a adquirir para cubrir solo las necesidades de las pequeñas empresas del sector comercio en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 29.3% de los resultados respondieron que existe una baja relación entre la gestión de inventarios y el pedido a adquirir para cubrir solo las necesidades de las pequeñas empresas del sector comercio en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 7.6% de los resultados respondieron que no existe relación entre la gestión de inventarios y el pedido a adquirir para cubrir solo las necesidades de las pequeñas empresas del sector comercio en el distrito de Callería, 2021.

4.6. Dimensión: Gestión de inventarios

Existe relación entre la gestión de inventarios y el control adecuado de existencias en las pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Callería, 2021.

Tabla 6.

Gestión de inventarios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nula relación	10	10,9	10,9	10,9
	Baja relación	13	14,1	14,1	25,0
	Alta relación	69	75,0	75,0	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable gestión de compras.
Fuente: Elaboración propia

Figura 6



Análisis:

Del análisis de los resultados que se tomaron de 92 pequeñas empresas del sector comercio del Distrito de Callería, entre personas naturales y jurídicas, respondieron que:

De acuerdo con el análisis el 75.0% de los resultados respondieron que existe una alta relación entre la gestión de inventarios y el control adecuado de existencias en las pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 14.1% de los resultados respondieron que existe una baja relación entre la gestión de inventarios y el control adecuado de existencias en las pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 10.9% de los resultados respondieron que no existe relación entre la gestión de inventarios y el control adecuado de existencias en las pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Callería, 2021.

4.7. Dimensión: Embalaje de mercaderías

Existe relación entre el adecuado embalaje de mercaderías y el aumento de valor del negocio de las pequeñas empresas del sector comercio y el aumento de valor del negocio en el distrito de Callería, 2021.

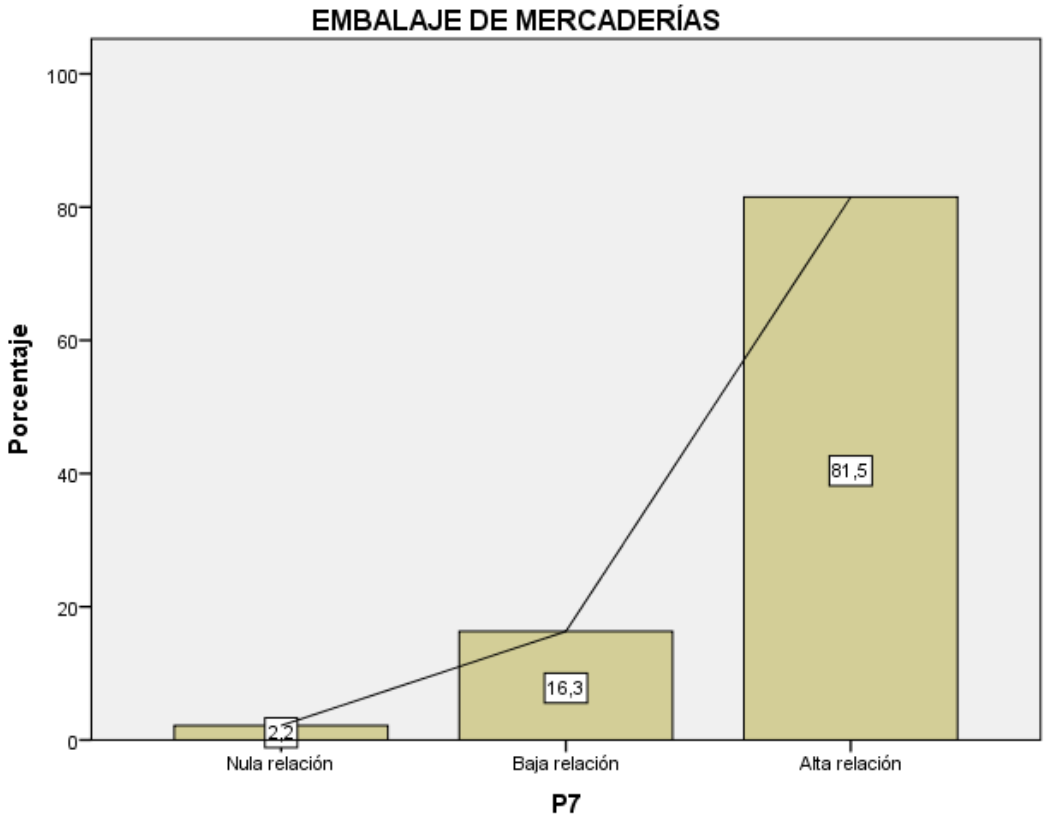
Tabla 7.

Embalaje de mercaderías

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nula relación	2	2,2	2,2	2,2
	Baja relación	15	16,3	16,3	18,5
	Alta relación	75	81,5	81,5	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable gestión de compras.
Fuente: Elaboración propia

Figura 7



Análisis:

Del análisis de los resultados que se tomaron de 92 pequeñas empresas del sector comercio del Distrito de Callería, entre personas naturales y jurídicas, respondieron que:

De acuerdo con el análisis el 81.5% de los resultados respondieron que existe una alta relación entre el adecuado embalaje de mercaderías y el aumento de valor del negocio de las pequeñas empresas del sector comercio y el aumento de valor del negocio en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 16.3% de los resultados respondieron que existe una baja relación entre el adecuado embalaje de mercaderías y el aumento de valor del negocio de las pequeñas empresas del sector comercio y el aumento de valor del negocio en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 2.2% de los resultados respondieron que no existe relación entre el adecuado embalaje de mercaderías y el aumento de valor del negocio de las pequeñas empresas del sector comercio y el aumento de valor del negocio en el distrito de Callería, 2021.

4.8. Dimensión: Embalaje de mercaderías

Existe relación entre el embalaje de mercaderías y el adecuado envoltorio de las mercaderías de las pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Callería, 2021.

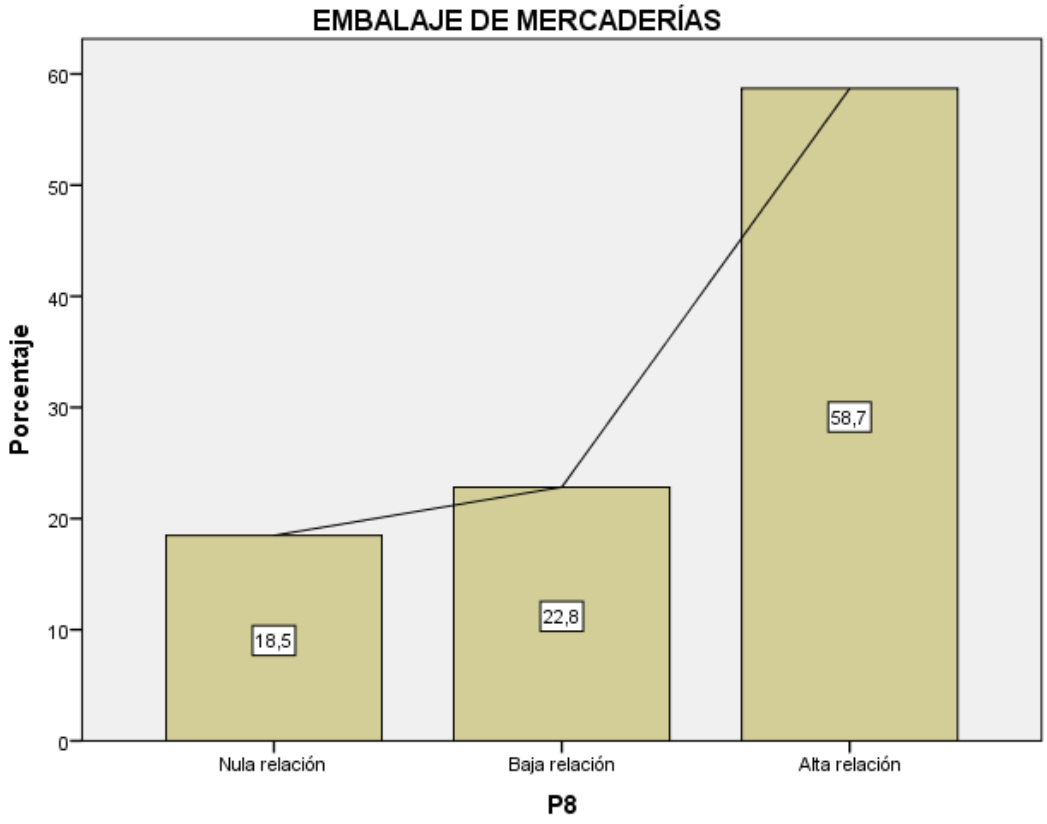
Tabla 8.

Embalaje de mercaderías

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nula relación	17	18,5	18,5	18,5
	Baja relación	21	22,8	22,8	41,3
	Alta relación	54	58,7	58,7	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable gestión de compras.
Fuente: Elaboración propia

Figura 8



Análisis:

Del análisis de los resultados que se tomaron de 92 pequeñas empresas del sector comercio del Distrito de Callería, entre personas naturales y jurídicas, respondieron que:

De acuerdo con el análisis el 58.7% de los resultados respondieron que existe una alta relación entre el embalaje de mercaderías y el adecuado envoltorio de las mercaderías de las pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 22.8% de los resultados respondieron que existe una baja relación entre el embalaje de mercaderías y el adecuado envoltorio de las mercaderías de las pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 18.5% de los resultados respondieron que no existe relación entre el embalaje de mercaderías y el adecuado envoltorio de las mercaderías de las pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Callería, 2021.

4.9. Dimensión: Embalaje de mercaderías

Existe relación entre el embalaje de mercaderías y el adecuado agrupamiento por unidades para su despacho de las pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Callería, 2021.

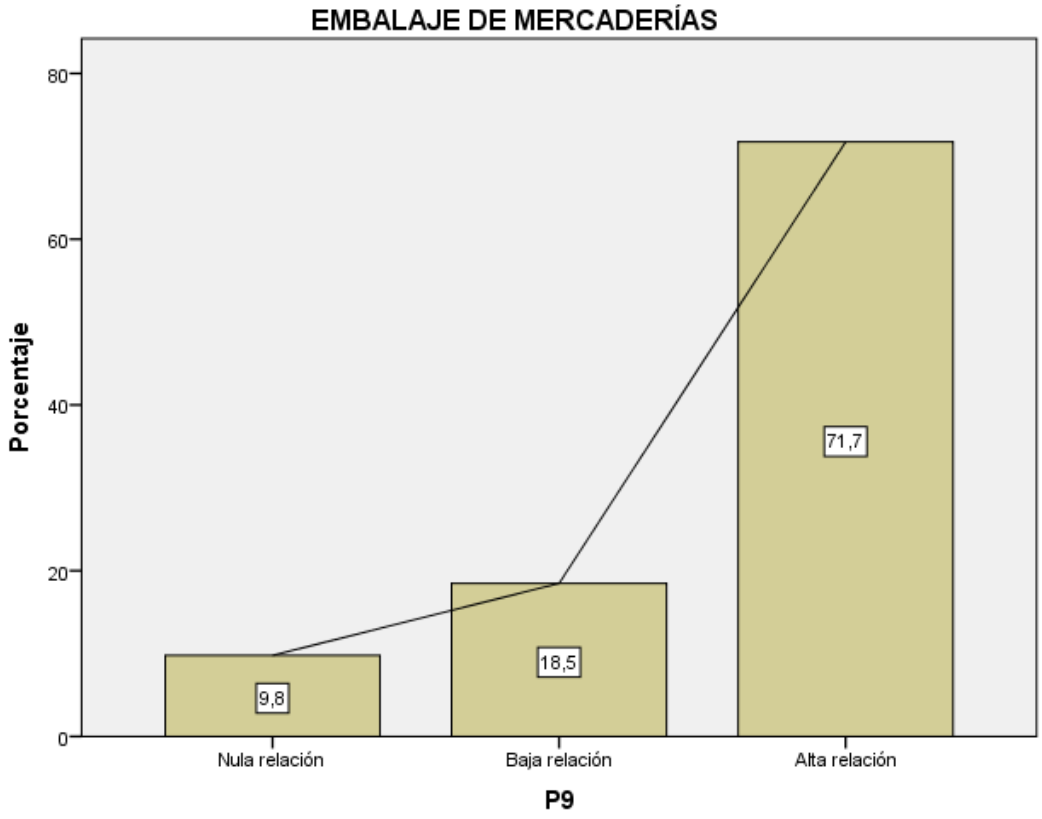
Tabla 9.

Embalaje de mercaderías

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nula relación	9	9,8	9,8	9,8
	Baja relación	17	18,5	18,5	28,3
	Alta relación	66	71,7	71,7	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable gestión de compras.
Fuente: Elaboración propia

Figura 9



Análisis:

Del análisis de los resultados que se tomaron de 92 pequeñas empresas del sector comercio del Distrito de Callería, entre personas naturales y jurídicas, respondieron que:

De acuerdo con el análisis el 71.7% de los resultados respondieron que existe una alta relación entre el embalaje de mercaderías y el adecuado agrupamiento por unidades para su despacho de las pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 18.5% de los resultados respondieron que existe una baja relación entre el embalaje de mercaderías y el adecuado agrupamiento por unidades para su despacho de las pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 9.8% de los resultados respondieron que no existe relación entre el embalaje de mercaderías y el adecuado agrupamiento por unidades para su despacho de las pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Callería, 2021.

4.10. Dimensión: Servicio al cliente oportuno

Existe relación entre el servicio al cliente y la entrega de manera oportuna los productos solicitados a las pequeñas empresas en el distrito de Callería, 2021.

Tabla 10.

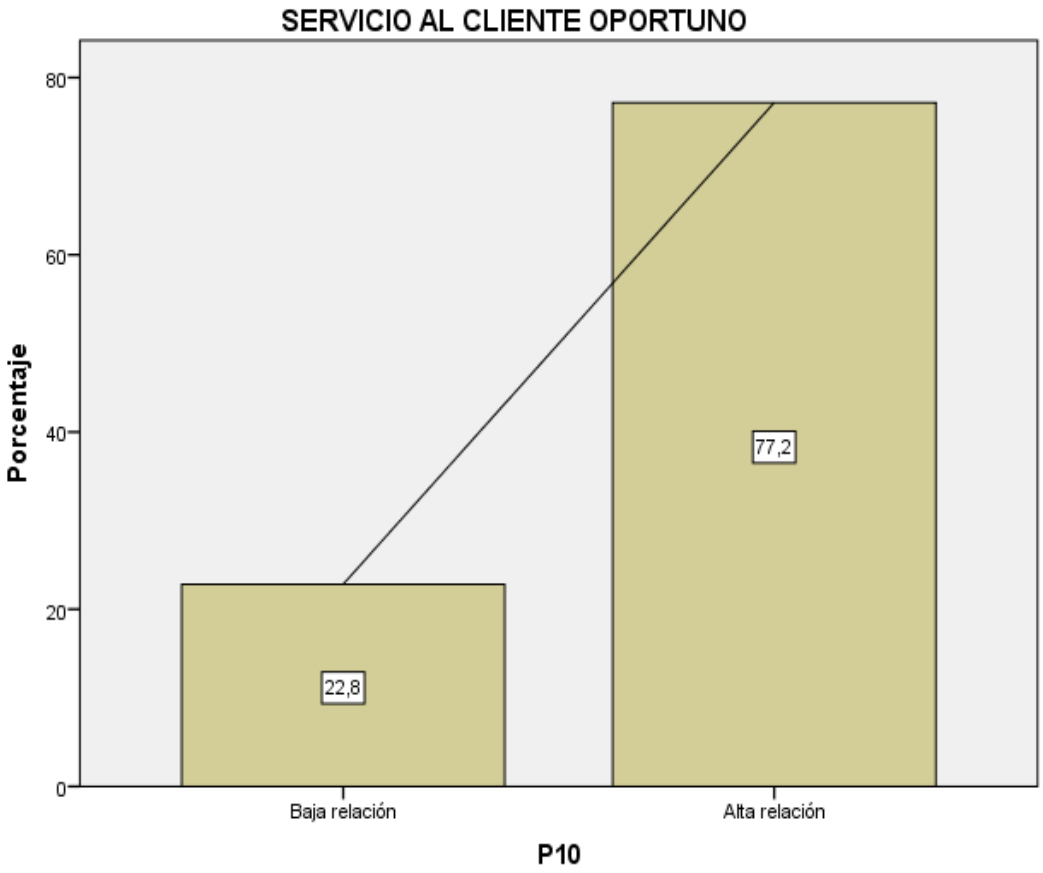
Servicio al cliente oportuno

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Baja relación	21	22,8	22,8	22,8
	Alta relación	71	77,2	77,2	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable servicio al cliente.

Fuente: Elaboración propia

Figura 10



Análisis:

Del análisis de los resultados que se tomaron de 92 pequeñas empresas del sector comercio del Distrito de Callería, entre personas naturales y jurídicas, respondieron que:

De acuerdo con el análisis el 77.2% de los resultados respondieron que existe una alta relación entre el servicio al cliente y la entrega de manera oportuna los productos solicitados a las pequeñas empresas en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 22.8% de los resultados respondieron que existe una baja relación entre el servicio al cliente y la entrega de manera oportuna los productos solicitados a las pequeñas empresas en el distrito de Callería, 2021.

4.11. Dimensión: Servicio al cliente oportuno

Existe relación entre el servicio al cliente y la recepción en las condiciones que la solicita de manera oportuna a empresas pequeñas en el distrito de Callería, 2021.

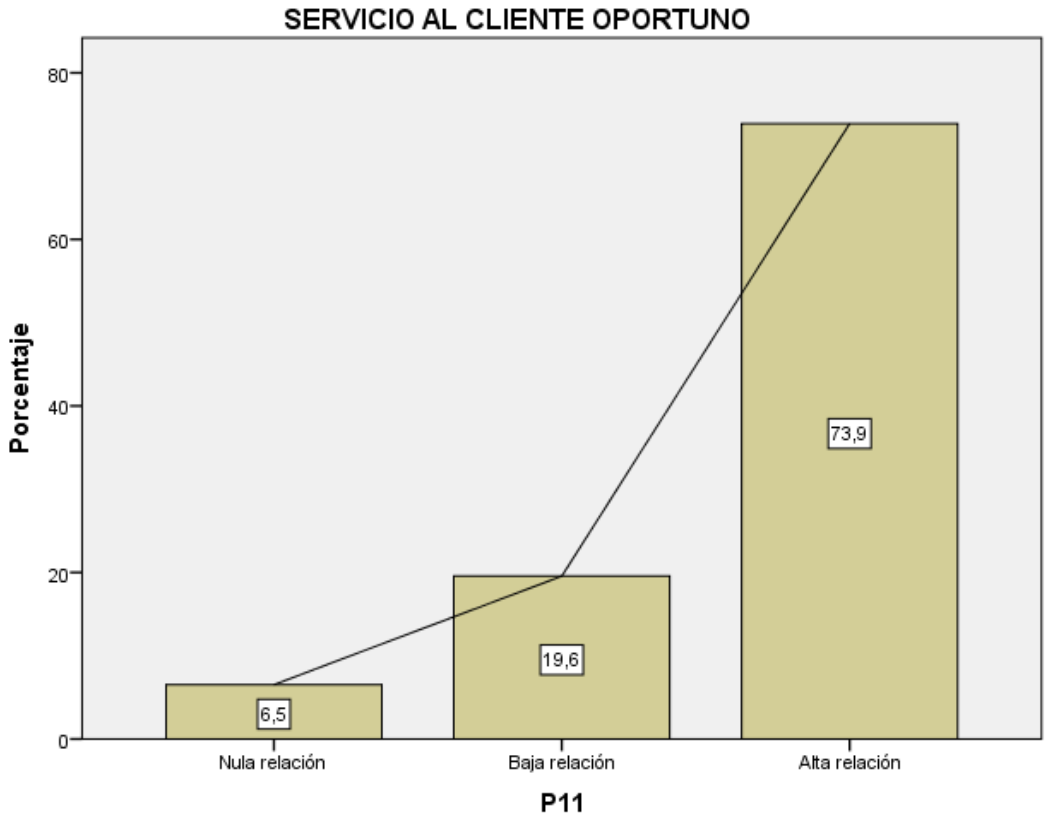
Tabla 11.

Servicio al cliente oportuno

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nula relación	6	6,5	6,5	6,5
	Baja relación	18	19,6	19,6	26,1
	Alta relación	68	73,9	73,9	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable servicio al cliente.
Fuente: Elaboración propia

Figura 11



Análisis:

Del análisis de los resultados que se tomaron de 92 pequeñas empresas del sector comercio del Distrito de Callería, entre personas naturales y jurídicas, respondieron que:

De acuerdo con el análisis el 73.9% de los resultados respondieron que existe una alta relación entre el servicio al cliente y la recepción en las condiciones que la solicita de manera oportuna a empresas pequeñas en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 19.6% de los resultados respondieron que existe una baja relación entre el servicio al cliente y la recepción en las condiciones que la solicita de manera oportuna a empresas pequeñas en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 6.5% de los resultados respondieron que no existe relación entre el servicio al cliente y la recepción en las condiciones que la solicita de manera oportuna a empresas pequeñas en el distrito de Callería, 2021.

4.12. Dimensión: Servicio al cliente oportuno

Existe relación entre el servicio al cliente y la entrega en óptimas condiciones de manera oportuna de mercaderías en el distrito de Callería, 2021.

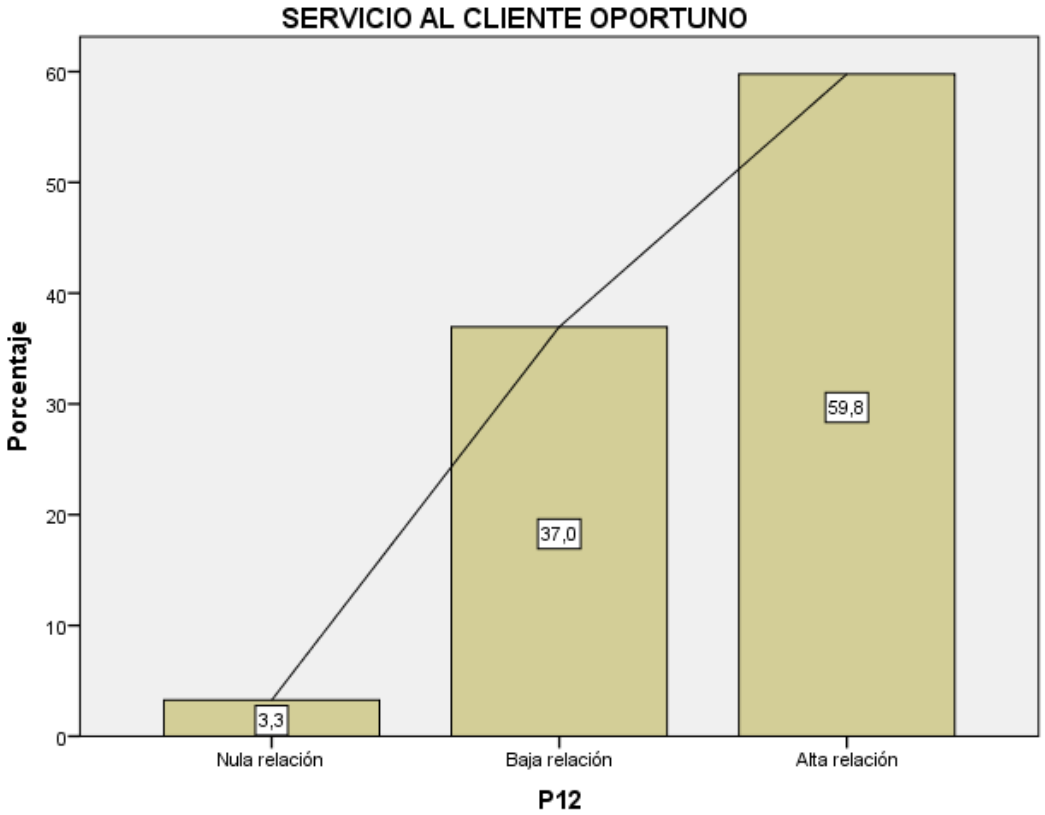
Tabla 12.

Servicio al cliente oportuno

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nula relación	3	3,3	3,3	3,3
	Baja relación	34	37,0	37,0	40,2
	Alta relación	55	59,8	59,8	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable servicio al cliente.
Fuente: Elaboración propia

Figura 12



Análisis:

Del análisis de los resultados que se tomaron de 92 pequeñas empresas del sector comercio del Distrito de Callería, entre personas naturales y jurídicas, respondieron que:

De acuerdo con el análisis el 59.8% de los resultados respondieron que existe una alta relación entre el servicio al cliente y la entrega en óptimas condiciones de manera oportuna de mercaderías en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 37.0% de los resultados respondieron que existe una baja relación entre el servicio al cliente y la entrega en óptimas condiciones de manera oportuna de mercaderías en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 3.3% de los resultados respondieron que no existe relación entre el servicio al cliente y la entrega en óptimas condiciones de manera oportuna de mercaderías en el distrito de Callería, 2021.

4.13. Dimensión: Calidad del producto

Existe relación entre la calidad del producto y el servicio al cliente que contribuye en la fidelización de las mercaderías solicitadas en el distrito de Callería, 2021.

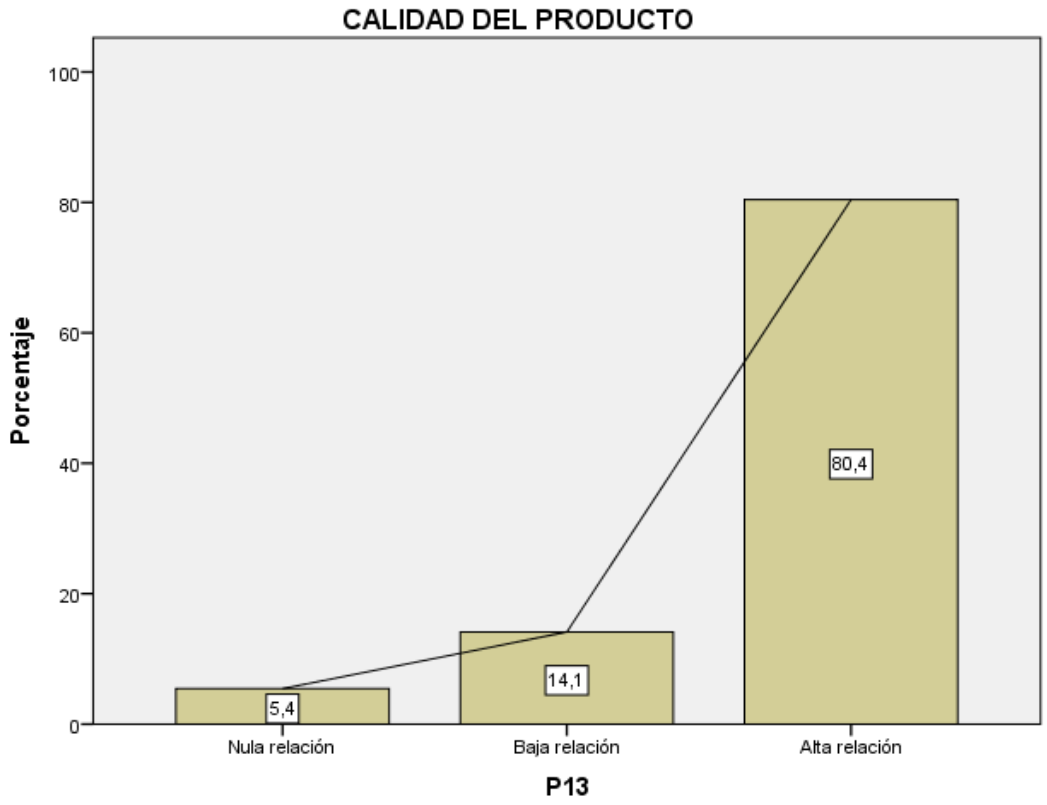
Tabla 13.

Calidad del producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nula relación	5	5,4	5,4	5,4
	Baja relación	13	14,1	14,1	19,6
	Alta relación	74	80,4	80,4	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable servicio al cliente.
Fuente: Elaboración propia

Figura 13



Análisis:

Del análisis de los resultados que se tomaron de 92 pequeñas empresas del sector comercio del Distrito de Callería, entre personas naturales y jurídicas, respondieron que:

De acuerdo con el análisis el 80.4% de los resultados respondieron que existe una alta relación entre la calidad del producto y el servicio al cliente que contribuye en la fidelización de las mercaderías solicitadas en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 14.1% de los resultados respondieron que existe una baja relación entre la calidad del producto y el servicio al cliente que contribuye en la fidelización de las mercaderías solicitadas en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 5.4% de los resultados respondieron que no existe relación entre la calidad del producto y el servicio al cliente que contribuye en la fidelización de las mercaderías solicitadas en el distrito de Callería, 2021.

4.14. Dimensión: Calidad del producto

Existe relación entre la calidad del producto y la satisfacción al cliente de los productos solicitados de manera oportuna en el distrito de Callería, 2021.

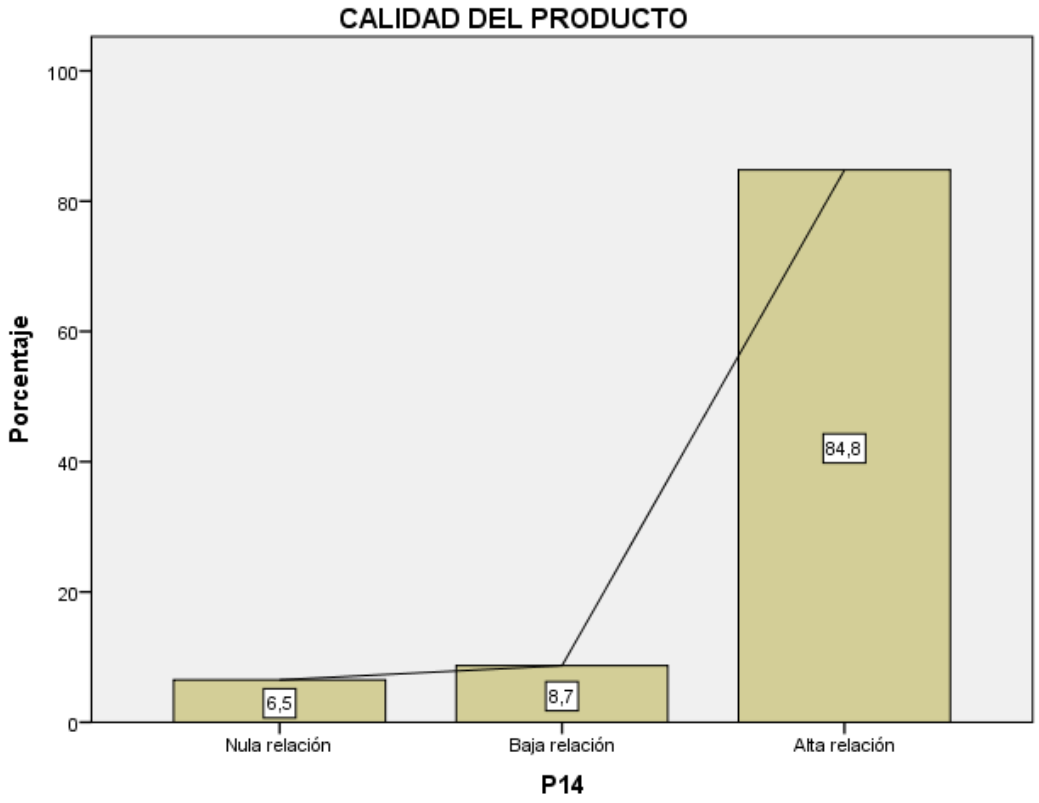
Tabla 14.

Calidad del producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nula relación	6	6,5	6,5	6,5
	Baja relación	8	8,7	8,7	15,2
	Alta relación	78	84,8	84,8	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable servicio al cliente.
Fuente: Elaboración propia

Figura 14



Análisis:

Del análisis de los resultados que se tomaron de 92 pequeñas empresas del sector comercio del Distrito de Callería, entre personas naturales y jurídicas, respondieron que:

De acuerdo con el análisis el 84.8% de los resultados respondieron que existe una alta relación entre la calidad del producto y la satisfacción al cliente de los productos solicitados de manera oportuna en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 8.7% de los resultados respondieron que existe una baja relación entre la calidad del producto y la satisfacción al cliente de los productos solicitados de manera oportuna en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 6.5% de los resultados respondieron que no existe relación entre la calidad del producto y la satisfacción al cliente de los productos solicitados de manera oportuna en el distrito de Callería, 2021.

4.15. Dimensión: Calidad del producto

Existe relación entre la calidad del producto y la seguridad y garantía como un servicio al cliente de las mercaderías solicitadas en el distrito de Callería, 2021.

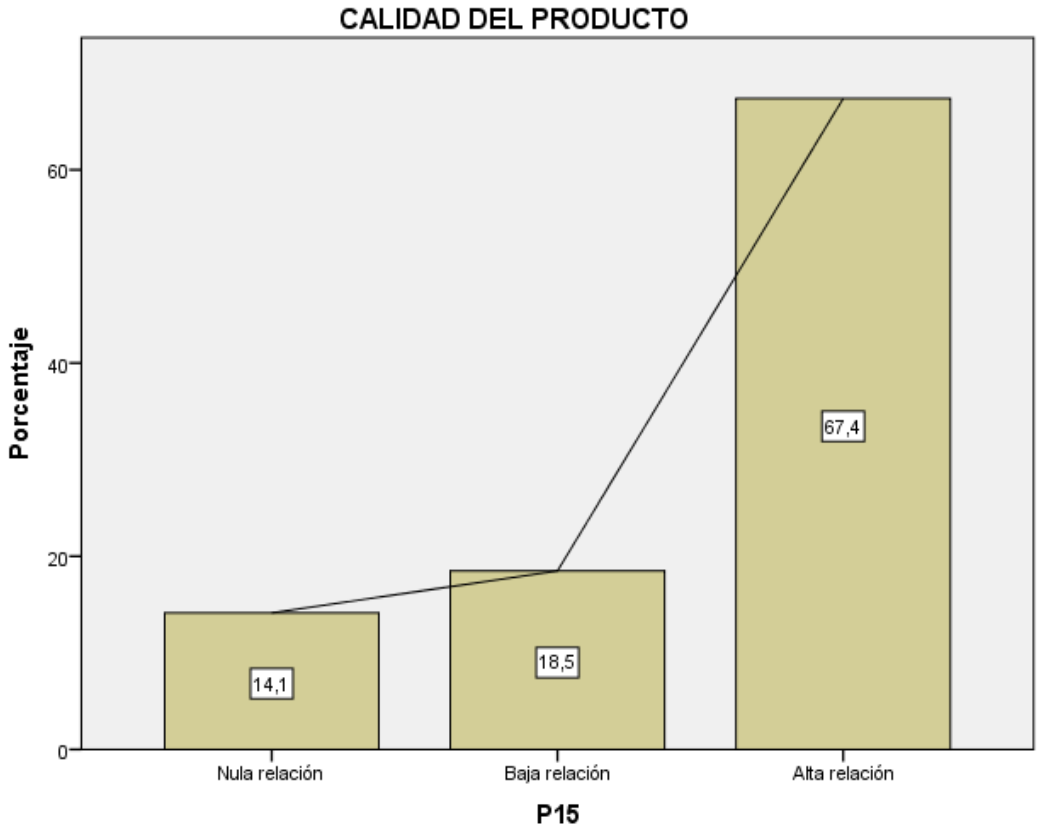
Tabla 15.

Calidad del producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nula relación	13	14,1	14,1	14,1
	Baja relación	17	18,5	18,5	32,6
	Alta relación	62	67,4	67,4	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable servicio al cliente.
Fuente: Elaboración propia

Figura 15



Análisis:

Del análisis de los resultados que se tomaron de 92 pequeñas empresas del sector comercio del Distrito de Callería, entre personas naturales y jurídicas, respondieron que:

De acuerdo con el análisis el 67.4% de los resultados respondieron que existe una alta relación entre la calidad del producto y la seguridad y garantía como un servicio al cliente de las mercaderías solicitadas en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 18.5% de los resultados respondieron que existe una baja relación entre la calidad del producto y la seguridad y garantía como un servicio al cliente de las mercaderías solicitadas en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 14.1% de los resultados respondieron que no existe relación entre la calidad del producto y la seguridad y garantía como un servicio al cliente de las mercaderías solicitadas en el distrito de Callería, 2021.

4.16. Dimensión: Aumento de valor

Existe relación entre el aumento de valor del servicio al cliente y la participación de todos los trabajadores de empresas pequeñas en el distrito de Callería, 2021.

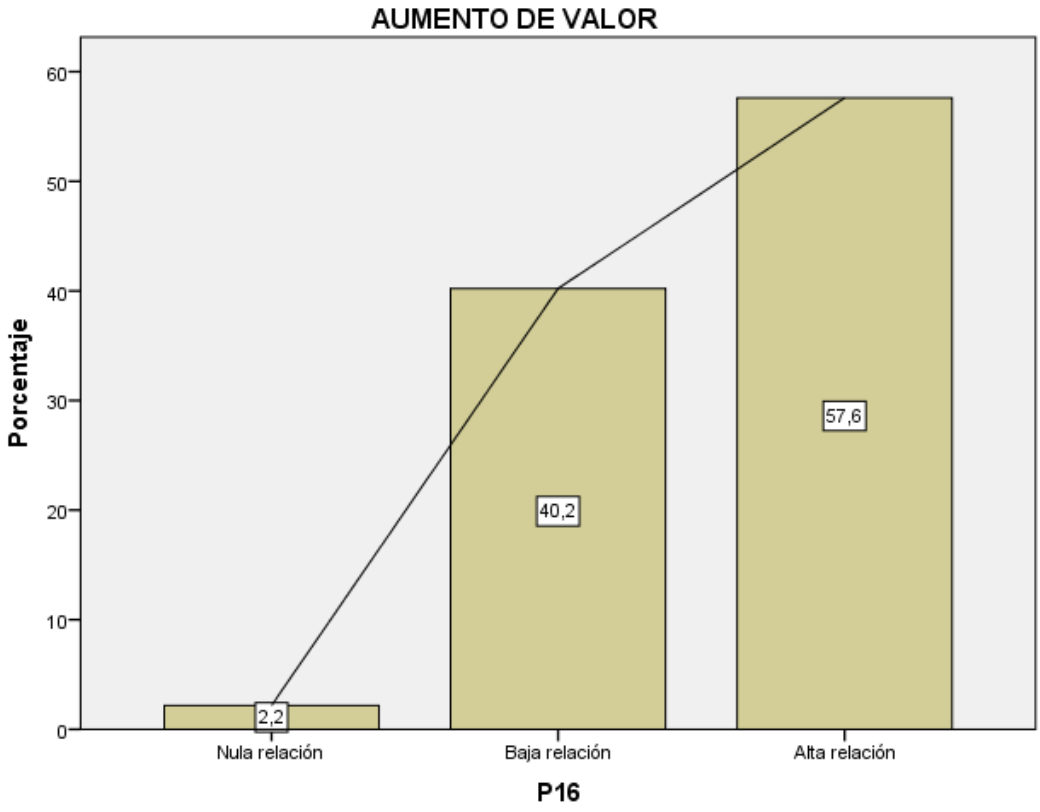
Tabla 16.

Aumento de valor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nula relación	2	2,2	2,2	2,2
	Baja relación	37	40,2	40,2	42,4
	Alta relación	53	57,6	57,6	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable servicio al cliente.
Fuente: Elaboración propia

Figura 16



Análisis:

Del análisis de los resultados que se tomaron de 92 pequeñas empresas del sector comercio del Distrito de Callería, entre personas naturales y jurídicas, respondieron que:

De acuerdo con el análisis el 57.6% de los resultados respondieron que existe una alta relación entre el aumento de valor del servicio al cliente y la participación de todos los trabajadores de empresas pequeñas en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 40.2% de los resultados respondieron que existe una baja relación entre el aumento de valor del servicio al cliente y la participación de todos los trabajadores de empresas pequeñas en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 2.2% de los resultados respondieron que no existe relación entre el aumento de valor del servicio al cliente y la participación de todos los trabajadores de empresas pequeñas en el distrito de Callería, 2021.

4.17. Dimensión: Aumento de valor

Existe relación entre el aumento de valor por el servicio al cliente y el trabajo en equipo para la entrega de manera oportuna los productos solicitados en el distrito de Callería, 2021.

Tabla 17.

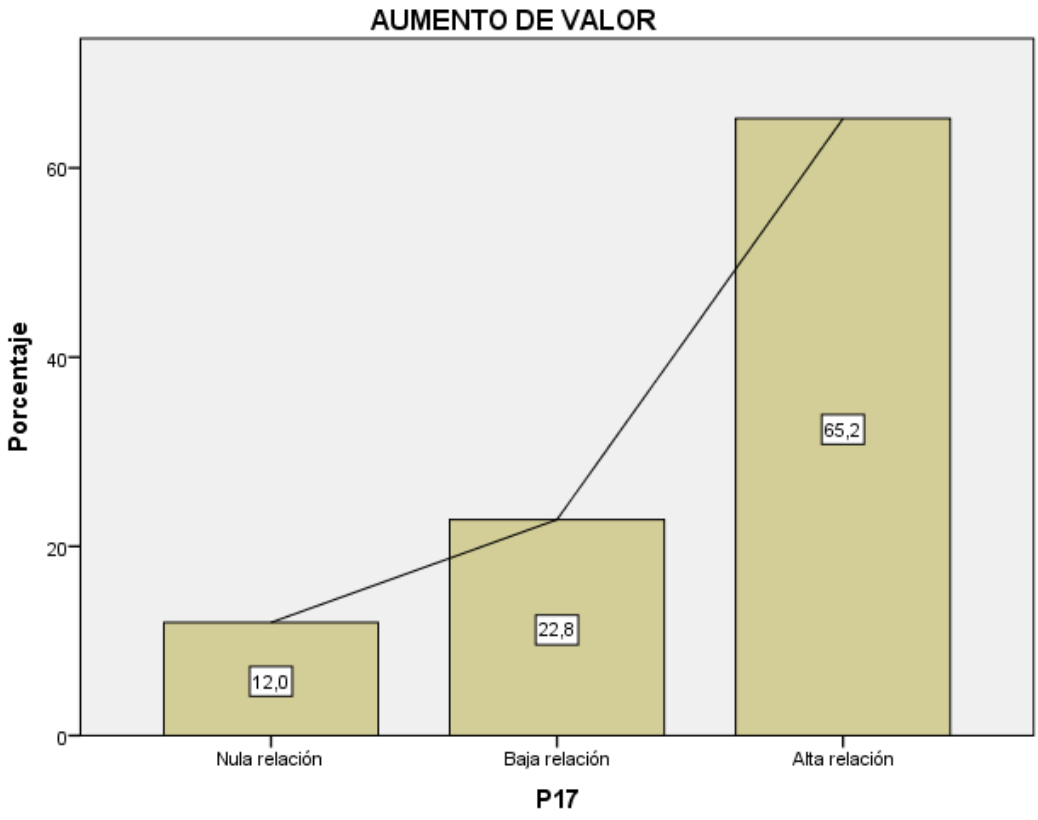
Aumento de valor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nula relación	11	12,0	12,0	12,0
	Baja relación	21	22,8	22,8	34,8
	Alta relación	60	65,2	65,2	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable servicio al cliente.

Fuente: Elaboración propia

Figura 17



Análisis:

Del análisis de los resultados que se tomaron de 92 pequeñas empresas del sector comercio del Distrito de Callería, entre personas naturales y jurídicas, respondieron que:

De acuerdo con el análisis el 65.2% de los resultados respondieron que existe una alta relación entre el aumento de valor por el servicio al cliente y el trabajo en equipo para la entrega de manera oportuna los productos solicitados en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 22.8% de los resultados respondieron que existe una baja relación entre el aumento de valor por el servicio al cliente y el trabajo en equipo para la entrega de manera oportuna los productos solicitados en el distrito de Callería, 2021.

De acuerdo con el análisis el 12.0% de los resultados respondieron que no existe relación entre el aumento de valor por el servicio al cliente y el trabajo en equipo para la entrega de manera oportuna los productos solicitados en el distrito de Callería, 2021.

4.18. Dimensión: Aumento de valor

Existe relación entre el aumento de valor y la mejora continua de los productos por servicio al cliente en el distrito de Callería, 2021.

Tabla 18.

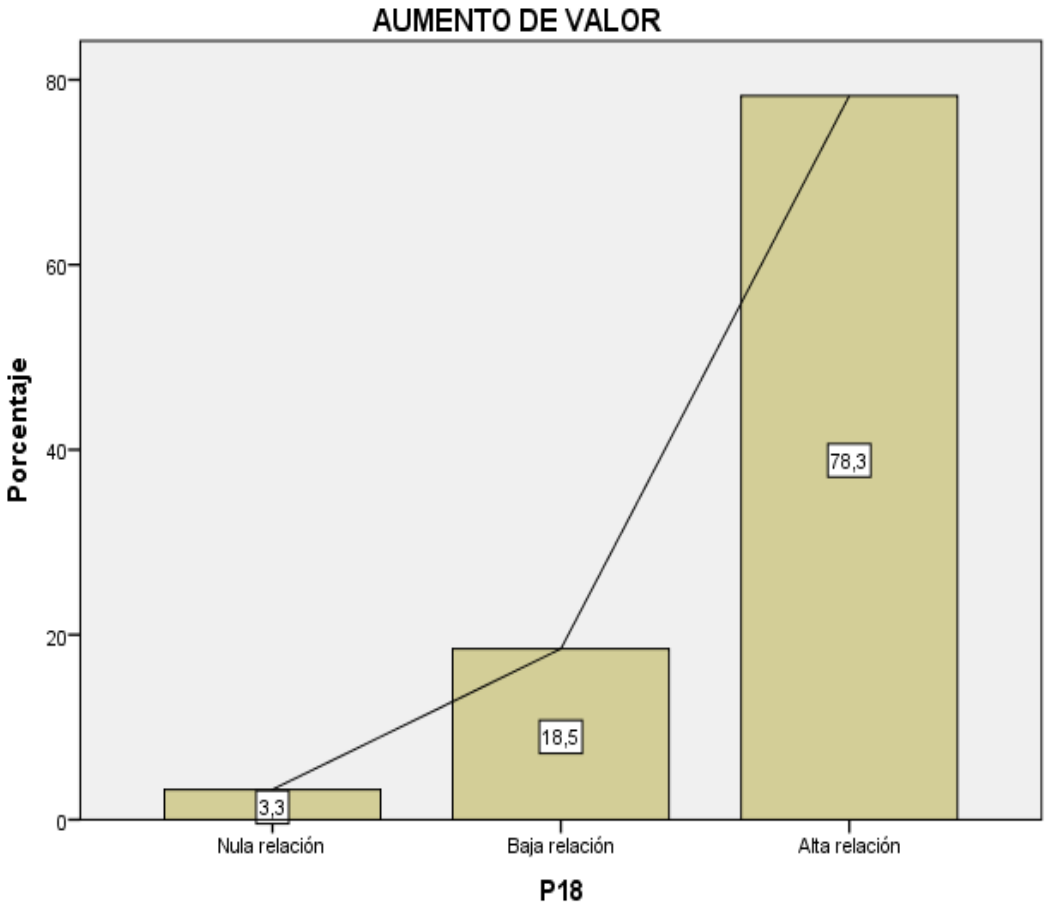
Aumento de valor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nula relación	3	3,3	3,3	3,3
	Baja relación	17	18,5	18,5	21,7
	Alta relación	72	78,3	78,3	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable servicio al cliente.

Fuente: Elaboración propia

Figura 18



Análisis:

De acuerdo con los resultados que se tomaron de 92 pequeñas empresas del sector comercio del Distrito de Callería, entre personas naturales y jurídicas, respondieron que:

Del análisis 78.3% de los resultados respondieron que existe una alta relación entre el aumento de valor y la mejora continua de los productos por servicio al cliente en el distrito de Callería, 2021.

El 18.5% de los resultados respondieron que existe una baja relación entre el aumento de valor y la mejora continua de los productos por servicio al cliente en el distrito de Callería, 2021.

El 3.3% de los resultados respondieron que no existe relación entre el aumento de valor y la mejora continua de los productos por servicio al cliente en el distrito de Callería, 2021.

ANÁLISIS INFERENCIAL

PRUEBA DE HIPÓTESIS GENERAL

H1: Existe grado de relación entre la gestión de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente en el distrito de Callería, 2021.

H0: No existe grado de relación entre la gestión de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente en el distrito de Callería, 2021.

Tabla de contingencia GESTIÓN DE COMPRAS * SERVICIO AL CLIENTE

			SERVICIO AL CLIENTE		Total
			Baja relación	Alta relación	
GESTIÓN DE COMPRAS	Baja relación	Recuento	7	11	18
		Frecuencia esperada	3,7	14,3	18,0
		% del total	7,6%	12,0%	19,6%
	Alta relación	Recuento	12	62	74
		Frecuencia esperada	15,3	58,7	74,0
		% del total	13,0%	67,4%	80,4%
Total		Recuento	19	73	92
		Frecuencia esperada	19,0	73,0	92,0
		% del total	20,7%	79,3%	100,0%

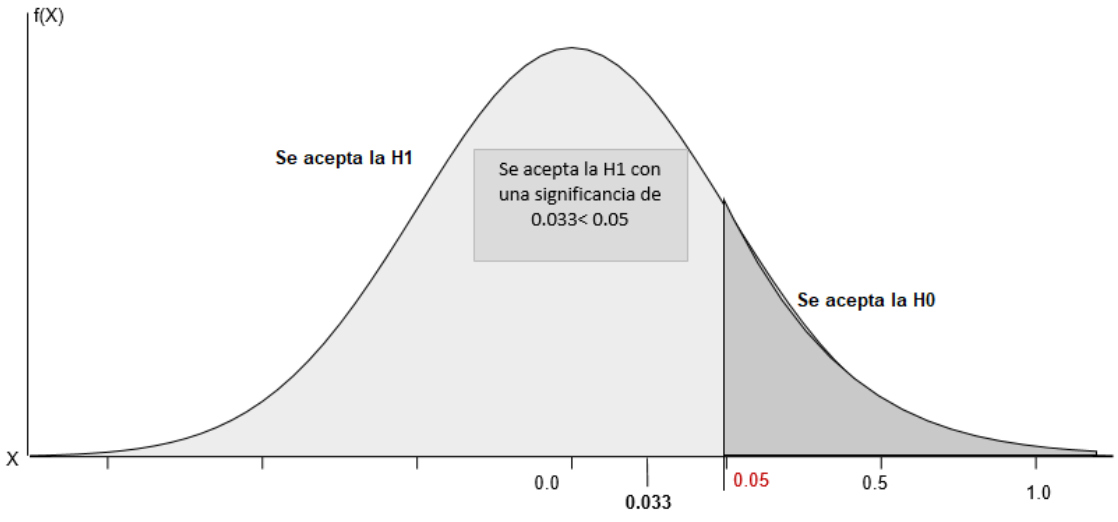
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,542[a]	1	,033		
Corrección por continuidad[b]	3,264	1	,071		
Razón de verosimilitudes	4,057	1	,044		
Estadístico exacto de Fisher				,050	,040
Asociación lineal por lineal	4,492	1	,034		
N de casos válidos	92				

INTERPRETACIÓN

De la interpretación el valor de significancia es de 0.033 siendo este menor a 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir que existe grado de relación entre la gestión de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente en el distrito de Callería, 2021.

GRÁFICA DEL NIVEL DE SIGNIFICANCIA



PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA I

H1: Existe relación entre planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente de manera oportuna en el distrito de calería, 2021.

H0: No existe relación entre planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente de manera oportuna en el distrito de calería, 2021.

Tabla de contingencia Planificación de compras * Servicio oportuno

			Servicio oportuno		Total
			Baja relación	Alta relación	
Planificación de compras	Baja relación	Recuento	3	16	19
		Frecuencia esperada	6,8	12,2	19,0
		% del total	3,3%	17,4%	20,7%
	Alta relación	Recuento	30	43	73
		Frecuencia esperada	26,2	46,8	73,0
		% del total	32,6%	46,7%	79,3%
Total		Recuento	33	59	92
		Frecuencia esperada	33,0	59,0	92,0
		% del total	35,9%	64,1%	100,0%

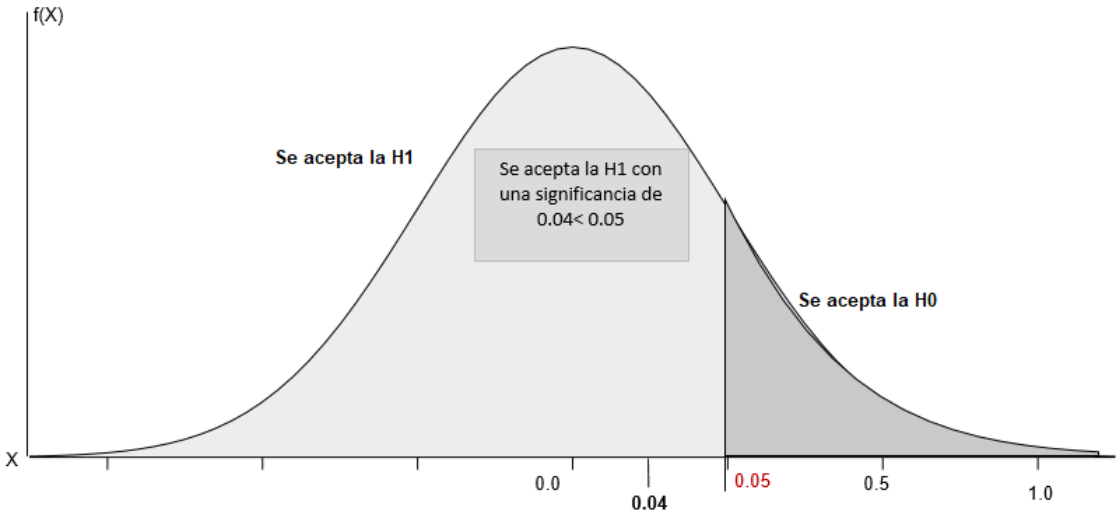
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,197[a]	1	,040		
Corrección por continuidad[b]	3,169	1	,075		
Razón de verosimilitudes	4,644	1	,031		
Estadístico exacto de Fisher				,059	,034
Asociación lineal por lineal	4,152	1	,042		
N de casos válidos	92				

INTERPRETACIÓN

De la interpretación el valor de significancia es de 0.040 siendo este menor a 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir que existe relación entre planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente de manera oportuna en el distrito de calería, 2021.

GRÁFICA DEL NIVEL DE SIGNIFICANCIA



PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA II

H1: Existe relación entre gestión de inventarios de las pequeñas empresas del sector comercio y la calidad del producto en el distrito de Callería, 2021.

H0: No existe relación entre gestión de inventarios de las pequeñas empresas del sector comercio y la calidad del producto en el distrito de Callería, 2021.

Tabla de contingencia Gestión de inventarios * Calidad producto

			Calidad producto		Total
			Baja relación	Alta relación	
Gestión de inventarios	Nula relación	Recuento	1	0	1
		Frecuencia esperada	,3	,7	1,0
		% del total	1,1%	0,0%	1,1%
	Baja relación	Recuento	15	25	40
		Frecuencia esperada	11,3	28,7	40,0
		% del total	16,3%	27,2%	43,5%
	Alta relación	Recuento	10	41	51
		Frecuencia esperada	14,4	36,6	51,0
		% del total	10,9%	44,6%	55,4%
Total		Recuento	26	66	92
		Frecuencia esperada	26,0	66,0	92,0
		% del total	28,3%	71,7%	100,0%

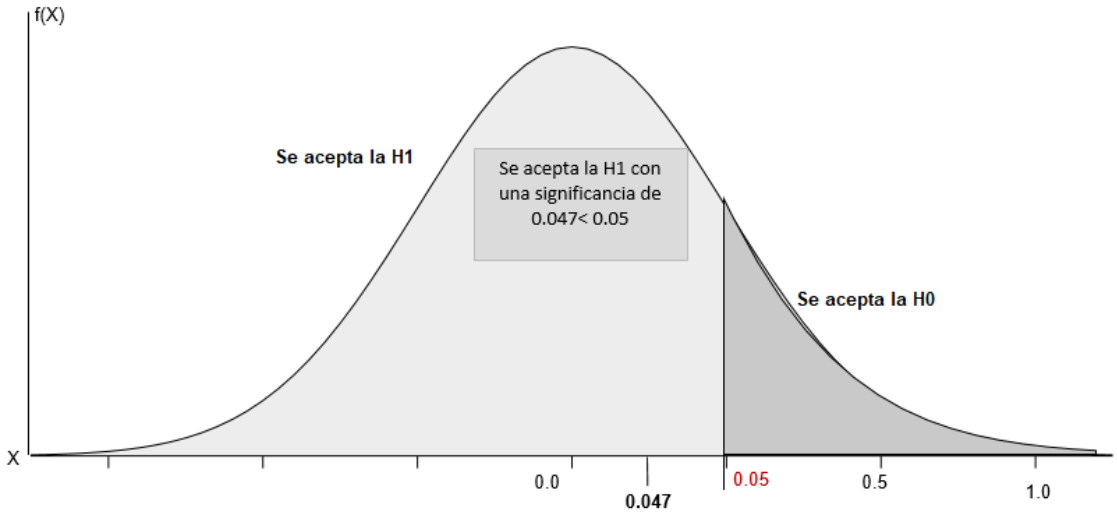
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,106[a]	2	,047
Razón de verosimilitudes	6,147	2	,046
Asociación lineal por lineal	5,173	1	,023
N de casos válidos	92		

INTERPRETACIÓN

De la interpretación el valor de significancia es de 0.047 siendo este menor a 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir que existe relación entre gestión de inventarios de las pequeñas empresas del sector comercio y la calidad del producto en el distrito de Callería, 2021.

GRÁFICA DEL NIVEL DE SIGNIFICANCIA



PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA III

H1: Existe relación entre el embalaje de mercaderías de las pequeñas empresas del sector comercio y el aumento de valor del negocio en el distrito de Callería, 2021.

H0: No existe relación entre el embalaje de mercaderías de las pequeñas empresas del sector comercio y el aumento de valor del negocio en el distrito de Callería, 2021.

Tabla de contingencia Embalaje de mercaderías * Aumento de valor

			Aumento de valor		Total
			Baja relación	Alta relación	
Embalaje de mercaderías	Baja relación	Recuento	7	27	34
		Frecuencia esperada	11,5	22,5	34,0
		% del total	7,6%	29,3%	37,0%
	Alta relación	Recuento	24	34	58
		Frecuencia esperada	19,5	38,5	58,0
		% del total	26,1%	37,0%	63,0%
Total		Recuento	31	61	92
		Frecuencia esperada	31,0	61,0	92,0
		% del total	33,7%	66,3%	100,0%

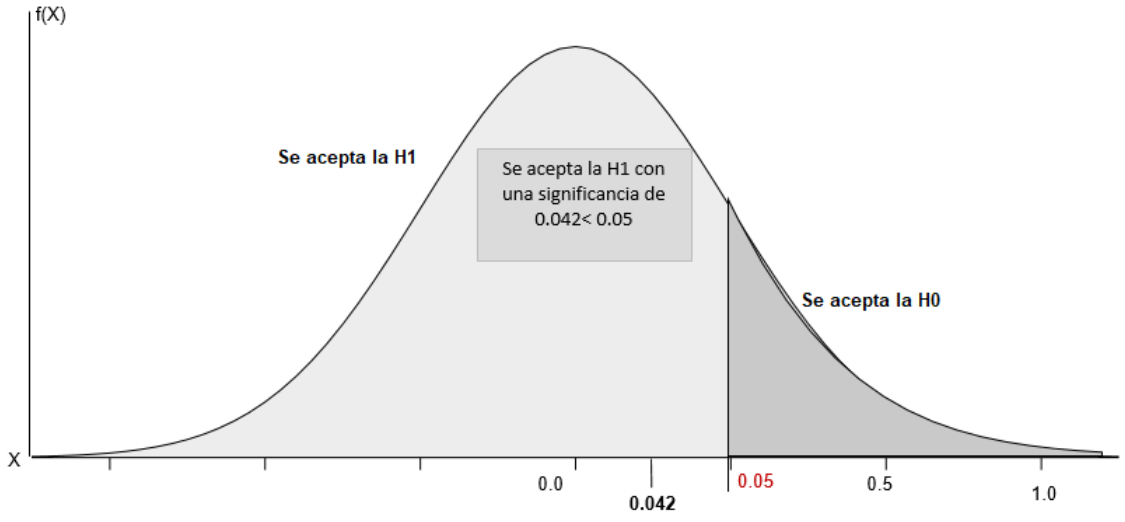
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,147[a]	1	,042		
Corrección por continuidad[b]	3,269	1	,071		
Razón de verosimilitudes	4,328	1	,037		
Estadístico exacto de Fisher				,067	,034
Asociación lineal por lineal	4,102	1	,043		
N de casos válidos	92				

INTERPRETACIÓN

De la interpretación el valor de significancia es de 0.042 siendo este menor a 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir que existe relación entre el embalaje de mercaderías de las pequeñas empresas del sector comercio y el aumento de valor del negocio en el distrito de Callería, 2021.

GRÁFICA DEL NIVEL DE SIGNIFICANCIA



CONCLUSIONES

- Existe relación entre planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente de manera oportuna en el distrito de calería, 2021. De un total de 92 muestras, el 76,10% de una alta relación entre la planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente de manera oportuna que representa 70 muestras, frente a un 10,90% que señala ninguna relación.
- Existe relación entre gestión de inventarios de las pequeñas empresas del sector comercio y la calidad del producto en el distrito de Callería, 2021. De un total de 92 muestras, el 69,60% de una alta relación entre la gestión de inventarios de las pequeñas empresas del sector comercio y la calidad del producto que representa 64 muestras, frente a un 10,90% que señala ninguna relación.
- Existe relación entre el embalaje de mercaderías de las pequeñas empresas del sector comercio y el aumento de valor del negocio en el distrito de Callería, 2021. De un total de 92 muestras, el 81,50% de una alta relación entre el embalaje de mercaderías de las pequeñas empresas del sector comercio y el aumento de valor del negocio que representa 75 muestras, frente a un 2,20% que señala ninguna relación.
-

SUGERENCIAS

- La planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio es uno de los soportes para generar ingresos de manera estratégica y segura por lo que se debe tener en cuenta de manera permanente asegurando el servicio al cliente de manera oportuna y de calidad en el distrito de calería, 2021.
- La gestión de inventarios de las pequeñas empresas del sector comercio por ser altamente sensible que representa la liquidez de la empresa por lo que debe ser evaluada constantemente para garantizar la calidad del producto en el distrito de Callería, 2021.
- El embalaje de mercaderías de las pequeñas empresas del sector comercio es fundamental para darle un valor añadido y que el producto llegue de manera adecuada garantizando el aumento de valor del negocio en el distrito de Callería, 2021.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez Popovich, S. (2020). *Mejora en el proceso de gestión de compras, respecto a la validación de nuevos materiales, gestión de no conformidades y evaluación de desempeño de proveedores en la empresa San Esteban SA.* Lima: https://hdl.handle.net/20.500.12724/11701.

Calle Ubillús, R., & Cueva Chuquihuanca, Á. B. (2020). *La gestión de compras y su influencia en la rentabilidad de la Empresa Agroveterinaria Rabanal Catacaos E.I.RL. en el año 2020.* Piura: https://hdl.handle.net/20.500.12759/6974.

Carrasco Díaz, S. (2007). *Metodología de la investigación científica.* Lima: Editorial San Marcos.

Carrasco Díaz, S. (2007). *Metodología de la investigación científica.* Lima: Editorial San Marcos.

Carrasco Díaz, S. (2007). *Metodología de la investigación científica.* Lima: Editorial San Marcos.

Cerqueira Urbina, K. K. (2019). *La gestión de compras y la cadena de suministros en Comercial Importadora Sudamericana S. A. C. Los Olivos, año 2019.* Lima: https://hdl.handle.net/20.500.12692/42916.

Chirinos Baspineiro, R. (2017). *Análisis del efecto directo en la utilidad de las empresas comerciales que realizan compras mayores con bonificaciones en especie. Caso práctico "Empresa Stege E.M.D.".* Sucre: http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1032/1/2017-061T-EC04.pdf.

Escriva Monzó, J., Savall Llido, V., & Martinez García, A. (2014). *Gestión de compras.* Madrid: Mc Graw Hill.

Escriva Monzó, J., Savall Llidó, V., & Martinez García, A. (2014). *Gestión de compras.* Madrid: Mc Graw Hill.

García Sánchez, I. L. (2021). *Modelo de abastecimiento de insumos para mejorar la gestión de compras de la empresa hacienda Cerro Nuevo SAC Paiján, 2019.* Chiclayo: https://hdl.handle.net/20.500.12802/8221.

http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/tecnicos_oei/Contabilidad/Unidad%202/Inventario.pdf. (2021).

Mata Alvi, A. M. (2018). *Implementación de gestión de compras para mejorar la calidad de servicio de migración 3g en la empresa Sitom Perú S.A.C, Comas, 2018.* Lima: https://hdl.handle.net/20.500.12692/26230.

Palomino Ochoa, J. J., & et al. (2021). *Métodos de investigación y praxis cuantitativa.* Huancayo: Corpograf Atlas SAC.

Pérez Yajahuanca, Y. (2019). *Gestión de proveedores para optimizar la importación de motocicletas del mercado chino en la empresa Lima Motoro S.R.L., del departamento de Lambayeque, 2028-2019.* Pimentel: https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6609/Perez%20Yajahuanca%20Yoselin.pdf?sequence=1.

Romero Taquire, E. G., & Salazar Barragán, E. A. (2018). *Gestión de compras en la empresa distribuidora Moli S.A.C., San Juan de Lurigancho, 2018.* Lima: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34919/ROMERO_TE%2C%20SALAZAR_BE.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Sangri Coral, A. (2014). *Administración de Compras.* México: Grupo Editora Patria S.A.

Sarco Mendoza, M. (2017). *Sistema de control de compra, venta e inventarios caso: Empresa Protec.* La Paz: http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/12533.

Toro Jiménez, C. A. (2019). *Gestión de compras para mejorar el abastecimiento de la farmacia general de la empresa Sistemas de Administración Hospitalaria S.A.C., Lima, 2019.* Lima: https://hdl.handle.net/20.500.12692/42547.

Zambrano Verdesoto, G. J. (2020). *La gestión de relación con los clientes (CRM) en el desarrollo comercial de las empresas.* Quito: https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.204.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

TÍTULO: LA GESTIÓN DE COMPRAS DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO Y EL SERVICIO AL CLIENTE EN EL DISTRITO DE CALLERIA, 2021.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
Problema General: ¿Cuál es la relación entre la gestión de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente en el distrito de Callería, 2021? Problemas específicos: - ¿Cuál es la relación entre planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente de manera oportuna en el distrito de Callería, 2021? - ¿Cuál es la relación entre gestión de inventarios de las pequeñas empresas del sector comercio y la calidad del producto en el distrito de Callería, 2021? - ¿Cuál es la relación entre el embalaje de mercaderías de las pequeñas empresas del sector comercio y el aumento de valor del negocio en el distrito de Callería, 2021?	Objetivo general: Establecer la relación entre la gestión de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente en el distrito de Callería, 2021. Objetivos Específicos**:** - Establecer la relación entre planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente de manera oportuna en el distrito de Callería, 2021. - Conocer la relación entre gestión de inventarios de las pequeñas empresas del sector comercio y la calidad del producto en el distrito de Callería, 2021. - Establecer la relación entre el embalaje de mercaderías de las pequeñas empresas del sector comercio y el aumento de valor del negocio en el distrito de Callería, 2021.	Hipótesis general Existe grado de relación entre la gestión de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente en el distrito de Callería, 2021. Hipótesis específicas: - Existe relación entre planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente de manera oportuna en el distrito de Callería, 2021. - Existe relación entre gestión de inventarios de las pequeñas empresas del sector comercio y la calidad del producto en el distrito de Callería, 2021. - Existe relación entre el embalaje de mercaderías de las pequeñas empresas del sector comercio y el aumento de valor del negocio en el distrito de Callería, 2021.	Gestión de compras	Planificación de compras	Logística
					Cadena de suministro
					Proveedores
				Gestión de inventarios	Aprovisionamiento
					Método de inventarios
					Distribución
					Control
				Embalaje de mercaderías	Envoltorios
					Recipientes
					Agrupación en unidades
			Servicio al cliente	Oportuna	Entrega producto
					Reciba tal como solicita
					Condiciones optimas
				Calidad del producto	Satisfacción al cliente
					Fidelidad
					Seguridad y garantía
				Aumento de valor	Participación de todo el personal
					Trabajo en equipo
					Mejora continua de los productos y servicios
					Mejorar la competitividad

Anexo 02

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

ENCUESTA: Tesis **"LA GESTIÓN DE COMPRAS DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO Y EL SERVICIO AL CLIENTE EN EL DISTRITO DE CALLERIA, 2021";** marcar las alternativas que considere pertinentes con una (X):

Ítems	1	2	3
	Alta relación	**Baja relación**	**Nula relación**

Ítems	1	2	3
I DIMENSIÓN: PLANIFICACIÓN DE COMPRAS			
1. Existe relación entre la planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente de manera oportuna en el distrito de Callería, 2021.			
2. Existe relación entre la planificación de compras y las actividades de logística en las pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Callería, 2021.			
3. Existe relación entre planificación de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el aprovisionamiento de productos desde su			

despacho hasta el punto de ventas del distrito de Callería, 2021.			
II. DIMENSIÓN: GESTIÓN DE INVENTARIOS			
4. Existe relación entre la gestión de inventarios y la administración de mercaderías en el almacén de las pequeñas empresas del sector comercio el distrito de Callería, 2021.			
5. Existe relación entre la gestión de inventarios y el pedido a adquirir para cubrir solo las necesidades de las pequeñas empresas del sector comercio en el distrito de Callería, 2021.			
6. Existe relación entre la gestión de inventarios y el control adecuado de existencias en las pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Callería, 2021.			
III. DIMENSIÓN: EMBALAJE DE MERCADERÍAS			
7. Existe relación entre el adecuado embalaje de mercaderías y el aumento de valor del negocio de las pequeñas empresas del sector comercio y el aumento de valor del negocio en el distrito de Callería, 2021.			
8. Existe relación entre el embalaje de mercaderías y el adecuado envoltorio de las mercaderías de las			

pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Callería, 2021.			
9. Existe relación entre el embalaje de mercaderías y el adecuado agrupamiento por unidades para su despacho de las pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Callería, 2021.			
IV. DIMENSIÓN: SERVICIO AL CLIENTE OPORTUNO			
10. Existe relación entre el servicio al cliente y la entrega de manera oportuna los productos solicitados a las pequeñas empresas en el distrito de Callería, 2021.			
11. Existe relación entre el servicio al cliente y la recepción en las condiciones que la solicita de manera oportuna a empresas pequeñas en el distrito de Callería, 2021.			
12. Existe relación entre el servicio al cliente y la entrega en óptimas condiciones de manera oportuna de mercaderías en el distrito de Callería, 2021.			
V. DIMENSIÓN: CALIDAD DEL PRODUCTO			
13. Existe relación entre la calidad del producto y el servicio al cliente que contribuye en la fidelización			

de las mercaderías solicitadas en el distrito de Callería, 2021.			
14. Existe relación entre la calidad del producto y la satisfacción al cliente de los productos solicitados de manera oportuna en el distrito de Callería, 2021.			
15. Existe relación entre la calidad del producto y la seguridad y garantía como un servicio al cliente de las mercaderías solicitadas en el distrito de Callería, 2021.			
VI. DIMENSIÓN: AUMENTO DE VALOR			
16. Existe relación entre el aumento de valor del servicio al cliente y la participación de todos los trabajadores de empresas pequeñas en el distrito de Callería, 2021.			
17. Existe relación entre el aumento de valor por el servicio al cliente y el trabajo en equipo para la entrega de manera oportuna los productos solicitados en el distrito de Callería, 2021.			
18. Existe relación entre el aumento de valor y la mejora continua de los productos por servicio al cliente en el distrito de Callería, 2021.			