

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



**Gestión de compras y su relación en la rentabilidad de la
empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024**

Tesis

Para Optar el Título Profesional de Contador Público

Autores:

Br. Jorge Antonio Hidalgo Ladines

Br. Ángel David Prado Paucar

Tumbes, 2026

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



**Gestión de compras y su relación en la rentabilidad de la
empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 202**

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Mr. Juan Francisco Suclupe Chanamé (presidente)
Código ORCID 0000-0002-7816-9776

Dr. Carlos Manuel Sabino Escobar (secretario)
Código ORCID 0000-0003-3148-9542

Dr. Eddy Miguel Aguirre Reyes (vocal)
Código ORCID 0000-0003-1304-7601

Tumbes, 2026

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



**Gestión de compras y su relación en la rentabilidad de la
empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024**

Los suscritos declaramos que la tesis es original en su contenido y
forma:

Br. Hidalgo Ladines, Jorge Antonio (Autor)

Br. Prado Paucar, Ángel David (Autor)

Dr. Aguirre Reyes, Eddy Miguel (Asesor)

Código ORCID: 0000-0003-1304-7601

Tumbes, 2026

ACTA DE SUSTENTACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
SECRETARÍA ACADÉMICA - FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

fce-secacademica@untumbes.edu.pe



“Año de la esperanza y el fortalecimiento de la democracia”

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

(presencial)

En Tumbes, a los diez días del mes de julio del dos mil veintiséis, siendo las 11:30 horas, en el Auditorio Álvaro Camacho Sánchez de la **Facultad de Ciencias Económicas**, se reunieron, el jurado calificador de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Tumbes, designado por **RESOLUCIÓN N° 524-2024/UNTUMBES-FACEC-D**, docentes: Dr. Juan Francisco Suclupe Chaname (**Presidente**), Dr. Carlos Manuel Sabino Escobar (**Secretario**) y Dr. Eddy Miguel Aguirre Reyes (**Vocal**), reconociendo en la misma resolución además, al Docente Dr. Eddy Miguel Aguirre Reyes como **Asesor**, se procedió a evaluar, calificar y deliberar la sustentación de la tesis, titulada: “Gestión de compras y su relación en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024”, para optar el Título Profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, presentado por los bachilleres: **JORGE ANTONIO HIDALGO LADINES y ÁNGEL DAVID PRADO PAUCAR**. Concluida la sustentación y absueltas las preguntas, por parte de los sustentantes y después de la deliberación, el jurado según el artículo N° 75 del Reglamento de Tesis para Pregrado y Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, declara a los bachilleres: **JORGE ANTONIO HIDALGO LADINES y ÁNGEL DAVID PRADO PAUCAR**, con calificativo **APROBADO BUENO**.

Se hace conocer a los sustentantes, que deberán levantar las observaciones finales hechas al informe final de tesis, que el jurado indica.

En consecuencia, queda **EXPEDITO** para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, de conformidad con lo estipulado en la Ley Universitaria N° 30220, en el Estatuto, Reglamento General, Reglamento General de Grados y Títulos, y, Reglamento de Tesis de la Universidad Nacional de Tumbes.

Siendo las **12 horas 45 minutos** del mismo día, se dio por concluido el acto académico, procediendo a firmar el acta en presencia del público asistente.

Tumbes, **10 de julio** del 2026


Dr. Juan Francisco Suclupe Chaname
DNI N° 00207805
Código ORCID N°0000-0002-7816-9776
Presidente (a)


Dr. Carlos Manuel Sabino Escobar
DNI N° 17956217
Código ORCID N°0000-0003-3148-9542
Secretario (a)


Dr. Eddy Miguel Aguirre Reyes
DNI N° 00218009
Código ORCID N°0000-0003-1304-7601
Vocal

C.c:
Jurados (3)
Asesor (a)
Int.
Archivo (Decanato)

REPORTE TURNITIN



Página 1 de 76 - Portada

Identificador de la entrega trn:oid::3117:609635894



Página 2 de 76 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::3117:609635894

16% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Coincidencias menores (menos de 15 palabras)

Fuentes principales

- 14%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 13%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)


Dr. Eddy Miguel Aguirre Reyes
ORCID: 0000-0003-1304-7601

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Página 2 de 76 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::3117:609635894

16% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Coincidencias menores (menos de 15 palabras)

Fuentes principales

- 14%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 13%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)


Dr. Eddy Miguel Aguirre Reyes
ORCID: 0000-0003-1304-7601

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

- 14% Fuentes de Internet
- 1% Publicaciones
- 13% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

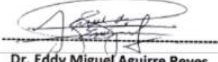
Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	 Dr. Eddy Miguel Aguirre Reyes ORCID: 0000-0003-1304-7601	2%
hdl.handle.net			
2	Trabajos del estudiante	Universidad Nacional de Tumbes on 2024-10-29	2%
3	Trabajos del estudiante	Universidad Nacional de Tumbes on 2025-01-21	<1%
4	Internet	repositorio.ucv.edu.pe	<1%
5	Internet	repositorio.upn.edu.pe	<1%
6	Trabajos del estudiante	Universidad Cesar Vallejo on 2024-12-10	<1%
7	Internet	repositorio.escuelakhipu.edu.pe	<1%
8	Internet	docplayer.es	<1%
9	Internet	upcommons.upc.edu	<1%
10	Internet	www.tusdeberes.com	<1%
11	Trabajos del estudiante	CEIDER on 2026-04-24	<1%

12	Trabajos del estudiante	Universidad Internacional de la Rioja on 2024-04-28	 Dr. Eddy Miguel Aguirre Reyes ORCID: 0000-0003-1304-7601	<1%
13	Internet	repositorio.untumbes.edu.pe		<1%
14	Internet	repository.unad.edu.co		<1%
15	Trabajos del estudiante	Universidad Cesar Vallejo on 2025-06-02		<1%
16	Trabajos del estudiante	Universidad Nacional de Tumbes on 2025-03-05		<1%
17	Internet	tesis.usat.edu.pe		<1%
18	Internet	dspace.esPOCH.edu.ec		<1%
19	Internet	repositorioacademico.upc.edu.pe		<1%
20	Trabajos del estudiante	Universidad de Chile - CN-038051 on 2022-08-26		<1%
21	Internet	www.web.facpya.uanl.mx		<1%
22	Internet	1library.co		<1%
23	Trabajos del estudiante	Universidad TecMilenio on 2024-01-19		<1%
24	Trabajos del estudiante	Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote on 2019-10-24		<1%
25	Internet	rodin.uca.es		<1%

26	Trabajos del estudiante	Universidad Cesar Vallejo on 2019-07-06	 Dr. Eddy Miguel Aguirre Reyes ORCID: 0000-0003-1304-7601	<1%
27	Trabajos del estudiante	Universidad Cesar Vallejo on 2023-12-13		<1%
28	Trabajos del estudiante	Universidad Cesar Vallejo on 2024-12-14		<1%
29	Trabajos del estudiante	Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote on 2018-10-30		<1%
30	Internet	www.daypo.com		<1%
31	Publicación	Cano Calderon, Melizza Antonieta. "Nivel de relación entre estilos y enfoques de ..."		<1%
32	Internet	hablamosdelibros.es		<1%
33	Trabajos del estudiante	Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez on 2025-11-20		<1%
34	Trabajos del estudiante	Universidad Cesar Vallejo on 2022-11-16		<1%
35	Trabajos del estudiante	Universidad de Celaya on 2025-03-04		<1%
36	Internet	alicia.concytec.gob.pe		<1%
37	Internet	www.coursehero.com		<1%
38	Trabajos del estudiante	Universidad Continental on 2022-02-07		<1%
39	Trabajos del estudiante	Universidad Nacional de Tumbes on 2025-08-27		<1%

40	Internet	repositorio.undc.edu.pe	 Dr. Eddy Miguel Aguirre Reyes ORCID: 0000-0003-1304-7601	<1%
41	Internet	repositorio.utelesup.edu.pe		<1%
42	Internet	www.slideshare.net		<1%
43	Trabajos del estudiante	Universidad Nacional de Tumbes on 2025-10-21		<1%
44	Trabajos del estudiante	Universidad Tecnológica de los Andes on 2026-05-20		<1%
45	Internet	core.ac.uk		<1%
46	Internet	repositorio.uancv.edu.pe		<1%
47	Internet	repositorio.unheval.edu.pe		<1%



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
DIRECCIÓN DE INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA

DECLARACIÓN JURADA DE VERIFICACIÓN DE REPORTE DE SIMILITUD

Yo, EDDY MIGUEL AGUIRRE REYES, Docente Asesor, con N° DNI 00218009, declaro bajo juramento que haciendo uso del usuario del software Turnitin que me ha proporcionado la UNTUMBES, he procedido a revisar la tesis que se indica a continuación; la cual se encuentra dentro del rango permitido como porcentaje de similitud autorizado.

Escuela Profesional	
Escuela Profesional de Contabilidad	
Autor (es)	
N° DNI	Nombres y Apellidos
75584687	Jorge Antonio Hidalgo Ladines
73423187	Ángel David Prado Paucar
Título de la Tesis	
Gestión de compras y su relación en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024	
Porcentaje de similitud	Número de la clase
16%	52485315

Lo que se indica cumple con lo dispuesto en los artículos 8.2 y 8.3 del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación (RENATI), que señala que la universidad debe contar con medidas para proteger la propiedad intelectual.

Tumbes, 07 de abril del 2026


Firma de Asesor

DEDICATORIA

Dedicamos la presente tesis, en primer lugar, a Dios, por brindarnos salud, fortaleza y sabiduría para perseverar ante cada dificultad presentada a lo largo de la elaboración de la presente tesis.

A nuestros padres, por su amor incondicional, esfuerzo constante y sacrificio diario, por ser ejemplo de perseverancia y enseñarnos que con disciplina, responsabilidad y humildad es posible alcanzar cada meta propuesta.

Finalmente, dedicamos esta tesis a nuestros docentes, por compartir sus conocimientos y orientarnos durante nuestra formación profesional. En especial, a nuestro asesor; ya que sin su apoyo no hubiera sido posible la elaboración de la presente investigación.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos, en primer lugar, a Dios, por brindarnos la fortaleza, sabiduría y perseverancia necesarias para culminar esta etapa importante de mi formación profesional.

A nuestros padres, por su apoyo incondicional, paciencia y sacrificio constante, quienes han sido un pilar fundamental a lo largo de nuestra vida académica y personal. Gracias por inculcarnos valores, esfuerzo y responsabilidad, los cuales han sido clave para alcanzar este logro.

A nuestro asesor de tesis, por su orientación, conocimientos y dedicación durante el desarrollo del presente trabajo de investigación, así como por sus valiosas sugerencias y acompañamiento académico.

Agradecemos a la Universidad Nacional de Tumbes, por brindarnos la formación académica y las herramientas necesarias para el desarrollo de la presente investigación.

ÍNDICE GENERAL

I.	INTRODUCCIÓN	23
II.	REVISION DE LA LITERATURA	26
2.1.	Bases teóricas – científicas	26
2.1.1.	Gestión de compras	26
2.1.2.	Proceso de la gestión de compras.....	26
2.1.2.1.	Plan de aprovisionamiento	26
2.1.2.1.1.	Previsión de ventas.....	26
2.1.2.1.2.	Costes de gestión y existencias	26
2.1.2.1.3.	Plazo de entrega de proveedores.	27
2.1.2.2.	Selección de proveedores	27
2.1.2.2.3.	Precio unitario.....	27
2.1.2.2.4.	Descuentos.....	27
2.1.2.2.5.	Gastos de transporte	27
2.1.2.2.6.	Calidad de los productos	28
2.1.2.2.7.	Plazo de entrega.....	28
2.1.2.2.8.	Plazo de pago.....	28
2.1.2.2.9.	Política de garantía.....	28
2.1.2.3.	Pedido y recepción	29
2.1.2.3.3.	Pedido.....	29
2.1.2.3.4.	Nota de entrega	29

2.1.2.3.5. Hoja de recepción.....	29
2.1.3. Rentabilidad.....	30
2.1.4. Medición de la rentabilidad	30
2.1.4.1. Rentabilidad Económica	30
2.1.4.1.1. Capacidad de adaptación al mercado.....	30
2.1.4.1.2. Capacitación y desarrollo de empleados	30
2.1.4.1.3. Eficiencia operativa.....	31
2.1.4.2. Rentabilidad Financiera	31
2.1.4.2.1. Liquidez General.....	31
2.1.4.2.2. Índice de endeudamiento	31
2.1.4.2.3. Incremento de ingresos	31
2.2. Antecedentes	32
2.2.1. Antecedentes internacionales	32
2.2.2. Antecedentes nacionales	33
2.2.3. Antecedentes locales	35
III. MATERIALES Y METODOS.....	37
3.1. Lugar de ejecución.....	37
3.2. Formulación de hipótesis y definición de las variables	37
3.2.1. Formulación de hipótesis	37
Hipótesis nula (Ho).....	37
Hipótesis específica (Hi)	37

3.2.2. Variables.....	38
3.3. Tipo y diseño de la investigación.....	38
3.3.1. Tipo.....	38
3.3.2. Diseño de investigación.	38
3.4. Población, muestra y muestreo	39
3.4.1. Población.....	39
3.4.2. Muestra.....	39
3.5. Métodos, técnicas e instrumentos.	39
3.5.1. Métodos.....	39
3.5.2. Técnicas.	39
3.5.3. Instrumento de recolección de datos:	40
3.6. Validez y confiabilidad del instrumento.....	40
3.6.1. Validez.....	40
3.6.2. Confiabilidad.....	40
3.7. Plan de procesamiento y análisis de datos	42
3.7.1. Prueba de Normalidad	42
3.7.2. Parámetros.....	43
IV. RESULTADOS Y DISCUSION	44
4.1. Análisis descriptivo	44
4.1.1. Según dimensión Plan de aprovisionamiento.....	44
4.1.2. Según dimensión Selección de proveedores.....	47

4.1.3. Según dimensión Pedido y recepción.....	54
4.1.4. Según dimensión Rentabilidad económica.....	57
4.1.5. Según dimensión rentabilidad financiera.....	59
4.2. Análisis Correlacional	63
4.3. Discusión.....	69
V. CONCLUSIONES	74
VI. RECOMENDACIONES	75
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Validez de los instrumentos	40
Tabla 2: Confiabilidad Alpha de Cronbach	41
Tabla 3: Confiabilidad de los instrumentos	41
Tabla 4: Diferencia de test de normalidad	42
Tabla 5: Prueba de Normalidad	43
Tabla 6: Parámetros de Rho Spearman	43
Tabla 7: Pregunta 1.....	44
Tabla 8: Pregunta 2.....	44
Tabla 9: Pregunta 3.....	45
Tabla 10: Pregunta 4.....	45
Tabla 11: Pregunta 5.....	46
Tabla 12: Pregunta 6.....	47
Tabla 13: Pregunta 7.....	47
Tabla 14: Pregunta 8.....	48
Tabla 15: Pregunta 9.....	48
Tabla 16: Pregunta 10.....	49
Tabla 17: Pregunta 11.....	49
Tabla 18: Pregunta 12.....	50
Tabla 19: Pregunta 13.....	50
Tabla 20: Pregunta 14.....	51
Tabla 21: Pregunta 15.....	51
Tabla 22: Pregunta 16.....	52
Tabla 23: Pregunta 17.....	52
Tabla 24: Pregunta 18.....	53

Tabla 25: Pregunta 19.....	54
Tabla 26: Pregunta 20.....	54
Tabla 27: Pregunta 21.....	55
Tabla 28: Pregunta 22.....	55
Tabla 29: Pregunta 23.....	56
Tabla 30: Pregunta 24.....	57
Tabla 31: Pregunta 25.....	57
Tabla 32: Pregunta 26.....	58
Tabla 33: Pregunta 27.....	58
Tabla 34: Pregunta 28.....	59
Tabla 35: Pregunta 29.....	59
Tabla 36: Pregunta 30.....	60
Tabla 37: Pregunta 31.....	60
Tabla 38: Pregunta 32.....	61
Tabla 39: Pregunta 33.....	61
Tabla 40: Correlación entre Gestión de Compras y Rentabilidad	63
Tabla 41: Correlación entre Plan de Aprovisionamiento y Rentabilidad	64
Tabla 42: Correlación entre Selección de Proveedores y Rentabilidad	66
Tabla 43: Correlación entre Pedido y Recepción y Rentabilidad	67

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia	82
Anexo 2: Matriz de operacionalización de las variables	83
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos	84
Anexo 4: Validación del instrumento.....	87
Anexo 5: Base de datos de los resultados obtenidos por cada variable y dimensión de la aplicación del instrumento a la muestra	89
Anexo 6: Autorización de ejecución	91
Anexo 7: Estado de situación financiera	92
Anexo 8: Estado de resultados	93
Anexo 9: Ratios financieros	94
Anexo 10: Evidencia fotográfica.....	95
Anexo 11: Certificación	96
Anexo 12: Declaración Jurada	97

RESUMEN

El presente estudio se realizó en la empresa Roque Construcciones E.I.R.L. – 2024, ubicada en Tumbes, con el objetivo de determinar la relación entre la gestión de compras y la rentabilidad de la empresa en mención. La hipótesis fue: El grado de aplicación de la gestión de compras guarda una relación directa en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024. La investigación es de tipo aplicada – descriptivo correlacional y su diseño es no experimental con corte transversal. La población estuvo comprendida por los trabajadores de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., teniendo como muestra 9 trabajadores a quienes se les aplicó una encuesta compuesta por 2 variables, la primera variable fue gestión de compras con 23 preguntas y la segunda variable fue rentabilidad con 10 preguntas, medidas en la escala de Likert. Los resultados revelaron que el p valor es menor a 0,01 (alfa) por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación; por lo consiguiente, existe suficiente evidencia estadística para afirmar que, la gestión de compras tiene una relación directa con la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024. El coeficiente utilizado fue Rho Spearman, cuyo resultado es de 0,872, lo cual indica una correlación positiva alta. Por lo que se concluye que una buena gestión de compras se correlaciona con una buena rentabilidad.

Palabras clave: gestión de compras, rentabilidad.

ABSTRAC

The present study was conducted at Roque Construcciones E.I.R.L. – 2024, located in Tumbes, with the objective of determining the relationship between purchasing management and the company's profitability. The research hypothesis stated: The degree of implementation of purchasing management is directly related to the profitability of Roque Construcciones E.I.R.L., 2024. The research is applied in nature, with a descriptive–correlational scope, and follows a non-experimental cross-sectional design. The population consisted of the employees of Roque Construcciones E.I.R.L., with a sample of 9 workers who were administered a survey composed of two variables. The first variable was purchasing management, measured through 23 questions, and the second variable was profitability, measured through 10 questions, both assessed using a Likert scale.

The results revealed that the p-value is less than 0.01 (alpha); therefore, the research hypothesis is accepted. Consequently, there is sufficient statistical evidence to affirm that purchasing management has a direct relationship with the profitability of Roque Construcciones E.I.R.L., 2024. The statistical coefficient used was Spearman's Rho, which yielded a result of 0.872, indicating a strong positive correlation.

It is therefore concluded that effective purchasing management is correlated with higher profitability.

Keywords: purchasing management, profitability.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial la gestión de compras viene a ser un proceso fundamental en las empresas, con ello se plantea como objetivo garantizar todos los materiales y/o servicios para la organización, en el momento oportuno y en la cantidad adecuada, siempre analizando todo lo idóneo, comenzando con el proveedor, la calidad y el mejor precio de adquisición posible. De esa forma se pueden reducir costos, desarrollar una ventaja competitiva al ofrecer productos de calidad, reducir tiempos de entrega de pedidos, crear aliados comerciales o administrar el financiamiento del negocio lo que puede generar mayor rentabilidad a la empresa. Debido a eso, las compras deben considerarse como prioridad para el desarrollo de una empresa, sea del rubro de la producción, de servicios o comerciales; ya que, el crecimiento de esta depende de su rentabilidad.

Según Errasti (2012), “es necesario sistematizar la organización funcional de los departamentos de compras e integrarla en los procesos de negocio”. Para lograr todo ello, la empresa debe de contar en su estructura organizacional con un área de compras, sobre el cual se tenga la responsabilidad de todas estas funciones. Además, para una buena gestión de compras, el personal responsable tiene que estar capacitado para cumplir eficientemente sus competencias; así como, tener las herramientas y el alcance para poder ejercerlas sin ningún impedimento.

A nivel nacional, muchas empresas han mostrado una falta de preparación y una débil organización en la gestión de compras, operando con falta de métodos coordinados que no garantizan la funcionalidad de la empresa, provocando pérdidas económicas y financieras, que impactan en la rentabilidad de la misma. Siendo esta una complicación que viven muchos negocios, que no les permiten seguir creciendo.

En Tumbes, la mayoría de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) que se dedican a la compraventa de productos no cuentan con un departamento de compras que realice un estudio de mercado previo, la cual pueda analizar todo lo

que demanda este proceso; como la búsqueda de proveedores que garanticen un producto de calidad en el menor tiempo posible; así como, analizar los precios de adquisición y ofertas que se presenten. Pues, en este rubro se deben aprovechar las oportunidades e invertir en productos demandados para que la empresa pueda tener rotación de mercadería, y ser competentes en el mercado; así, tener la liquidez y solvencia que pueda hacer rentable la empresa.

“la rentabilidad de una PYME es muy importante debido a que expresa la capacidad de la misma para poder sobrevivir” (Cano, Olivera, Balderrabano, & Pérez, 2013, p.81). En el Perú, las grandes empresas están al tanto de la importancia de una gestión eficiente de sus recursos, por lo que, cuentan con profesionales especializados en el área. Sin embargo, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) no asignan un valor significativo a la evaluación de su rentabilidad; con lo cual, no pueden saber si su negocio está consiguiendo ganancias, solo se centran en obtener ingresos y facturar; al no tener conocimiento exacto de los resultados de sus actividades comerciales, puede que no tengan preocupaciones, porque su empresa está alcanzando altos ingresos, sin saber que al deducir los gastos operativos y administrativos y costos de adquisición estén albergando pérdidas, lo que, con el tiempo conlleva a que la compañía quiebre. Esto se puede evitar con una buena gestión de compras.

Según, Serrato (2019): “el crecimiento que han tenido las pymes en Colombia, a nivel de creación y constitución, el contexto económico y financiero de estas entidades se ve opacado por el problema que sufren para lograr generar sostenibilidad y crecimiento, ya que la gran mayoría de estas no logran superar los cinco años de estar constituidas”. (p. 169). Esto debido a la deficiente planeación y la gestión administrativa. Tumbes es un departamento donde existe muchas empresas informales, mal constituidas, o que, no logran ampliar sus sedes a otros territorios o ser empresas reconocidas; muchas de ellas no logran desarrollarse adecuadamente, por no prestar atención a sus áreas de gestión, dentro de ellas

está el departamento de compras que en su mayoría no está implementado en su organigrama y solo es el dueño o gerente el que gestiona las adquisiciones de esta.

En ese contexto, la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., no es la excepción, debido a que la empresa se dedica al rubro comercial, centrándose en la compra y venta de acabados para la construcción; durante los últimos años busca tener una eficiente y sólida área de compras que pueda lograr crecimiento, y sostenibilidad, para que de esa forma la empresa sea rentable y siga ofreciendo estabilidad y crecimiento laboral en la zona norte del país.

La presente investigación, denominada gestión de compras y su relación en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L. 2024, tiene como objetivo principal analizar a través del cuestionario la relación de la gestión de compras en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024. Y como objetivos específicos: Determinar la relación del plan de aprovisionamiento en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024, determinar la relación de la selección de proveedores en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024 y determinar la relación de los pedidos y recepción en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024.

Esta investigación es importante dado que busca determinar con sus resultados, que la gestión de compras tiene una relación directa en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., ayudando a tener un mejor manejo en las adquisiciones en cuanto a su plan de aprovisionamiento, selección de proveedores y validación de recepción de pedidos mediante documentación, permitiendo tener una óptima rentabilidad tanto económica y financiera. Estudiando cómo se lleva a cabo la gestión de compras, realizando una investigación de tipo aplicada con enfoque cuantitativa, con un diseño descriptivo correlacional, no experimental, aplicando un cuestionario a los trabajadores de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L. que consta de 33 preguntas.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1. Bases teóricas – científicas

2.1.1. Gestión de compras

La gestión de compras es la actividad destinada a obtener los bienes o materiales necesarios para la fabricación o venta de los mismos, teniendo en cuenta el precio, calidad, plazos de entrega, facilidades de pago, descuentos y servicios post venta. (Arenal, 2016, p. 16)

2.1.2. Proceso de la gestión de compras

2.1.2.1. Plan de aprovisionamiento

“La planificación de aprovisionamiento supone mantener unas existencias que permitan atender la demanda con el menor coste posible, consiguiendo al mismo tiempo evitar el desabastecimiento y sus consecuencias”. (Escudero, 2014, p.21)

2.1.2.1.1. Previsión de ventas

“La previsión de ventas nos permite decidir el nivel óptimo de mercancías que debemos almacenar. Para ello, se realiza un estudio sobre el comportamiento de cada producto”. (Escudero, 2014, p. 30)

2.1.2.1.2. Costes de gestión y existencias

“Los costes de gestión y existencias que se originan por tener stock almacenado son de cuatro tipos: adquisición, almacenaje, aprovisionamiento y rotura de stock”. (Escudero, 2014, p. 31)

2.1.2.1.3. Plazo de entrega de proveedores.

“Es el tiempo que transcurre desde que se emite la orden de pedido hasta que llegan las mercancías y están disponibles para la venta”. (Escudero, 2014, p. 31)

2.1.2.2. Selección de proveedores

Cuando seleccionamos a un proveedor establecemos con él una relación comercial a largo plazo, que afectará a varios suministros o pedidos. Por eso no debemos decidirnos por una oferta cuyo presupuesto, a simple vista, sea el más barato de los recibidos. (Escudero, 2014, p. 71)

2.1.2.2.3. Precio unitario

“Se busca que los proveedores tengan un comportamiento estable en relación con la fluctuación del precio de los productos ofrecidos. Así mismo busca que los precios manejados por el proveedor sean competitivos según el mercado”. (Osorio, Arango, & Ruales, 2011, p. 77)

2.1.2.2.4. Descuentos

“Los descuentos forman parte de la práctica habitual del comercio. (...). Generalmente, los descuentos que más se utilizan son: comercial, por pronto pago, por volumen, de temporada y de promoción”. (Escudero, 2014, p. 81)

2.1.2.2.5. Gastos de transporte

“Los gastos de transporte se originan por trasladar la mercancía desde el almacén del vendedor hasta el punto de venta o almacén del comprador”. (Escudero, 2014, p. 81)

2.1.2.2.6. Calidad de los productos

Este criterio califica la tenencia de un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) y/o de productos que cumplan en su totalidad con las normas de especificaciones, avalados por un certificado de concordancia, lo que garantiza la conformidad de los productos con sus requisitos. De este criterio depende la seguridad en la prestación del servicio. (Álvarez & Ramos, 2021, p. 21)

2.1.2.2.7. Plazo de entrega

El plazo de entrega de proveedores es el tiempo que transcurre desde que se emite la orden de pedido hasta que llegan las mercancías y están disponibles para la venta. Este plazo se divide en los siguientes tiempos: emisión y envío del pedido, preparación de los artículos, duración del transporte, recepción de la mercancía y preparación para su disponibilidad. (Escudero, 2014, p. 31)

2.1.2.2.8. Plazo de pago

El plazo de pago es el tiempo que transcurre desde que se realiza la compra hasta que se cancela la deuda contraída con el proveedor. Este tiempo, conocido como periodo de crédito, se inicia el día que el vendedor emite la factura y finaliza el día que figura en el propio documento como fecha de vencimiento. (Escudero, 2014, p. 82)

2.1.2.2.9. Política de garantía

“El proveedor debe desarrollar estrategias efectivas para resolver quejas e inquietudes,

investigar sus causas y, por ende, mejorar el servicio prestado a la empresa de manera continua”. (Osorio, Arango, & Ruales, 2011, p. 76)

2.1.2.3. Pedido y recepción

Al momento de realizar una compra se utilizan diferentes documentos que constituyen la etapa de pedido y recepción, los cuales dejan constancia de las relaciones con proveedores, agencias de transporte, etc. (Escudero, 2014, p. 129)

2.1.2.3.3. Pedido

“El pedido es un documento que expide el comprador cuando necesita solicitar materiales o artículos a su proveedor”. (Escudero, 2014, p. 132)

2.1.2.3.4. Nota de entrega

“En este documento se detalla el tipo de mercancía o nombre del artículo, el número de bultos y las unidades que contiene cada bulto”. (Escudero, 2014, p. 138)

2.1.2.3.5. Hoja de recepción

“Se confecciona para demostrar que se han recibido los artículos solicitados y para controlar el cumplimiento de plazos de entrega, calidad del servicio, roturas o cualquier otra anomalía que pueda presentar la mercancía”. (Escudero, 2014, p. 144)

2.1.3. Rentabilidad

“La rentabilidad es el resultado del proceso productivo y distributivo, es la utilidad o ganancia del negocio por realizar sus actividades. Mide el éxito de la empresa, así como su eficiencia; es un indicador del rendimiento”. (García & Paredes, 2014, p. 241)

2.1.4. Medición de la rentabilidad

2.1.4.1. Rentabilidad Económica

“Mide el rendimiento de los factores (activos) de una empresa en un periodo determinado, independientemente de la forma en que se hayan financiado dichos activos”. (García & Paredes, 2014, p. 241)

2.1.4.1.1. Capacidad de adaptación al mercado

“La capacidad de adaptación también se considera el requisito principal para aquellas empresas que compiten en mercados dinámicos, a su vez, para aquellas empresas que dentro de su estrategia empresarial quieren abordar nuevos mercados”. (Acevedo & Albornoz, 2019)

2.1.4.1.2. Capacitación y desarrollo de empleados

Cuando una empresa es rentable, puede ofrecer salarios competitivos, beneficios atractivos y oportunidades de crecimiento a sus empleados. Esto contribuye a la retención de personal de calidad y a la construcción de un equipo comprometido que trabaje en pro de los objetivos de la empresa. (Verdeguer, s.f., p. 8)

“Para las empresas líderes, la capacitación es una necesidad del negocio. El propósito es orientar los mejores recursos para obtener el

mejor producto final o el más alto nivel de servicio efectivamente prestado”. (Bohrt, 2000, p.123)

2.1.4.1.3. Eficiencia operativa

“La ineficiencia de los costos afecta la rentabilidad y el crecimiento de las empresas a través de un efecto negativo por el desperdicio de recursos y su impacto en los flujos de efectivo” (Barrera-Guerra, 2020, p. 736)

2.1.4.2. Rentabilidad Financiera

“La rentabilidad financiera es una medida relativa de las utilidades que evalúa el rendimiento de la empresa y mide la capacidad de remunerar a los accionistas, se calcula dividiendo la utilidad después de impuestos entre los fondos propios” (Gutierrez & Tapia, 2016, p. 16)

2.1.4.2.1. Liquidez General

“La liquidez de una empresa representa la agilidad que tiene para cumplir con sus obligaciones de corto plazo a medida que estas alcancen su vencimiento” (Herrera, Betancourt, Vega, & Vivanco, 2016, p. 157)

2.1.4.2.2. Índice de endeudamiento

“Este indicador refleja la cantidad de deuda en relación con el patrimonio neto de la empresa” (Verdeguer, s.f., p.9)

2.1.4.2.3. Incremento de ingresos

“Es el incremento de recursos económicos de una empresa y constituye el incremento del patrimonio de la misma” (Herrera, 2022, p. 33)

2.2. Antecedentes

2.2.1. Antecedentes internacionales

Alvia (2016), en su investigación, obtuvo como resultados:

La inexistencia de un adecuado control efectivo en el proceso de adquisiciones debido a la ausencia de normativas y procedimientos establecidos para gestionar los insumos y suministros, así como para la compra de estos, careciendo de una planificación y ejecución de compras para los pedidos solicitados de manera eficiente. El motivo por lo que sucedía esto era la falta de formalidad de los procedimientos y metodologías del área de compras, la deficiencia del análisis de las actividades de compra para la toma de decisiones y deficiencia de personal competente en esta área.

Castro (2019), en su investigación, encontró como resultados:

Que el principal motivo de cierre de la planta fue por la rentabilidad que presentaba; esto debido a los atrasos de las compras lo cual perjudicaba al stock para ofertar a clientes lo que significaba pérdida de ventas y mala imagen de la empresa por la poca competitividad; uno de los factores de atrasos es la tardanza del ingreso de la mercadería al sistema por la falta de capacitación al personal del área de pedidos y escaso personal.

Espinoza (2023), en su investigación, menciona:

Que las compras son el pilar fundamental para poder conseguir una rentabilidad optima, por ende, da mención que la planeación de las compras influye de forma positiva sobre la rentabilidad; por lo que, los departamentos o el área de adquisiciones deber estar en constante comunicación con los demás puestos así mismo determina que al complementar un software en una gestión de compras se agilizará la adquisición y buscará de cierta forma evitar cualquier inconveniente en un proceso de producción, teniendo como finalidad la reducción de costos innecesarios y por otro lado contar con la satisfacción de los

clientes; de esa forma se optimiza la competitividad, y se tiene un buen nivel de rotación de inventarios, lo cual puede ser medido en ciertos periodos, dependiendo la entidad.

2.2.2. Antecedentes nacionales

Romero (2022), en su investigación, obtuvo como resultados:

Que la adecuada gestión de compras reduce costos y gastos; basándose en el estado de resultados del año 2020 de la empresa Bacilio Campos Rojas SRL en el cual los costos de ventas representan un 90% de las ventas debido a la mala gestión de compras, reduciéndose a un 60% un año después gracias a una buena gestión de compras. En el primer período la empresa no contaba con procedimientos de solicitud de compra, personal especializado en esta área y no realizaban una solicitud cuando se detectaba una necesidad de compra, además no contaban con registros de proveedores y contratos donde se detallan las condiciones de compra, así como un sistema tecnológico que permita dar seguimiento al proceso de compra hasta el almacenamiento y carecían de un sistema de costos que permita verificar las cantidades y costos de la mercadería. Dentro de la investigación demostró que la gestión de compras tiene un impacto significativo en la rentabilidad de la entidad, y si una entidad no cuenta con un proceso óptimo al gestionar la adquisición, ésta misma demandará unos costos altos, gastos innecesarios, no rotación de productos y también no les permitirá controlar y requerir pedidos de manera correcta, por lo que indica que tiene una mala proyección en las adquisiciones, todo esto va de la mano, con la capacidad y la buena gestión para desarrollar la gestión de compras, la cual parte desde el personal encargado de ello y concluye con el ingreso al almacén y la distribución de la mercadería.

Estela & Sanchez (2019), en su investigación, obtuvieron como resultados:

Que los encuestados en su mayoría consideraban que la empresa tenía una gestión de compras en un nivel regular, la cual el reconocimiento de necesidad de los clientes se encuentra en un nivel regular, con un estado malo en cuanto a la búsqueda de información de proveedores, y regular en la evaluación de alternativas, teniendo pocas alternativas de oferta de abastecedores, presentando mayormente errores en las decisiones de compra, además que no realizaban controles de calidad en la recepción de la mercadería. Por otro lado, la mayoría consideraba que la rentabilidad presentada en la empresa era de un nivel regular, considerando en un nivel regular la rentabilidad financiera, en cambio, la rentabilidad económica se encontraba en un nivel malo.

Roman (2019), en su investigación, determinó:

Que la gestión de compras tiene una influencia de forma significativa en la rentabilidad de la empresa, por lo que al tener un dominio sobre las etapas que conllevan una gestión de compra, se tendrá la oportunidad de poder maximizar la inversión del dinero y así se pueda destinar a una mejor adquisición que conllevará a una buena rotación de inventarios, control sobre los stock y evitar compras duplicadas, para que de esa forma la rentabilidad no se pueda ver afectada, dándole un mayor beneficio a los recursos de la organización, para que pueda llevarse a cabo, el personal que intervendrá tanto en las compras como en la recepción de los productos deberá ser calificado y sobre todo capacitado para los puestos que ocuparán para que esto evite contratiempos innecesarios y pueda funcionar mejor la parte operativa de la entidad.

Martinez & Rios (2019), en su investigación, demostró:

Que la logística desempeña un papel crucial en la rentabilidad de la empresa, demostrando que hay diversos factores como la gestión de compras, o estrategias en los cuales la empresa debe mejorar y sobre todo actuar para una mejora en toda la organización, esto es debido a que lo logístico tiene una mayor contribución en los procesos de la

entidad, como, por ejemplo, la responsabilidad de observar el stock, su rotación, su adquisición. De esa manera, implica ventas, implica utilidad, implica rentabilidad. Sobre todo, le recomienda a la entidad la constante innovación para no quedar obsoleto con el paso del tiempo, ya que la modernidad y la actualización es necesaria para cualquier rubro de negocio.

2.2.3. Antecedentes locales

Muñoz (2021), en su investigación, obtuvo por resultados:

Que los negocios no toman en cuenta la eficiencia de los proveedores al momento de cumplir con los pedidos, por lo que se considera que los proveedores a veces no son los adecuados, al momento de la compra solo a veces deciden por los precios más bajos del mercado; además, que no utilizan los datos históricos para emitir órdenes de compras, las cuales no son de mucha frecuencia, realizándolas sin revisar los saldos de inventario, y con pocas veces una proyección de demanda y previsión de disponibilidad de stock, sin la existencia muchas veces de un sistema de control de inventarios y falta de conocimiento en la utilización de la herramienta kardex, por otra parte, el seguimiento y recepción de la mercadería solo a veces es la adecuada por parte del almacenero; por lo que, no se conservan adecuadamente obteniendo desperdicios de mercadería, sin realizar una comprobación y aceptación de las existencias adquiridas. En cuanto a la gestión de transporte los encuestados afirman que el proveedor de transporte no es el adecuado, con poca rapidez y a veces los productos no llegan en buen estado, además que nunca o casi nunca se programa la compra-entrega de la mercadería. Referente al sistema de costos, este nunca o casi nunca proporciona información oportuna, sin evaluar los ingresos y costos, lo que no ayuda a la toma de decisiones y genera un desconocimiento de la rentabilidad.

Castillo (2018), en su investigación, obtuvo por resultados:

Que todos los encuestados han necesitado de financiamiento externo, para lo cual han recurrido a las entidades financieras, en su mayoría de cajas de ahorro y crédito, por lo menos una vez al año; recibiendo financiamiento por montos mínimos, destinados a la compra de mercadería. Estas empresas han presentado problemas en su rentabilidad generalmente debido a sus competidores, y en menor proporción debido a la variedad de productos y el marketing.

Guerrero (2021), en su investigación, da mención:

A que una gestión de calidad óptima logrará que el trabajador de alguna forma se vea comprometido y motivado al momento de vender, por lo que la rentabilidad irá en aumento, pero la mayoría de trabajadores no conocen su producto, por ende, esto provoca que la mercadería no pueda rotar y la adquisición de productos sea un poco complicada, así que lo mejor en una empresa comercial, siempre será poner objetivos de ventas y funciones específicas para que pueda lograrse una mejor productividad y de esa forma obtener un mejor crecimiento en el mercado.

Cabos (2017), en su investigación, menciona:

Que un excelente control de inventarios va a ayudar a mejorar la rentabilidad de la empresa Inversiones Enelver S.A.C., debido a que al optimizar los procesos de adquisición, registro y venta se necesitan procedimientos adecuados para poder permitir una progresión óptima de la empresa y está misma, no se encuentre estancada o llena de stock de materiales o productos que no rotan, y eso evitará que la empresa no tenga la liquidez necesaria para afrontar los gastos y poder volver a invertir para así generar esos ingresos netos que se esperan a mediano y largo plazo. La finalidad de esto es el establecimiento de medidas y el ahorro de tiempo en corregir errores y no tener un margen de error elevado.

III. MATERIALES Y METODOS

3.1. Lugar de ejecución

El lugar de ejecución de la presente investigación fue la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., ubicada en Urb. Andrés Araujo Moran Mz 1 Lote 3 en el distrito de Tumbes en la provincia de Tumbes, y departamento de Tumbes.

3.2. Formulación de hipótesis y definición de las variables

3.2.1. Formulación de hipótesis

Hipótesis General (Hi)

El grado de aplicación de la gestión de compras guarda una relación directa en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024.

Hipótesis nula (Ho)

El grado de aplicación de la gestión de compras no guarda una relación directa en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024.

Hipótesis específica (Hi)

HE1. El plan de aprovisionamiento tiene relación directa en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024.

HE2. La selección de proveedores tiene relación directa en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024.

HE3. Los pedidos y recepción tienen una relación directa en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024.

3.2.2. Variables

Variable independiente: Gestión de compras

Variable dependiente: Rentabilidad.

3.3. Tipo y diseño de la investigación.

3.3.1. Tipo

La investigación es de tipo aplicada y se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, basado en la recopilación y análisis de datos, con el propósito de plantear alternativas frente a la problemática de investigación y validar las teorías propuestas.

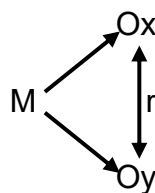
El enfoque cuantitativo pone rigurosidad en la medición y el análisis numérico de los datos, caracterizado por la recopilación sistemática de la información que es sometida al rigor del análisis técnico estadístico y se enfoca en la obtención de resultados identificando relaciones causales o patrones de comportamiento (Zuñiga et al.,2023).

El alcance de esta investigación es correlacional.

3.3.2. Diseño de investigación.

Esta investigación será no experimental, debido a que no se ha realizado una manipulación deliberada de las variables para el análisis de los datos de la presente investigación. Además, es de corte transversal porque la información se toma sobre la base de un periodo definido.

La representación del diseño de la investigación es la siguiente:



Donde:

M = Muestra de estudio: Personal de tiendas, almacenes y gerencia de “Roque Construcciones E.I.R.L.”

O_x = Gestión de compras

O_y = Rentabilidad

R = índice de correlación entre las variables.

3.4. Población, muestra y muestreo

3.4.1. Población

La población de la presente investigación estará constituida por 9 trabajadores de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L.

3.4.2. Muestra

Debido a que la población es reducida, la muestra censal de esta investigación abarcará la totalidad de los 9 empleados de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., lo cual le va a servir a la empresa contar con esta información, para la mejora en su proceso de adquisiciones.

3.5. Métodos, técnicas e instrumentos.

3.5.1. Métodos

El método que se utilizará será el método deductivo e inductivo el cual se aplicará en el análisis de los resultados estadísticos, obtenidos por el instrumento seleccionado el cual es el cuestionario.

3.5.2. Técnicas.

Con el fin de examinar el comportamiento de las variables en estudio, se utilizará la siguiente técnica para la recolección de datos durante la investigación:

Encuesta: La encuesta se utilizará como herramienta para recopilar información de las variables en estudio, y se aplicará a los

trabajadores de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., para evitar influencias que puedan distorsionar los resultados de la investigación.

3.5.3. Instrumento de recolección de datos:

Se empleará un cuestionario de escala de Likert como instrumento de recolección de datos, compuesto por 33 preguntas cerradas que serán respondidas por los empleados de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L. Este cuestionario tiene como objetivo recopilar información relevante, observar y describir la relación entre la gestión de compras y la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L. en el año 2024.

3.6. Validez y confiabilidad del instrumento

3.6.1. Validez

La validación de los instrumentos utilizados en la investigación fue realizada mediante el juicio de expertos en el tema, quienes evaluaron y aprobaron los criterios definidos en relación con las variables, dimensiones, indicadores e ítems correspondientes.

Tabla 1: Validez de los instrumentos

Apellidos y nombres	N° DNI	N° Celular
C.P.C. Estrella Pineda Cesar Eduardo	47587974	+51996156758

3.6.2. Confiabilidad

Para establecer la consistencia interna de los instrumentos utilizados en la investigación, se recurrió al coeficiente Alfa de Cronbach.

El coeficiente Alpha de Cronbach “es un índice usado para medir la confiabilidad del tipo consistencia interna de una escala, es decir, para evaluar la magnitud en que los ítems de un instrumento están correlacionados” (Oviedo y Campo, 2005).

Tabla 2: Confiabilidad Alpha de Cronbach

Rango	Magnitud
0.81 – 1.00	Muy alta confiabilidad
0.61 – 0.80	Alta confiabilidad
0.41 – 0.60	Moderada confiabilidad
0.21 – 0.40	Baja confiabilidad
0.01 – 0.20	Muy baja confiabilidad

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 2 presenta un intervalo de valores correspondiente al coeficiente Alfa de Cronbach, acompañado de la interpretación de los niveles de confiabilidad asociados a cada rango. Este indicador permite evaluar la consistencia interna de los ítems que conforman un cuestionario o instrumento, evidenciando el grado en que estos miden de manera uniforme un mismo constructo o variable subyacente.

Tabla 3: Confiabilidad de los instrumentos

Cuestionario	Alpha de Cronbach	N° de elementos
Gestión de compras	0.950	23
Rentabilidad	0.924	10

Fuente: Elaboración propia

La tabla 3 proporciona información sobre la confiabilidad de dos cuestionarios que miden diferentes constructos: "Gestión de compras" y "Rentabilidad". La confiabilidad se evalúa utilizando el coeficiente Alpha de Cronbach, que mide la consistencia interna de los ítems en cada cuestionario.

En ese sentido, un Alpha de Cronbach de 0.950 indica una excelente consistencia interna de los ítems en este cuestionario, esto significa que las preguntas están bien alineadas y miden de manera coherente el constructo de "Gestión de compras". Asimismo, Un Alpha de Cronbach de 0.924 también indica una excelente consistencia interna para este cuestionario, por ende, las preguntas sobre "Rentabilidad" son altamente coherentes entre sí, sugiriendo que el cuestionario es

una medida confiable de este constructo. Ambos cuestionarios tienen un alto nivel de confiabilidad (con valores de Alpha de Cronbach superiores a 0.9), lo que sugiere que son herramientas adecuadas para medir los constructos de "Gestión de compras" y "Rentabilidad".

3.7. Plan de procesamiento y análisis de datos

Para la recolección de datos, se aplicó un cuestionario basado en la escala de Likert a los trabajadores de la empresa.

Posteriormente, la información obtenida fue registrada en una hoja de cálculo de Excel, lo que permitió su posterior importación al programa SPSS para el cálculo del coeficiente de correlación.

Una vez procesados los datos, estos se presentaron de manera organizada y clara mediante tablas y gráficos elaborados en Excel. Finalmente, los resultados fueron analizados y discutidos tomando como base los antecedentes considerados en la presente investigación.

3.7.1. Prueba de Normalidad

Tabla 4: Diferencia de test de normalidad

KOLMOGOROV - SMIRNOV	SHAPIRO - WILK
N > 50	n ≤ 50

La diferencia entre los test de normalidad de Kolmogórov-Smirnov (K-S) y Shapiro-Wilk (S-W) se relaciona principalmente con el tamaño de la muestra y la precisión esperada al evaluar la normalidad de los datos.

Kolmogórov-Smirnov (K-S): $n > 50$; este test es más adecuado para muestras grandes ($n > 50$) porque tiene la capacidad de manejar mayor variabilidad en los datos.

Shapiro-Wilk (S-W): $n \leq 50$; este test es más potente y recomendado para muestras pequeñas ($n \leq 50$), ya que tiene una mayor sensibilidad para detectar desviaciones de la normalidad en este rango.

Tabla 5: Prueba de Normalidad

	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
GESTIONDECOMPRAS	,160	9	,000	,865	9	,001
RENTABILIDAD	,153	9	,000	,762	9	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Tras observar los datos y considerando que el tamaño de la muestra es inferior a 50, se optó por aplicar la prueba de Shapiro-Wilk, así mismo se observa que las variables no presentan una distribución normal, dado que el p-valor es $< \alpha$ (0,05), a partir de ello se decidió emplear el coeficiente de Rho de Spearman para medir la correlación de variables.

3.7.2. Parámetros

Tabla 6: Parámetros de Rho Spearman

Valor de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a ,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a 0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a 0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a 0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a 0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

El coeficiente de correlación de Spearman permite determinar tanto la dirección (positiva o negativa) como la intensidad (fuerte o débil) de la relación existente entre dos variables. Valores próximos a -1 o 1 reflejan una asociación fuerte, mientras que aquellos cercanos a 0 evidencian una relación débil o inexistente.

IV. RESULTADOS Y DISCUSION

4.1. Análisis descriptivo

4.1.1. Según dimensión Plan de aprovisionamiento

Tabla 7: Pregunta 1.

1. ¿La empresa provisiona sus ventas de manera que no se queda sin stock ni se sobre abastece?		
Alternativas	Nº Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	4	44.44
Totalmente de acuerdo	5	55.56
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 55.56%, es decir la mayoría de los encuestados está completamente de acuerdo, lo que refuerza la idea de que la empresa tiene una buena capacidad de provisión de ventas y evita problemas relacionados con falta de stock o sobreabastecimiento. Asimismo, casi la mitad de los encuestados están de acuerdo en que la empresa gestiona su stock correctamente, lo que implica una percepción positiva pero no completamente sólida.

Tabla 8: Pregunta 2.

2. ¿Se evalúa la probable rotación de un producto al realizar una compra?		
Alternativas	Nº Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	22.22
De acuerdo	3	33.33
Totalmente de acuerdo	4	44.44
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 22.22% es decir, una minoría de los encuestados tiene una postura neutral, lo que podría significar que perciben cierta incertidumbre o falta de claridad en cómo se evalúa la rotación de productos. Asimismo, un 33.33%, un tercio de los encuestados, está de acuerdo en que se evalúa la probable rotación de los productos al realizar compras, lo que demuestra que existe un reconocimiento positivo, aunque no mayoritario. Finalmente, un 44.44%, es decir, la mayoría de los participantes (casi la mitad) está completamente de acuerdo, lo que sugiere una percepción sólida de que esta práctica está bien implementada.

Tabla 9: Pregunta 3

3. ¿La empresa ha dejado de obtener ingresos por no contar con stock suficiente de algún producto?		
Alternativas	N° Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	4	44.44
Totalmente de acuerdo	5	55.56
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 44.44%, casi la mitad de los encuestados está de acuerdo en que la empresa ha perdido ingresos por no contar con suficiente stock en algún momento. Esto refleja una percepción significativa del problema. Asimismo, el 55.56%, más de la mitad de los encuestados está completamente de acuerdo, indicando que este es un problema recurrente o muy notorio.

Tabla 10: Pregunta 4

4. ¿Al gestionar una compra se tiene en consideración los costos que se incurren en transportar los productos al almacén de la empresa?		
Alternativas	N° Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	1	11.11
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	2	22.22
Totalmente de acuerdo	6	66.67
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 11.11%, una pequeña parte de los encuestados considera que no se tiene en cuenta en absoluto el costo del transporte al gestionar las compras. Esto podría reflejar una experiencia aislada o un área donde hay margen de mejora. Asimismo, el 22.22% una minoría significativa considera que la empresa tiene en cuenta los costos de transporte al gestionar compras, pero no lo hace de manera consistente. Finalmente, el 66.67%, es decir, la mayoría de los encuestados percibe claramente que la empresa tiene en consideración los costos de transporte, lo que sugiere una buena práctica en este aspecto.

Tabla 11: Pregunta 5

5. ¿La empresa ha dejado de cerrar ventas por la demora de llegada de los pedidos?		
Alternativas	Nº Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	11.11
De acuerdo	2	22.22
Totalmente de acuerdo	6	66.67
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 11.11%, una pequeña proporción de los encuestados tiene una postura neutral, lo que podría reflejar que esta persona no está segura o no tiene evidencia suficiente para afirmar o negar que esta situación sea común. Asimismo, el 22.22%, una minoría significativa está de acuerdo en que la empresa ha dejado de cerrar ventas debido a retrasos en la llegada de pedidos. Esto sugiere que el problema está presente pero no se considera extremadamente grave. Finalmente, el 66.67%, la mayoría de los encuestados está completamente de acuerdo, indicando que este problema es notorio y posiblemente recurrente.

Tabla 12: Pregunta 6

6. ¿Al seleccionar un proveedor se tiene en consideración el plazo de entrega de productos?		
Alternativas	Nº Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	33.33
De acuerdo	0	0.00
Totalmente de acuerdo	6	66.67
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 33.33%, un tercio de los encuestados se posiciona de forma neutral, lo que podría reflejar incertidumbre o una percepción de que esta consideración no es siempre consistente o evidente. Asimismo, el 66.67%, es decir, la mayoría de los encuestados está completamente de acuerdo en que el plazo de entrega de productos es un factor clave al seleccionar un proveedor. Esto señala que la empresa, en general, prioriza este aspecto en sus decisiones.

4.1.2. Según dimensión Selección de proveedores.

Tabla 13: Pregunta 7

7. ¿La empresa evalúa el precio de los productos en cada compra?		
Alternativas	Nº Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	3	33.33
Totalmente de acuerdo	6	66.67
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 33.33%, un tercio de los encuestados está de acuerdo en que la empresa evalúa el precio de los productos en cada compra. Esto indica una percepción positiva, aunque no completamente rotunda. Asimismo, el 66.67%, es decir, la mayoría de los encuestados está completamente de acuerdo, lo que demuestra una percepción sólida de que la empresa evalúa consistentemente los precios de los productos.

Tabla 14: Pregunta 8

8. ¿Al realizar una compra, solo se toma el precio como un factor determinante del proveedor ganador?		
Alternativas	Nº Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	3	33.33
Totalmente de acuerdo	6	66.67
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 33.33%, un tercio de los encuestados cree que el precio es uno de los factores determinantes al seleccionar un proveedor ganador. Esto refleja que, aunque el precio tiene peso, no necesariamente se percibe como el único criterio siempre. Asimismo, el 66.67%, la mayoría está completamente de acuerdo en que el precio es el único factor determinante en la elección del proveedor ganador. Esto indica que existe una percepción fuerte de que este criterio prevalece sobre otros.

Tabla 15: Pregunta 9

9. ¿Todos los proveedores con los que comercializa la empresa le ofrecen descuento?		
Alternativas	Nº Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	22.22
De acuerdo	2	22.22
Totalmente de acuerdo	5	55.56
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 22.22%, una minoría significativa de los encuestados se posiciona de manera neutral. Esto puede deberse a la falta de claridad o conocimiento sobre si todos los proveedores ofrecen descuentos, o a la percepción de que esto ocurre de forma irregular. Asimismo,

otro 22.22% de los encuestados está de acuerdo en que los proveedores ofrecen descuentos, pero no de manera completamente uniforme o generalizada. Finalmente, el 55.56%, la mayoría de los encuestados está completamente de acuerdo en que todos los proveedores ofrecen descuentos, lo que indica que, para muchos, esta práctica es percibida como consistente y habitual.

Tabla 16: Pregunta 10

10. ¿La empresa aprovecha los descuentos que ofrece el proveedor, así esto implique adquirir un producto de menor rotación y/o calidad?		
Alternativas	N° Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	4	44.44
Totalmente de acuerdo	5	55.56
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 44.44%, casi la mitad de los encuestados considera que la empresa aprovecha los descuentos ofrecidos por los proveedores en estas circunstancias, lo que indica que esta práctica es reconocida, aunque no sea completamente unánime. Asimismo, el 55.56%, más de la mitad de los encuestados está completamente de acuerdo, lo que señala que esta percepción es fuerte y probablemente consistente en la mayoría de los casos.

Tabla 17: Pregunta 11

11. ¿Los proveedores despachan la mercadería hasta el almacén de la empresa?		
Alternativas	N° Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	4	44.44
Totalmente de acuerdo	5	55.56
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 44.44%, casi la mitad de los encuestados considera que los proveedores despachan la mercadería al

almacén, pero quizá no de manera uniforme o en todos los casos. Asimismo, el 55.56%, más de la mitad de los encuestados está completamente de acuerdo, lo que sugiere que esta práctica es percibida como habitual y consistente entre la mayoría de los proveedores.

Tabla 18: Pregunta 12 QG

++

12. ¿Al realizar una compra la empresa negocia con el proveedor el gasto de transporte de la mercadería?		
Alternativas	Nº Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	0	0.00
Totalmente de acuerdo	9	100.00
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 100%, es decir, todas las respuestas están concentradas en esta categoría, lo que demuestra una percepción absolutamente positiva y consistente de que la empresa siempre negocia los gastos de transporte con los proveedores al realizar una compra.

Tabla 19: Pregunta 13

13. ¿La empresa evalúa las fichas técnicas de los productos a adquirir y los compara entre los proveedores?		
Alternativas	Nº Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	3	33.33
Totalmente de acuerdo	6	66.67
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 33.33%, un tercio de los encuestados considera que la empresa realiza esta práctica, aunque no de

manera completamente consistente o uniforme. Asimismo, el 66.67%, la mayoría de los encuestados está completamente de acuerdo en que la empresa evalúa y compara las fichas técnicas entre los proveedores. Esto indica que esta práctica es percibida como habitual y bien implementada.

Tabla 20: Pregunta 14

14. ¿Solo se adquieren productos que tengan calidad avalada y comprobable?		
Alternativas	Nº Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	3	33.33
Totalmente de acuerdo	6	66.67
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 33.33%, un tercio de los encuestados está de acuerdo en que la empresa adquiere solo productos de calidad avalada y comprobable, aunque esta percepción no es absoluta o uniforme. Asimismo, el 66.67%, la mayoría de los encuestados está completamente de acuerdo en que esta práctica es una norma en la empresa. Esto indica que, para la mayoría, la adquisición de productos de calidad comprobada es una prioridad clara.

Tabla 21: Pregunta 15

15. ¿La empresa al adquirir mercadería evalúa el plazo de entrega de la compra?		
Alternativas	Nº Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	3	33.33
Totalmente de acuerdo	6	66.67
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 33.33%, un tercio de los encuestados está de acuerdo en que la empresa evalúa los plazos de entrega, aunque podría interpretarse que para este grupo no siempre se realiza de

manera exhaustiva o uniforme. Asimismo, el 66.67%, la mayoría de los encuestados está completamente de acuerdo, lo que indica que esta evaluación es percibida como una prioridad clara y una práctica bien establecida.

Tabla 22: Pregunta 16

16. ¿Los proveedores despachan la mercadería adquirida inmediatamente?		
Alternativas	Nº Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	3	33.33
Totalmente de acuerdo	6	66.67
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 33.33%, un tercio de los encuestados está de acuerdo en que los proveedores despachan la mercadería inmediatamente, pero esta percepción no es unánime o completamente consistente para todos los casos. Asimismo, el 66.67%, la mayoría de los encuestados está completamente de acuerdo en que los proveedores realizan despachos inmediatos. Esto sugiere que esta práctica es percibida como habitual y confiable.

Tabla 23: Pregunta 17

17. ¿Los proveedores ofrecen pago al crédito en cada compra?		
Alternativas	Nº Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	11.11
De acuerdo	3	33.33
Totalmente de acuerdo	5	55.56
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 11.11%, una minoría de los encuestados tiene una postura neutral, lo que podría reflejar falta de conocimiento o percepción de que el pago a crédito no se ofrece de forma

consistente en todas las compras. Asimismo, el 33.33%, un tercio de los encuestados considera que los proveedores ofrecen la opción de pago a crédito, pero quizás no en todos los casos. Finalmente, el 55.56%, más de la mitad de los encuestados está completamente de acuerdo en que los proveedores ofrecen pago a crédito en cada compra, lo que sugiere que esta es una práctica bastante común y reconocida.

Tabla 24: Pregunta 18

18. ¿Las líneas de crédito ofrecidas a la empresa son mayores a un mes?		
Alternativas	Nº Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	11.11
De acuerdo	4	44.44
Totalmente de acuerdo	4	44.44
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 11.11%, una minoría de los encuestados tiene una postura neutral, lo que podría reflejar falta de conocimiento sobre las condiciones de crédito o incertidumbre respecto a su aplicabilidad. Asimismo, el 44.44%, un porcentaje significativo de los encuestados está de acuerdo en que las líneas de crédito ofrecidas a la empresa tienen una duración mayor a un mes, aunque no de manera completamente rotunda. Finalmente, el 44.44%, otro 44.44% de los encuestados está completamente de acuerdo, lo que refuerza la percepción positiva de que las líneas de crédito mayores a un mes son comunes.

Tabla 25: Pregunta 19

19. ¿Los productos adquiridos por la empresa cuentan con garantía?		
Alternativas	Nº Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	5	55.56
Totalmente de acuerdo	4	44.44
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 55.56%, la mayoría de los encuestados está de acuerdo en que los productos adquiridos por la empresa cuentan con garantía, aunque no todos seleccionaron la opción más alta, lo que podría indicar que esta práctica es frecuente, pero no siempre uniforme. Asimismo, el 44.44%, casi la mitad de los encuestados está completamente de acuerdo, lo que indica que esta percepción es sólida y refuerza la idea de que la garantía está presente en los productos adquiridos.

4.1.3. Según dimensión Pedido y recepción.

Tabla 26: Pregunta 20

20. ¿La empresa cotiza con proveedores mediante órdenes de compra formales?		
Alternativas	Nº Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	22.22
De acuerdo	3	33.33
Totalmente de acuerdo	4	44.44
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 22.22% de los encuestados se encuentran neutrales respecto a la afirmación, sin expresar un acuerdo o desacuerdo claro. Asimismo, el 33.33% de los encuestados están de acuerdo

con la afirmación, es decir, consideran que la empresa cotiza con proveedores mediante órdenes de compra formales en algún grado. Finalmente, el 44.44% de los encuestados están completamente de acuerdo con la afirmación, indicando que la empresa utiliza formalmente órdenes de compra con los proveedores.

Tabla 27: Pregunta 21

21. ¿La empresa recepciona mercadería solo si esta consta en la nota de entrega o guía de remisión del proveedor?		
Alternativas	N° Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	4	44.44
Totalmente de acuerdo	5	55.56
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 44.44% están de acuerdo con la afirmación, indicando que la empresa generalmente recibe mercadería si está respaldada por la nota de entrega o guía de remisión del proveedor. Asimismo, el 55.56% de los encuestados están completamente de acuerdo, lo que sugiere que la mayoría de los encuestados considera que la empresa sigue estrictamente este procedimiento para la recepción de mercadería.

Tabla 28: Pregunta 22

22. ¿Las notas de entrega o guías de remisión son firmadas por la empresa demostrando conformidad o en todo caso se registran observaciones en la misma por faltantes?		
Alternativas	N° Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	1	11.11
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	2	22.22
Totalmente de acuerdo	6	66.67
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 11.11% de los encuestados no está de acuerdo con la afirmación y considera que la empresa no firma las notas de entrega o guías de remisión ni registra observaciones por faltantes. Asimismo, el 22.22% de los encuestados están de acuerdo con la afirmación, es decir, consideran que la empresa sí firma las notas de entrega o guías de remisión o registra observaciones en caso de faltantes, pero de forma no total. Finalmente, 66.67% de los encuestados está completamente de acuerdo, lo que indica que la mayoría de los encuestados cree que la empresa cumple consistentemente con el procedimiento de firmar las notas o registrar faltantes cuando es necesario.

Tabla 29: Pregunta 23

23. ¿La empresa ha implementado como control interno la hoja de recepción de mercancías llegada a los almacenes?		
Alternativas	N° Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	11.11
De acuerdo	2	22.22
Totalmente de acuerdo	6	66.67
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 11.11% de los encuestados no tiene una opinión clara sobre si la empresa ha implementado la hoja de recepción de mercancías como control interno. Asimismo, el 22.22% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación, lo que indica que considera que la empresa ha implementado este control, pero de forma parcial. Finalmente, el 66.67% de los encuestados está completamente de acuerdo, lo que sugiere que la mayoría de los encuestados considera que la empresa ha implementado correctamente la hoja de recepción de mercancías como control interno.

4.1.4. Según dimensión Rentabilidad económica.

Tabla 30: Pregunta 24

24. ¿La empresa es competitiva en el rubro en el que se desempeña?		
Alternativas	N° Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	33.33
De acuerdo	0	0.00
Totalmente de acuerdo	6	66.67
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 33.33% de los encuestados tiene una postura neutral, es decir, no están seguros de si la empresa es competitiva en su rubro. Asimismo, el 66.67% de los encuestados está completamente de acuerdo, lo que indica que la mayoría considera que la empresa es competitiva en el rubro en el que se desempeña.

Tabla 31: Pregunta 25

25. ¿El mercado en el que se desenvuelve la empresa es propenso a riesgos por temas políticos y desastres naturales?		
Alternativas	N° Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	3	33.33
Totalmente de acuerdo	6	66.67
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 33.33% de los encuestados considera que el mercado en el que se desenvuelve la empresa es propenso a riesgos derivados de factores políticos y desastres naturales, pero no de manera extrema. Finalmente, el 66.67% de los encuestados está completamente de

acuerdo, lo que sugiere que la mayoría considera que el mercado de la empresa está altamente expuesto a esos riesgos.

Tabla 32: Pregunta 26

26. ¿La empresa capacita constantemente a su capital humano?		
Alternativas	Nº Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	3	33.33
Totalmente de acuerdo	6	66.67
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 33.33% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación, lo que indica que consideran que la empresa capacita a su capital humano, pero no con una frecuencia constante. Finalmente, el 66.67% de los encuestados está completamente de acuerdo, lo que sugiere que la mayoría considera que la empresa capacita de manera constante a su personal.

Tabla 33: Pregunta 27

27. ¿Se ofrecen las oportunidades de crecimiento profesional a los trabajadores?		
Alternativas	Nº Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	22.22
De acuerdo	2	22.22
Totalmente de acuerdo	5	55.56
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 22.22% de los encuestados no tiene una opinión clara sobre si la empresa ofrece oportunidades de crecimiento profesional a los trabajadores. Asimismo, el 22.22% de los encuestados está de acuerdo, lo que indica que consideran que la empresa ofrece oportunidades de crecimiento profesional, aunque de forma no total. Finalmente, el 55.56% de los

encuestados está completamente de acuerdo, lo que sugiere que la mayoría considera que la empresa ofrece consistentemente oportunidades de crecimiento profesional a los trabajadores.

Tabla 34: Pregunta 28

28. ¿La empresa logra los objetivos trazados a corto plazo?		
Alternativas	N° Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	4	44.44
Totalmente de acuerdo	5	55.56
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 44.44% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación, lo que sugiere que consideran que la empresa cumple los objetivos a corto plazo, pero no de forma totalmente consistente. Asimismo, el 55.56% de los encuestados está completamente de acuerdo, lo que indica que la mayoría de los encuestados cree que la empresa logra efectivamente los objetivos a corto plazo.

4.1.5. Según dimensión rentabilidad financiera.

Tabla 35: Pregunta 29

29. ¿La empresa cumple con sus deudas a proveedores al corto plazo?		
Alternativas	N° Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	4	44.44
Totalmente de acuerdo	5	55.56
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 44.44% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación, lo que sugiere que consideran que la empresa

cumple con sus deudas a proveedores a corto plazo, pero no con total certeza. Asimismo, el 55.56% de los encuestados está completamente de acuerdo, lo que indica que la mayoría considera que la empresa cumple con sus deudas a proveedores en el corto plazo de manera efectiva.

Tabla 36: Pregunta 30

30. ¿El capital de la empresa es financiado en su mayoría por terceros?		
Alternativas	Nº Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	4	44.44
Totalmente de acuerdo	5	55.56
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 44.44% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación, lo que sugiere que consideran que el capital de la empresa proviene en su mayoría de terceros, aunque no de manera completamente consistente. Asimismo, el 55.56% de los encuestados está completamente de acuerdo, lo que indica que la mayoría considera que el capital de la empresa está financiado principalmente por terceros.

Tabla 37: Pregunta 31

31. ¿El patrimonio de la empresa es menor a las deudas contraídas con terceros?		
Alternativas	Nº Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	0	0.00
Totalmente de acuerdo	9	100.00
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, Todos los encuestados consideran que el patrimonio de la empresa es menor a las deudas contraídas con terceros.

Es decir, todos los encuestados coinciden en que el patrimonio de la empresa es inferior a las deudas que tiene con terceros, lo que indica una situación financiera en la que las deudas superan el valor de los activos o el patrimonio de la empresa.

Tabla 38: Pregunta 32

32. ¿La empresa ha tenido crecimiento de sus ingresos en los últimos 2 años?		
Alternativas	N° Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	3	33.33
Totalmente de acuerdo	6	66.67
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 33.33% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación, lo que indica que una parte considera que la empresa ha tenido un crecimiento moderado en sus ingresos en los últimos 2 años. Asimismo, el 66.67% de los encuestados está completamente de acuerdo, lo que sugiere que la mayoría considera que la empresa ha experimentado un crecimiento significativo en sus ingresos en los últimos 2 años.

Tabla 39: Pregunta 33

33. ¿Las utilidades de la empresa han incrementado período a período?		
Alternativas	N° Respuestas	Frecuencia %
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	3	33.33
Totalmente de acuerdo	6	66.67
TOTAL	9	100.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de encuestados, el 33.33% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación, lo que indica que algunos consideran que las utilidades

de la empresa han aumentado en algunos períodos, pero no de manera consistente. Asimismo, el 66.67% de los encuestados está completamente de acuerdo, lo que sugiere que la mayoría considera que las utilidades de la empresa han incrementado de manera continua en cada período.

4.2. Análisis Correlacional

Objetivo General:

Determinar la relación de la gestión de compras en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024.

Tabla 40: Correlación entre Gestión de Compras y Rentabilidad

		GESTION DE COMPRAS		RENTABILIDAD
Rho de Spearman	GESTION DE COMPRAS	Coefficiente de correlación	1,000	,872**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	9	9
	RENTABILIDAD	Coefficiente de correlación	,872**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	9	9

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Según la tabla 40, presenta los resultados de un análisis de correlación de Spearman entre las variables Gestión de Compras y Rentabilidad. A continuación, se interpreta la información:

Coefficiente de correlación de Spearman (ρ):

El coeficiente de correlación entre Gestión de Compras y Rentabilidad es 0.872. Esto indica una correlación positiva alta entre las dos variables, lo que significa que a medida que mejora la gestión de compras, la rentabilidad también tiende a aumentar.

Significancia estadística (Sig. bilateral):

El valor de significancia es 0.002, que es menor a 0.01.

Esto indica que la correlación es estadísticamente significativa al nivel del 1% ($p < 0.01$). Por lo tanto, hay una muy baja probabilidad de que esta correlación sea producto del azar.

Tamaño de la muestra (N):

El número de observaciones en este análisis es 9.

Finalmente, existe una relación positiva alta y estadísticamente significativa entre la Gestión de Compras y la Rentabilidad. Esto sugiere que una mejor gestión de las compras está asociada con un mejor desempeño financiero de la empresa.

Objetivo Específico N°01:

Determinar la relación del plan de aprovisionamiento en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024.

Tabla 41: Correlación entre Plan de Aprovisionamiento y Rentabilidad

		PLAN DE APROVISIO NAMIENTO	RENTABILIDAD
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	,873**
	Sig. (bilateral)	.	,002
	N	9	9
	Coeficiente de correlación	,873**	1,000
	Sig. (bilateral)	,002	.
	N	9	9

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Nota: Según la tabla 41 presenta los resultados de un análisis de correlación de Spearman entre Plan de Aprovisionamiento y Rentabilidad. A continuación, se ofrece una interpretación detallada:

Coeficiente de correlación de Spearman (ρ):

El coeficiente de correlación entre Plan de Aprovisionamiento y Rentabilidad es 0.873. Esto indica una correlación positiva alta. Es decir, a medida que la calidad o efectividad del plan de aprovisionamiento mejora, se observa un aumento asociado en la rentabilidad.

Significancia estadística (Sig. bilateral):

El valor de significancia es 0.002, que es menor que 0.01.

Esto demuestra que la correlación es estadísticamente significativa al nivel del 1% ($p < 0.01$). En otras palabras, es muy improbable que la relación observada sea producto del azar.

Tamaño de la muestra (N):

El análisis se basó en 9 observaciones.

Finalmente, la correlación positiva y estadísticamente significativa entre Plan de Aprovisionamiento y Rentabilidad sugiere que un mejor manejo y planificación en el aprovisionamiento podría estar asociado con mayores niveles de rentabilidad.

Objetivo Específico N°02:

Determinar la relación de la selección de proveedores en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024.

Tabla 42: Correlación entre Selección de Proveedores y Rentabilidad

		SELECCIÓN DE PROVEEDORES	RENTABILIDAD
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1,000	,907**
	Sig. (bilateral)	.	,001
	N	9	9
RENTABILIDAD	Coefficiente de correlación	,907**	1,000
	Sig. (bilateral)	,001	.
	N	9	9

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Nota: Según la tabla 42, muestra los resultados de un análisis de correlación de Spearman entre Selección de Proveedores y Rentabilidad. A continuación, se presenta la interpretación:

Coeficiente de correlación de Spearman (ρ):

El coeficiente de correlación es 0.907, lo que indica una correlación positiva muy alta.

Esto significa que una mejora en la selección de proveedores está altamente asociada con un incremento en la rentabilidad.

Significancia estadística (Sig. bilateral):

El valor de significancia es 0.001, que es menor que 0.01.

Esto indica que la correlación es estadísticamente significativa al nivel del 1% ($p < 0.01$), lo que reduce la probabilidad de que esta relación sea producto del azar.

Tamaño de la muestra (N):

El análisis se realizó con 9 observaciones.

Finalmente, la correlación positiva y estadísticamente significativa entre Selección de Proveedores y Rentabilidad sugiere que una adecuada elección de proveedores puede tener un impacto importante en la rentabilidad de la empresa. Esta relación podría deberse a factores como la mejora en la calidad de los insumos, la reducción de costos, o una mayor eficiencia en los procesos derivados de trabajar con proveedores adecuados.

Objetivo Específico N°03:

Determinar la relación de los pedidos y recepción en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024.

Tabla 43: Correlación entre Pedido y Recepción y Rentabilidad

		PEDIDO Y RECEPCION	RENTABILIDAD
Rho de Spearman	PEDIDO Y RECEPCION	Coefficiente de correlación	de 1,000 ,875**
		Sig. (bilateral)	. ,002
		N	9 9
	RENTABILIDAD	Coefficiente de correlación	de ,875** 1,000
		Sig. (bilateral)	,002 .
		N	9 9

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Nota: Según la tabla 43, presenta los resultados de un análisis de correlación de Spearman entre Pedido y Recepción y Rentabilidad. A continuación, se detalla la interpretación:

Coeficiente de correlación de Spearman (ρ):

El coeficiente de correlación es 0.875, lo que indica una correlación positiva alta.

Esto significa que a medida que los procesos de pedido y recepción son más eficientes o efectivos, existe una fuerte asociación con una mayor rentabilidad financiera de la empresa.

Significancia estadística (Sig. bilateral):

El valor de significancia es 0.002, que es menor que 0.01.

Esto implica que la correlación es estadísticamente significativa al nivel del 1% ($p < 0.01$), lo que asegura que la relación observada no es producto del azar.

Tamaño de la muestra (N):

El análisis se realizó con 9 observaciones, lo cual es un tamaño reducido pero suficiente para identificar una correlación significativa en este caso.

Finalmente, la correlación positiva y significativa entre Pedido y Recepción con la Rentabilidad sugiere que la optimización en los procesos relacionados con pedidos y recepción de materiales o productos contribuye de manera importante a mejorar la rentabilidad de la empresa.

4.3. Discusión

Respecto al objetivo general: Determinar la relación de la gestión de compras en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024.

La relación entre la gestión de compras y la rentabilidad de una empresa es un tema central en el ámbito de la administración empresarial. Según la Tabla 40 el coeficiente de correlación entre la gestión de compras y la rentabilidad financiera es de ,872**, lo que indica una correlación positiva muy alta y significativa al nivel 0,01 (bilateral). Esto implica que a medida que mejora la gestión de compras, también aumenta la rentabilidad financiera de la empresa. Además, el valor de significancia bilateral (Sig. = ,002) confirma que esta relación no es producto del azar, sino que refleja un vínculo estadístico sólido. La consistencia de estos resultados con la teoría propuesta por Espinoza (2023) subraya la necesidad de priorizar la optimización de los procesos de adquisiciones como un factor determinante para mejorar los resultados financieros en Roque Construcciones E.I.R.L.

Estos resultados coinciden con Espinoza (2023), quien indica que la gestión de compras eficiente se traduce en una adecuada selección de proveedores, control de costos y garantía de calidad en los bienes y servicios adquiridos. En el caso de Roque Construcciones E.I.R.L., esto implica asegurar que los acabados de la construcción sean obtenidos a precios competitivos sin comprometer la calidad, lo cual contribuye directamente a reducir los costos operativos. Román (2019) subraya que una mala gestión de compras puede generar sobrecostos, retrasos en la producción y pérdida de competitividad, factores que afectan negativamente la rentabilidad.

En este sentido, Roque Construcciones debe implementar herramientas tecnológicas de gestión de inventarios y compras que permitan una planificación adecuada de las adquisiciones. Esto también incluye negociaciones efectivas con proveedores para obtener mejores condiciones de pago y descuentos por volumen, elementos que Espinoza (2023) identifica como claves para mejorar los resultados financieros.

En el caso de Roque Construcciones E.I.R.L., la implementación de un sistema de monitoreo de precios y la comparación periódica entre distintos proveedores podría ser crucial para mantener bajos costos sin sacrificar la calidad.

Alvia (2016) con su enfoque en el control interno exige que la gestión de compras no debe ser vista como un proceso aislado, sino como un componente integral de la estrategia empresarial. Resalta la necesidad de coordinar las compras con la gestión de inventarios y enfatiza la importancia de la integración con los recursos financieros. En el caso de Roque Construcciones, una comunicación efectiva entre los departamentos de compras, ventas y finanzas permitiría alinear las decisiones de adquisición con los objetivos de rentabilidad.

Finalmente, la gestión de compras desempeña un rol fundamental en la rentabilidad de Roque Construcciones E.I.R.L. durante el 2024. La aplicación de los enfoques planteados por Espinoza (2022), Alvia (2016) y Román (2019) permitirá optimizar los costos, mejorar la calidad de los insumos y generar una mayor coordinación entre áreas clave de la empresa. Además, los resultados del análisis estadístico refuerzan la importancia de esta relación, mostrando una correlación positiva y significativa que consolida la importancia de una gestión de compras eficiente como pilar de la rentabilidad financiera.

Respecto al objetivo específico 1: Determinar la relación del plan de aprovisionamiento en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024.

La relación entre el plan de aprovisionamiento y la rentabilidad de una empresa constituye un elemento esencial en la gestión empresarial, particularmente en sectores como la construcción, donde los costos y los tiempos juegan un papel crucial.

Según la Tabla 41, basado en el coeficiente de correlación de Spearman, confirma una relación positiva significativa entre el plan de aprovisionamiento y la rentabilidad financiera de la empresa. Con un coeficiente de correlación

de ,873** y un nivel de significancia bilateral de ,002, se evidencia que una mejora en el plan de aprovisionamiento está estrechamente relacionada con un aumento en la rentabilidad financiera.

Este resultado es consistente con la perspectiva de Estela & Sánchez (2019), quien destaca que una planificación eficiente reduce costos innecesarios y asegura un flujo constante de materiales, mejorando tanto la productividad como los indicadores financieros. Además, los datos refuerzan la idea de que un enfoque sistemático y bien estructurado en el aprovisionamiento es fundamental para alcanzar la sostenibilidad financiera.

Finalmente, el plan de aprovisionamiento desempeña un rol clave en la rentabilidad de Roque Construcciones E.I.R.L. durante 2024. La aplicación de las estrategias propuesta por Estela & Sánchez (2019), combinada con los resultados del análisis estadístico, refuerza la importancia de implementar un sistema de aprovisionamiento eficiente, tecnológico y alineado con los objetivos organizacionales. Esta combinación permitirá a la empresa reducir costos, mejorar la productividad y consolidar su posición competitiva en el mercado.

Respecto al objetivo específico 2: Determinar la relación de la selección de proveedores en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024.

La selección de proveedores es un componente crítico en la cadena de suministro, ya que influye directamente en los costos, la calidad y los tiempos de entrega de los materiales y servicios necesarios para la operación de una empresa.

Según la Tabla 42, el coeficiente de correlación de Spearman es de ,907**, lo que indica una correlación positiva muy fuerte y significativa al nivel 0,01 (bilateral). Además, el valor de significancia (Sig. = ,001) confirma que esta relación no es producto del azar, sino que tiene una base estadística sólida.

Este resultado es consistente con las ideas de Román (2019) y Espinoza (2022), quienes subrayan que una selección de proveedores adecuada no solo mejora los costos y la calidad, sino que también contribuye a la

estabilidad financiera y la competitividad de la empresa. La alta correlación observada demuestra que la mejora en los procesos de selección de proveedores puede traducirse directamente en un incremento de la rentabilidad.

Estos resultados coinciden con Espinoza (2022) quien destaca que un proceso de selección de proveedores bien estructurado permite a las empresas garantizar que los bienes y servicios adquiridos cumplan con los estándares de calidad requeridos, al tiempo que se optimizan los costos. En el caso de Roque Construcciones, esto implica evaluar rigurosamente a los proveedores en términos de precio, calidad, capacidad de entrega y solidez financiera. Una selección inadecuada podría resultar en sobrecostos, retrasos y problemas de calidad, lo que impactaría negativamente en la rentabilidad.

Asimismo, estos resultados concuerdan con Román (2019) quienes argumentan que la relación con los proveedores debe ser gestionada como una alianza estratégica. Según estos autores, trabajar con proveedores confiables y establecer acuerdos a largo plazo puede generar beneficios mutuos, como mejores condiciones comerciales y estabilidad en el suministro, lo que a su vez repercute positivamente en los resultados financieros de la empresa.

Finalmente, la selección de proveedores tiene un impacto significativo en la rentabilidad de Roque Construcciones E.I.R.L. durante 2024. Los aportes de Román (2019) y Espinoza (2022), junto con el análisis estadístico, destacan la importancia de implementar criterios rigurosos y estrategias de largo plazo en la gestión de proveedores. Estas acciones no solo garantizarán una mayor eficiencia operativa, sino que también contribuirán al crecimiento y la sostenibilidad financiera de la empresa.

Respecto al objetivo específico 3: Determinar la relación de los pedidos y recepción en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024.

En el caso específico de *Roque Construcciones E.I.R.L.*, los resultados sugieren que la eficiencia en la gestión de los pedidos y la recepción de materiales podría ser un factor crucial para mejorar la rentabilidad. Esto se debe a que el control efectivo de los insumos y materiales ayuda a evitar pérdidas económicas debidas a sobrecostos o la necesidad de adquisiciones urgentes a precios elevados.

Según la Tabla 43, el coeficiente de correlación de Spearman de 0,875 indica una relación fuerte y positiva entre el pedido y recepción y la rentabilidad financiera. Esto significa que a medida que los pedidos y recepciones se gestionan de manera más eficiente, la rentabilidad de la empresa tiende a mejorar. Esta correlación es estadísticamente significativa, dado que el valor de *Sig. bilateral* es 0,002, lo que está por debajo del umbral del 0,01, confirmando que la relación entre ambas variables no es fruto del azar.

Estos resultados coinciden con Roman (2019), quien subraya la importancia de la gestión adecuada de los pedidos y la recepción de materiales en la construcción como un elemento clave para la optimización de los recursos, lo que repercute directamente en la rentabilidad. La eficiencia en estos procesos permite a las empresas reducir costos operativos, minimizar los tiempos de espera y mejorar la calidad en los plazos de entrega, aspectos que son fundamentales para la rentabilidad.

Finalmente, la fuerte correlación positiva entre los pedidos y recepción y la rentabilidad financiera de la empresa demuestra que las prácticas de gestión en estos procesos son fundamentales para el éxito económico de la entidad. Este hallazgo coincide con las perspectivas de Roman (2019), quien enfatiza la relación directa entre la eficiencia operativa y los resultados financieros positivos. Esto resalta la necesidad de que *Roque Construcciones E.I.R.L.* se enfoque en optimizar su cadena de suministro para mejorar su rentabilidad, alineándose con las mejores prácticas del sector.

V. CONCLUSIONES

1. La gestión de compras tiene una relación directa en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024, esto lo confirma el coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0,872. Asimismo, este resultado constituye una referencia para las MYPES, al evidenciar que una adecuada gestión de compras contribuye a mejorar la rentabilidad y fortalecer la toma de decisiones empresariales.
2. El plan de aprovisionamiento tiene relación directa en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024, esto lo confirma el coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0,873. Este resultado evidencia que un plan de aprovisionamiento bien estructurado impacta positivamente en la rentabilidad.
3. La selección de proveedores tiene relación directa en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024, esto lo confirma el coeficiente de correlación de Rho de Spearman 0,907. Este resultado evidencia que una correcta selección de proveedores influye positivamente en la rentabilidad.
4. Los pedidos y recepción tienen una relación directa en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024, esto lo confirma el coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0,875. Este hallazgo indica que una gestión eficiente en los procesos de pedidos y recepción de materiales contribuye positivamente a la rentabilidad de la empresa.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la empresa Roque Construcciones E.I.R.L. continuar optimizando su proceso de gestión de compras mediante la implementación de herramientas tecnológicas y sistemas de seguimiento que permitan una mayor visibilidad en tiempo real de los inventarios y de los costos asociados a las adquisiciones. Además, es crucial fomentar la capacitación del personal encargado de la gestión de compras, para asegurar que las decisiones sean cada vez más informadas y estratégicas, alineadas con los objetivos de rentabilidad. La empresa también podría explorar alianzas con proveedores estratégicos para negociar mejores condiciones de compra, lo que generará un impacto positivo en la reducción de costos y, por ende, en el aumento de la rentabilidad.
2. Se recomienda a la empresa Roque Construcciones E.I.R.L. continuar perfeccionando su plan de aprovisionamiento, estableciendo un proceso de planificación y previsión de la demanda más preciso para garantizar la disponibilidad de recursos de manera oportuna, minimizando así los costos derivados de compras imprevistas. Además, la empresa debería considerar la implementación de software especializado que permita una gestión más eficiente de inventarios y pronósticos de compras, lo que contribuiría a reducir el riesgo de desabastecimientos y excesos de inventarios. Es fundamental también mantener una comunicación constante con los proveedores para asegurar que se cumplan los plazos de entrega y se optimicen las condiciones de compra, lo cual tendría un impacto directo en la mejora de la rentabilidad de la empresa.
3. Se recomienda a la empresa Roque Construcciones E.I.R.L. implementar un proceso de selección de proveedores más robusto, con una evaluación periódica de los proveedores actuales y potenciales en base a criterios objetivos como calidad, costos, tiempos de entrega y capacidad de innovación. Además, la empresa podría establecer relaciones estratégicas a largo plazo con proveedores clave, buscando acuerdos mutuamente beneficiosos que aseguren la estabilidad de los precios y plazos de entrega. Es importante también diversificar la base de

proveedores para mitigar riesgos de dependencia y garantizar un suministro constante y competitivo. Esto contribuirá a optimizar los costos de adquisición y mejorar la rentabilidad general de la empresa.

4. Se recomienda a la empresa Roque Construcciones E.I.R.L. optimizar y automatizar sus procesos de pedidos y recepción mediante la implementación de un sistema de gestión integrado que permita el seguimiento en tiempo real de las órdenes de compra, así como la verificación de la calidad y cantidad de los materiales recibidos. Además, se sugiere establecer protocolos claros para la recepción de materiales, que incluyan la inspección rigurosa de los productos y la resolución rápida de cualquier discrepancia. El fortalecimiento de la comunicación entre los departamentos involucrados en estos procesos, como compras y almacén, también es clave para evitar demoras y errores que afecten el proceso logístico. Esto permitirá reducir costos innecesarios y mejorar la eficiencia operativa, contribuyendo directamente a una mayor rentabilidad.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acevedo Gelves, L., & Albornoz Arias, N. (Junio de 2019). Revisión teórica de las capacidades dinámicas empresariales. Barranquia, Colombia: Universidad del norte. doi:<http://dx.doi.org/10.14482/pege.46.5402>
- Álvarez, V., & Ramos, Y. (2021). Selección de proveedores, factor de éxito en la gestión de compras del producto restauración. *Revista Científica Arbitrada de Invetisgación en Comunicación, Marketing y empresa REICOMUNICAR*. Vol.4, Núm.7, 21. Obtenido de <http://www.reicomunicar.org/index.php/reicomunicar/article/view/25/64>
- Alvia, A. (2016). Control interno en los procesos de la gestión del departamento de compras y su incidencia en la rentabilidad de los hoteles Balandra, Costa del sol y Bucaneiro de la ciudad de Manta, provincia de Manbí. Manta, Ecuador: Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí. Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/2420/1/ULEAM-CT.AUD-0059.pdf>
- Anderson, G. J., & Percy, T. R. (2016). Liquidez y rentabilidad. Una revisión conceptual y sus dimensiones. *Revista Valor Contable*, 3(1), 16. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/112915391/1573-libre.pdf?1711948472=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLiquidez_y_rentabilidad_Una_revision_con.pdf&Expires=1718156378&Signature=ekn9UyH-Ml6h5-8KMllmjW8lwLUh1Of6x9E1x2t3r2MV5Mu14ST4~DGR
- Arenal, C. (2016). *Gestión de compras en el pequeño comercio*. Editorial tutor formación. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=mgEKDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=gestion+de+compras&ots=kNhGx565Rt&sig=7noRRW_EjOQdpJQVGV-Y2lgVzo4#v=onepage&q&f=false
- Barrera-Guerra Jr, J. L. (2020). Control Interno, su vínculo con la Eficiencia Operativa y la Rentabilidad. 734–741. Vinculatégica EFAN, 6(1). doi:<https://doi.org/10.29105/vtga6.1-626>
- Böhrh Pelaez, M. R. (2000). Capacitación y desarrollo de los recursos humanos: reflexiones integradora. 123-131. Revista ciencia y cultura. Obtenido de <http://www.scielo.org.bo/pdf/rcc/n8/a15.pdf>
- Cabos, A. (2017). Estrategias de control de inventarios para optimizar la rentabilidad de la empresa Inversiones Enelver S.A.C., Tumbes 2017.

- Trujillo, Perú: Universidad Privada del Norte. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/11242/Cabos%20Salas%20Amanda%20Magdalena.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Cano, M., Olivera, D., Balderrabano, J., & Pérez, G. (2013). Rentabilidad y competitividad en la PYME. *Ciencia Administrativa*. No. 2: 80-86, 81. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2014/01/11CA201302.pdf>
- Castillo, E. (2018). CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL NUEVO RUS DEDICADAS A LA COMPRA - VENTA DE REPUESTOS PARA MOTOS DEL CENTRO POBLADO ANDRES ARAUJO MORÁN DEL DISTRITO DE TUMBES, 2018. Tumbes, Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/10315/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_CASTILLO_L%c3%93PEZ_EDDY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castro, C. (2019). *Análisis de la Cadena de Abastecimiento y su Incidencia en la Rentabilidad de la Empresa Colgate-Palmolive*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Huayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/13327/1/T-UCSG-PRE-ECOGES-598.pdf>
- Errasti, A. (2012). *Gestión de compras en la empresa*. Madrid: Ediciones Pirámide. Obtenido de <https://dokumen.pub/gestion-de-compras-en-la-empresa-9788436827453-8436827457.html>
- Escudero, J. (2014). *Gestión de compras*. Ediciones Parainfo S.A. 1° Edición. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=fNj7CAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Espinoza, S. (2023). La gestión de compras y su influencia en la rentabilidad de una empresa de tecnología en Guayaquil 2022. Piura, Perú: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/114975/Espinoza_JSE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Estela, M., & Sánchez, B. (2019). La Gestión de Compra y Rentabilidad de la empresa WVA REAL OKASION ELECTROTIENDA S.A.C. Lima, Perú: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/77487/Estela_DME-S%c3%a1nchez_CBM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- García, J., & Paredes, L. (2014). *Estrategias Financieras Empresariales*. Grupo editorial patria. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56980009/ESTRATEGIAS_LIBRO-libre.pdf?1531371906=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DESTRATEGIAS_LIBRO.pdf&Expires=1709097278&Signature=Bmwbb77C~rhqfr0QeuQESVvhlrXkKgG0HGIH5LvKlmFOrtNX0yd62mcWrQPa~IUqvw
- Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Principios de administración financiera*. México: PEARSON EDUCACIÓN. Obtenido de https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24802w/Principios_de_administracion_financiera_12Ed_Gitman.pdf
- Guerrero, Y. (2021). Gestión de calidad y rentabilidad en las Mypes del sector comercio, rubro ventas de equipos telefónicos en el departamento de Tumbes, 2019. Tumbes, Perú: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/21560/GESTION_DE_CALIDAD_RENTABILIDAD_YONATAN_WILFREDO_GUERRERO_MINAYA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Herrera Freire, A. G., Betancourt Gonzaga, V. A., Vega Rodriguez, S. R., & Vivanco Granda, E. C. (2016). RAZONES FINANCIERAS DE LIQUIDEZ EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL PARA TOMA DE DECISIONES. *Quipukamayoc*, 157. Obtenido de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/13249/11757>
- Herrera, F. D. (13 de Marzo de 2022). FACTORES EMPRESARIALES QUE LIMITAN EL INCREMENTO DE INGRESOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DE LA CIUDAD DE CHOTA 2022. 33. Chota, Perú. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.14142/502>
- IFRS Foundation. (Marzo de 2018). Marco Conceptual para la Información Financiera. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publ/con_nor_co/vigentes/niif/marco_conceptual_financiera2014.pdf
- Lizcano, J. (2004). Rentabilidad empresarial propuesta práctica de análisis y evaluación. Camaras de Comercio. Servicios de Estudios. Obtenido de https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/rentab_emp.pdf
- Martinez, A., & Rios, L. (2019). Gestión logística y rentabilidad de la distribuidora ferretera Aaron E.I.R.L Lima – Perú 2018. Lima, Perú: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/53785/Martinez_CAJ%20-%20Rios_ALJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Muñoz, K. (2021). Gestión de costos de los inventarios para mejorar la rentabilidad de los comedores campestres del distrito de San Juan de la Virgen. Tumbes - 2021. Tumbes, Perú: Universidad Nacional de Tumbes. Obtenido de <https://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/2534/TESIS%20-%20MU%c3%91OZ%20MEREL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Osorio, J., Arango, D., & Ruales, C. (2011). Selección de proveedores usando el despliegue de la función de calidad difusa. Medellín, Colombia: Revista EIA, ISSN, 1794-1237 Número 15, p. 73-83. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/eia/n15/n15a07.pdf>
- Román, L. (2019). Gestión de compras y su influencia en la rentabilidad de la constructora Novo Home SAC, San Borja, Lima - 2019. Lima, Perú: Universidad Científica del Sur. Obtenido de <https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12805/1593/TL-Rom%c3%a1n%20L-Ext.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Romero, J. (2022). La gestión de compras y la rentabilidad en la empresa Bacilio Campos Rojas SRL, Cajamarca 2021. Cajamarca, Perú: UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO.
- Serrato, A. (2019). Aproximaciones teóricas a la planeación estratégica y la contabilidad gerencial como elementos clave en la gestión de las pymes en Colombia. *Revista Científica Pensamiento y Gestión*, 46. *Universidad del Norte*, 161-186. Obtenido de <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/11098/214421444580>
- Verdeguer, J. (s.f.). *RENTABILIDAD PYME: Secretos para el Éxito Empresarial*. (A. Producciones, Ed.) Obtenido de <https://play.google.com/books/reader?id=g7nrEAAAQBAJ&pg=GBS.PT5&hl=es>
- Zúñiga, P. I. (2023). Metodología de la investigación científica: Guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica*. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658/11619>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: Gestión de compras y su relación en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024.

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología
Problema Central ¿Cuál es la relación de la gestión de compras en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024? Problemas específicos PE1. ¿Cuál es la relación del plan de aprovisionamiento en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024? PE2. ¿Cuál es la relación de la selección de proveedores en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024? PE3. ¿Cuál es la relación de los pedidos y recepción en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024?	Objetivo General Determinar la relación de la gestión de compras en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024. Objetivos específicos OE1. Determinar la relación del plan de aprovisionamiento en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024. OE2. Determinar la relación de la selección de proveedores en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024. OE3. Determinar la relación de los pedidos y recepción en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024.	Hipótesis General (Hi) El grado de aplicación de la gestión de compras guarda una relación directa en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024. Hipótesis específicas HE1. El plan de aprovisionamiento tiene una relación directa en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024 HE2. La selección de proveedores tiene una relación directa en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024 HE3. Los pedidos y recepción tienen una relación directa en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024	Variable Independiente: Gestión de compras Variable Dependiente: Rentabilidad	Plan de aprovisionamiento Selección de proveedores Pedido y recepción Rentabilidad económica Rentabilidad financiera	Tipo de Investigación: Aplicada- Descriptiva Correlacional Enfoque de la investigación: Cuantitativo Diseño de la Investigación No experimental Población: 9 trabajadores de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L. Muestra: 9 trabajadores de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L. Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario

Anexo 2: Matriz de operacionalización de las variables

Título: Gestión de compras y su relación en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L, 2024.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE INDEPENDIENTE : GESTION DE COMPRAS	“La gestión de compras es la actividad de realizar las compras de productos que se requieren para la producción o comercialización de los mismos, teniendo en cuenta el precio, calidad, plazos de entrega, facilidades de pago, descuentos y servicios post venta”. Arenal (2016, p.16)	Medición de la gestión de compras a través de las dimensiones planificación, selección de proveedores y logística, mediante un cuestionario aplicado al personal de las áreas de gestión de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024.	Plan de aprovisionamiento	Previsión de ventas	1,2	Escala de Likert •Nunca (1). •Casi nunca (2). •A veces. (3) •Casi siempre (4) •Siempre (5)
				Costes de gestión y existencias.	3,4	
				Plazo de entrega de proveedores.	5,6	
			Selección de proveedores	Precio unitario	7,8	
				Descuentos	9,10	
				Gastos de transporte	11,12	
				Calidad de los productos	13,14	
				Plazo de entrega	15,16	
				Plazo de pago	17,18	
				Período de garantía	19	
			Pedido y recepción	Pedido	20	
				Nota de entrega	21,22	
				Hoja de recepción	23	
VARIABLE DEPENDIENTE: RENTABILIDAD	“La rentabilidad es el resultado del proceso productivo y distributivo, es la utilidad o ganancia del negocio por realizar sus actividades. Mide el éxito de la empresa, así como su eficiencia; es un indicador del rendimiento”. (García & Paredes, 2014, p. 241)	Medición de la rentabilidad a través de las dimensiones rentabilidad económica y rentabilidad financiera, mediante un cuestionario aplicado al personal de las áreas de gestión de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024.	Rentabilidad económica	Capacidad de Adaptación al Mercado	24,25	
				Capacitación y Desarrollo de Empleados	26,27	
				Eficiencia operativa	28	
			Rentabilidad financiera	Liquidez General	29	
				Índice de Endeudamiento	30,31	
				Crecimiento de los Ingresos	32,33	

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

Cuestionario

El presente cuestionario tiene como objetivo principal adquirir información de la investigación titulada: Gestión de compras y su relación en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024

A continuación, se presentan una serie de enunciados que deberán ser respondidos con la mayor sinceridad posible, de acuerdo con su criterio personal. Se solicita marcar con una (X) únicamente una alternativa. El cuestionario se estructura en una escala del 1 al 5, donde: Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi Siempre (4) y Siempre (5).

Nº	VARIABLE: GESTIÓN DE COMPRAS	ESCALA				
		N	CN	AV	CS	S
		1	2	3	4	5
	DIMENSIÓN: PLAN DE APROVISIONAMIENTO					
	INDICADOR: Previsión de ventas					
1	¿La empresa provisiona sus ventas de manera que no se queda sin stock ni se sobre abastece?					
2	¿Se evalúa la probable rotación de un producto al realizar una compra?					
	INDICADOR: Costes de gestión y existencias					
3	¿La empresa ha dejado de obtener ingresos por no contar con stock suficiente de algún producto?					
4	¿Al gestionar una compra se tiene en consideración los costos que se incurren en transportar los productos al almacén de la empresa?					
	INDICADOR: Plazo de entrega de proveedores					
5	¿La empresa ha dejado de cerrar ventas por la demora de llegada de los pedidos?					
6	¿Al seleccionar un proveedor se tiene en consideración el plazo de entrega de productos?					
	DIMENSIÓN: SELECCIÓN DE PROVEEDORES					
	INDICADOR: Precio unitario					
7	¿La empresa evalúa el precio de los productos en cada compra?					
8	¿Al realizar una compra, solo se toma el precio como un factor determinante del proveedor ganador?					
	INDICADOR: Descuentos					
9	¿Todos los proveedores con los que comercializa la empresa le ofrecen descuento?					

10	¿La empresa aprovecha los descuentos que ofrece el proveedor, así esto, implique adquirir un producto de menor rotación y/o calidad?					
	INDICADOR: Gastos de transporte					
11	¿Los proveedores despachan la mercadería hasta el almacén de la empresa?					
12	¿Al realizar una compra la empresa negocia con el proveedor el gasto de transporte de la mercadería?					
	INDICADOR: Calidad de los productos					
13	¿La empresa evalúa las fichas técnicas de los productos a adquirir y los compara entre los proveedores?					
14	¿Solo se adquieren productos que tengan calidad avalada y comprobable?					
	INDICADOR: Plazo de entrega					
15	¿La empresa al adquirir mercadería evalúa el plazo de entrega de la compra?					
16	¿Los proveedores despachan la mercadería adquirida inmediatamente?					
	INDICADOR: Plazo de pago					
17	¿Los proveedores ofrecen pago al crédito en cada compra?					
18	¿Las líneas de crédito ofrecidas a la empresa son mayores a un mes?					
	INDICADOR: Política de garantía					
19	¿Los productos adquiridos por la empresa cuentan con garantía?					
	DIMENSIÓN: PEDIDO Y RECEPCION					
	INDICADOR: Pedido					
20	¿La empresa cotiza con proveedores mediante órdenes de compra formales?					
	INDICADOR: Nota de entrega					
21	¿La empresa recepciona mercadería solo si esta consta en la nota de entrega o guía de remisión del proveedor?					
22	¿Las notas de entrega o guías de remisión son firmadas por la empresa demostrando conformidad o en todo caso se registran observaciones en la misma por faltantes?					
	INDICADOR: Hoja de recepción					
23	¿La empresa ha implementado como control interno la hoja de recepción de mercancías llegada a los almacenes?					
	VARIABLE: RENTABILIDAD					
	DIMENSIÓN: RENTABILIDAD ECONOMICA					
	INDICADOR: Capacidad de Adaptación al Mercado					
24	¿La empresa es competitiva en el rubro en el que se desempeña?					
25	¿El mercado en el que se desenvuelve la empresa es propensa a riesgos por temas políticos y desastres naturales?					
	INDICADOR: Capacitación y Desarrollo de Empleados					
26	¿La empresa capacita constantemente a su capital humano?					
27	¿Se ofrecen las oportunidades de crecimiento profesional a los trabajadores?					
	INDICADOR: Eficiencia operativa					
28	¿La empresa logra los objetivos trazados a corto plazo?					
	DIMENSIÓN: RENTABILIDAD FINANCIERA					
	INDICADOR: Liquidez General					
29	¿La empresa cumple con sus deudas a proveedores al corto plazo?					
	INDICADOR: Índice de Endeudamiento					
30	¿El capital de la empresa es financiado en su mayoría por terceros?					

31	¿El patrimonio de la empresa es menor a las deudas contraídas con terceros?					
	INDICADOR: Crecimiento de los Ingresos					
32	¿La empresa ha tenido crecimiento de sus ingresos en los últimos 2 años?					
33	¿Las utilidades de la empresa han incrementado período a período?					

Anexo 4: Validación del instrumento

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

Apellidos y Nombres del experto (a)	Cargo o institución donde labora	Mención de título o grado
Estrella Pineda César Eduardo	Asesor de UGEL Contraloría Villar	Contador Público
TÍTULO: Gestión de compras y su relación en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L. 2024		

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

N°	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE				BAJA				REGULAR				BUENA				MUY BUENA			
			5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1	TÍTULO	Hace referencia al problema mencionando las variables																		X		
2	CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado																			X	
3	OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables																		X		
4	RELEVANCIA	La inclusión en el instrumento de los ítems para medir las dimensiones e indicadores																	X			
5	ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica																		X		
6	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																			X	

7	INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de la cultura organizacional																	X		
8	CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teórico científicos																		X	
9	COHERENCIA	Entre los indicadores y las dimensiones																		X	
10	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																		X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- () El instrumento es aplicable por reunir las condiciones específicas del mismo.
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: MUY BUENO

Autores del instrumento: Ángel David Prado Paucar
 Jorge Antonio Hidalgo Ladines

Lugar y fecha: Tumbes 23 de setiembre del 2024

DNI N° 44587974

Teléfono N° 981888302

Firma de experto


 C.P.C. Cesar E. Estrella Pineda
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
 MAT. 15 - 0992

Anexo 5: Base de datos de los resultados obtenidos por cada variable y dimensión de la aplicación del instrumento a la muestra

	Variable independiente: Gestión de compras						
	D1: Plan de aprovisionamiento						T
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
ENCUESTADO 1	4	4	5	5	5	5	28
ENCUESTADO 2	5	5	5	5	5	5	30
ENCUESTADO 3	5	5	5	5	5	5	30
ENCUESTADO 4	5	5	5	5	5	5	30
ENCUESTADO 5	4	3	4	1	3	3	18
ENCUESTADO 6	5	5	4	4	5	5	28
ENCUESTADO 7	4	4	5	5	5	5	28
ENCUESTADO 8	4	4	4	4	4	3	23
ENCUESTADO 9	4	3	4	5	4	3	23

	Variable independiente: Gestión de compras													
	D2: Selección de proveedores													T
	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	
ENCUESTADO 1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	60
ENCUESTADO 2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
ENCUESTADO 3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
ENCUESTADO 4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
ENCUESTADO 5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	57
ENCUESTADO 6	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	64
ENCUESTADO 7	4	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	3	4	56
ENCUESTADO 8	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	53
ENCUESTADO 9	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	52

	Variable independiente: Gestión de compras				
	D3: Pedido y recepción				T
	P20	P21	P22	P23	
ENCUESTADO 1	4	5	5	5	19
ENCUESTADO 2	5	5	5	5	20
ENCUESTADO 3	5	5	5	5	20
ENCUESTADO 4	5	5	5	5	20
ENCUESTADO 5	3	4	1	3	11
ENCUESTADO 6	5	4	4	5	18
ENCUESTADO 7	4	5	5	5	19
ENCUESTADO 8	4	4	4	4	16
ENCUESTADO 9	3	4	5	4	16

	Variable dependiente: Rentabilidad											
	D4: Rentabilidad económica					T	D5: Rentabilidad financiera					T
	P24	P25	P26	P27	P28		P29	P30	P31	P32	P33	
ENCUESTADO 1	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
ENCUESTADO 2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
ENCUESTADO 3	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
ENCUESTADO 4	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
ENCUESTADO 5	3	5	4	4	4	20	4	4	5	5	4	22
ENCUESTADO 6	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24
ENCUESTADO 7	5	4	5	3	4	21	4	4	5	4	5	22
ENCUESTADO 8	3	4	4	4	4	19	4	4	5	4	4	21
ENCUESTADO 9	3	4	4	3	4	18	4	4	5	5	4	22

Anexo 6: Autorización de ejecución



"AÑO DE LA RECUPERACION Y CONSOLIDACION DE LA ECONOMIA PERUANA"

AUTORIZACION

El gerente general de ROQUE CONSTRUCCIONES E.I.R.L. con RUC 20409214356, que suscribe

AUTORIZA

La ejecución del proyecto de tesis "Gestión de compras y su relación en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L., 2024" a cargo del bachiller JORGE ANTONIO HIDALGO LADINES identificado con Documento Nacional de Identidad N° 75584687 y el bachiller ANGEL DAVID PRADO PAUCAR identificado con Documento Nacional de Identidad N° 73423187 egresados de la Escuela de Contabilidad, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Tumbes.

Tumbes, 25 de agosto del 2025

ROQUE CONSTRUCCIONES E.I.R.L.
RUC: 20409214356

EDWIN RONAL ROQUE HIDALGO
TITULAR : GERENTE

Anexo 7: Estado de situación financiera

ROQUE CONSTRUCCIONES EL R.L.
ESTADO SITUACION FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2025
Expresados en Moneda Nacional Soles.

	2025	2024	(-)	%		2025	2024	(-)	%
ACTIVO					PASIVO				
ACTIVO CORRIENTE					PASIVO CORRIENTE				
Efectivo y equivalente de efectivo	115,092.94	83,587.03	31,505.91	27%	Tributos contrap. Y aport. Al sist. Publico de pens. Y salud por Por pagar	22,458.90	26,979.12	-4,520.22	-20%
Cuentas por cobrar comerciales - terceros	-	-			Remuneraciones y Partic. Por Pagar	11,395.17	12,596.22	-1,201.05	-11%
Cuentas por cobrar diversas - terceros	27,200.50	13,500.56	13,699.94	50%	Cuentas por pagar comerciales comerciales – terceros	80,184.29	228,159.56	-147,975.27	-185%
Mercaderías	815,722.25	956,708.43	-	-17%	Obligaciones Financieras	39,646.59	126,017.08	-86,370.49	-218%
Otras cuentas del activo	11,276.97	102,518.03	-	-809%	TOTAL PASIVO CORRIENTE	153,684.95	393,751.98	- 240,067.03	-156%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	969,292.66	1,156,314.05	- 187,021.39	-19%	PASIVO NO CORRIENTE				
ACTIVO NO CORRIENTE					Cuentas por pagar accionistas (socios), directores	483,197.02	169,095.07	314,101.95	65%
Propiedad, planta y equipo	197,625.19	183,219.26	14,405.93	7%	Cuentas por pagar comerciales comerciales – terceros		331,555.18	-331,555.18	-100%
Cargas diferidas					Obligaciones Financieras	173,000.00	170,000.00	3,000.00	2%
Activo diferido	6,173.81	6,173.81	-	0%	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	656,197.02	670,650.25	- 14,453.23	-2%
Depreciación y Amort. Acumulada	- 83,575.20	- 83,575.20	-	0%	PATRIMONIO				
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	120,223.80	105,817.87	14,405.93	12%	Capital	62,410.00	62,410.00	0.00	0%
					Resultados Acumulados	135,319.69	79,991.90	55,327.79	41%
					Utilidad del Ejercicio	81,904.80	55,327.79	26,577.01	32%
					TOTAL PATRIMONIO	279,634.49	197,729.69	81,904.80	29%
TOTAL ACTIVO	1,089,516.46	1,262,131.92	- 172,615.46	-16%	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1,089,516.46	1,262,131.92	-172,615.46	-16%

Anexo 8: Estado de resultados

ROQUE CONSTRUCCIONES E.I.R.L.

ESTADO DE RESULTADOS

(POR FUNCION)

Por el año termino al 31 de diciembre del 2025

Expresados en Moneda Nacional Soles.

	2025	2024	(-)	%
Ventas	1,428,773.35	1,842,284.44	-413,511.09	-29%
(-) Costo de ventas	-1,133,020.65	-1,468,845.67	335,825.02	-30%
UTILIDAD BRUTA DE VENTAS	295,752.70	373,438.77	-77,686.07	-26%
 Gastos Administrativos	 -84,500.49	 -115,696.68	 31,196.19	 -37%
Gastos de Ventas	-95,206.53	-137,601.20	42,394.67	-45%
Gastos Financieros	-	-41548.25	0	0%
UTILIDAD DE OPERACIÓN	116,045.68	78,592.64	37,453.04	32%
 (+ -) Otros Ingresos y Egresos				
Ingresos Financieros	-	-	-	-
Cargas Excepcionales	-	-	-	-
RESULTADO ANTES DE PARTICIPACIÓN E IMPUESTOS (a valores históricos)	116,045.68	78,592.64	37,453.04	32%
 Adiciones Reparos Tributarios	 -	 -	 -	 -
RESULTADO ANTES DE PARTICIPACIÓN E IMPUESTOS	116,045.68	78,592.64	37,453.04	32%
 (-) Impuesto a la Renta 10% y 29.50	-34,140.88	-23,264.85	-10,876.03	32%
 UTILIDAD DEL EJERCICIO	81,904.80	55,327.79	26,577.01	32%

Anexo 9: Ratios financieros

$$\text{Liquidez 2025} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}} = \frac{969,292.66}{153,684.95} = 6.31$$

$$\text{Liquidez 2024} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}} = \frac{1,156,314.05}{393,751.98} = 2.94$$

El ratio de liquidez nos muestra que la empresa Roque Construcciones E.I.R.L. en el 2025 por cada 6.31 soles de activo corriente tiene 1 sol de deuda que vence a corto plazo, lo cual es mayor al 2.94 soles que presentó en 2024.

$$\text{Solvencia 2025} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} = \frac{809,881.97}{1,089,516.46} = 74\%$$

$$\text{Solvencia 2024} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} = \frac{1,064,402.23}{1,262,131.92} = 84\%$$

La empresa Roque construcciones E.I.R.L. en el 2025, en cuanto a su participación de capitales de terceros sobre propios es de 74%, que significa que la empresa tiene una dependencia relativamente alta de financiamiento. Aún así, a comparación del año anterior ha presentado mejoras, dado que en el 2024 la participación fue del 84%.

$$\text{Rentabilidad del patrimonio 2025} = \frac{\text{Utilidad}}{\text{Patrimonio total}} = \frac{81,904.80}{279,634.49} = 29\%$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio 2024} = \frac{\text{Utilidad}}{\text{Patrimonio total}} = \frac{55,327.79}{197,729.69} = 28\%$$

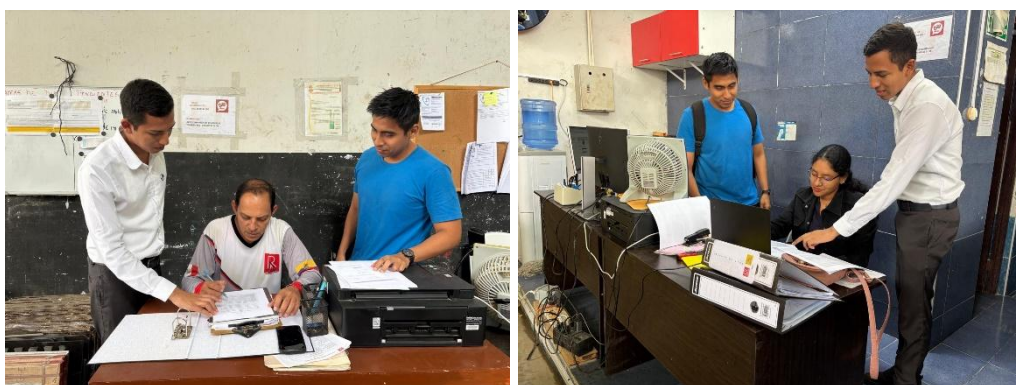
El Ratio Rentabilidad del Patrimonio nos muestra que la utilidad corresponde al 29% de patrimonio en el 2025, es decir que los socios obtuvieron un rendimiento sobre su inversión del 29%. Así mismo, la utilidad del 2024 al 2025 tuvo un aumento del 48%.

$$\text{Rentabilidad del capital 2025} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Capital social}} = \frac{81,904.80}{62,410.00} = 131\%$$

$$\text{Rentabilidad del capital 2024} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Capital social}} = \frac{55,327.79}{62,410.00} = 89\%$$

El Ratio Rentabilidad del Capital nos muestra que del rendimiento del aporte de los socios es de 131% en función del capital suscrito y pagado.

Anexo 10: Evidencia fotográfica



Anexo 11: Certificación

Dr. Eddy Miguel Aguirre Reyes, docente ordinario de la Universidad Nacional de Tumbes, adscrito a la Escuela de Contabilidad de la facultad de ciencias económicas.

CERTIFICA:

Que el proyecto de tesis denominado "Gestión de compras y su relación en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L. 2024", presentado por el Br. Ángel David Prado Paucar y el Br. Jorge Antonio Hidalgo Ladines, han sido asesorados por mi persona, por tanto, quedan autorizados para su presentación e inscripción en la Escuela de Contabilidad de la Universidad Nacional de Tumbes para su revisión y aprobación correspondiente.

Tumbes, 23 de setiembre de 2024



Dr. Eddy Miguel Aguirre Reyes
Código ORCID: 0000-0003-1304-7601
Asesor del Proyecto de Tesis

Anexo 12: Declaración Jurada

YO, **Eddy Miguel Aguirre Reyes**, IDENTIFICADO CON DNI N°00218009 y Código ORCID 0000-0003-1304-7801, en mi calidad de Asesor de Tesis de los bachilleres Jorge Antonio Ladines Hidalgo y Ángel David Prado Paucar, de la Escuela profesional de Contabilidad, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Tumbes, autor del proyecto de tesis:

"Gestión de compras y su relación en la rentabilidad de la empresa Roque Construcciones E.I.R.L. 2024"

DECLARO BAJO JURAMENTO

Cumplir, escrupulosamente, con el Reglamento de Tesis de la Universidad Nacional de Tumbes, el Estatuto UNTUMBES, la Ley 30220, Ley Universitaria y su modificatoria, la Ley N°31803; prestando mi asesoramiento en forma gratuita, respetando el derecho de los estudiantes a la gratuidad para el asesoramiento, elaboración y sustentación de la tesis para la obtención del título profesional, hecho que he puesto de conocimiento de mis asesorado/s, como corresponde.

Me afirmo y ratifico lo expresado, en señal de lo cual firmo el presente documento, al amparo de la Ley N°27444, Ley de Procedimiento Administrativo General, asumiendo la responsabilidad, administrativa, civil y/o penal a que hubiera lugar.

Tumbes, 16 de setiembre del 2024



Asesor

Dr. Eddy Miguel Aguirre Reyes

DNI 00218009