



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE COMPRA Y  
CAPACITACIÓN DEL PERSONAL EN LAS MYPE RUBRO  
PANADERÍAS EN LA UNIÓN AÑO 2022**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR**

**CORDOVA ESPINOZA JHON KEVIN**

**ORCID: 0000-0001-9943-5853**

**ASESORA**

**PALACIOS DE BRICEÑO MERCEDES RENEE**

**ORCID: 0000-0001-8823-2655**

**PIURA – PERÚ**

**2022**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Córdova Espinoza, Jhon Kevin

ORCID: 0000-0001-9943-5853

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Estudiante De Pregrado  
Piura, Perú

### **ASESORA**

Dra. Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Facultad de Ciencias e  
Ingeniería, Escuela Profesional de Administración.

Piura, Perú

### **JURADO**

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID ID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa, José Germán

ORCID ID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID ID: 0000-0003-1132-2243

## **FIRMA DE JURADO Y ASESOR**

Mgtr. María del Carmen, Rosillo de Purizaca

ORCID: 0000-0003-2177-5676

**Presidente**

Dr. José Germán, Salinas Gamboa

ORCID: 0000-0002-8491-0751

**Miembro**

Dra. María Isabel, Mino Asencio

ORCID: 0000-0003-1132-2243

**Miembro**

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

**Asesora**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por haberme brindado la sabiduría y fortaleza necesaria para la obtención de mis metas planteadas.

A la asesora del taller de tesis por la orientación brindada para el éxito y desarrollo de esta investigación.

A los trabajadores y propietarios de las Mype por el apoyo y tiempo brindado

## **DEDICATORIA**

A mis padres por ser ese apoyo incondicional que esta siempre hay conmigo, dándome la fortaleza y los ánimos necesarios para el logro de mis objetivos profesionales.

## RESUMEN

Esta presente investigación tiene como objetivo general el determinar las principales características de la gestión de compra y capacitación del personal en las Mype rubro panaderías de La Unión – Piura, año 2022. La metodología aplicada a este estudio fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, con diseño no experimental y de corte transversal. Para el recojo de información se utilizó el instrumento cuestionario, con una población de estudio conformada de (03) Mype y constituida por 20 trabajadores de las Mype panaderías, siendo estos colaboradores mayores de 18 años, con estudios básicos y que llevan laborando en esos establecimientos entre 2 y 5 años. Por otro lado, los principales análisis de resultados, en base a el objetivo procesos de compra fue, que el 80% de los trabajadores consideran que si se efectúa correctamente las verificaciones de los insumos que se necesitan. Así mismo para el objetivo beneficios de la gestión de compra, el 100% de los trabajadores indicaron que si se adquieren insumos de calidad. Por otro lado, para el objetivo de importancia de la capacitación del personal, el 70% considera que la capacitación que han recibido ha incrementado sus habilidades personales. Finalmente, para el objetivo de elementos de la capacitación del personal, el 100% piensa que las aportaciones de sus habilidades ayudaran a alcanzar los objetivos planteados por las Mype. Además, se concluyó que estas Mype si realizan correctamente la verificación de sus insumos necesarios, así mismo estas se preocupan por adquirir productos de calidad, por otro lado, han incrementado las habilidades personales de sus trabajadores y por último sus trabajadores son parte fundamental para el logro de sus objetivos.

**Palabras clave: Gestión de compra y Capacitación del personal, Mype**

## ABSTRACT

The general objective of this research is to determine the characteristics of purchasing management and personnel training in the bakery Mype of La Unión - Piura, year 2022. The methodology applied to this study was quantitative, descriptive, with a non-experimental and cross-sectional design. A questionnaire instrument was used to collect information, with a study population of 3 Mype and made up of 20 bakery Mype workers over 18 years of age, with basic education and who have been working in these establishments for between 2 and 5 years. On the other hand, the main analysis of the results, based on the objective of the purchasing process, was that 80% of the workers consider that the verification of the inputs needed is carried out correctly. Likewise, for the objective benefits of purchasing management, 100% of the workers indicated that quality inputs are purchased. On the other hand, for the objective of importance of staff training, 70% consider that the training they have received has increased their personal skills. Finally, for the objective of personnel training elements, 100% think that the contributions of their skills will help to achieve the objectives set by the Mype. In addition, it was concluded that these Mype do correctly verify the necessary inputs, they are concerned about acquiring quality products, they have increased the personal skills of their workers and finally, their workers are a fundamental part for the achievement of their objectives.

**Keywords: Purchasing management and personnel training, Mype.**

## CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
CONTENIDO .....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	x
ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
ÍNDICE DE CUADROS .....	xii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA .....	15
2.1 Antecedentes .....	15
2.1.1 Variable: Gestión de Compra .....	15
2.1.2 Variable: Capacitación del Personal .....	22
2.2 Bases Teóricas .....	29
2.2.1 Gestión de Compra .....	29
2.2.2 Capacitación del Personal .....	43
III. HIPÓTESIS .....	56
IV. METODOLOGÍA .....	57
4.1 Diseño de la Investigación .....	57
4.2 Población y Muestra .....	58
4.3 Definición y operacionalización de las variables .....	61
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	64
4.5 Plan de Análisis .....	65
4.6 Matriz de Consistencia.....	66



4.7	Principios Éticos .....	67
V.	RESULTADOS .....	69
5.1	Resultados.....	69
5.1.1	Gestión de Compra .....	71
5.1.2	Capacitación del Personal.....	73
5.2	Análisis de resultados .....	76
5.2.1	Gestión de Compra .....	76
5.2.2	Capacitación del Personal.....	83
VI.	CONCLUSIONES .....	89
6.1	Conclusiones.....	89
6.2	Aspectos complementarios: Recomendaciones .....	91
	Referencias.....	92
	ANEXOS .....	105
	Anexo 01: Instrumento e recolección de datos .....	105
	Anexo 02: Matriz indicador pregunta .....	108
	Anexo 03: Validación del instrumento de recolección de datos.....	110
	Anexo 04: Consentimiento informado.....	115
	Anexo 05: Evidencia de no adeudo .....	116
	Anexo 06: Constancia de no adeudo.....	117
	Anexo 07: Evidencia del reporte turnitin.....	118

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Gráfico de barras que representa las Características demográficas de los trabajadores.....	70
Figura 2: Gráfico de barras que representa los procesos de la gestión de compra .....	71
Figura 3: Gráfico de barras que representa los beneficios de la gestión de compra...	73
Figura 4: Gráfico de barras que representa la importancia de la capacitación del personal.....	74
Figura 5: Gráfico de barras que representa los elementos de la capacitación del personal.....	76

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1 .....	69
Tabla 2 .....	71
Tabla 3 .....	72
Tabla 4 .....	74
Tabla 5 .....	75

**ÍNDICE DE CUADROS**

Cuadro 1: Relación de Mype .....	58
Cuadro 2: Fuentes de información.....	60
Cuadro 3: Matriz de Operacionalización de las Variables.....	61
Cuadro 4: Matriz de consistencia.....	66

## I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada caracterización de la gestión de compra y capacitación del personal en las Mype rubro panaderías La Unión – Piura, año 2022 y que procede de la línea de investigación “Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas”, atribuido por la escuela profesional de administración ya que se conectan con las variables que se usaran para este estudio, que en este caso son gestión de compra y capacitación del personal.

En estos tiempos el crecimiento de la Mype se ha dado a que cada vez más personas deciden empezar a emprender un negocio. Tiempo atrás las motivaciones para emprender era la necesidad de generar ingresos, sin embargo, esto ha cambiado con el transcurrir del tiempo, actualmente según GEM PERÚ (2017) el Estudio Global Entrepreneurship Monitor Perú, el 68.6% de los emprendimientos en etapa son el resultado del aprovechamiento de oportunidades, mientras que en un 12.8% lo son por necesidad.

En un ambiente externo la Mype son uno de los soportes económicos de la empleabilidad, ya que se manifiestan en datos tales como que representan un 99% de todas las empresas y un 77% de todo el empleo, pero su intervención en el PBI cae a un 51% y en ámbitos de exportación representan solo el 11%, debido a los bajos niveles de productividad, lo más evidente es que las Mype representas datos que están por lo bajo de la mitad de la productividad de las grande organizaciones dando un 41% y esto se da especialmente en América Latina. (Pérez, 2019)

La elevada aportación al empleo, unido con los niveles bajos de insumos de producción, reflectan una mayor brecha en la productividad entre unidades de producción de diferentes volúmenes en América Latina que en la UE (Unión Europea).

La forma productiva diferente y la preparación de insumos de baja estimación en Latinoamérica, impactan decisivamente en el desempeño de estas empresas, esto se refleja en la mencionada brecha o abertura de productividad y en la bajísima aportación de envíos de mercancía al exterior. (Dini & Stumpo, 2020)

En lo político, según Chacón (2021) indico que el Perú frente a un escenario de inestabilidad política no solo perjudicaría a las grandes empresas, sino que afectaría aún más a las Mype, frente a ello considera que el actual gobierno debe de brindar mensajes de estabilidad política y económica, especialmente dirigiéndose al empresario peruano. Por ello se tiene como expectativa que el mandatario de nuestro país promulgue tácticas de negocio abierto que fomenten la formalización, estabilidad y desarrollo de las micro y pequeñas empresas de todo el país. Para estimular su desarrollo, el estado, a través de la comunidad financiera de desarrollo (COFIDE), promueve íntegramente la financiación descentraliza, ampliando así la cobertura de las ofertas del comercio financiero y de patrimonios en beneficio de las Mype.

Existe un elemento crucial en la promoción de las capacidades formales de los negocios del entorno local, así como el aprovechamiento de la formación para el desempeño de las Mype, es el rol que tienen los gobiernos locales y es que es el contexto habilitador para la promoción empresarial relacionada con actividades realizadas por estos mismos gobiernos que fomentaría el comercio e incentivaría a la formación de nuevos emprendimientos. (Comex Perú, 2020)

Así mismo, en un marco legal Bardales (2017) indica el Art. 2 de la Ley 28015, las Mype son unidades económicas constituidas por personas naturales o jurídicas y están sumergidas bajo algún componente forma de gestión empresarial, presenciado

en la ley vigente, tiene como objetivo resolver funciones de variación, fabricación, extracción y comercio de bienes o prestaciones de servicio.

Por otro lado, Comex Perú (2020) manifiesta que en nuestro país prevalece las micro y pequeñas empresas (MYPE), las cuales han sido afectadas en gran medida por la crisis sanitaria que empezó en nuestro Perú en los primeros meses del año 2020. Esta situación no solo hizo revisar la crisis económica elevada que dejó para las Mype, sino también como impresión en la reproducción de capacidades formales de los empresarios y en su competitividad. Las Mype peruanas han tenido una transformación positiva, pero algo cambiante en términos de su facultad formal, claro y todo esto en contexto de pandemia a partir del año 2020 y este registro un aproximado de un 0.25, lo que significa una caída del 2.1% con respecto a los años anteriores. Estos datos nos están indicando que las crisis causadas por la COVID-19 han afectado negativamente en su capacidad formal a través del desperfecto en las condiciones de un entorno de negocios.

La aparición de la COVID-19 en nuestro estado llegó a significar la supervivencia y la adaptación en los sectores comerciales y empresariales a nivel global. Así mismo, tras las nuevas declaraciones durante el estado de emergencia, los medios de información y comunicación se han convertido en los primordiales emisores de comunicación a través de diversos canales y plataformas. Como respuesta a esto, diferentes empresas no solo encuentran formas creativas e inteligentes de adaptarse, sino que también encuentra diferentes medios para poder hacerlos y las empresas del rubro de panaderías no ha sido la excepción en esto. Hoy en día los nuevos mercados comerciales se han convertido en un verdadero campo de batalla donde estas empresas compiten por mostrar lo mejor de sí mismas, ya que los pasos que han dado ante esta

pandemia están enfocados en reflejar una marca que valore realmente a sus clientes y que ante los hechos se puedan acoplarse a las nuevas medidas de trabajo y así poder garantizar su subsistencia. (Carhuamaca, 2020)

Además, en un ámbito económico, las Mype las micro y pequeñas empresas, llegan hacer la principal fuente de generación de empleo, esto fue firmado en el que su momento fuera el ministro de producción Raúl Pérez Reyes, durante la campaña “Guerreros MYPE” indicando que este medio aportaba el 85% del empleo al país y que tiene una participación del 24% en el PBI nacional.

Las Mype en el Perú constituye un 98.6% de las unidades empresariales, brindándole el espacio de desarrollo a millones de trabajadores de nuestro país que constituyen al desarrollo de la economía. Así mismo, conforme nuevas empresas van creciendo y alcanzando su pleno desarrollo, otro surge y esto lleva a la dinamización de nuestra economía. Por otro lado, las Cajas Municipales de Ahorro y Créditos (CMAC) colocaron S/11.831 millones a las Mype a partir de inicios del mes de enero del año 2018. Este monto representó un crecimiento del 13.7% respecto a los S/10,406 millones que lograron alcanzar con respecto a años anteriores. (Chau, 2018)

También comenta Fiestas (2019) que una parte de los habitantes y de la economía depende de la actividad y del rendimiento de estas Mype debido a su reconocida capacidad para generar empleo y a su elaboración en la producción. Actualmente cada vez más personas optan por iniciar un negocio porque detectan una oportunidad y desean tener una forma de ingresos que les permita cubrir sus gastos.

En estos tiempos en el Perú ha visto un incremento de mujeres emprendedoras, según las cifras del Ministerio de Producción (Produce) y nos indica que existen 1 millón 270.000 de Mype lideradas por mujeres emprendedoras. Del total de estas



unidades de negocio, el 79.5% se ubican en las regiones interiores de nuestro país, los cuales son Puno, Piura, La Libertad, Cusco y Junín. (Guzmán 2018)

Unido a esto se llegó a determinar que los propietarios de estas Mype investigadas les pertenecen netamente a mujeres emprendedoras que con el paso de los años han sabido afianzarse más en el mercado de este rubro panadero y se han llegado a anclar en la mente de los consumidores de las zonas donde se encuentra ubicadas

Según COMEX PERÚ (2020) indica que, en estos años y por causas del COVID-19, el empleo de las micro y pequeñas empresas dedicadas al comercio siguen presentando unas ciertas carencias, un ejemplo de ello es que, en promedio, el 50.9% de sus trabajadores son no remunerados y el 88.9% son familiares del empleador, por ello son quienes reciben la menor remuneración promedio de un (S/ 67.7), así como unas ganancias estimadas anuales más bajas. Por otro lado, las Mype de servicios llegan a mostrar menores variaciones en sus características con respecto a esta crisis económica global causada por la situación sanitaria, con excepción de ciertas variables, y esto últimos son consecuencia de la naturaleza del negocio, las cuales cuentan con menor requerimiento de la mano de obra, tocando términos cuantitativos.

Es por ello de que estas Mype estudiadas tuvieron que hacer algunos cambios para poder así adaptarse a estas nuevas normas, aunque a principios de la pandemia fueron obligados a cerrar sus establecimientos y con ello a generar pérdidas muy grandes tanto económicas como de mano de obra, ya que tuvieron que prescindir de algunos trabajadores con el fin de evitar el cierre definitivo y el incremento aun mayor de sus pérdidas económicas. Así mismo, actualmente enfrentan otra problemática grave por el alza de los precios, puesto que la adquisición de insumo que necesitan

para la elaboración de sus productos se ha elevado y con ello ha generado el incremento de los costos de sus productos finales que a su vez repercute en la disminución de sus ventas y la pérdida de clientes.

En un ámbito social las actividades sociales en una empresa son cada vez más valiosas, los aspectos como la equidad de género, la inclusión de la buena interacción en el comercio laboral o el buen gobierno corporativo, también llegan a formar parte de la indagación en una estructura empresarial más saludable. El compromiso con estos aspectos construye la lealtad y el deber de los empleados, pero también es casi un requerimiento empresarial. Las nuevas generaciones demandan cada vez más la influencia social de las Mype y, por lo tanto, actúan como clientes. (El País, 2020)

La labor que llevan a cabo las pequeñas y microempresas es de innegable relevancia, no solo teniendo en cuenta que contribuye a la población en la generación de empleos, sino también que tiene una considerable participación en el desarrollo socioeconómico de las zonas en donde se ubican. Hoy mismo, estas nuevas empresas desarrollan y se acoplan a las nuevas estrategias que se aplican en corte y mediano plazo, y esto lo hacen con el fin de salvaguardarse de la mortalidad y la prevención de su posible extinción, dado que una pequeña empresa involucra un nivel de riesgo alto, y sus posibilidades de perdurar en el transcurso de los años son bajas. (COMEX PERÚ, 2020)

Además, en estos establecimientos acuden cualquier tipo de clientela que se derivan entre hombres, mujeres y niños, con el fin de escoger y adquirir, entre las variedades de panes que cuentan, el que más les parezcan de su agrado. Así mismo, estas Mype buscan brindar un buen producto con un excelente servicio, ya que de ello depende la permanencia y preferencia de su clientela, siempre cumpliendo con los

parámetros de bioseguridad impuestos por el gobierno peruano, con la finalidad de que las personas que acudan a estos establecimientos se sientan cómodos y cuidados.

En el ámbito tecnológico, según Comex Perú (2020) nos dice que sin perder de vista lo que impone la crisis, uno de los retos que las Mype tienen por delante es adoptar nuevas herramientas tecnológicas que les ayuden a incrementar la competitividad y estar al tanto a las demandas actuales del mercado. Las (TIC) tecnologías de la información y comunicación, viene transformando al sector y esta tendencia va de la mano con esta crisis sanitaria. Pero aun las microempresas en el Perú se niegan a adoptar e implementar estas nuevas herramientas tecnológicas. Entonces, ¿Cómo enfrentarán el proceso de transformación digital de cara a las nuevas realidades?

Gracias a las (TIC) tecnología de información y comunicación, muchos comercios que usualmente han ofrecido sus productos a través de una línea tradicional, ahora encuentran mejores alternativas para la obtención de mejores ganancias por medio de entornos virtuales. De esta forma, el uso del comercio electrónico ofrece una ventana más amplia en oportunidades para las Mype para así competir en el mismo nivel que sus contrapartes más grandes. Además de mejorar la productividad y eficiencia de muchas áreas. Cabe recalcar también que, aun en estos tiempos, no existe en el Perú autoridad que rijan y garantice el acceso y uso apropiado del internet para aplicar las TIC en sus procesos.

En unión a esto, Bardales (2018) señalo que existe la idea equivocada de que la simple creación de un sitio web o establecer la presencia de esta en la línea generarían ventas. Los dueños de las pequeñas empresas a menudo desconocen la ardua labor requerida para generar tráfico suficiente y hacer rentable una presencia en

línea. Este enfoque da lo que se le conoce en Estados Unidos como “El campo de la falacia de los sueños”, por ello sugiere y aconseja que las mejores formas y efectivas herramientas TIC para las Mype son aquellas gratuitas.

Las Mype de este rubro investigado no aprovechan ni cuentas con la tecnología suficiente para la expansión de estas o el simple hecho de incrementar sus ventas, es verdad que estas empresas han sabido subsistir en los transcurso de los años, pero siguen estancadas en la misma situación, afrontando poco a poco la disminución de sus ventas y esto se da en parte a la negación de aplicación de nuevas herramientas tecnológicas, así como también presentar actitudes reacias en la implementación de las nuevas tendencias tecnológicas que se encuentran hoy en día a disposición para la adquisición de un producto más variado en un mercado más extenso, con productos de mayor calidad y con preciosos aún más accesibles. Finalmente, no tienen mucho interés en buscar en un mercado global la información de nuevos proveedores o productos que hagan potenciar su marca y que les puedan hacer competir más en un mercado comercial extenso.

En el ámbito ecológico, Ballester (2018) manifiesta que la gran parte de los colaboradores pasan la mayoría de su tiempo en sus centros laborales y aquí es donde las Mype tiene la labor importante de difundir, formar y desarrollar la responsabilidad ambiental de los empleados, ya que esto al fin y al cabo nos beneficiaría a todos, puesto que viene hacer una labor de concientización social. Es por ello que estas empresas deben de mejorar con respecto a los materiales y la eliminación de residuos dañinos, tomando siempre como referencia y consideración el entorno ambiental, convirtiendo todo esto en algo muy importante para la organización, retroalimentando constantemente a los trabajadores con respecto al cuidado del entorno ambiental.

Así mismo, Fernández et al, (2017) indicaron también que se debe de señalar que la vida humana está influenciada por el entorno que la rodea, y su desarrollo depende de la relación entre la empresa y nuestro entorno, debido a que, el medio ambiente proporciona la energía y los recursos que las empresas necesitan, además, de que con esto se benefician de los bienes y servicios que les proporciona para satisfacer sus necesidades.

Es así que en las panaderías investigadas se pueden lograr entender que no están al tanto del cuidado ambiental en el entorno donde se encuentran instaladas, debido a que aún siguen utilizando insumos inorgánicos tales como bolsas o materiales descartables, así como también no se plasman normas como la prohibición de insumos inorgánicos tanto en la adquisición como en la entrega de estos y no existe una concientización por parte de las Mype hacia sus trabajadores con respecto al cuidado ecológico y las consecuencias de estas, sino se practican.

Por otro lado, en un ambiente interno, estas Mype bajo estudios se caracterizan en que los propietarios son las mismas personas que trabajan y atienden o cumplen diferentes funciones en sus empresas, estas cuentan con un personal reducido y dos de estas no tiene local propio, con respecto a su publicidad solo se derivan en la colocación de carteles afuera de sus establecimientos. La ubicación de dos panaderías se encuentra en zonas céntricas muy concurridas por la población y la siguiente está ubicada en una zona urbana. Además, cuentan con personal de edades óptimas para la elaboración de sus productos y su posterior venta, el sueldo con el que cuentan sus trabajadores varía, pero en su mayoría cuentan con el sueldo mínimo estándar. Según Méndez (2019) el término "máquina" se refiere a un dispositivo autónomo que consta de ciertas partes (móviles o estacionarias) que les permiten interactuar entre ellas y a

través de la correlación, convertirse en energía para la realización de una actividad específica.

Es por eso que según lo comentado por los trabajadores de estas Mype investigadas detallaron que mayormente para la elaboración de sus panes utilizan ciertas maquinarias y utensilios tales como: el horno para la elaboración del pan, cámaras de fermentación para la elevación de la masa a la temperatura deseada, lavadores para la realización de los procesos de limpieza y desinfección de los utensilios y batidoras entre otros. Además, también se utilizan equipos varios como: balanzas para el pesaje de los ingredientes, rebanadoras, herramientas de decoración, cubículos o recipientes para los ingredientes, cuchillos, instrumentos para hornear, guantes y papel de embalaje.

Así mismo, los métodos que utilizan estas (03) Mype estudiadas para la elaboración de sus productos, es la misma temática que usan la mayoría de las empresas del rubro panadero, ya que se preocupan por la realización de un pan excelente, que cumpla con los estándares de calidad requeridos y que sobre todo sea del agrado de sus clientes, puesto que priorizan en su mayoría en la obtención de las materias primas necesaria para el éxito de su producto final, como también de contar con proveedores serios que han trabajado con estas Mype durante años.

También Pacheco (2022) indica que la mano de obra es una unidad muy primordial porque sus decisiones acertadas de dirección y control pueden afectar significativamente el costo final de un producto y prestación de un servicio. Así mismo el capital humano es una parte esencial del proceso de fabricación, determinando el coste del tiempo que un empleado invierte en la producción de un producto en

particular, incluyendo sueldos, primas de riesgo, bonos de noche, horas de trabajo extras y otros salarios relacionados con cada colaborador.

Es así que estas 03 Mype investigadas, dos de ellas cuentan con 6 trabajadores por cada instalación y la última cuenta con 8 trabajadores, dando un total conjunto de 20 personas laborando en esas instalaciones que están derivadas entre hombres y mujeres, todos con la mayoría de edad y con más de dos años en esas panaderías cuya remuneración mensual varía, pero por lo general recibiendo cada uno de ellos un monto aproximado de S/930 soles, estando la mayoría de ellos comprometidos en sus actividades encomendadas.

Por otro lado, en el ámbito de la adquisición de la materia prima, CETYS (2021) determina que antes de iniciar el proceso del producto, se debe crear un plan de producción que tenga en cuenta la cantidad del pedido o comercio estimados, el tiempo de entrega, el costo, los materiales, la economía y los recursos humanos. Un plan sería muy importante porque muchos procedimientos eventualmente fallarán debido a la improvisación. Con un plan, se puede obtener un mapa de lo que debe hacerse, cómo generar orden y lograr los objetivos.

Por ende que con respecto a las compras o adquisiciones de insumos que adquieren estas panaderías, ellos ya tienen plasmados a los mismos proveedores que han trabajado en conjunto por varios años, habilitándoles siempre los mismos productos que estas panaderías requieran tales como: levadura, azúcar, harina, huevos, grasa, sal, leches y otros lácteos, mantequilla entre otros, además de también contar con proveedores habilitadores de maquinarias y mantenimiento de estas, siempre primordiano para las panaderías el éxito de su producto para afianzar a su clientela.

Entonces, con lo mencionada con anterioridad se llegó a determinar la interrogante para esta investigación, la cual es la siguiente: ¿Cuáles son las principales características que tiene la gestión de compra y capacitación del personal en las Mype rubro panaderías en La Unión - Piura Año 2022?

Llegándose a plasmar como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de compra y capacitación del personal en las Mype rubro panadería en La Unión - Piura, año 2022. Así mismo se planteó los objetivos específicos que son: (a) Conocer los procesos de la gestión de compra en las Mype rubro panadería en La Unión – Piura, año 2022: (b) Identificar los beneficios de la gestión de compra en las Mype rubro panadería en La Unión - Piura, año 2022:(c) Conocer la importancia de la capacitación del personal en las Mype rubro panadería en La Unión – Piura, año 2022. (d) Identificar los elementos de la capacitación del personal en las Mype rubro panadería en La Unión – Piura, año 2022.

Además, este estudio se justifica de manera práctica, porque determina las características de la gestión de compra y capacitación del personal en las Mype rubro panaderías en La Unión – Piura, año 2022 con la intención de mostrar el estado actual en que se hallan y que mejora podrían aplicar los gerentes a su organización con el fin de disminuir sus falencias y mejorar sus ventas. Así mismo, esta investigación servirá como ayudada para estas Mype porque les harán saber cuáles son sus deficiencias y como poder corregirlas, también de centralizarse a que nuevos objetivos quieren llegar, brindándoles una perspectiva más amplia de crecimiento laboral. Además, se justifica de manera metodológica, ya que por medio de las técnicas y herramientas de recojo de informaciones aplicadas se puede analizar, concluir y recomendar, acciones que puedan impulsar a bien a estas empresas, brindando por medio de datos y descripciones



estadísticas el estado actual en la que se encuentran estas Mype. Es por ello, que servirá este estudio como antecedente para otros investigadores con variables similares a la gestión de compra y capacitación del personal. También se justifica de manera social, ya que el desarrollo de este estudio permite dar a conocer la realidad de la problemática que sufren estas Mype rubro panadero en La Unión – Piura, determinando con ello que ámbitos deben de corregir y superar en base a las recomendaciones plasmadas según las variables gestión de compra y capacitación del personal. Por último, se justifica desde la perspectiva teórica, ya que con esto se llegaron a la obtención de nuevos conocimientos que a su vez serán debatibles con otros de similitud a las variables, gestión de compra y capacitación del personal y con ello serviría a las empresas para sus respectivas retroalimentaciones. Del mismo modo, se empleó una investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal, utilizándose así un cuestionario aplicado a los trabajadores de estas Mype, con el objetivo de recolectar datos que fueron necesarios para este estudio presente. Así mismo la finalidad de esta investigación fue el estudiar las problemáticas que se presentaron en estas Mype del distrito de La Unión y que con lo aportando sirva como ayuda para estas empresas en la generación de la resolución de sus problemas presentes y futuros. Por otro lado, los principales resultados, en base al objetivo procesos de la gestión de compra, fue que, el 75% de los encuestados sostienen que, si se realiza una inspección adecuada al momento de seleccionar un proveedor, además, para el objetivo de beneficios de la gestión de compra, el 100% afirman que si se efectúa tratos con los proveedores con respecto al precio y calidad del suministro. Así mismo, sobre el objetivo de importancia de la capacitación del personal, el 60% de los encuestados creen que la capacitación que se les ha brindado genera en ellos un ambiente laboral

de satisfacción y motivación y finalmente para el objetivo elementos de la capacitación del personal, el 100% piensan que las aportaciones de sus habilidades innatas ayudaran a alcanzar los objetivos planteados por las panaderías. Las conclusiones fueron que Mype si selecciona correctamente a sus proveedores, además, de que hay una correcta negociación con los proveedores con respecto al producto que adquieren estas empresas, es así que los trabajadores de estas Mype consideran que la capacitación brindada por las empresas genera un buen clima laboral, finalmente consideran también que la aportación de sus habilidades ayudara a las Mype en la obtención del éxito. Es por ello de que esta investigación queda limitada desde la perspectiva: Temática por la variable gestión de compra y capacitación del personal, psicográfica por microempresas de rubro panadería, geográfica en La Unión – Piura y temporal en el año 2022.

## II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

### 2.1 Antecedentes

#### 2.1.1 Variable: Gestión de Compra

Quijije (2018) presentó una investigación denominada *Diseño de mejorará de procesos de insumos aplicados a la panadería California, Guayaquil-Ecuador, año 2018*, investigación presentada en la Universidad de Guayaquil, tuvo como objetivo identificar las principales falencias que están ocurriendo en el departamento de compras de Pancali S.A, que están afectando a la productividad de la empresa California, efectuándose en un enfoque de investigación de tipo cualitativo, que empleo como herramienta la recolección de información por medio de entrevistas. Para la aplicación de esta herramienta fueron seleccionados los jefes vinculados al proceso de compra de insumos, quienes dieron su opinión a las preguntas formuladas dadas en el cuestionario de la entrevista y la ficha de observación. Teniendo como resultados más relevantes, en que han disminuido su rendimiento laboral y productividad, debido a la obtención de sus insumos en tiempos muy tardíos y la falta de comunicación fluida entre los canales de adquisición de insumos. Finalmente, concluye que se debe implementar una índole sistema de comunicación interna entre los departamentos que permitiría el cumplimiento de objetivos en este campo, creando así una sinergia entre áreas de la empresa y proveedores. Así mismo, la inestabilidad producida en una empresa se da mayormente por la falta de un apoyo tecnológico idóneo que brinde los datos precisos para la posterior toma de decisiones.

Largo (2019) publicó una investigación denominada *Caracterización de los procesos de aprovisionamiento en las Mype del sector Panificador en la localidad de Fontibón, Bogotá, Colombia, año 2019*, la cual tuvo como objetivo caracterizar el

proceso de abastecimiento en las Mype del sector panificador en la localidad de Fontibón en la ciudad de Bogotá, el enfoque de la investigación es de carácter mixto, ya que se realizó un análisis cualitativo y cuantitativo debido a que este enfoque almacena, vincula y analiza datos cualitativos y cuantitativos en un mismo estudio o serie de investigaciones para así responder al planteamiento del problema. Además, esta investigación es de carácter exploratorio, ya que utiliza la herramienta del cuestionario para la recolección de sus datos. Así mismo se obtuvo como resultados más relevantes que los factores más importantes que utiliza las panificadoras para la óptima selección de unos buenos proveedores, es la excelente calidad de la materia prima que se piensa adquirir, así como los mejores precios y las mejores facilidades de pago que ofrecen los posibles proveedores, sin dejar de mencionar claro al mejor trato brindado por estos. Como conclusión llego a recalcar que la buena selección de tipo de proveedores y criterios, están unidos conforme a la calidad y el precio que ofrecen, y es necesario la mantención de estos criterios, ya que son parte fundamental en el mantenimiento de la calidad de los insumos, desde la etapa de acopio. Como dato adicional, se sabe que algunos proveedores de estas panificadoras son minoristas y productores directos de algunos insumos.

Guillén & Lema (2018) presentaron una investigación denominada *Diseño de un sistema de conteo ABC para una panadería en la ciudad de Guayaquil, Ecuador, año 2018*, trabajo que se presentó en la Universidad de Guayaquil. Tiene como objetivo diseñar un sistema de costeo por el método ABC para una panadería en la ciudad de Guayaquil, el enfoque de la investigación es de tipo cualitativo y cuantitativo, el alcance de la exploración es descriptivo en la que se busca experimentar las propiedades, características y perfiles de una comunidad o grupo de

personas que estuvieron sometidas a este análisis, además esta investigación tiene un alcance correlacional y explicativo, buscando conocer la relación causas y efecto entre variables y el por qué ocurren estos fenómenos. Así mismo se llegó a la conclusión que en la adquisición de las materias primas e insumo en estas Mype se consume un total de 60 horas, de las 240 horas trabajadas por mes (o diarias por 30 días) ya que esta actividad de la adquisición o pedidos de insumos se realizan durante las jornadas laborales, la comunicación y la telefonía es necesaria, ya que la materia prima y los materiales indirectos de la panadería son sumamente variadas, puesto que la lista de llamadas hacia los proveedores para la adquisición de productos tales como la harina, grageas o levadura es alta y a su vez que también es elevado el consumo de energías eléctricas por el uso excesivo de elemento de iluminación y equipos de computación.

Estrada & Cárcamo (2018) presentaron una investigación denominada *Propuestas de un Sistema Logístico para la panadería La Merced, Lima, año 2018*, trabajo que fue presentado en la Universidad Tecnológica del Perú, en la cual tiene como objetivo general desarrollar un sistema de información en la panadería La Merced. La metodología aplicada es de nivel descriptivo, no experimental, en la cual se aplicó la elaboración de actas de proyectos y modelo de negocios, llegando a la conclusión que se debe de considerar las deficiencias de las propuestas durante la revisión teórica de la logística y llevarlas a las empresas analizadas, así mismo que también se permitió reconocer cuáles son las formas de cómo se llega a gestionar los pagos, los inventarios de productos y el almacenamiento de estos, obteniendo un desarrollo considerable de pérdida de información de los proveedores e insumos adquiridos. Además, agregan que la mala gestión de compra genera que la empresa pierda considerablemente información de productos, materiales, maquinarias y

proveedores que puedan presentarse en estos mercados actuales. Por último, que en el área de logística se debe de determinar cómo cimiento tecnológico, un procedimiento informático que trabaje como un soporte para una organización en su intención de establecer superioridad competitiva

Vega (2021) publicó una investigación denominada *Implementación del modelo de gestión de Compras para incrementar la rentabilidad de la empresa Lalo's Huancayo año 2021*, trabajo presentado en la Universidad Nacional del Centro del Perú. Su objetivo general es implementar el modelo de gestión de compras para incrementar la rentabilidad de la empresa Lalo's Huancayo, Año 2021, teniendo como dimensiones principales de implementación a: Identificación y análisis de requerimiento, elección de proveedores, elaboración de órdenes de adquisiciones y la acogida de productos, la metodología aplicación descriptiva, correlacional explicativo, el enfoque de esta investigación es de carácter cuantitativo, ya que esta dirección recolecta datos en base a procesos para la prueba de la hipótesis, al control numérico y al análisis estadístico, teniendo como resultados la implementación de la construcción de un manual de procesos de compras, el mismo que consta de la representación de caracterización del proceso y el diagrama del proceso que definirá el trabajo de las dimensiones basado en el método de ciclo de mejora Deming: planificar, hacer, verificar y actuar. Por último, se llegó a la conclusión de que se logró implementar a la empresa Lalo's un modelo de gestión de compra de manera exitosa, generando así un incremento en la rentabilidad de las mismas. Es así que las solicitudes de compra incrementan de manera satisfactoria la rentabilidad de la organización y con respecto a los proveedores es preciso que se pueda implementar un proceso de mejora de abastecimiento, lo que lograría fidelizar a los que ya existen, como también

la buena elección y negociación con los posibles proveedores incrementa gradualmente la producción deseada en una organización. Además, recomienda imponer un procedimiento de manejo de información y de datos, ya que dará a conocer más en un tiempo real, las necesidades de los productos que se requieran adquirir, como también actualizar el desarrollo de los pedidos de compra. Por último, las empresas deben de priorizar la obtención de herramientas de medición cada vez más apropiadas con el fin de adquirir un registro de mercaderías más óptimas y estables.

Quispe & Vargas (2019) publicaron una investigación denominada *Impacto en la gestión de aprovisionamiento de insumos en la productividad de la microempresa Deligi's Lima, año 2019*, presentado en la Universidad Tecnológica del Perú, con un objetivo general que es el estudiar el ciclo de aprovisionamiento para demostrar su influencia en la productividad de la microempresa Deligi's; con metodología de estudio de investigación cuantitativa el cual permitió obtener opiniones de las acciones que realizan sobre las variables de estudio, tomando como población a los integrantes de la empresa, a los cuales se les aplicó una encuesta teniendo como resultados que existe una diferencia en la percepción de los administradores y trabajadores, ya que la mayoría de los trabajadores difieren con sus supervisores, puesto que ellos manifiestan que los encargados de las compras no realizan una planificación previa a la atención de los requerimientos. La conclusión a la que se llegó es que la microempresa no realiza una adecuada planificación, esto debido a la no utilización de información histórica de ventas, falta de análisis de la competencia directa y la evolución del rubro. Por otro lado, indicaron que el buen uso de los procesos de abastecimiento permitirá la obtención gradual de las inspecciones de los proveedores, permitirá la minimización de los costos y se podrá mantener la calidad del producto que se desea adquirir.

Mauricio (2017) en su investigación denominada *Análisis, diseño e implementación de un sistema de logística para la panadería “DOS ESTRELLAS” aplicando tecnologías de información, Piura, año 2017*, trabajo presentado en la Universidad Nacional de Piura. Tuvo como objetivo general el desarrollar un sistema de información para optimizar el proceso de logística de la panadería “DOS ESTRELLAS” aplicando tecnologías de información, su metodología tradicional es Rational Unified Process (RUP) y codificado en software libre como un aporte a la formalidad de las microempresas. El enfoque de la investigación es de tipo cuantitativo, por lo cual se utilizaron herramientas de recolección de información tales como cuestionario y herramientas informáticas. Como resultados favorables de la investigación se destacó la optimización en un 91.15% en tiempos de procesos de gestión de logística, dando en cuestión casi un nivel del 100% en satisfacción por parte de los encuestados, estando a favor también por un sistema informático de gestión de compras. En conclusión, final la implementación de un sistema informático en la empresa mejorará los procesos de gestión de logística, permitiendo así la solución de algunos problemas que se presentan en almacenamiento, búsqueda y recuperación de información. El desarrollo de nuevos sistemas y planes ayudarán a la optimización de la información obtenida, manteniendo así un mayor control del inventario y un mejor acoplamiento del personal encargado de esta área. También es recomendable la retroalimentación continua de la información obtenida, como la capacitación de los nuevos sistemas por parte del personal encargado del área de compras.

Cumpa (2018) en su presente investigación denominada *Mejora de la producción, almacenaje y distribución de una panificadora usando métodos operativos, Piura, año 2018*, trabajo presentado en la Universidad de Piura, teniendo



como objetivo general que es la mejora de la producción y distribución de una pequeña empresa panificadora mediante la aplicación de métodos operativos conocidos aplicados a empresas de distintos rubros que permitan tomar decisiones adecuadas a fin de obtener mayores beneficios. La metodología aplicada es de nivel descriptivo, no experimental. Además, se utilizó herramientas estadísticas para la medición de algunos factores, como el costo de almacenaje. Así mismo, se llegó a la conclusión que para los procesos de mejora de almacenaje se debe tener en cuenta que el reabastecimiento de inventarios se recibe en un solo lote y es constante, al ser así que las órdenes son constantes, los costos son periódicos en el tiempo, así que no puede existir agotamiento, por tanto, no hay costo por agotamiento, siendo así la demanda diaria no se pueden permitir riesgos. Por otro lado, los procedimientos de almacén necesitan de un control estricto y temporal, para que así se pueda examinar rigurosamente la cantidad, calidad y condiciones de los insumos obtenidos. También agrega que un sistema de costeo permitirá la buena toma de decisiones estratégicas de una forma más acertada, ya que con esto se puede identificar mejor los productos que solicitan un control más riguroso. Por último, convendrá realizar pedidos constantes durante la semana y buscar siempre la fluidez de las obtenciones de los insumos por parte de los proveedores.

Taboada (2017) publicó una investigación denominada *Los mecanismos de Control Interno en el área de almacén de las panaderías en el Perú, el cual se trabajó el caso de panadería negociaciones MABILPA SRL Piura, año 2017*, este trabajo fue presentado en la universidad católica los Ángeles Chimbote Piura, 2017. Con un objetivo, el cual es determinar y desarrollar los mecanismos de control interno en el área de almacén de la panadería, negociaciones MABILPA SRL Piura, año 2017. Su

metodología es de enfoque cualitativo, descriptivo, bibliográfico, documental y de caso. La herramienta de recojo de información que se utilizó fue la encuesta con el instrumento cuestionario, las cuales tiene preguntas de escala nominal. Como conclusión, se observó que en la empresa con respecto al pago de insumos se realiza de manera oportuna según la estabilidad de los proveedores, pero en algunas ocasiones se han presentado algunos inconvenientes, tales como el retraso de pagos, debido a la falta de liquidez temporal de la panadería, los mismos que han sido cancelados para no perder la confianza y credibilidad de los proveedores. Por otro lado, se debe de mantener un procedimiento de inventario renovado, anteponiendo la observación del producto entrante y faltante, para que así se pueda tomar mejores decisiones convenientes para el área de abastecimiento, como también se debe de tener un ente o personal auxiliar que se encargue de la verificación de los productos tanto como el pesaje, calidad o fecha de vencimiento.

### **2.1.2 Variable: Capacitación del Personal**

Tovar (2019) en su investigación denominada *Plan de capacitación a trabajadores en la atención y servicio al cliente de la panadería y pastelera “La Nueva Exquisita” Guayaquil- Ecuador, año 2019*, trabajo presentado en el Instituto Tecnológico Bolivariano de Tecnología, con un objetivo general fue proponer una capacitación en el área de atención y servicio al cliente para captar consumidores y así superar las ventas en la panaderías y pastelerías “La Nueva Exquisita”. La metodología utilizada es de nivel descriptivo, no experimental, se realizó un análisis con las técnicas de investigación tales como la entrevista y encuesta, con esto se espera ayudar a tener menor rotación del personal, más consumidores felices y satisfechos, trabajadores con mayor motivación al momento de realizar sus labores y rentabilidad en el mercado con

el cumplimiento de estos puntos. Se llegó a concluir que la atención y servicio al cliente es un tema innovador y, por lo tanto, el grado de conocimiento del mismo es un bajo y en ocasiones hasta nulo. Además, que es necesario y primordial la realización de la inducción a todos los trabajadores de la empresa, para que así ellos puedan identificar el clima de sus actividades y poder brindar una buena atención y servicio a sus clientes. Ya que la capacitación genera en una empresa que haya una menor rotación del personal, como también de que crea un ambiente de alegría, satisfacción mayor.

Barreno (2017) publicó una investigación denominada *Motivación del personal en las empresas panificadoras en la ciudad de Totonicapán Guatemala, año 2018*, trabajo presentado en la Universidad Rafael Landívar, con su objetivo general que es determinar la manera de motivación del personal en las empresas panificadoras en la ciudad de Totonicapán Guatemala, para esta investigación se tomó en cuenta a dos grupos de sujetos, tales como el gerente y los trabajadores de dichas empresas. La metodología es de carácter descriptivo, no correlacional, para la obtención de los datos se utilizaron cuestionarios que se aplicaron, tanto a los gerentes, como a los trabajadores de los establecimientos, como resultado más relevante se detectó que los gerentes de dichas empresas panaderas no prestan atención con respecto al determinar, de cuáles son los factores que intervienen en la motivación del personal. Así mismo, se llegó a la conclusión que estas empresas panificadoras en la ciudad de Totonicapán Guatemala, no utilizan procesos de capacitación ni motivación hacia su personal y tanto los gerentes como las personas que trabajan en esos establecimientos indicaron que este es un aspecto muy importante y que la simple aplicación de esta manera formal y constante encaminaría fácilmente a la obtención de las metas tanto personales

como de las empresas. En unión a esto, las organizaciones deben de aplicar días de motivación con el fin de hacer procesos, pautas, habilidades y estrategias para incrementar así la motivación interna en la empresa.

Lima (2018) presentó una investigación denominada *Plan de capacitación para el personal de planta de producción, de una panadería tradicional, Guatemala, año 2018*, presentado en la Universidad de San Carlos de Guatemala, teniendo así un objetivo general tal como implantar un plan de capacitación para el personal de la planta de producción, de una panadería tradicional, Guatemala, año 2018, la metodología viene hacer de carácter cualitativo debido a que esta es analítico donde se primara la observación general, además, que se aplicó las herramientas de recolección de información tales como encuestas, fichas y formatos. La conclusión a la que se llegó es que dentro del plan de capacitación se tomó en cuenta orientar, profundizar, proporcionar y desarrollar conocimientos, es decir, que el proyecto de capacitación desarrolla en los trabajadores conocimientos, acciones y habilidades que puedan producir el crecimiento exitoso del campo en el que se desempeñan, asegurando así una aportación efectiva en la empresa. La aplicación de un plan de capacitación dentro de las empresas panaderas logran rentabilidad y eficiencia, para la obtención de los objetivos, y es por ello que un nuevo plan de adiestramiento anual colaborará a las organizaciones a solventar sus necesidades y conseguir resultados en la realización de las labores hechas.

Galvez (2020) en su presente investigación denominada *Gestión de Calidad en la Capacitación de los Recursos Humanos y Plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro panaderías, casco urbano, distrito de Chimbote, año 2020*, trabajo presentado en la Universidad Católica los ángeles de Chimbote. Con

el objetivo general, que es determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la capacitación de los Recursos Humanos en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro panaderías casco urbano, distrito de Chimbote, año 2020. La investigación fue de diseño no experimental, de corte transversal para el recojo de la información, se llegó a utilizar una muestra de 15 establecimientos, a quienes se les aplicó una herramienta de recojo de información (encuesta), en las que se obtuvieron los siguientes resultados. El 73.33% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, casi un poco más de la mitad de los empleados llegan trabajando en estos establecimientos entre 4 a 6 años y la mitad de los encargados de las panaderías han recibido una capacitación en crear su propia Mype. Por último, se llegó a la conclusión que los representantes de las micro y pequeñas empresas si aplican la capacitación laboral, entonces en este sentido, utilizan técnicas de capacitación para mejorar el servicio que se brinda, además, comenta que el adiestramiento en liderazgo corporativo permite ser efectivo en la motivación, gestión de equipos y resolución de conflictos internos, de igual manera las necesidades y demandas de los colaboradores son cubiertas, generando así el desarrollo y habilidades de liderazgo para la obtención de grupos de rendimientos elevados, motivados y con metas plasmadas, ya que generara la idea de conseguir los objetivos en base a su esfuerzo e incremento de su rendimiento. Así mismo, es recomendable el incremento de plano de incentivos con el propósito de disminuir el favoritismo, de esta forma se llega a obtener un personal más leal, puesto que se sienten recompensados por el esfuerzo de su trabajo.

Ortega (2018) publicó una investigación denominada *Caracterización del financiamiento y la capacitación de la Mype del sector industria rubro panaderías del mercado de la ciudad de Arequipa, año 2018*, trabajo presentado en la Universidad

Católica los Ángeles de Chimbote. Su objetivo general que es describir las principales características del financiamiento y la capacitación de las Mype del sector industrial, rubro panaderías del cercado, en la ciudad de Arequipa, año 2018. En el aspecto metodológico, esta investigación es de carácter descriptivo, cuantitativo y transversal, utilizando en la recolección de datos, la técnica de la observación y encuesta. Llegando a unos resultados, en las que indican que con respecto a las capacitaciones de su personal, la mayoría recalco que no los capacitan y que tampoco no han recibido ninguna clase de capacitación y esto se da a que prefieren contratar a un personal con la experiencia en el rubro o provenientes de otras Mype con el mismo rubro, Así mismo se llegó a la conclusión que casi un poco más de la mitad de las Mype no ha recibido capacitación, y que la mayoría de los emprendedores de estos negocios se han capacitado en más 3 cursos de en como emprender un negocio, a su vez ellos mismos consideran que la capacitación es una inversión que generar mayor rentabilidad y posicionamiento del mercado, sin embargo, estos mismos no lo aplican ni capacitan a su personal.

Jara (2017) en su presente investigación denominada *Caracterización del Financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro panaderías del distrito de Callería, 2017*, trabajo presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, con su objetivo general que es determinar la caracterización del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro panaderías del distrito de Callería, año 2017. La metodología que aplica esta investigación es de carácter descriptivo, no experimental, en base a la observación de sus variables, financiamiento, capacitación y rentabilidad. Además, se llegó como resultado en el

ámbito de capacitación, que la mayoría del personal de estas microempresas rubro panaderías, se encuentran de acuerdo con la capacitación constante, ya que se cree que esto incrementara considerablemente su rentabilidad. Por último, se llegó a la conclusión en que se debe de adiestrar al personal entrante de una empresa en temas concernientes a su área o actividad laboral. Y es que la capacitación constante aplicada a los trabajadores de una empresa incrementará considerablemente la rentabilidad del área capacitada o de la empresa en general. Además, que los microempresarios deben y tiene que invertir en la capacitación tanto para ellos como para sus trabajadores, ya que poniendo en carácter lo aprendido se mejorara tanto la atención al cliente como la imagen de la empresa.

Escobar (2019) publico una investigación denominada *Caracterización de la Gestión de Calidad y Capacitación en las Mype rubro panaderías del cercado de Chulucanas, Año 2019*, este trabajo fue presentado en la Universidad Católica los ángeles de Chimbote, con su objetivo general, el cual es determinar las características que tiene la gestión de calidad y la capacitación en las Mype rubro panaderías del cercado de Chulucanas, año 2019. Su metodología es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal, la herramienta de recojo de información que se utilizo fue la encuesta, las cuales contiene preguntas de escala nominal. Como conclusión se observó que en las Mype trabajan de una manera más empírica, ya que la experiencia que tienen ellos son de decencia de panaderos antiguos, por lo que se les recomendó a estas organizaciones implementar en nuevos planes de adiestramiento a sus trabajadores, resaltando las necesidades internas y externas, y al mismo tiempo estos planes de capacitación deben ser escuchados desde los cargos más altos hasta los cargos más bajos de la empresa. Con ello se podrá concientizar y

motivar más al trabajador en sus funciones a desempeñar, ya que considerar que el desarrollo personal es valioso para que las panificadoras puedan obtener de una manera más óptima su gestión empresarial.

Vilela (2019) realizó una investigación denominada *Caracterización de la capacitación y la innovación de las Mype rubro panaderías AA.HH Táchala Castilla, Año 2019*, investigación presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, con su objetivo que es Identificar las características de la capacitación y la innovación en las Mype rubro panaderías AA.HH Táchala, esta investigación es de nivel cuantitativo transversal, porque se resalta los aspectos más importantes de la investigación, el diseño es no experimental porque está basada en la observación de los hechos, dando como conclusión, que la capacitación en las organizaciones es necesaria porque incrementa el conocimiento y desempeño de los colaboradores haciendo un complemento de saber y hacer, así mismo con una adecuada planificación y control. La capacitación pre ingresos también es necesario, porque afecta de manera positiva en el trabajador. Además, que se debe de considerar las capacitaciones promocionales, ya que de esta forma los trabajadores tendrán el incentivo esperado y la oportunidad de poder acceder a un puesto mayor, con un rango de responsabilidad elevada. Como también se debe de medir el desenvolvimiento de los trabajadores, para que de esta forma se pueda verificar si se están realizando las actividades de manera positiva para la obtención de las metas plasmadas por la empresa.

Peña (2019) en su presente investigación denominada *Caracterización de la capacitación y logística a la inversa en las Mype comerciales rubro panaderías del centro de Piura, año 2019*, dicha investigación presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, con un objetivo general que es: Determinar las principales



características de la capacitación y la logística inversa de las Mype comerciales, rubro panaderías del centro de Piura. Se empleó una metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal, siendo la herramienta de recojo de información, el cuestionario con preguntas cerradas. Por último, se llegó a la conclusión que por medio de las capacitaciones los trabajadores de las panaderías mejoran su aprendizaje personal. Ya que potenciar las habilidades de los trabajadores generara un mejor desempeño en las diferentes funciones que se les ha encomendado generando así resultados positivos para la empresa. Además, que indicaron que el ambiente laboral es el óptimo para el desenvolvimiento de sus labores, y que se ha demostrado que las Mype tiene interés en sus trabajadores, ya que por medio de estas orientaciones internas mejoran el desempeño y productividad en la producción del producto.

## **2.2 Bases Teóricas**

### **2.2.1 Gestión de Compra**

Según Maraño (2021) define que la gestión de compra llega hacer un conjunto de movimientos que realizan las organizaciones para la adquisición de sus bienes y servicios, aunque en los transcurso de los años, la gestión de compra ha llegado a evolucionar, siendo con anterioridad un proceso netamente operativo, hasta convertirse en la actualidad en un proceso estratégico, por otro lado, las organizaciones que creen que la logística de compras solo se basa en pedir precios y generar órdenes, están desaprovechando enormemente la oportunidad de generar un valor y ventajas competitivas.

Las organizaciones en la actualidad operan cada vez más en mercados globalizados y se confrontan a una fuerte competencia con sus similares, ya sean con

organizaciones nacionales o extranjeras, en este contexto la reducción de los costos es básico para el desempeño eficiente y eficaz de cualquier entidad. (Barquin, 2020)

Escudero (2020) fundamenta, que cualquier organización puede mejorar de forma notable su margen comercial, si se logra contar con un buen servicio y un personal calificado que sepa llevar la gestión de compras y la importancia que llega a tener esta labor para las compañías, con ello junto, es posible que se logre obtener para una organización la deseada optimización de rendimientos y el alcance de ventajas competitivas.

Para la elaboración de lo que implica los procesos de la gestión de compra se debe tener en cuenta las interrogantes: ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Cuándo? y ¿Dónde? comprar.

#### **2.2.1.1 Procesos de Gestión de compra**

Según Escudero (2020) la mejor forma de entender la gestión de compras está en la segmentación de sus 3 ciclos de actividades.

**Abastecimiento:** En esta actividad se desarrolla estrategias y proyectos para la adquisición de la materia prima o de los productos semi facturados que se necesitan para la distribución y venta de otros sectores.

**Producción:** Se da cuando se despliega toda la actividad logística de control, tanto de seguridad, como de soporte de la materia prima, también como los departamentos de confección y producción de la logística.

**Distribución:** En esta etapa llega a finalizar con el transporte de suministros, que son los productos ya terminados, hacía los almacenes de las compañías que realizaron su compra.

Además, agrega que la calidad es otro factor que no se debe de menospreciar, lo correcto es que las empresas lleguen a garantizar que el producto en venta cumpla con los requerimientos de la compra especificados.

#### **-Reformulación de las Verdaderas Necesidades**

Según García (2021) al momento de estipular la elaboración en los procesos productivos se tiene que analizar las necesidades de la empresa, para así llevar a cabo el abastecimiento correcto que se requiere.

Por lo tanto, se debe desarrollar un cuestionario que sea correctamente llenado y analizado para utilizar de manera exhaustiva las técnicas y de esta manera el proveedor pueda entregar la materia prima en un determinado plazo o “x” días, lo que se procura mejorar el sistema que se tiene de manera progresiva y óptima.

Con los nuevos avances tecnológicos y logísticos dentro del mercado hay variedad de proveedores, que sin embargo muchos de ellos se quedan atrás y las empresas no se percatan de ello y en efecto solo escogen un solo proveedor, quedándose satisfechos, por lo que es importante tener más información de otros proveedores que puedan ofrecer lo que la empresa necesita con una mejor propuesta de calidad-costos.

Entonces, el supervisor o el encargado del área logística plasma los requerimientos, los términos o las cláusulas donde indique las restricciones del producto y el proveedor podrá realizar una oferta mediante la solicitud estipulada por parte de la empresa.

Asimismo, la empresa designará una fecha adecuada para que el proveedor haga la entrega de las proformas una vez que se cumpla el plazo el área

correspondiente, que ha de verificar quienes cumplen con los requisitos tanto del producto exigido como del servicio.

Una vez que se llegue a seleccionar un cierto número de proveedores, se ha de empezar una nueva estrategia de negociación.

#### **-Selección de Proveedores**

Según CEUPE (2020) indica que la selección de nuevos proveedores es una de las actividades más importantes para garantizar una buena logística de la cadena de suministros. Sé varía en algunas etapas las cuales viene hacer: Recojo de la información de los posibles proveedores, estudios de los datos recibidos en base a los criterios de selección y la realización de una elección más óptima de los proveedores.

Al elegir un nuevo proveedor, se debe de comenzar por buscar candidatos potenciales, para si luego empezar con la posterior comparación entre ello, destacando así las características más principales y adicionales del proveedor calificado.

#### **-Evaluación de Proveedores**

Para Neteris (2022) la evaluación de proveedores se incluye dentro de los requerimientos de la NORMA ISO 9001, como parte primordial de una correcta gestión de procesos de compra en las que tiene como principales objetivos.

- **Garantizar** la llegada del suministro de materiales y servicios, tanto en cantidades como en fechas necesarias para el correcto funcionamiento de las actividades de la organización.
- **Fijar** que los productos cumplan con los requerimientos de calidad establecida.
- **Adquirir** un coste más competitivo entre las diferentes promociones disponibles.

#### **-Negociación con los proveedores**

Para García (2021) el éxito de compras está estrechamente basado en las buenas conductas de negociación con los posibles vendedores y todo eso conllevaría a la victoria o fracaso de la organización con respecto a las compras.

Actualmente, hay cada vez mayor comunicación e interconexiones de manera global, por lo que las negociaciones con los posibles vendedores se vuelvan más minuciosas y a su vez más exigentes, por lo que esto conllevaría a las empresas a recurrir a distintas organizaciones globales, logrando con esto poder cubrir las exigencias o necesidades requeridas y de esta manera poder abastecerse de forma más eficaz y eficiente. Por esta razón es necesario seguir con una base, para ello se debe tener un cimiento en las negociaciones con los posibles vendedores, con ello los compradores podrán dirigirse y comunicarse con otros proveedores de manera global, teniendo así mejores opciones y minimizando la inconformidad de posibles compras realizadas.

#### **-Fundamentos básicos en el proceso de negociación con los proveedores**

En la actualidad, las nuevas tecnologías y el internet permiten a las empresas realizar sus compras en un mercado mucho más extenso y productivo que hace años atrás, pero esto no quita que las negociaciones con los proveedores no sigan unos principios para que se lleven a cabo de una manera más exitosa.

Lo primero por hacer antes de seleccionar un proveedor y negociar las posibles compras, es analizar el manejo de compra y la negociación con las empresas que los han venido abasteciendo en el transcurso de los años. No porque siempre se haya hecho de manera determinada, tiene que ser la correcta. En estos tiempos, con las nuevas tendencias tecnológicas, la manera de abastecerse para una empresa varía mucho en la forma en que se hacía en los tiempos anteriores.

Finalizada la selección de los posibles proveedores, el área de compras emitirá un documento solicitando al proveedor la adquisición de suministros, este documento mayormente es llamado orden de compra.

### **-Orden de Compra**

Una orden de compra es una ficha estratégica que las empresas utilizan para tener un sostén de lo que se requiere adquirir en un tiempo determinado, para así poseer una mayor formalidad de comunicación con sus proveedores.

### **-Elaboración de la Orden de Compra**

Para Yaydoo (2022) en una organización las compras no deben de ser arbitrarias, ni menos darse el lujo de no pensarse estratégicamente. Esta acción se hace luego de que se hayan conocido los requerimientos o necesidad de compra (producto o servicios que se desean adquirir) los requerimientos son:

- Crear, revisar y aprobar la solicitud de compra.
- Destinar un presupuesto para la compra de los materiales.
- Búsqueda de cotizaciones o presupuesto para escoger al proveedor con la mejor oferta.

### **-Emisión de una orden de Compra**

Es recomendable que, al momento de emitir una orden de compras, las empresas cuenten con una plantilla estándar, sin embargo, es probable que el proveedor ya cuente con su propia plantilla, en cuyo caso tendrá que facilitárselos a sus posibles compradores para su posterior realización. (Asesorías, 2020)

El proceso es el siguiente:

- (a) El cliente requiere la adquisición de un producto para su empresa.

- (b) Elija cuál va a adquirir, y posteriormente empiece con la emisión de compra, completado así los requerimientos estipulados.
- (c) La orden se emitirá por duplicado, siendo de entrega una copia, tanto para el comprador como para el proveedor.
- (d) Una vez que el proveedor adquiere la orden de compra, empezará con la preparación de los pedidos, en cuyo caso no pueda cumplir con lo solicitado, tendrá que comunicárselo con anticipación al comprador.
- (e) Ya confirmada la orden de compra, el vendedor preparará sus pedidos, para su posterior entrega en las fechas estipuladas.
- (f) En la orden de compra debe de resaltar el número del pedido, para que así se pueda entender la relación entre lo solicitado y el pedido recibido.
- (g) Cuando el cliente reciba su pedido se le hará entrega de una orden de constancia y esta debe de ser firmada, por el comprador.
- (h) Al final se emitirá una factura al comprador, dando por concluido la transacción entre lo solicitado y lo entregado.

Según Seampedia (2018) manifiesta que la inspección del producto es una forma en que los compradores pueden garantizar la calidad del producto que recibe. Se debe de verificar que el producto cumpla con las especificaciones requeridas para el modelo el cual se ha adquirido, estas serían en cuanto a calidad, cantidad, seguridad, entre otros. Dicha inspección se debe de realizar por la misma empresa que adquirió el producto o por algún ente externo, lo que si se debe de priorizar es que el personal encargado de esta verificación debe de estar estrictamente capacitado.

Así mismo, Chain (2018) el internet nos permite controlar la información, que con anterioridad era limitada y ahora se ha convertido en un torrente de datos que

permite conocer todo sobre nuestros posibles proveedores, tales como saber: quienes son y han llegado hacer sus clientes, cuáles son sus puntos más fuertes, cuáles son sus errores más importantes cometidos o con mayor difusión, entre otros.

Para E-commerce (2017) hoy en día, una vez identificada la necesidad del producto que se desea adquirir, algunas empresas inician el proceso de compra por medio de vía online, haciendo la búsqueda de información cibernéticamente. Así mismo, estos usuarios utilizan canales tales como (sitios web, buscadores, foros, blogs y prensa digital, entre otros), para hallar información que desean adquirir, con los procedimientos y requisitos que buscan.

El internet da una vía más veloz y segura para la optimización del proceso de compra, que, gracias al filtro de información, permite a las empresas aplicar, facilitar, seleccionar o eliminar los candidatos proveedores a quienes se les piensa hacer una adquisición de producto o servicio.

#### **2.2.1.2 Beneficios de la Gestión de Compra**

Para Avanti (2019) el aprovisionamiento en una empresa puede llegar a generar un valor incalculable, ya que en estos tiempos los hábitos de los nuevos consumidores se han ido variando y esto ha obligado a las organizaciones en conjunto con las áreas de compra a acoplarse constantemente a las exigencias de este nuevo mercado.

Según Quiroa (2021) nos dice que los beneficios que brinda la buena realización de la gestión de compra son:

##### **(1) Reducir costos**

El área de compra, al tener un entendimiento claro de los bienes y servicios que se venden en el mercado, debe de tener en cuenta el conocimiento preciso de las



medidas idóneas, que garanticen el abastecimiento de la cadena de suministros en su proceso de producción, lo que llevara a la empresa a su subsistencia.

Siempre se debe y se tiene que negociar con los mejores términos en los contratos, para así tener un mayor flujo de efectivo, consiguen así una correlativa reducción de costos y un mayor flujo de efectivo.

### **(2) Progreso en la Calidad de Suministros y Servicios**

La buena relación en la gestión de compra ayuda a las empresas identificar las mejores opciones de proveedores, teniendo así el mejor producto de la mejor calidad.

Es por ello que algunas organizaciones trabajan conjuntamente con sus proveedores, para la mejora en el incremento de todos sus procesos de la línea organizacional.

Las organizaciones que quieren brindar a sus clientes un buen servicio, con el mejor producto, a precios óptimos, deberán de tener en sus filas, buenos proveedores para obtener así el mejor abastecimiento de suministros y su posterior proceso de producción.

### **(3) Garantía de Suministros y Minimización de Riesgos**

El área de compra se deberá de tener un conocimiento claro de todo lo que se ofrece en el mercado global, los cuales son importantes para la subsistencia de la organización, ya que la adquisición de buenos suministros, serán la base del producto final presentado, por lo tanto, se debe de conocer las medidas idóneas que garanticen el abastecimiento de las cadenas de suministro en sus procesos de producción.

### **(4) Mejora la Competitividad**

Por último, si el departamento de compras realiza de manera eficiente su trabajo logrará aumentar considerantemente la competitividad de la empresa y es que

la buena gestión en esta área lograra la optimización de los costos, una mayor satisfacción por parte de los clientes de la empresa y el desarrollo de nuevos productos, todo esto sin duda alguna mejora la posición competitiva de la organización.

### **-Estrategias de compra**

Según Campos (2018) las empresas que realiza una estrategia de compra clara, con una hoja de ruta muy bien detallada y medibles, tendrán más éxito que aquellas que no la tengan. La estrategia de compras se puede definir como: un plan que mejore los costos externos, las actividades de compras y otras aportaciones valiosas para respaldar y alinearse con la estrategia general de la empresa.

Las buenas estrategias facilitan la participación de las partes interesadas, que son clave del negocio a través de objetivos y decisiones claramente definidos, que están destinados a lograrlos. Por lo tanto, cada estrategia no es igual y depende de los siguientes factores: la situación actual de la empresa de compras, a visión de la empresa en el campo, las situaciones reales de los mercados, los planes completados, etc. y lo más importante, la estrategia de la empresa.

Los tres componentes más relevantes de una estrategia de compra son:

- Existen oficialmente
- Que se oriente en los componentes correctos
- Tener un proceso para hacerlo realidad y medir su éxito.

Para Wattanajantra (2021) si las estrategias de compra son muy bien ejecutadas, es muy probable que la satisfacción del cliente al que se quiere llegar se eleve, así mismo los costos de la cadena de suministros se reducirán, como también hará que los trabajadores utilicen los sistemas y procesos como se deben y como beneficios finales se obtendrán las ganancias deseadas.

La gestión de compra representa una parte importante de los costos de una empresa. Una estrategia competente de la gestión de compra permite a las organizaciones contestar a las nuevas propuestas del mercado actual y les contribuirá hacerle frente a tiempos de incertidumbres económicas o turbulentas y a los efectos de la globalización.

### **-Ventajas y aspectos a detallar de la gestión de compra**

Para Quiroa (2021) si se pudiera determinar los distintos puntos con un matiz general, esta se abreviará en ventajas de la gestión de compras, que se debe comprender si es que se quiere realizar el buen funcionamiento del área de compras y estas son:

#### **1. Rebaja de Costos-Objetivo fundamental en la gestión de compras**

Cuando se fija las políticas de aprovisionamiento o adquisición de suministros en una empresa, se debe tener en cuenta que se debe de resaltar como objetivo principal la reducción de los costes.

Los indicadores de compra de una organización siempre se rigen a sus características, que se ciñen a las funciones económicas realizadas por la empresa. La gestión de compras bien efectuada en una organización puede llegar a minimizar los costes, por medio de las siguientes maneras:

- Se deberá de incrementar el nivel de cantidades de pedidos, por lo consiguiente, se debe asegurar el compromiso de la compra y la maximización el tamaño del nivel de entrega, puesto que todo esto se deberá de tomar en cuenta al momento de planificar la compra o las adquisiciones de suministros.
- Realizando una táctica de aprovisionamiento centralizada, agrupando así a los parámetros y proveedores con los que se trabajara, de esta manera se puede hacer una ejecución de compras más óptimas que eleve, refuerce y mejore la

postura de la empresa con respecto a las negociaciones y la interacción con otros individuos externos.

- Acoplarse de una mejor manera a este mercado de abastecimiento, de tal forma que al ejecutar las actividades de abastecimiento se tenga una noción clara y aproximada de las alternativas que pueda ofrecer estos mercados en un efecto apropiado.

Para que se pueda estudiar mejor las ventajas de las compras en una organización, se debe analizar de una manera variada y sistemática las distintas opciones globales que existe en el abastecimiento y esto se deberá realizar por sistemas tecnológicos o cómputos que cuenta la organización, para que con ello se garantiza mejor los planes de optimización de esta área.

## **2. Reducción de Riesgos-Actividades como componentes de Seguridad.**

Al momento de planificar una compra se debe de programar como indicador la reducción de los riesgos que conlleva las aplicaciones esta herramienta.

Solo cuando ocurre una falencia en las compras, la organización deberá hacer una retroalimentación y verificar el porqué del fallo. Esto garantizará que estos errores no vuelvan a ocurrir, logrando así una implementación de compra exitosa, sin falencias, segura y eficiente.

Riesgos que las empresas hacen frente al momento de adquirir un producto:

- **Riesgos económicos:** Conlleva todo lo relacionado con los intereses, tipos de cambio monetario, créditos, entre otros.
- **Riesgos impredecibles:** Todo lo relacionado con el ámbito natural, social y ambiental.

- **Riesgos de tácticas:** Geopolítica, relación cliente, competitividad y desarrollo de mercado.
- **Riesgos funcionales:** Aprovisionamiento, control, capital humano, interacción entre adquisición y aprovisionamiento.

### **3. Relación área de compras-proveedores**

Según Marcet (2019) algunas de las organizaciones hacen de las interacciones con los vendedores una parte esencial de su cultura. Para unos son socios, para otros, son presas aplastantes. No es igual ser socio que ser cazador. Ciertas organizaciones utilizan su poder adquisitivo, para impulsar a sus compradores mucho más allá de sus posibilidades. Les proporcionan suficiente aire para evitar su ahogamiento. Confían en sus beneficios, sin pensar los beneficios de sus proveedores. Cuando llega el momento de innovar o mejorar la agilidad, encuentran a sus vendedores derrotados, sin competitividad, sin posibilidad de reacción y con miedo. Existen algunos responsables de compras que interpretan su labor como un abuso o maltrato.

Por otro lado, existen empresas que tratan a sus proveedores como mucha empatía, pese a las apuestas de competición por ellas. Estas empresas entienden que su capacidad de distinción es más fácil si toda la cadena de valor está influenciada por ella.

La Co-innovación muestra más agilidad. El mismo compromiso de concentrarse en un cliente final. Existe también la tensión de precios y puede ser muy dificultoso, pero existe confianza y desafíos compartidos. La construcción de la idea ganar o ganar no es sencilla, pero es más estratégico y rentable a lo largo del tiempo.

#### **4. Oportunidad de mejora y requerimientos**

Según Changanquí et al. (2018), una buena gestión de compras ayuda a alcanzar los objetivos estratégicos de una empresa, las organizaciones realizan compras a tiempo y aumentarán la productividad organizacional. Además, estas se utilizan para orientar, controlar y dar transparencia tarifaria.

Algunas de las herramientas que se llegan a utilizar para la mejora de la gestión de compras de manera metodológica son, los enfoques de Lean Management, que se centran en la eliminación de actividades innecesarias, y el valor añadido en benéfico al cliente.

Para lograr la integración de las de una empresa, es oportuno e importante, que sea necesario tener previamente la información relacionada con el negocio, tecnología y la gestión de proyectos. Una vez determinado las actividades realizadas durante el año, los mandos directivos enviarán información a la casa matriz, que es el departamento de logística, que analizara las necesidades, requeridas, puesto que tomarán en cuenta las compras anteriores y el inventario actual.

Por otro lado, Vermorel (2020) el tiempo de respuesta es el atraso entre el inicio y el final del proceso. En la gestión de compra, cada vez se adquiere, construye o repara un producto, el tiempo de entrega, generalmente se mide en la cantidad de días que lleva completar el desarrollo. Desde la perspectiva de la planificación, los plazos de entrega son primordiales, porque implica que la mayoría de las decisiones deben de tomarse con anticipación, para así lograr el objetivo esperado, uno de los cuales es el perseverar un servicio de calidad. Además, el prever la demanda mayormente llega a ceñirse de la efectividad de los plazos de entrega (como el de un reabastecimiento del

producto), ya que están sujetos a situaciones futuras inciertas que alteraran a la gestión de compra o aprovisionamiento mientras perdure el tiempo de la entrega del producto.

### **2.2.2 Capacitación del Personal**

Según Gestión (2020) indica que se entiende como capacitación del personal, a las actividades de formación que llevan a cabo las empresas u organizaciones orientadas a la aplicación de conocimientos, habilidades, conductas y actitudes de sus colaboradores. Además, estas dichas actividades varían según la empresa y sus proyecciones que desean alcanzar.

Para Malasaña (2020) en el mundo empresarial, es la herramienta fundamental para toda actividad realizada en una organización, se requiere de este proceso de transmisión de conocimientos al personal para así desarrollar sus capacidades y habilidades, permitiendo que aumenten sus competencias para desempeñarse con éxito dentro de su área de trabajo. Asimismo, elevando la calidad y la productividad de la empresa, convirtiéndola en altamente competitiva cuyo objetivo es incrementar la potencialidad del personal para atender los retos que se derivan de los planes de desarrollo en concordancia con la visión empresarial a través de las diferentes técnicas que se desarrollaría en la medida de lo posible, con la finalidad de un resultado positivo

En resumen, la capacitación del personal llega hacer como una formación y esto las empresas lo deben de ver como una inversión, más no como un gasto, ya que esta formación dota a los trabajadores de habilidades necesarias para el mejor funcionamiento de sus actividades y que se vean reflejadas en la productividad diaria.

Uno de los desafíos claves para agregar nuevos talentos a su fuerza laboral, es el proceso de incorporación y adiestramiento. Ya que, si no se cuenta con una estructura o un modelo a seguir, se puede dar el riesgo de perder producción y además

perder tiempo en la organización. El método de capacitación en los nuevos trabajadores es primordial en una organización, puesto que la mayoría de estas empresas tienen un periodo de prueba generalmente de 15 a 3 meses. Además, si no se cuenta con un método de adiestramiento, el nuevo talento incorporado fallara y puede juzgar mal en condiciones desfavorables. (Adecco, 2018)

Según Jaime (2022) indica que la capacitación solo debe tener lugar cuando las personas se unen a la organización, pero la formación correcta de hacerlo es tratarla como un proceso continuo, porque todo está en constante evolución. Independientemente del puesto o departamento, y la capacitación es la manera de mantenerse siempre vigente, apto y rentable.

Siempre que las organizaciones entiendan que la formación es vital para todas las partes de la empresa, en términos de habilidades, cualidades, conocimientos y motivación, entre otros, que podrán así beneficiarse globalmente.

#### **2.2.2.1 Importancia de la Capacitación del Personal**

Según Adecco (2020) la capacitación es un proceso continuo y permanente, por lo que es una herramienta imprescindible de resultado positivo en las organizaciones que se da al personal para contar con trabajadores capacitados eficientes para el desarrollo de sus actividades, por ello es una tarea que deberá tener presente el gerente o líder, ya que son los responsables de la formación del personal a su cargo en proporcionales nuevos conocimientos necesarios para el desempeño de un puesto tanto al personal de nuevo ingreso, como a los que ya tienen experiencia respectivamente en muchas organizaciones, algunas empresas consideran esto, como un gasto innecesario sin darse cuenta que es una inversión rentable, y no es un gasto, porque conlleva al incremento de la rentabilidad de la empresa e incluso da grandes



ventajas a las personas, a la empresa e incluso a la comunidad. Este proceso lleva a la organización a la mejora continua con el fin de implantar nuevas formas de trabajo, porque es necesario resaltar que los cambios de la tecnología y del tiempo ya no son como antes.

Los principales beneficios de una capacitación al personal de una empresa:

- (a) Adaptación a los rápidos cambios sociales
- (b) Incrementa la productividad y la calidad del trabajo
- (c) Evita la obsolescencia de los conocimientos del personal
- (d) El personal se siente identificado con la organización
- (e) Disminuye la tasa de rotación de los trabajadores
- (f) Aumenta la rentabilidad
- (g) Prevención de accidentes laborales
- (h) La empresa se vuelve más estable y flexible
- (i) El avance de la tecnología en todos los puestos de trabajo
- (j) Motivación del personal en su rendimiento
- (k) Reclutamiento y selección del personal

Para Jimenez (2021) la capacitación es muy importante, ya que facilita el desarrollo personal y profesional de los empleados, y llega a favorecer la identificación de los colaboradores con su organización.

Las empresas deben tener en cuenta que la formación le dará a cada uno de sus empleados las herramientas necesarias para funcionar con eficacia y eficiencia, puesto que, si se invierte en la formación empresarial, todas las partes involucradas estarían ganando.

Para Zevallos & Paredes (2019) dicen que así mismo como las empresas requieren de trabajadores que puedan hacerles prosperar, los colaboradores también han expresado su voluntad de unirse a organizaciones que satisfagan sus requerimientos de motivación y superación, alineando así los intereses de la empresa y sus empleados. Por lo tanto, los empleados deben estar capacitados en ciertos temas y necesidades que sean relevantes para las necesidades de la organización y que hagan que los colaboradores se sientan cómodos en su trabajo y entorno. Los colaboradores altamente motivados lograrán mejores resultados, lo que se verá reflejado en sus actividades en el campo laboral, todo depende de un adecuado y efectivo proceso de capacitación.

Además, para Padilla (2017) la capacitación de los colaboradores es necesaria porque de esta manera se contribuye al desarrollo y fortalecimiento de sus conocimientos, habilidades, posturas y comportamientos para que realicen su trabajo siguiendo las mejores prácticas. El desarrollo y progreso de un programa de formación, tanto general como individual, ayuda a comunicar mejor los valores de la empresa, fomentar una mejor integración y desarrollar empleados competitivos que compartan una visión común de la empresa. Esto ayuda a toda la organización a moverse en la misma dirección para lograr objetivos comunes. La clave para la implementación exitosa de un programa de adiestramiento, es el resultado del esfuerzo colaborativo, los líderes de la organización deben apoyar y creer en los beneficios de la estrategia, el capacitador debe tener el conocimiento necesario, mensaje esencial, proactivo y positivo para desarrollar a los estudiantes voluntad y apertura.

Así mismo, para Gerens (2017) indica que la formación continua de los empleados ayuda a desarrollar el talento dentro de la organización. Al mantener a sus

empleados actualizados con las últimas habilidades, puede aumentar la productividad al evitar errores fundamentales menores. También puede dar nueva vida a viejas misiones. Además, mantener a los empleados actuales cuesta menos que contratar nuevos empleados.

Existe una clara relación entre el adiestramiento y la productividad. Cuando los trabajadores estén de acuerdo y unidos con sus actividades laborales y con la empresa en la que trabajan, el desempeño que realizan automáticamente será apreciado y reconocido, desarrolla una cultura que fomenta el alto rendimiento y la productividad.

### **Tipos de Capacitación del Personal**

Para Buk (2021) existen múltiples tipos de capacitación que se pueden aplicar a los trabajadores de distintas empresas, así mismo que se pueden orientar según los requerimientos que buscan obtener dichas empresas, fijándose en un ambiente laboral o personal. La finalidad es que el colaborador repercute con claridad sus actividades de sus responsabilidades. Algunas de estas capacitaciones que se desarrollan son las siguientes:

#### **1. Capacitación de preingreso**

Tiene como finalidad poner a prueba a los postulantes durante una selección por un puesto laboral, para saber cuál es su reacción durante determinados escenarios.

#### **2.Inducción Laboral:**

Se sumerge más sobre las funciones laborales del puesto. En este tipo se presenta todo lo concierne a la organización, tal como, la misión, visión y objetivos de la empresa, así como también las actividades que requiere el colaborador para integrarse al grupo de trabajo.

### **3.Capacitación Promocional:**

Se enfocan en maximizar las habilidades del trabajador o la adquisición de nuevas competencias para poder ser promovido dentro de la empresa, y llegar a adquirir rangos laborales más altos.

#### **2.2.2.2 Elementos de la Capacitación del Personal**

Según ISO19600 (2019) se deben identificar las necesidades específicas al momento de realizar la capacitación en el que se procede, a la planificación de uno o varios programas en el que determina la evaluación del personal, donde el supervisor ejecuta la información en el que le permite corregir cualquier diferencia que haya encontrado y poder brindar un reforzamiento respectivo ante el proceso de capacitación mediante el inicio, durante y al finalizar, para así alcanzar los objetivos propuestos en corto plazo.

Dentro del programa de capacitación se considera 4 elementos importantes:

##### **(a) Liderazgo**

Es una persona proactiva que guía e influye dentro de un grupo específico de personas que aporta, por el cual fomenta la disciplina que deliberadamente ejerce y orienta el talento que estimula a los miembros con una o varias metas en común creando a su vez un buen ambiente laboral mediante la normativa interna, por lo tanto, también reciben una capacitación de cumplimiento continuo y periódico por lo que la metodología cambia y la empresa debe actualizarse adaptándose a los cambios constantes que han de surgir en el tiempo.

##### **(b) Información actual, relevante y verificable**

Destacar una información actualizada, un conjunto organizado de datos procesados que lleva a un significado y cuyo objetivo es ampliar conocimientos,

aportar ideas sobre un tema específico de manera eficaz y entendible, de lo contrario los resultados pueden ser contraproducentes. Es por este motivo, que para el cumplimiento de un buen programa de capacitación se debe:

- Disminuir riesgos
- Recordar a los trabajadores sobre el cumplimiento de sus responsabilidades
- Proteger la integridad de la empresa
- Eliminar los riesgos especiales en el que se asuma una responsabilidad legal por negligencia profesional

### **(c) Accesibilidad**

Contemplar en que el trabajador aprenda una responsabilidad mediante su desempeño real y constante, en el que se lleva a cabo por medio un sistema formal de evaluación, para ello este programa debe tener un fácil acceso y una disponibilidad en un horario adecuado para no perjudicar las horas laborales y no generar un obstáculo frente a las tareas designadas de cada trabajador.

### **(d) Mejora continua y análisis**

Es parte del desarrollo de la empresa, en que determina las actividades que se pueden mejorar en el proceso de la capacitación, donde al obtener estos resultados se puede establecer una metodología de mejora mediante los indicadores de rendimiento, compromiso, ideas u opiniones. De este modo, el objetivo es encontrar dificultades, ineficiencias para luego desecharlos a través de un proceso eficiente y gestionarla paso a paso.

Según Palacios (2021) en varias empresas, algunos ven la capacitación como un costo sin fundamento, pero en realidad es una inversión que beneficia tanto a la empresa como a sus empleados.

La formación en las empresas, es una de las inversiones más rentables que puede y debe efectuar una organización. La adecuada planificación de los componentes de recursos humanos en una empresa requiere de una política de capacitación continua. El jefe o líder debe de ante todo preocuparse por su propia formación y asumir la responsabilidad principal de la formación de aquellos de los que es responsable. Como resultado de todo esto, los grupos de trabajo mejorarán su eficiencia.

Actualmente la capacitación debe de ser un proceso constante, ya que hoy en día, tanto la tecnología, como el conocimiento están cambiando y evolucionando constantemente. Los profesionales o técnico deberán actualizarse periódicamente, o de lo contrario quedarán obsoletos y no podrán contribuir a que la organización sea más competitiva y eficaz. Además, que la capacitación contribuye en la mejora de distintos ámbitos tales como:

1. En la empresa:

- Puede mejorar la eficiencia y calidad en la organización.
- Mejora los ingresos económicos.
- Incrementa la moralidad de los empleados.
- Contribuye a la resolución de problemas cotidianos presentados.
- Reducción de la necesidad de monitoreo.
- Disminuye los accidentes laborales.
- Aumenta la estabilidad y flexibilidad de la empresa.
- A menudo hace que los trabajadores se sientan identificados con la organización.

2. En el ámbito individual:

- Resolución de problemas individuales y a su posterior toma de decisiones.
- Incrementa las cualidades de comunicación de cada individuo.
- Ayuda a la obtención de metas personales.
- Incrementa la seguridad personal y elimine el miedo al fallo o la ignorancia.
- Interacciones humanas en el ambiente interno
- Incrementa el nivel comunicativo entre individuos.
- Ayuda al nuevo personal entrante.
- Dispone información sobre la normativa oficial.
- Hace que las reglas de la empresa sean variables.
- Fomenta la unión de grupo
- Brinda un ambiente de conocimientos excelente.
- Transforma a la empresa en un buen ambiente de trabajo.

Así mismo, Pérez (2021) determina que los mayores desafíos a los que combaten actualmente las empresas, es contar precisamente con excelentes trabajadores, que estén muy bien capacitados, que atreves de sus componentes, habilidades, actitudes e inteligencia, puedan ayudar activamente a alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa, y que a la misma vez las motiven y sepan desarrollar. Como resultado, la evaluación del desempeño se convierte en una herramienta de gestión indispensable y cada vez más utilizada, que permite descubrir las fortalezas y debilidades de los grupos de trabajo como motor del desarrollo de la empresa.

El objetivo primordial de evaluar el desempeño de una organización es determinar el valor del trabajo que realizan los empleados en la empresa, de igual

manera es útil para medir qué tan competitiva es una organización, ya que, si su equipo de trabajo está demostrando su desempeño, logro individual, objetivos y áreas, beneficiarán a toda la empresa.

Las evaluaciones de un grupo, son una práctica cada vez más común en las empresas de hoy y además de ser una medida de resultados, vale la pena ver cómo las personas perseguirán las metas que la empresa se ha fijado para ellos y colaboraran con toda la organización como un trabajo global. Los equipos de interés otorgan a las organizaciones un valioso margen competitivo.

### **-Plan De Capacitación del Personal**

Según Reyes (2017) es una serie de acciones dirigidas a integrar al capital humano a los proyectos de la empresa o instituto con la finalidad de impulsar el buen desarrollo de las técnicas, actitudes y conocimientos para así poder potenciar el desempeño laboral.

Puntos para desarrollar un plan de capacitación al personal:

- (a) Identificar y estudiar los requerimientos de la capacitación. Es decir, averiguar que habilidades y posturas se necesitan para mejorar el desarrollo y desempeño del capital humano de la empresa.
- (b) Decidir si el programa de capacitación debe de ser externa o interna. Esto quiere decir si es que el plan de capacitación será desarrollado internamente por la empresa o se implementará un agente externo.
- (c) Definir los objetivos de entrenamiento. Es decir, ¿Por qué se necesita capacitar, que concepto se busca reforzar o logra a través de la capacitación del personal?



- (d) Determinar quién debe de ser capacitado. Especificar si se trata de un entorno determinado, de un puesto o perfil en singular. Esto está específicamente relacionado con el resultado de encuesta de necesidades, ya que es necesario establecer qué departamento necesita ser capacitado, en una determinada actividad o actitud.
- (e) Métodos y lugares de capacitación. Establecer, que método de capacitación es el mejor: presencial, híbrido o en línea. Para reunirse en persona, indique el lugar físico donde se llevará a cabo la formación. Por otra parte, si es en línea, se estudiará si ya existe la estructura técnica requerida o si es necesario implementar la tecnología adecuada.
- (f) El contenido de la formación tiene que ser claro. Se trata de los conocimientos, técnicas o postura que el área del capital humano necesita adquirir, dominar y aplicar en su desempeño y formación.
- (g) Evaluar el efecto de la formación. Dicho esto, se debe de tener claro las utilidades y ganancias que traerá al negocio u organización.
- (h) Decretar como se llevará a cabo la capacitación. ¿Cómo se realizarán las actividades y procesos de aprendizaje?

### **-La Comunicación**

Así mismo, Bizneo (2022) dice que la productividad de una organización está profundamente relacionada con una motivación a sus colaboradores. El emplear en una buena comunicación central o interna es primordial para el buen manejo de cualquier organización. Una pésima comunicación en una empresa podría provocar pérdidas de hasta un 15%. Por lo tanto, es importante desarrollar estrategias especializadas para mejorar la interacción o comunicación entre las áreas en una

empresa, ya que esta decisión será crucial para incrementar sus ganancias. Se debe de tener siempre en cuenta las opiniones de los trabajadores, como también se debe de mejorar los canales de comunicación interna entre ellos y sus directivos, tiene un efecto positivo, con ello se podrá aumentar el compromiso, y la motivación.

La comunicación en las áreas internas de una empresa viene hacer una estrategia de gestión e integración de equipo de los recursos humanos de la empresa. A veces solo se usa para informar y en otras se usa para incentivar, persuadir, recordar o explicar cosas interesantes que aumentan la productividad de los colaboradores. A través de una comunicación adecuada con la empresa, los empleados entienden mejor la organización y son actos de comprender y comunicar los valores de la entidad a los compradores, porque conocen directamente lo que hace la empresa, operan sobre la base de qué facilidad tiene, qué objetivos que tiene y proyectos implementados, etc.

#### **-Capacitación en la Prevención de Riesgos Laborales**

Para Terramar (2019) indica que las organizaciones necesitan trabajadores bien formados para desempeñar sus funciones, con el fin poder aumentar su capacidad y producción. La instrucción profesional amplía la formación normativa del trabajador y también tiene por objeto la adquisición de nuevos conocimientos y destrezas necesarios para el desempeño de las funciones asignadas de manera eficiente, responsable y segura. La formación en peligros internos en el trabajo, tiene como finalidad proporcionar conocimientos que ayuden a los empleados a evitar accidentes en la empresa y así ayudar a construir una cultura de persuasión preventiva. En síntesis, general, la formación profesional y sistemática, hoy ya no es una opción, sino una necesidad específica en el contexto presente del mundo del trabajo.

Así mismo, para Giraldo (2021) indica que la formación en seguridad y salud en el trabajo es una acción o totalidad de actividades organizadas, sistemáticas y estructuradas, destinadas a ampliar los conocimientos, tácticas o destrezas de un grupo de individuos. Estas acciones deben llevarse a cabo de manera planificada y sostenible, y su objetivo principal es facilitar diversos mecanismos de advertencia. El adiestramiento en la prevención de accidentes y salud en una empresa, viene a corresponder a las supervisiones administrativas de dirección de riesgos que están en todas las matrices de riesgos, teniendo como finalidad prevenir incidentes, accidentes y enfermedades que se puedan presentar internamente en la organización. Es primordial tener en cuenta que, al capacitar a los empleados en temas de salud y seguridad ocupacional, no es solo por el cumplimiento de los requisitos legales, sino por salvaguardar la seguridad del capital más importante de una empresa que es el capital humano.

### **III. HIPÓTESIS**

Esta presenta investigación estudio las características de la Gestión de compra y Capacitación del personal, en las Mype, rubro panaderías, en La Unión – Piura, año 2022. No obstante, este estudio no cuenta con hipótesis por ser una investigación cuantitativa, descriptiva y es que solo se enumeran las características y las variables. Según Hernández (2019) las investigaciones cuantitativas pueden omitirse del planteamiento de la hipótesis, ya que no se hacen suposiciones previas, y es que se busca averiguar, desde lo subjetivo, la aclaración o interpretaciones de las personas acerca de los fenómenos de la realidad que se indagan, por lo que no hay medición posible.

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1 Diseño de la Investigación

El tipo de investigación fue de carácter cuantitativo, puesto que se midió científicamente las variables estudiadas, las cuales son: Gestión de compra y capacitación del personal en las Mype, rubro panadería en La Unión – Piura, año, 2022.

Cuantitativo porque, según Rus (2021) comenta que los estudios cuantitativos son aquellas que miden o analizan el volumen de los datos. Siendo esta la única que planteé conclusiones extrapolables, a un grupo más elevado que el investigado. Las investigaciones de tipo cuantitativa, suelen ser los primeros pasos antes que los cualitativos, por medio de un tipo de investigación exploratoria. Es por eso que esta investigación es cuantitativa, ya que se empleó un método de selección y recojo de las propiedades de los habitantes a analizar. Así mismo, el investigador solo se dedicó a la situación o hechos y los llevo a plasmar en un entorno real en un periodo determinado.

Para Mejía (2020) comenta que estas investigaciones también son llamadas investigaciones de diagnóstico, ya que la mayoría de estas investigaciones que se empiezan a escribir o estudiar y no pasan de este nivel. Lleva a convertirse ciertamente en la caracterización de los fenómenos, indicando sus rasgos más peculiares o diferente. Es por ello que la presente investigación es carácter descriptivo, ya que ayudó al investigador a describir las cualidades de las variables de gestión de compras y capacitación del personal, por ende, no hubo manipulación de estas, logrando así el éxito del estudio e interpretación de las dimensiones con sus respectivos indicadores

Para Montaña (2021) en la investigación no experimental las personas encargadas de dicha investigación, observan los fenómenos tales como pasa, sin la

intervención en su desarrollo. Es así que esta investigación es de un diseño no experimental, ya que se examinó y calculó los indicadores de la gestión de compra y capacitación del personal en las Mype rubro panaderías en La Unión-Piura, año 2022, así como también, no se llegó a manipular estas variables y simplemente se basó en la observación de los hechos y fenómenos que fueron estudiados en su entorno natural. Además, la investigación de corte transversal, llega a hacer la recolección de información en un solo corte de tiempo.

## 4.2 Población y Muestra

### Población

Según Fuentelsaz (2018) es una colección de componentes o sujetos que reúnen las cualidades que se aspiran a estudiar. Cuando se reconoce la cifra de los individuos que lo conforman, hay que hablar de una población limitada o finita, y cuando no sucede esto se puede hablar de un porcentaje ilimitado de personas o población infinita.

**Población:** Se llegó a utilizar una población de 03 Mype del rubro panaderías, La Unión – Piura, año, 2022, las cuales son conformados por 20 trabajadores.

*Cuadro 1: Relación de Mype*

N°	Mype	Trabajadores	N° de trabajadores
01	Panadería “A” Calle Lima cercado	4 panaderos	8
		3 personal de servicio al cliente	
		1 caja	
02	Panadería “B” Calle Lima	3 panaderos	6
		2 personal de servicio al cliente	
		1 caja	
03	Panadería “C” Calle Alan García Barrio San José	3 panaderos	6
		2 personal de servicio al cliente	

		1 caja	
<b>Total</b>			<b>20</b>

*Elaboración propia*

La población para las variables, gestión de compra y capacitación del personal es finita, ya que está relacionado plenamente a los trabajadores de las Mype ya mencionados con anterioridad, los cuales hacen un total de 20 trabajadores.

### **Muestra**

Es el subconjunto de la población, viene hacer el conjunto de personas o entes que realmente se van a estudiar. Para generalizar un resultado de una muestra a una población, debe de ser representativo de esa población. Es por ello, que se debe de determinar claramente los criterios de inclusión y exclusión, y lo más importante, se deben de utilizar los métodos de muestreos adecuados para así asegurar la representativa mencionada. (Fuentelsaz, 2018)

Para López (2018) es un porcentaje estadístico de cifras pertenecientes a un grupo de datos. Habla estadísticamente, que se debe de incluir un número suficiente de observaciones para representar la población de los datos.

**Muestra:** Para los trabajadores de estas Mype se llegó a contar con una cantidad de 20 personas, debido a esto no se requiere del uso de métodos estadísticos o matemáticos, por lo que la muestra total y única de individuos investigados es de 20 trabajadores.

Para la selección de la muestra se utilizó la técnica de muestreo de tipo no probabilísticas por conveniencia, ya que según Otzen & Manterola (2017) indica que la selección de individuos a investigar dependerá de ciertas características, criterios, entre otros, en los que los investigadores hayan considerado en ese momento, puesto que este tipo de muestra no se ajusta a una base de probabilidad, así mismo de que

existe la libre participación y accesibilidad momentánea de los individuos del muestreo para la colaboración del estudio. Además, comenta que es por conveniencia, ya que posibilita al investigador a seleccionar los casos disponibles, debido a que se basa fundamentalmente en la accesibilidad acomodada o conveniente de los sujetos a investigar. Así mismo, se llegó a tomar en cuenta los criterios de inclusión y exclusión.

Los criterios de inclusión que se les aplicó a los trabajadores vienen hacer:

- Trabajadores del rubro panadero con más de 1 año en esos establecimientos.
- Trabajadores comprometidos con el rubro.

Los Criterios de exclusión que se les aplicó a los trabadores son:

- Personal sin el tiempo o disponibilidad para la resolución de la encuesta.
- Personal no comprometido con el rubro.
- Personal reacio, para participar en el cuestionario.
- Personal con algún problema mental.

*Cuadro 2: Fuentes de información*

<b>Variables</b>	<b>Mype</b>	<b>Población</b>	<b>Elementos de la población</b>	<b>Muestra</b>
Gestión de compra	Panadería "A"	Finita	4 hombres 4 mujeres	20 trabajadores
	Panadería "B"	Finita	3 hombres 3Mujeres	
Capacitación del personal	Panadería "C"	Finita	3 hombres 3 mujeres	

*Elaboración propia*



### 4.3 Definición y operacionalización de las variables

Cuadro 3: Matriz de Operacionalización de las Variables

VARIABLES	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala
Gestión de Compra	Conjunto de Movimientos que realizan las organizaciones para las adquisiciones de sus bienes y servicios. (Maraño2021)	Procesos	La dimensión “Procesos”, se midió con sus indicadores: “Identificación de la necesidad, evaluación de proveedores, abastecimiento, comunicación, tecnología y verificación del producto”, con la técnica encuesta y el instrumento cuestionario.	Identificación de la necesidad	1. ¿Se efectúa correctamente la verificación de los insumos necesarios antes de una compra?	Personal	Nominal
				Evaluación de Proveedores	2. ¿Existe una inspección adecuada al momento de seleccionar un nuevo proveedor?		
				Abastecimiento	3. ¿El presente procedimiento de abastecimiento utilizado por la empresa es el más adecuado?		
				Comunicación	4. ¿La empresa mantiene una comunicación constante con sus proveedores?		
				Tecnología	5. ¿Son aplicadas las nuevas tendencias tecnológicas en la empresa?		
				Verificación del Producto	6. ¿Se realiza un control minucioso del producto recibido?		
		Conocimiento del mercado	7. ¿Se cuenta con la información adecuada para la adquisición de las nuevas tendencias del mercado?	Personal	Nominal		

		Beneficios	mercado, mejora competitiva, manejo de compras, calidad del producto, garantía de suministros”, con la técnica encuesta y el instrumento cuestionario	Mejora competitiva	8. ¿La panadería implementa constantemente nuevas estrategias de compra?		
				Manejo de Compras	9. ¿Se efectúa tratos con los proveedores en términos de precio y calidad de suministros?		
				Calidad del Producto	10. ¿La panadería siempre adquiere insumos de calidad, para la elaboración de sus productos?		
				Garantía de suministros	11. ¿Los proveedores facilitan constantemente el producto requerido?		
Capacitación del Personal	Proceso de transmisión de conocimientos para el desarrollo de capacidades y habilidades del personal, para el éxito de las funciones a desempeñar. (Malasaña, 2020)	Importancia	La dimensión “Importancia”, se medió con sus indicadores: “Instrucción al personal, motivación, maximización de habilidades, adaptación a cambios, rentabilidad y productividad”, con la técnica encuesta y el instrumento cuestionario.	Instrucción al personal	12. ¿Usted fue instruido en sus actividades al inicio de su ciclo laboral?	Personal	Nominal
				Motivación	13. ¿La capacitación brindada genera en usted un ambiente laboral de satisfacción y motivación?		
				Maximización de habilidades	14. ¿La capacitación laboral ha incrementado sus habilidades personales?		
				Adaptación a cambios	15. ¿Considera necesario la implementación de nuevas estrategias de capacitación laboral?		
				Rentabilidad y productividad	16. ¿Cree usted que la aplicación de capacitaciones		

					incrementara la rentabilidad y productividad en la empresa?		
		Elementos	La dimensión: “Elementos”, se midió con sus indicadores: “Evaluación laboral, mejora continua, interacción constante y disminución de riesgos”, con la técnica encuesta y el instrumento cuestionario.	Evaluación Laboral	17. ¿Piensa usted que la aportación de sus habilidades innatas ayudará a alcanzar los objetivos planteados por la empresa?	Personal	Nominal
				Mejora Continua	18. ¿Cree usted, que la capacitación ha hecho que mejore constantemente el funcionamiento de sus actividades laborales?		
				Interacción constante	19. ¿Considera necesario la ampliación comunicativa entre las áreas de la empresa?		
				Disminución de riesgos	20. ¿Recibió la capacitación para la prevención de riesgos en su área laboral?		

Elaboración propia

#### **4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

En esta presente investigación de empleo la técnica de encuesta del instrumento cuestionario. La información se consiguió a través de una serie de interrogantes dirigidas a los trabajadores de las Mype rubro panaderías La Unión – Piura, año 2022, con el fin de entender su criterio y opiniones.

Según Pérez & Merino (2019) indican que la encuesta viene hacer una herramienta utilizada para el conocimiento de cualidades de un grupo determinado de personas, es un instrumento utilizado para le recojo de información y puede tratarse en múltiples variables, tales como económicos, que mide las cantidades, o como políticos, que mide las cualidades, entre otros. Para la realización de esta técnica se deberá efectuar un cuestionario de preguntas y estas deberán estar sujetas a los objetivos de estudio.

La técnica de recolección de información, mediante la realización de la herramienta cuestionario, es aplicada a un grupo de individuos por medio de un sector determinado. En esta técnica se pueden conocer las características, actitudes, opiniones y perspectiva de dichas personas. En la encuesta se realizan una serie de múltiples preguntas sobre uno o varios temas, con la secuencia de una serie de normas científicas que hacen que la porción selectiva de personas encuestadas, figuren como representación de una población general. (CIS, 2017). Es por ello que la encuesta aplicada a los trabajadores de las Mype rubro panaderías, La Unión – Piura, año 2022, se consiguió a través del desarrollo de las variables, gestión de compra y capacitación del personal con sus respectivas dimensiones, consiguiendo así a la población más apropiada para describir la autenticidad de los indicadores de la investigación.

#### 4.5 Plan de Análisis

Casanova (2018) establece este punto como una guía que indica como analizar y establecer los datos sobre una información tratada para que al momento de proponer tenga una concordancia con los objetivos propuestos, con el fin de obtener conclusiones para llegar a tomar correctas decisiones, por lo cual está relacionado a usar técnicas y se establecen a través de enfoques de manera cualitativa y cuantitativa. El análisis que se realice dependerá del tipo de investigación o de los datos recolectados antes de implementarla. Además, para esta investigación se utilizó un enfoque de análisis cuantitativo. En unión a esto, Abad (2020) menciona que el estudio de contenidos cuantitativos es un método que permite construir grandes cantidades de información no estructuradas (texto) con la finalidad de formar conclusiones válidas e interpretables. Es por ello que después de la recolección de datos, se pasó a la realización de los gráficos y tablas, concatenados según las variables, dimensiones e indicadores. También se llegó a utilizar una estadística descriptiva, Requena (2018) argumenta que la estadística descriptiva, es la secuencia estadística que recopila, analiza y califica un grupo de datos, con el fin de describir las cualidades y conductas de un conjunto de datos mediante proporciones agregadas, gráficos y tablas. Por ende, se llegó a calcular y tabular la información recopilada, con ayuda de la utilización de programas como el Excel, y Microsoft Word versión 2019, en un sistema operativo de Windows 10, así mismo, se procedió a la realización de las interpretaciones de los análisis de resultados que se obtuvieron a través del cuestionario, que fue validado con anterioridad por el magíster seleccionado.

#### 4.6 Matriz de Consistencia

Cuadro 4: Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Variables	Metodología
Caracterización de la gestión de compra y capacitación del personal en las Mype rubro panadería en La Unión – Piura, año 2022	¿Cuáles son las principales características que tiene la gestión de compra y capacitación del personal en las Mype rubro panadería en La Unión – Piura, año 2022?	<b>Objetivo general</b>	Gestión de Compra	Tipo: Cuantitativa Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental Corte: Transversal  Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Población: 20 trabajadores de (03) Mype del rubro panadero en La Unión - Piura.
		Determinar las principales características de la gestión de compra y capacitación del personal en las Mype rubro panadería en La Unión – Piura, año 2022.		
		<b>Objetivos específicos</b>		
		(a) Conocer los procesos de la gestión de compra en las Mype rubro panadería en La Unión- Piura, año 2022.	Capacitación del Personal	
		(b) Identificar los beneficios de la gestión de compra en las Mype rubro panadería en La Unión – Piura, año 2022.		
		(c) Conocer la importancia de la capacitación del personal en las Mype rubro panadería en La Unión – Piura, año 2022.		
(d) Identificar los elementos de la capacitación del personal en las Mype rubro panadería en La Unión – Piura, año 2022.				

Elaboración propia

#### 4.7 Principios Éticos

Plasmado el código de ética de la universidad católica, los ángeles de Chimbote en su versión 004 admitida a través la resolución N.º 0037-2021-CU-ULADECH con la fecha del 1 de enero del 2021, se tuvo en cuenta los siguientes principios:

**Protección de la persona:** en esta investigación los trabajadores de estas Mype rubro panaderías La Unión – Piura, año 2022, llegaron a tener una participación voluntaria, siendo la totalidad de los participantes mayores de edad, además se les respetó su derecho a la privacidad y el anonimato con el fin de evitar algún inconveniente.

**Libre participación y derecho a estar informado:** a los trabajadores de estas panaderías se les logró informar con anticipación del porqué de este estudio, así mismo se les notificó con amabilidad la opción que tenían, si es que deseaban abandonar la investigación cuando lo crean conveniente, con el propósito de buscar siempre la comodidad del participante.

**Beneficencia y no maleficencia:** en esta investigación siempre se buscó asegurar el bienestar de los participantes y reducir al máximo el riesgo de los trabajadores al momento y al finalizar la realización de la encuesta, puesto que se les respetó la privacidad y el anonimato de estos. Además, la realización de esta investigación servirá para estas Mype en la corrección de fallos que puedan tener, como también potenciar sus mejoras, así mismo este presente trabajo servirá como antecedente para otros posteriores investigadores.

**Justicia:** se les informó a los participantes de cuándo y donde serán publicados los resultados de esta presente investigación, así como también se les informó con anterioridad del porqué de la realización de este estudio, evitando siempre las prácticas

injustas de estas. Además, de que se tomaron en cuenta las opiniones o ideas constructivas que apoyen al desarrollo de la investigación, como también al mejoramiento de estas Mype, por ende, siempre hubo un buen trato equitativo hacia los trabajadores y de ellos recíproco.

**Integridad científica:** se evitó la alteración de la información obtenida, como también el seguimiento de los rigores científicos plasmados, ya que se llegó a citar y referenciar apropiadamente los autores seleccionados, así mismo, el instrumento de recojo de información fue previamente validado por los profesionales, siempre aplicando y respetando las pautas y régimen impuestos por la universidad.

**Cuidado del medio ambiente y biodiversidad:** se consideró fundamental el evitar poner en riesgo a los participantes de estas Mype al momento de realizar la investigación, ya que se implementó procesos de seguridad y respetando así constantemente los pasos a seguir con respecto a la bioseguridad establecida hoy en día por el gobierno.



## V. RESULTADOS

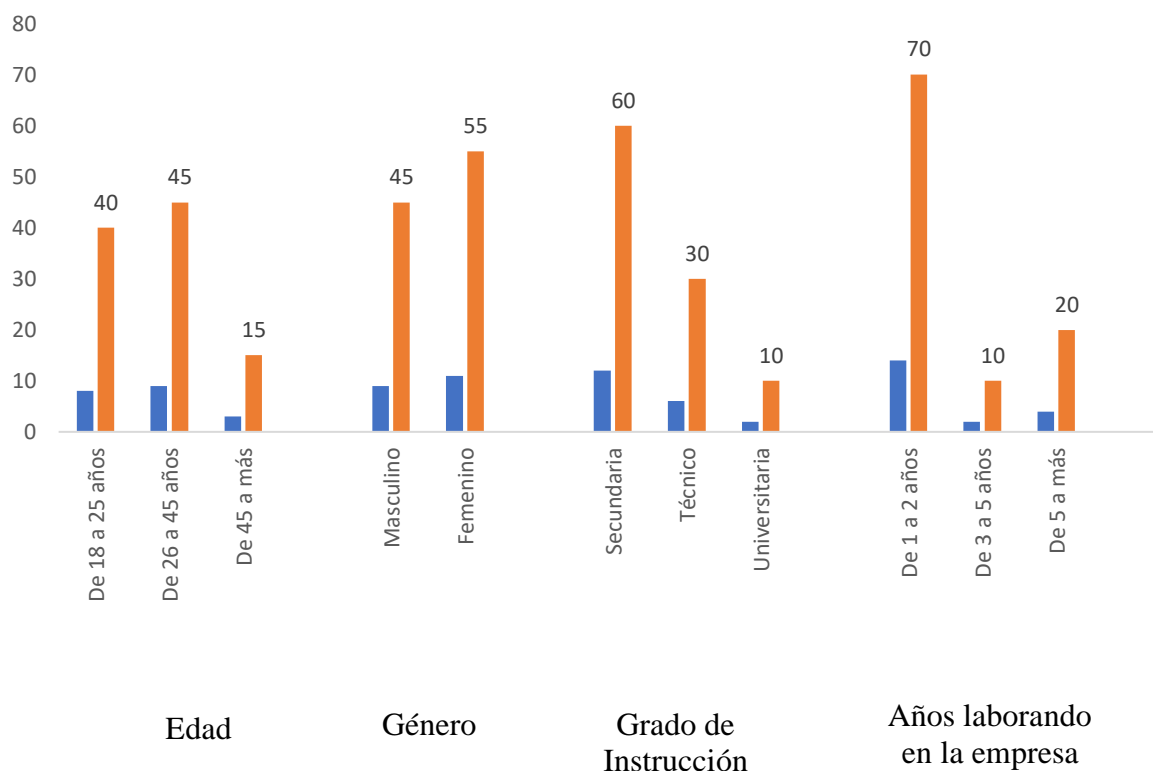
### 5.1 Resultados

**Tabla 1**

*Características demográficas*

Ítems	Frecuencia	Porcentaje	Total
	N	%	
<b>Edad</b>			
De 18 a 25 años	8	40	8
De 26 a 45 años	9	45	9
De 45 a más	3	15	3
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>
<b>Género</b>			
Masculino	9	45	9
Femenino	11	55	11
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>
<b>Grado de Instrucción</b>			
Secundaria	12	60	12
Técnico	6	30	6
Universitaria	2	10	2
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>
<b>Años laborando en la empresa</b>			
De 1 a 2 años	14	70	14
De 3 a 5 años	2	10	2
De 5 a más	4	20	4
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>

*Nota: Encuesta aplicado a los trabajadores  
Elaboración propia*

**Figura 1***Características demográficas*

*Nota: Gráfico de barras que representa las Características demográficas de los trabajadores  
Elaboración propia*

En la tabla 1 y figura 1, el 40% se encuentra en un rango de edad que ronda entre los 18 a 25 años, un 45% que se encuentra entre los 26 a 45 años y un 15% que excede la edad de 45 años a más. Además, con respecto al género indica que el 45% son masculino y un 55% son femenino. Así mismo, en el grado de instrucción que posee los trabajadores de estas panaderías, el 60% posee el grado de instrucción básico que es la secundaria completa, el 30% que posee estudios técnicos y un 10% cuenta con estudios universitarios. Por último, con relación a los años laborando en estas empresas, un 70% de los trabajadores llevan de 1 a 2 años, un 10% llevan de 3 a 5 años y un 20% llevan más de 5 años trabajando en estas panaderías.

### 5.1.1 Gestión de Compra

#### 5.1.1.1 Objetivo específico 1: Conocer los procesos de la gestión de compra en las Mype rubro panadería en La Unión – Piura, año 2022.

**Tabla 2**

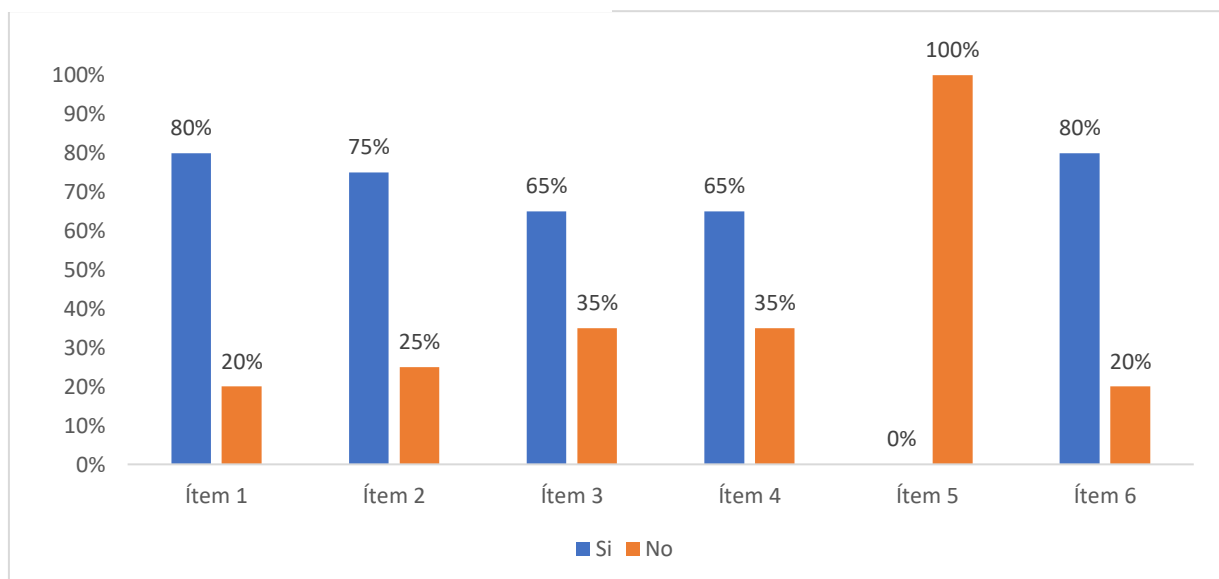
*Procesos de la Gestión de Compra*

N.º	Ítems	Si		No		Total	
		N	%	N	%	N	%
1.	¿Se efectúa correctamente la verificación de los insumos que se necesitan?	16	80	4	20	20	100
2.	¿Cree que existe una inspección adecuada de selección de proveedor?	15	75	5	25	20	100
3.	¿Piensa que el procedimiento de abastecimiento es el más adecuado?	13	65	7	35	20	100
4.	¿Piensa usted que se mantiene una comunicación con los proveedores?	13	65	7	35	20	100
5.	¿Son aplicadas las nuevas tendencias tecnológicas en la empresa?	0	0	20	100	20	100
6.	¿Cree que se realiza un control minucioso del producto recibido?	16	80	4	20	20	100

*Nota: Encuesta aplicada a los trabajadores en relación a los procesos de la gestión de compra. Elaboración propia.*

**Figura 2**

*Procesos de la Gestión de Compra*



*Nota: Gráfico de barras que representa los procesos de la gestión de compra. Elaboración propia.*

En la tabla 2 y figura 2, el 80% de los trabajadores de estas empresas consideran que si se efectúa correctamente las verificaciones de los insumos que se necesitan. Además, el 75% sostienen que, si se realiza una inspección adecuada al momento de seleccionar un proveedor, así mismo el 65% de los trabajadores creen que el procedimiento de abastecimiento utilizado por estos establecimientos es el más adecuado y un 65% piensa que las panaderías mantienen una comunicación constante con sus abastecedores. Por otro lado, un 100% indicaron que las tendencias tecnológicas establecidas en estos tiempos no son aplicadas por estas empresas, finalmente el 80% de encuestados sostiene que si se realiza un control minucioso del producto recibido.

**5.1.1.2 Objetivo específico 2:** Identificar los beneficios de la gestión de compra en las Mype rubro panadería en La Unión – Piura, año 2022.

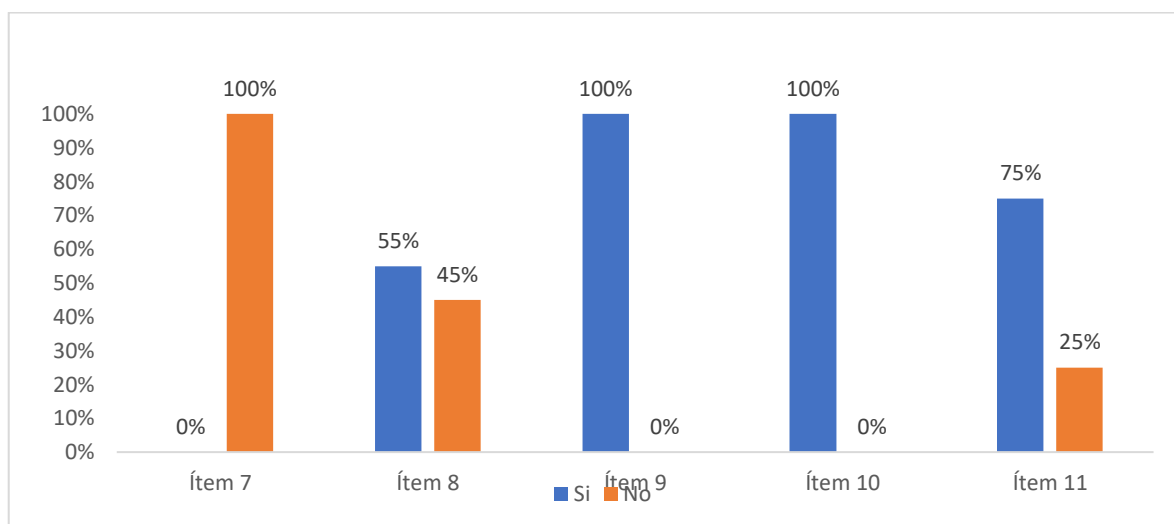
**Tabla 3**

*Beneficios de la Gestión de Compra*

N.º	Ítems	Si		No		Total	
		N	%	N	%	N	%
7.	¿Piensas que se cuenta con la información adecuada para la adquisición de nuevos productos?	0	0	20	100	20	100
8.	¿Piensa usted que se implementan nuevas estrategias de compra?	11	55	9	45	20	100
9.	¿Considera que se efectúa tratos con respecto al precio y calidad?	20	100	0	0	20	100
10.	¿Cree usted que se adquieren productos de calidad?	20	100	0	0	20	100
11.	¿Los proveedores facilitan constantemente el producto requerido?	15	75	5	25	20	100

*Nota: Encuesta aplicada a los trabajadores en relación a los beneficios de la de la gestión de compra.*

*Elaboración propia*

**Figura 3***Beneficios de la Gestión de Compra*

*Nota: Gráfico de barras que representa los beneficios de la gestión de compra*  
Elaboración propia

En la tabla 3 y figura 3, el 100% de los encuestados consideran que la panadería no cuenta con la información adecuada para la adquisición de las nuevas tendencias o productos que ofrecen estos mercados actuales. Además, un 55% de los encuestados creen que las panaderías implementan constantemente nuevas estrategias de compra, por otro lado, una totalidad del 100% afirman que si se efectúa tratos con los proveedores con respecto al precio y calidad del suministro, igualmente un 100% de los encuestados indican que estas empresas siempre adquieren insumos de calidad, para la elaboración de sus productos y por último, un 75% de los trabajadores creen que los proveedores facilitan constantemente los productos requeridos por las panaderías.

### **5.1.2 Capacitación del Personal**

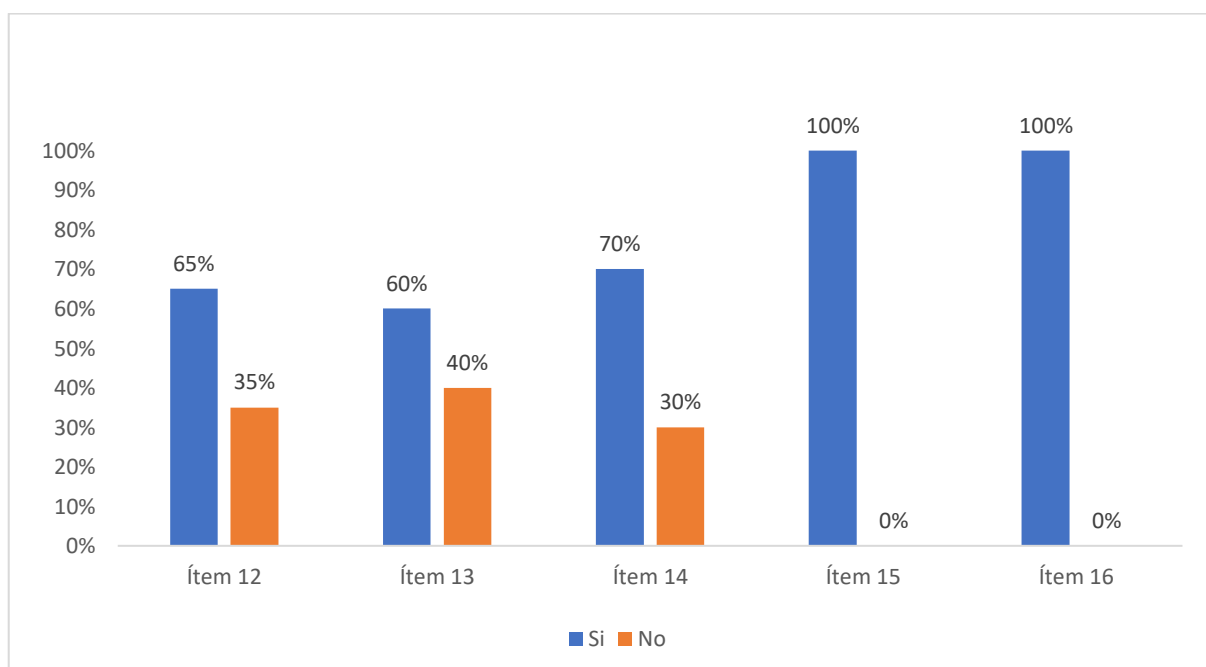
**5.1.2.1 Objetivo específico 3:** Conocer la importancia de la capacitación del personal en las Mype rubro panadería en La Unión – Piura, año 2022.

**Tabla 4***Importancia de la capacitación del Personal*

N.º	Ítems	Si		No		Total	
		N	%	N	%	N	%
12.	¿Usted fue instruido en sus actividades al inicio de su ciclo laboral?	13	65	7	35	20	100
13.	¿La capacitación brindada le generó satisfacción y motivación?	12	60	8	40	20	100
14.	¿La capacitación laboral ha incrementado sus habilidades personales?	14	70	6	30	20	100
15.	¿Cree necesario la aplicación de nuevas capacitaciones?	20	100	0	0	20	100
16.	¿Cree que la capacitación incrementa la rentabilidad y productividad en la empresa?	20	100	0	0	20	100

*Nota: Encuesta aplicada a los trabajadores en relación a la importancia de la capacitación del personal*

*Elaboración propia*

**Figura 4***Importancia de la capacitación del Personal*

*Nota: Gráfico de barras que representa la importancia de la capacitación del personal*

*Elaboración propia*

En la tabla 4 y figura 4, el 65% de los trabajadores indicaron que fueron instruidos en sus actividades al momento de iniciar su ciclo laboral, así mismo, el 60% de los encuestados creen que la capacitación que se les ha brindado genera en ellos un

ambiente laboral de satisfacción y motivación, también, el 70% considera que la capacitación que han recibido ha incrementado sus habilidades personales. Por otra parte, la totalidad de los trabajadores que es el 100% si consideran necesario la implementación de nuevas estrategias de capacitación, como también, el 100% creen que la aplicación de las capacitaciones incrementara la rentabilidad y productividad de las panaderías.

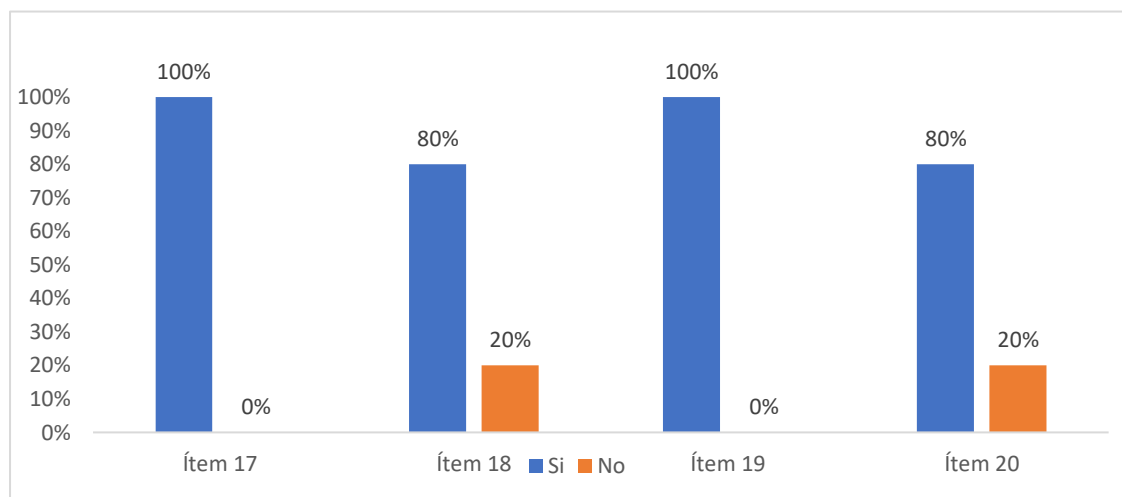
**5.1.2.2 Objetivo específico 4:** Identificar los elementos de la capacitación del personal en las Mype rubro panadería en La Unión – Piura, año 2022.

**Tabla 5**

*Elementos de la Capacitación del Personal*

N.º	Ítems	Si		No		Total	
		N	%	N	%	N	%
17.	¿Piensa usted que sus habilidades innatas ayudarán a alcanzar los objetivos de la empresa?	20	100	0	0	20	100
18.	¿La capacitación ha hecho que mejore sus actividades laborales?	16	80	4	20	20	100
19.	¿Considera necesario la ampliación comunicativa entre las áreas?	20	100	0	0	20	100
20.	¿Recibió la capacitación para la prevención de riesgos en su área?	16	80	4	20	20	100

*Nota: Encuesta aplicada a los trabajadores en relación a los elementos de la capacitación del personal. Elaboración propia*

**Figura 5***Elementos de la Capacitación del Personal*

*Nota: Gráfico de barras que representa los elementos de la capacitación del personal*  
Elaboración propia

En la tabla 5 y figura 5, el 100% de las personas encuestadas piensan que las aportaciones de sus habilidades innatas ayudarán a alcanzar los objetivos planteados por las panaderías, así como también, el 80% de los trabajadores creen que la capacitación brindada ha hecho que mejore constantemente el funcionamiento de sus actividades en la empresa. Por otro lado, el 100% consideran necesario la ampliación comunicativa entre las áreas de la empresa y finalmente, el 80% de los encuestados indicaron que si recibieron la capacitación necesaria para la prevención de riesgos en sus áreas laborales.

## 5.2 Análisis de resultados

### 5.2.1 Gestión de Compra

#### 5.2.1.1 Objetivo específico 1: Conocer los procesos de la gestión de compra en las Mype rubro panadería en La Unión – Piura, año 2022.

En la tabla 2 titulada “Procesos de la gestión de compra”, que el 80% de los trabajadores de estas empresas consideran que si se efectúa correctamente las



verificaciones de los insumos que se necesitan. Además, el 75% sostienen que se realiza una inspección adecuada al momento de seleccionar un proveedor, así mismo el 65% de los trabajadores creen que el procedimiento de abastecimiento utilizado por estos establecimientos es el más adecuado y un 65% piensa que las panaderías mantienen una comunicación constante con sus abastecedores. Por otro lado, un 100% indican que las tendencias tecnológicas establecidas en estos tiempos no son aplicadas por estas empresas, finalmente el 80% de encuestados sostiene que sí se realiza un control minucioso del producto recibido. Es por ello que para García (2021) determina que al momento de estipular la elaboración en los procesos productivos se tiene que analizar las necesidades de la empresa, para que en si llevar a cabo el abastecimiento correcto que se requiere. Por lo tanto, se debe desarrollar un cuestionario que sea correctamente llenado y analizado para utilizar de manera exhaustiva las técnicas y de esta manera el proveedor pueda entregar la materia prima en un determinado plazo o “x” días. Así mismo, Cumpa (2018) en su investigación agrega que el sistema de costeo permitirá la buena toma de decisiones estratégicas de una forma más acertada, ya que con esto se puede identificar mejor los productos que solicitan un control más riguroso. Además, de que Vega (2021) en su investigación recomienda que el imponer un procedimiento de manejo de información y de datos, dará a conocer, más en un tiempo real, las necesidades de los productos que se requieran adquirir, como también actualizar el desarrollo de los pedidos de compra.

Por otro lado, también García (2021) indica que, con los nuevos avances tecnológicos y logísticos dentro del mercado, hay una variedad de proveedores, que, sin embargo, muchos de ellos se quedan atrás y las empresas no se percatan de ello, por lo que es importante tener más información de otros proveedores que puedan

ofrecer lo que la empresa necesita con una mejor propuesta de calidad-costos. Así mismo, Vega (2021) menciona que la buena elección y negociación con los posibles proveedores incrementa gradualmente la producción deseada en una organización, además es preciso que se pueda implementar un proceso de mejora de proveedores, ya que lograría fidelizar a los que ya existen.

Es por ello que Quispe & Vargas (2019) en su investigación manifiestan que el buen uso de los procesos de abastecimiento permitirá la obtención gradual de las inspecciones de los proveedores, permitirá la minimización de los costos y se podrá mantener la calidad del producto que se desea adquirir. También Taboada (2017) recomienda que se debe de mantener un procedimiento de inventario renovado, anteponiendo la observación del producto entrante y faltante, para que así se pueda tomar mejores decisiones convenientes para el área de abastecimiento.

Por otro lado, Gracia (2021) dice que actualmente hay cada vez mayor comunicación e interconexiones de manera global, por lo que las negociaciones con los posibles vendedores se vuelvan más minuciosas y a su vez más exigentes, por lo que esto conllevaría a las empresas a recurrir a distintas organizaciones globales, es por ello que, se debe tener un cimiento en las negociaciones con los posibles vendedores, con esto los compradores puedan dirigirse y comunicarse con otros proveedores de manera global. Así mismo, Quijije (2018) en su investigación concluye diciendo que el aplicar un idóneo procedimiento de comunicación entre ambas partes, proporcionara el cumplimiento de los objetivos en este campo y esto se da gracias a la cooperación de las áreas de compra y proveedores.

Asu vez Quijije (2018) manifestó que la inestabilidad producida en una empresa se da mayormente por la falta de un apoyo tecnológico idóneo que brinde los

datos precisos para la posterior toma de decisiones. También Estrada & Cárcamo (2018) mencionan que en el área de logística se debe de determinar cómo cimiento tecnológico, un procedimiento informático que trabaje como un soporte para una organización en su intención de establecer superioridad competitiva. Por otro lado, para E. commerce (2017) indica que, algunas empresas inician el proceso de compra por medio de vía online, haciendo la búsqueda de información cibernéticamente, utilizando canales tales como (sitios web, buscadores, foros, blogs y prensa digital, entre otros), para hallar información que desean adquirir, con los procedimientos y requisitos que buscan. Además, García (2021) también indica que las nuevas tecnologías y el internet permiten a las empresas realizar sus compras en un mercado mucho más extenso y productivo que unos años atrás, pero esto no quita que la negociación con los proveedores no siga unos principios para que se lleve a cabo de una manera exitosa. Para Chain (2018) concluye diciendo que el internet nos permite controlar la información, que con anterioridad era limitada y ahora se ha convertido en un torrente de datos que permite conocer todo sobre nuestros posibles proveedores, tales como saber: quienes son, cuáles son sus puntos más fuertes, cuáles son sus errores más importantes cometidos, entre otros.

Finalmente, Seampedia (2018) dice que la inspección del producto es una forma en que los compradores pueden garantizar la calidad del producto que recibe, se debe de verificar que el producto cumpla con las especificaciones requeridas para el modelo el cual se ha adquirido, estas serían en cuanto a calidad, cantidad, seguridad entre otros. Además de que Vega (2021) recomienda que las empresas deben de priorizar la obtención de herramientas de medición cada vez más apropiadas con el fin de adquirir un registro de mercaderías más óptimas y estables. Así mismo, Cumpa

(2018) en su investigación comenta que los procedimientos de almacén necesitan de un control estricto y temporal, para que así se pueda examinar rigurosamente la cantidad, calidad y condiciones de los insumos obtenidos. Es por ello de que Taboada (2017) en su investigación recomienda que se debe de tener un ente o personal auxiliar que se encargue de la verificación de los productos, tanto como el pesaje, calidad o fecha de vencimiento.

**5.2.1.2 Objetivo específico 2:** Identificar los beneficios de la gestión de compra en las Mype rubro panadería en La Unión – Piura, año 2022.

En la tabla 3 titulada los “Beneficios de la gestión de compra”, el 100% de los encuestados consideran que la panadería no cuenta con la información adecuada para la adquisición de las nuevas tendencias o productos que ofrecen estos mercados actuales. Además, un 55% de los encuestados creen que las panaderías implementan constantemente nuevas estrategias de compra, por otro lado, una totalidad del 100% afirman que si se efectúa tratos con los proveedores con respecto al precio y calidad del suministro, igualmente, un 100% de los encuestados indican que estas empresas siempre adquiere insumos de calidad, para la elaboración de sus productos, por último, un 75% de los trabajadores creen que los proveedores facilitan constantemente los productos requeridos por las panaderías. Según Quiroa (2021) indica que en el área de compra se deberá de tener un conocimiento claro de todo lo que se ofrece en el mercado global, ya que la adquisición de buenos suministros, serán la base del producto final presentado, por lo tanto, se debe de conocer las medidas idóneas que garanticen el abastecimiento de las cadenas de suministro en sus procesos de producción. Además, Estrada & Cárcamo (2018) en su investigación mencionan que la mala gestión de compra genera que la empresa pierda considerablemente

información de productos, materiales, maquinarias y proveedores que puedan presentarse en estos mercados actuales. Es por ello que Mauricio (2017) en su investigación recomienda la retroalimentación continua de la información obtenida y la capacitación de los nuevos sistemas por parte del personal encargado del área de compras.

Además, Campos (2018) en su investigación determina que las empresas que realiza una estrategia de compra clara, con una hoja de ruta muy bien detallada y medibles, tendrán más éxito que aquellas que no la tengan. Las buenas estrategias facilitan la participación de las partes interesadas, que son clave del negocio a través de objetivos y decisiones claramente definidos. Así mismo, para Wattanajatra (2021) dice que, si las estrategias de compra son muy bien ejecutadas, es muy probable que la satisfacción del cliente al que se quiere llegar se eleve, también los costos de la cadena de suministros se reducirán, como también hará que los trabajadores utilicen los sistemas y procesos como se deben. Es así que Estrada & Cárcamo (2018) recomiendan de que antes que se realiza una idea, se debe de generar un proyecto estratégico interno en la organización, que establezca todo lo que se requiere conseguir, como metas, iniciativas y objetivos entre otros. Por otro lado, Quispe & Vargas (2019) difieren diciendo que las malas estrategias de compra generaran en las empresas una repercusión directa en los aprovisionamientos de materia prima e insumos, haciendo que se adquiriera un componente en contratiempo que a su vez costara mucho más por la necesidad mayor del momento. También Mauricio (2017) comento que el desarrollo de nuevos sistemas y planes ayudaran a la optimización de la información obtenida, manteniendo así un mayor control del inventario y un mejor acoplamiento del personal encargado de esta área.

Por otro lado, Quiroa (2021) en su investigación dice que cuando se fija las políticas de aprovisionamiento o adquisición de suministros en una empresa, se debe tener en cuenta que se debe de resaltar como objetivo principal la reducción de los costes. Los indicadores de compra de una organización siempre se rigen a sus características, que se ciñen a las funciones económicas realizadas por la empresa. Así mismo, Según Changanquí et al.(2018) una buena gestión de compras ayuda a alcanzar los objetivos estratégicos de una empresa, las organizaciones realizan compras a tiempo y aumentarán la productividad organizacional, estas se utilizan para orientar, controlar y dar transparencia tarifaria.

Además, también Quiroa (2021) indica que la buena relación en la gestión de compra ayuda a las empresas identificar las mejores opciones de proveedores, teniendo así el mejor producto de la mejor calidad, es así que algunas organizaciones trabajan conjuntamente con sus proveedores, para la mejora en el incremento de todos sus procesos de la línea organizacional. Por último, para Vermorel (2020) el tiempo de respuesta es el atraso entre el inicio y el final del proceso, en la gestión de compra cada vez se adquiere, construye o repara un producto, el tiempo de entrega, generalmente se mide en la cantidad de días que lleva completar el desarrollo. Desde la perspectiva de la planificación, los plazos de entrega son primordiales, porque implica que la mayoría de las decisiones deben de tomarse con anticipación.

## 5.2.2 Capacitación del Personal

### 5.2.2.1 **Objetivo específico 3:** Conocer la importancia de la capacitación del personal en las Mype rubro panadería en La Unión – Piura, año 2022.

Respecto a la tabla 4 nombrada “Importancia de la capacitación del personal” se establece que, el 65% de los trabajadores indican que fueron instruidos en sus actividades al momento de iniciar su ciclo laboral, así mismo, el 60% de los encuestados creen que la capacitación que se les ha brindado genera en ellos un ambiente laboral de satisfacción y motivación. Además, que el 70% considera que la capacitación que han recibido ha incrementado sus habilidades personales. Por otra parte, la totalidad de los trabajadores, que es el 100% si consideran necesario la implementación de nuevas estrategias de capacitación, como también, el 100% creen que la aplicación de las capacitaciones incrementara la rentabilidad y productividad de las empresas. Es por ello que Adecco (2018) indica que el método de capacitación en los nuevos trabajadores es primordial en una organización, ya que la mayoría de estas empresas tienen un periodo de prueba generalmente de 15 a 3 meses, es así que, si no se cuenta con un método de adiestramiento, el nuevo talento incorporado fallará y puede juzgar mal en condiciones desfavorables. Así mismo, Malasaña (2020) manifiesta que, se requiere de este proceso de transmisión de conocimientos al personal para así desarrollar sus capacidades y habilidades, permitiendo que aumenten sus competencias para desempeñarse con éxito dentro de su área de trabajo. Es por ello que Tovar (2019) en su investigación comenta que es necesario y primordial la realización de la inducción a todos los trabajadores de la empresa, para que así ellos puedan identificar el clima de sus actividades y poder brindar una buena atención y

servicio a sus clientes. Por eso, Jara (2017) concluye diciendo que se debe de adiestrar al personal entrante de una empresa en temas concernientes a su área o actividad laboral.

Por otro lado, Zevallos (2019) en su investigación indica diciendo que los colaboradores altamente motivados lograrán mejores resultados, lo que se verá reflejado en sus actividades en el campo laboral, todo depende de un adecuado y efectivo proceso de capacitación. Así mismo, Tovar (2019) comenta que la capacitación genera en una empresa que haya una menor rotación del personal, como también de que crea un ambiente de alegría, satisfacción y mayor motivación a los trabajadores con respecto a las realizaciones de sus actividades. También Barrero (2018) en su investigación recomienda que las organizaciones deben de aplicar días de motivación con el fin de hacer procesos, pautas, habilidades y estrategias para incrementar así la motivación interna en la empresa. Por ende, Vilela (2019) en su investigación aconseja que se debe de considerar las capacitaciones promocionales, ya que de esta forma los trabajadores tendrán el incentivo esperado y la oportunidad de poder acceder a un puesto mayor con un rango de responsabilidad elevada. Por último, Gálvez (2020) en su investigación recomienda el incremento de plano de incentivos con el propósito de disminuir el favoritismo, de esta forma se llega a obtener un personal más leal, ya que se sienten recompensados por el esfuerzo de su trabajo.

Por otro lado, Jaime (2022) dice que siempre que las organizaciones entiendan que la formación es vital para todas las partes de la empresa, en términos de habilidades, cualidades, conocimientos y motivación entre otros, podrán recién beneficiarse globalmente. Además, de que Buk (2021) dice que la capacitación también, se enfoca en maximizar las habilidades del trabajador o la adquisición de



nuevas competencias, para poder ser promovido dentro de la empresa, y llegar a adquirir rangos laborales más altos. Así mismo, Lima (2018) en su investigación manifiesta que el proyecto de capacitación desarrolla en los trabajadores conocimientos, acciones y habilidades que puedan producir el crecimiento exitoso del campo en el que se desempeñan, asegurando así una aportación efectiva en la empresa. También Gálvez (2020) en su investigación comenta que el adiestramiento en liderazgo corporativo permite ser efectivo en la motivación, gestión de equipos y resolución de conflictos internos, de igual manera las necesidades y demandas de los colaboradores son cubiertas, generando así el desarrollo y habilidades de liderazgo para la obtención de grupos de rendimientos elevados, motivados y con metas plasmadas. Finalmente, Peña (2019) en su investigación aconseja que potenciar las habilidades de los trabajadores generara un mejor desempeño en las diferentes funciones que se les ha encomendado generando así resultados positivos para la empresa.

Por otro lado, Padilla (2017) comenta que el desarrollo y progreso de un programa de formación, tanto general como individual, ayuda a comunicar mejor los valores de la empresa, fomentar una mejor integración de los empleados. La clave para la implementación exitosa de un programa de adiestramiento, es el resultado del esfuerzo colaborativo. Así mismo Buk (2021) existen múltiples tipos de capacitación que se pueden aplicar a los trabajadores de distintas empresas, además que se pueden orientar según los requerimientos que buscan obtener dichas empresas, fijándose en un ambiente laboral o personal. Además, Lima (2018) plasma que un nuevo plan de adiestramiento anual colaborará a las organizaciones a solventar sus necesidades y conseguir resultados en la realización de las labores hechas. Por ende, Escobar (2019)

en su investigación recomienda a las empresas a implementar en nuevos planes de adiestramiento a sus trabajadores, resaltando las necesidades internas y externas, y al mismo tiempo estos planes de capacitación deben ser escuchados desde los cargos más altos hasta los cargos más bajos de la empresa.

Finalmente, para Gerens (2017) manifiesta que el mantener a los empleados actualizados con las últimas habilidades, puede aumentar la productividad al evitar errores fundamentales menores. Existe una clara relación entre el adiestramiento y la productividad, cuando los trabajadores estén de acuerdo y unidos con sus actividades laborales y con la empresa en la que trabajan, el desempeño que realizan automáticamente será apreciado y reconocido. Así mismo, Jara (2017) en su investigación indica que la capacitación constante aplicada a los trabajadores de una empresa incrementara considerablemente la rentabilidad de área capacitada o de la empresa en general. Es por ello, de que Lima (2018) concluye diciendo que implementar un plan de adiestramiento como un instrumento importante para las empresas lograra la efectividad y rentabilidad de los objetivos comerciales.

**5.2.2.2 Objetivo específico 4:** Identificar los elementos de la capacitación del personal en las Mype rubro panadería en La Unión – Piura, año 2022.

Con respecto a la tabla 5 denominada “Elementos de la capacitación del personal” se indica que, el 100% de las personas encuestadas piensan que las aportaciones de sus habilidades innatas ayudarán a alcanzar los objetivos planteados por las panaderías, así como también que el 80% de los trabajadores creen que la capacitación brindada ha hecho que mejore constantemente el funcionamiento de sus actividades en la empresa. Por otro lado, el 100% consideran necesario la ampliación

comunicativa entre las áreas de la empresa y finalmente, el 80% de los encuestados indicaron que si recibieron la capacitación necesaria para la prevención de riesgos en sus áreas laborales. Es por ello que, Pérez (2021) en su investigación determina que los mayores desafíos a los que combaten actualmente las empresas, es contar precisamente con excelentes trabajadores, que estén muy bien capacitados, que atreves de sus componentes, habilidades, actitudes e inteligencia, puedan ayudar activamente a alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa. En unión a esto, la ISO19600 (2019) redacta que se deben identificar las necesidades específicas al momento de realizar la capacitación en el que se procede a la planificación de uno o varios programas en el que determina la evaluación del personal. Así mismo, Gálvez (2020) en su investigación indica que un trabajador motivado e incentivado generara en él la idea de conseguir los objetivos de la empresa en base a su esfuerzo e incremento de su rendimiento. Por ende, de que Vilela (2019) en su investigación recomienda que se debe de medir el desenvolvimiento de los trabajadores, para que de esta forma se pueda verificar si se están realizando las actividades de manera positiva para la obtención de las metas plasmadas por la empresa.

Así mismo, Palacios (2021) en su investigación determina que en la actualidad la capacitación debe de ser un proceso constante, ya que hoy en día, tanto la tecnología, como el conocimiento están cambiando y evolucionando constantemente. Los profesionales o técnico deberán actualizarse periódicamente, o de lo contrario quedarán obsoletos y no podrán contribuir a que la organización sea más competitiva y eficaz. Por otro lado, Bizneo (2022) dice que la productividad de una organización está profundamente relacionada con una motivación a sus colaboradores. El emplear en una buena comunicación central o interna es primordial para el buen manejo de

cualquier organización, comunicación en las áreas internas de una empresa viene hacer una estrategia de gestión e integración de equipo de los recursos humanos de la empresa.

Finalmente, Giraldo (2021) indica que el adiestramiento en la prevención de accidentes y salud en una empresa viene a corresponder a las supervisiones administrativas de dirección de riesgos que están en todas las matrices de riesgos, teniendo como finalidad prevenir incidentes y enfermedades que se puedan presentar internamente en la organización. Así mismo, Terramar (2019) dice que las organizaciones necesitan trabajadores bien formados para desempeñar sus funciones para poder aumentar su capacidad y producción. La instrucción profesional amplía la formación normativa del trabajador y también tiene por objeto la adquisición de nuevos conocimientos y destrezas necesarios para el desempeño de las funciones asignadas de manera eficiente, responsable y segura.

## VI. CONCLUSIONES

### 6.1 Conclusiones

Para el objetivo de los procesos de la gestión de compra, la mayoría de estas Mype si llegan a efectuar correctamente la verificación de los insumos requeridos en la cadena de suministros. Además, las Mype si seleccionan correctamente a sus proveedores, siendo esto fundamental, ya que de ellos depende la obtención de una buena materia prima, para la elaboración de un buen producto final. Como punto negativo se puede decir que no se acoplan a las nuevas tendencias tecnológicas con respecto a la obtención de un mejor insumo. Así mismo, se determinó que si realizan una inspección de producto recibido y esto se da fundamentalmente en verificar el cumplimiento de los estándares de calidad y cantidad.

Con respecto a los benéficos de la gestión de compra, se demostró que estas panaderías no cuentan con la información adecuada para la adquisición de las nuevas tendencias del mercado. De otro lado, se observó que las panaderías implementan nuevas estrategias de compra con sus proveedores, esto se tiene que seguir dando, ya que actualmente las empresas siempre al momento de adquirir un producto o servicio se rigen más en base a calidad y precio. Así mismo, es de vital importancia la adquisición de suministros de alta calidad y esto lo reflejan los trabajadores al determinar que si adquieren esos insumos. Además, en gran parte sus proveedores facilitan rápidamente el producto que se les ha pedido, agilizando la adquisición de los suministros y el posterior proceso de producción del pan, evitando así el tiempo de espera.

Se identificó para el objetivo de importancia de la capacitación del personal, que un poco más de la mitad de los trabajadores indicaron que si fueron capacitados al

momento de iniciar sus actividades laborales en esas Mype. Así mismo, la capacitación que brindan genera en sus trabajadores un ambiente de motivación y satisfacción, esto es lo que se necesita si es que se busca que el éxito en el funcionamiento de distintas áreas, Además, estas capacitaciones han hecho que la mayoría de los trabajadores incrementen sus habilidades. Por otro lado, creen necesario la implementación de nuevas estrategias de capacitación, ya que compartir nuevas formas o maneras de capacitación seguirá impulsando más a estas empresas siendo beneficioso para ambas partes. Es así que ellos consideran que las capacitaciones incrementaran su rentabilidad y productividad de las panaderías.

Por último, se identificó para el objetivo de elementos de la capacitación, que los trabajadores creen que las aportaciones de sus habilidades innatas ayudarán a las Mype a obtener los objetivos planteados, dado que la capacitación transforma dichas habilidades en destrezas. Además, consideran que se debe fortificar la comunicación entre áreas. Así mismo, estas panaderías si capacitan en gran parte a su personal, pero no en su totalidad con respecto a la prevención de riesgos laborales, ya que algunas Mype si lo toman como primordial la prevención de riesgos futuros que puedan presentarse en sus locales.

Es así, que se llegó a determinar, para el objetivo general, que las Mype estudiadas si logran llevar un correcto control de abastecimiento y selección de sus proveedores, de igual manera son reacias al momento de utilizar alguna herramienta actual para adquirir o informarse en un mercado más global. Pero, por otro lado, el adiestramiento compartido por estas Mype ha hecho que sus trabajadores repotencien sus habilidades personales y profesiones, pero a su vez estos mismos trabajadores

consideran la fortificación de estas capacitaciones para que se mejore el funcionamiento de las áreas y con ello se alcance los objetivos planteados

## **6.2 Aspectos complementarios: Recomendaciones**

- Las Mype deberán aplicar la tecnología para la elaboración de sus compras y adaptarse más a los requerimientos que utilizan otras empresas, para poder así adquirir nuevos productos de otros mercados globales y es que hoy en día es mucho más factible, ya que todo puede realizarse digitalmente.
- Tienen que indagar mucho más sobre los nuevos productos o los nuevos mercados mundiales que siguen surgiendo, para así poder expandirse o adquirir muchas más variedades de productos y no solo anclarse en un tipo de mercado, con una sola variedad de productos, sino de que les debe de nacer la necesidad de informarse e innovar constantemente.
- Deben de instruir aún más a todos sus nuevos trabajadores, puesto que al parecer no lo hacen en su totalidad, ya que de esta capacitación depende el buen funcionamiento de las actividades encomendadas que se les impone al colaborador entrante.
- Tienen que brindar a todos sus trabajadores por igual la capacitación sobre la seguridad y prevención de riesgos laborales, ya que al parecer solo lo brindan a un porcentaje específico y es que todo capital humano es importante y ofrecerles la información necesaria de cómo prevenir riesgos laborales hará de que se impidan problemas futuros.
- Deben de implementar nuevas formas de abastecimiento en un mercado moderno y actual, del mismo modo deberán seguir implementando el adiestramiento constante que los mantenga en una línea competitiva estable.

## Referencias

- Abad Cisneros, A. (15 de Mayo de 2020). *Análisis de contenidos con enfoque cuantitativo*. Obtenido de <https://www.ucuenca.edu.ec/component/content/article/233-espanol/investigacion/blog-de-ciencia/1599-analisis-de-contenido?Itemid=437>
- Adecco. (24 de Octubre de 2018). *Adecco. Obtenido de Cómo capacitar al nuevo personal*: <https://blog.adecco.com.mx/2018/10/24/como-capacitar-nuevo-personal/>
- Adecco. (14 de Febrero de 2020). *La importancia de la capacitación del personal. ADECCO*. Obtenido de <https://blog.adecco.com.mx/2020/02/14/importancia-capacitacion-de-personal/>
- Pérez, C. (Setiembre de 2019). *Comparación internacional del aporte de las Mipymes a la economía*. Centro de Investigación de economía y negocios globales, Lima. Lima: AdexPerú. Obtenido de <https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2019/09/Comparacion-Internacional-del-aporte-de-las-MIPYMES-a-la-Economia-DT-2019-03.pdf>
- Asesorías. (2020). *Orden de Compra. .com Asesorías*. Obtenido de <https://asesorias.com/empresas/modelos-plantillas/orden-de-compra/>
- Avanti. (17 de Setiembre de 2019). *4 ventajas de la gestión de compras. Avanti – Lean*. Obtenido de <https://www.avanti-lean.com/ventajas-de-la-gestion-de-compras/>
- Ballester. (2018). *5 acciones que pueden hacer las empresas para cuidar el medio ambiente. Reciclado y Gestión de envases industriales*. Obtenido de



<https://recicladosballester.com/recomendaciones-para-las-empresas-en-el-cuidado-del-medio-ambiental/>

Bardales, R. (2017). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Lima. Obtenido de

<https://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>

Bardales, E. (9 de Mayo de 2018). Diario Gestión - Las mypes y las TIC: mitos y verdades sobre su uso y efectos para las empresas. *Tecnología*. Obtenido de

<https://gestion.pe/tecnologia/mypes-tic-mitos-verdades-efectos-empresas-233245-noticia/?ref=gesr>

Barquin, M. J. (2020). *Gestiopolis*. Obtenido de La gestión de compras. Entornos, formas y etapas.: <https://www.gestiopolis.com/la-gestion-de-compras/>

Barreno, N. O. (2017). *La Motivación del Personal en las empresas Panificadoras en la ciudad Totonicapán*. Quetzaltenango. Obtenido de

<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/01/01/Barreno-Odilia.pdf>

Bizneo. (2022). Obtenido de 7 claves para mejorar la comunicación interna de tu empresa: <https://www.bizneo.com/blog/comunicacion-interna/>

Boza Zevallos, F. S., & Paredes Ortiz, C. F. (2019). *El efecto de la capacitación en la motivación del personal de Sedapar – área de plataforma de servicio de atención al cliente*. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/10236>

Buk. (2021). *Conoce los diferentes tipos de capacitación*. Buk. Obtenido de <https://www.buk.cl/blog/conoce-los-diferentes-tipos-de-capacitacion>

- Campos, J. (8 de Marzo de 2018). *Spend Matters México y América Latina*. Obtenido de <https://spendmatters.com/mx-latam/mejorando-las-estrategias-de-compras/#:~:text=Una%20estrategia%20de%20compras%2C%20puede,las%20estrategias%20corporativas%20en%20general%E2%80%9D>.
- Carhuamaca Soto, J. L. (2020). *Rebranding para la pastelería panadería San Antonio*. Lima, Lima. Obtenido de [https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/12177/Carhuamaca\\_Soto\\_Jimena\\_Lizeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/12177/Carhuamaca_Soto_Jimena_Lizeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Casanova, L. R. (2018). *Mind-Meister*. Obtenido de <https://www.mindmeister.com/es/943678047/plan-de-an-lisis?fullscreen=1>
- CETYS. (14 de Enero de 2021). ¿Qué es un proceso de producción empresarial? Obtenido de <https://www.cetys.mx/educon/que-es-un-proceso-de-produccion-empresarial/>
- CEUPE. (2020). *Blog de CEUPE*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/todo-lo-que-debes-saber-para-la-seleccion-de-un-proveedor.html>
- Chacon, T. (2021). “Cuando hay inestabilidad política las mypes son las más perjudicadas”. *Rumbo Minero Internacional -America Mining*. Obtenido de <https://www.rumbominero.com/peru/noticias/mineria/roque-inestabilidad-politica-mypes/>
- Chain, R. e. (2018). *Tecnología y el nuevo proceso de compra en la cadena de Suministro*. *Blog de EAE Business School*. Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/tecnologia-y-el-nuevo-proceso-de-compra-en-la-cadena-de-suministro/>

- Changanaquí, d. Á., Meza, S. C., Paucarcaja, L. E., & Paredes, P. F. (2018). *Propuesta de mejora en la Gestión de compras de un grupo de empresas del rubro de distribución de energía eléctrica*. Lima. Obtenido de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623134/Changanaqu%C3%AD%C3%81guila\\_Jacqueline.pdf?sequence=16](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623134/Changanaqu%C3%AD%C3%81guila_Jacqueline.pdf?sequence=16)
- Chau, E. (29 de Mayo de 2018). Andina Agencia Peruana de Noticias . *Produce: micro y pequeñas empresas aportan 24% al PBI nacional*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-produce-micro-y-pequenas-empresas-aportan-24-al-pbi-nacional-711589.aspx>
- CIS. (2017). *¿Qué es una encuesta?* Obtenido de CIS-Centro de Investigaciones Sociológicas:  
[https://www.cis.es/cis/opencms/ES/1\\_encuestas/ComoSeHacen/queesunaencuesta.html](https://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/ComoSeHacen/queesunaencuesta.html)
- Comex Perú. (12 de Junio de 2020). *Las Mypes Peruanas y la Adopción de Nuevas Tecnologías*. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/las-mype-peruanas-y-la-adopcion-de-nuevas-tecnologias>
- COMEX, PERÚ. (2020). Informe anual de diagnóstico y evaluación acerca de la actividad empresarial de las. *Las micro y pequeñas empresas en el Perú*, 52. Recuperado el 2019, de <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mypes-2020.pdf>
- Cumpa, V. J. (2018). *Mejora de la Producción, Almacenaje y Distribución de una panificadora usando métodos Operativos*. Piura. Obtenido de

<https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1260/ING509.pdf?sequence=1>

Dini , M., & Stumpo, G. (2020). *Mipymes en América Latina Un frágil desempeño nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361_es.pdf)

E-commerce. (2017). *Tictacseo*. Obtenido de <https://tictacseo.es/el-proceso-de-compra-online/>

Escobar, O. G. (2019). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Capacitación en las Mype rubro Panaderías del cercado de Chulucanas*. Piura. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/24332/GESTION\\_CALIDAD\\_ESCOBAR\\_OROZCO\\_GUISSELLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/24332/GESTION_CALIDAD_ESCOBAR_OROZCO_GUISSELLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Escudero, S. M. (2020). *Gestión de compras* . Obtenido de EAE Business School: [https://www.euroinnova.edu.es/blog/que-es-gestion-de-compras#extra\\_comentarios](https://www.euroinnova.edu.es/blog/que-es-gestion-de-compras#extra_comentarios)

Estrada, C. D., & Carcamo, R. A. (2018). *Propuesta de un sistema logístico para la panadería "La Merced"*. Lima. Obtenido de [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/1610/David%20Estrada\\_Anais%20Carcamo\\_Trabajo%20de%20Investigacion\\_Bachiller\\_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/1610/David%20Estrada_Anais%20Carcamo_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Férrandez et al. (2017). *Responsabilidad social de las Mypes en la preservación del medio ambiente*. Chimbote. Obtenido de <https://revista.usanpedro.edu.pe/index.php/CPD/article/download/244/234>

- Fiestas Farfán, K. (2019). *Tablero de Indicadores para Gestión de Mypes en el Rubro de Pastelerías y Tiendas de Regalo*. Piura. Obtenido de [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4049/ING\\_621.pdf](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4049/ING_621.pdf)
- Fuentelsaz Gallego, C. (2018). *Cálculo del tamaño de la muestra*. Barcelona. Obtenido de <https://www.federacion-matronas.org/wp-content/uploads/2018/01/vol5n18pag5-13.pdf>
- Galvez, C. J. (2020). *Gestión de Calidad en la Capacitación de los Recursos Humanos y plan de mejora en las Micro y pequeñas empresas del Sector Industrial, rubro panaderías, casco urbano*. Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/21280/CALIDAD\\_CAPACITACION\\_GALVEZ\\_CAMPOS\\_JULIANHA\\_DEL\\_PILAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/21280/CALIDAD_CAPACITACION_GALVEZ_CAMPOS_JULIANHA_DEL_PILAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- García, d. l. (2021). *Negociación con proveedores en la gestión de compras*. EAE Business School. Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/negociacion-con-proveedores-en-la-gestion-de-compras/>
- GEM PERÚ. (2016 - 2017). Sociedad emprendedora que sustente el progreso en nuestro país. (C. G. Jaime Serida, Ed.) *GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR*, 69. Obtenido de <https://cde.esan.edu.pe/investigacion/global-entrepreneurship-monitor-gem/150-global-entrepreneurship-monitor-peru-2016-2018>
- Gerens. (2017). *Escuela de Posgrado*. Obtenido de Cómo la capacitación a la medida mejora la productividad en el trabajo: <https://gerens.pe/blog/capacitacion-medida-mejora-productividad-trabajo/>

- Gestión. (2020). *Qué es el entorno de la empresa y cómo influye en sus resultados*.  
Obtenido de Gestión.org: <https://www.gestion.org/claves-convertir-webinar-exito/>
- Giraldo, A. C. (26 de Julio de 2021). *Importancia de las capacitaciones en seguridad y salud en el trabajo*. Obtenido de In Check, SG-SST Sistema de Gestión de la Seguridad y la Salud en el Trabajo: <https://inchecksas.com/importancia-de-las-capacitaciones-en-seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>
- Guillén, M. G., & Lema, F. P. (2018). *Diseño de un sistema de costeo ABC para una panadería en la ciudad de Guayaquil*. Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/33250/1/Tesis%20Guillen%20Ginger-Lema%20Paula.pdf>
- Guzmán, C. (2018). Mypes: por qué son importantes para la economía peruana. *PQS*. Obtenido de <https://pqs.pe/actualidad/economia/mypes-por-que-son-importantes-para-la-economia-peruana/>
- Hernández, R. F. (9 de Octubre de 2019). Enfoques para la formulación de la hipótesis en la investigación científica. Scielo. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-86442019000500354#:~:text=En%20la%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa%20puede,tanto%20no%20hay%20mediciones%20posibles.](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442019000500354#:~:text=En%20la%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa%20puede,tanto%20no%20hay%20mediciones%20posibles.)
- ISO19600, N. (2019). *4 elementos esenciales de un programa de capacitación de cumplimiento corporativo*. Obtenido de Compliance, Cumplimiento normativo, formación, ISO 19600: <https://www.compliance-antisoborno.com/4-elementos-esenciales-de-un-programa-de-capacitacion-de-cumplimiento-corporativo/>

- Jaime, H. (2022). *Capacitación empresarial: colaboradores y empresas creciendo juntos*. *HolmesHR*. Obtenido de <https://www.holmeshr.com/blog/capacitacion-empresarial/>
- Jara, L. M. (2017). “*Caracterización del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro panaderías del distrito de Callería, 2017*”. Pucallpa. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/2492/FINANCIAMIENTO\\_CAPACITACION\\_JARA\\_LOJA\\_MONICA.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/2492/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_JARA_LOJA_MONICA.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Jimenez, P. O. (3 de Marzo de 2021). *¿Sabes cuál es la importancia de la capacitación en una empresa? Cofide- Capacitacion personal*. Obtenido de Orestes Orlando Jimenez Pineda
- Largo, O. J. (2019). *Caracterización de los procesos de aprovisionamiento en Mipymes del sector panificador en la localidad de Fontibón*. Bogotá. Obtenido de <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/955/LargoOssa-JhoanStiven-2019.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- Lima, H. J. (2018). *Plan de capacitación para el personal de planta de producción, de una panadería tradicional*. Guatemala. Obtenido de [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08\\_2413\\_IN.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_2413_IN.pdf)
- López, J. (2018). *Muestra estadística*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/muestra-estadistica.html>
- Malasaña. (2020). *Gestion.org*. Obtenido de <https://www.gestion.org/claves-convertir-webinar-exito/>

- Maraño. (2021). *Escuela de Postgrado y Estudios Continuos*. Obtenido de Universidad Privada del Norte: <https://blogs.upn.edu.pe/postgrado/2021/08/17/que-es-la-gestion-de-compras-funciones-y-procesos/#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20de%20compras%20es,fin%20de%20realizar%20sus%20actividades>.
- Marcet, X. (25 de Setiembre de 2019). La relación entre empresa y proveedor. *Restauración Colectiva*. Obtenido de <https://www.restauracioncolectiva.com/n/relacion-entre-empresa-y-proveedor-una-cadena-de-valor-si-no-se-convierte-en-maltrato>
- Mauricio, A. B. (2017). *Análisis, Diseño e Implementación de un Sistema de Logística para la Panadería "Dos Estrellas" Aplicando Tecnologías de Información*. PIURA. Obtenido de <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/669/IND-%20MAU-%20APO-16.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mejía, J. T. (27 de Agosto de 2020). Investigación descriptiva: *características, técnicas, ejemplos*. *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Méndez, D. (4 de Octubre de 2019). *Definición de Maquinaria*. Obtenido de Economía Simple.net: <https://www.economiasimple.net/glosario/maquinaria>
- Montaño, J. (2021). Investigación no experimental. *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-no-experimental/>
- Neteris. (2022). *Neteris Digitalizing by people*. Obtenido de <https://neteris.com/procesos/compras-evaluacion-de-proveedores/>



- Ortega, C. B. (2018). *Caracterización del financiamiento y la Capacitación de las Mypes del Sector Industria-Rubro Panaderías del Cercado de la Ciudad de Arequipa*. Juliaca. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/4473/FINANCIAMIENTO\\_CAPACITACION\\_MYPE\\_ORTEGA\\_CACERES\\_GLENY.pdf?sequence=4](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/4473/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_MYPE_ORTEGA_CACERES_GLENY.pdf?sequence=4)
- Otzen, T., & Manterola, C. (Marzo de 2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. Obtenido de [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0717-95022017000100037](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95022017000100037)
- Pacheco, J. (2022). *Mano de Obra Directa (Qué es, Importancia y Medición)*. Web y Empresas. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/mano-de-obra-directa/>
- Padilla, C. (Abril de 2017). *¿Por qué implementar un programa de capacitación empresarial?* Obtenido de <https://www.migesamicrosoft.com/por-que-implementar-un-programa-de-capacitacion-empresarial/>
- País, E. (21 de Diciembre de 2020). La sociedad exige empresas más responsables: ¿Qué pueden hacer las pymes? *El País*. Obtenido de <https://elpais.com/tecnologia/radar-pyme/2020-12-21/la-sociedad-exige-empresas-mas-responsables-que-pueden-hacer-las-pymes.html>
- Palacios, B. M. (2021). *La importancia de la capacitación en la empresa*. Otic-Comercio-Servicios-Turismo. Obtenido de <https://otidcomercio.cl/2021/la-importancia-de-la-capacitacion-en-la-empresa/>

- Peña, P. A. (2019). *Caracterización de la capacitación y la logística inversa en las mype comerciales rubro panaderías del centro de Piura, año 2017*. Piura. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/14338/CAPACITACION\\_LOGISTICA\\_INVERSA\\_PENA\\_PINTADO\\_ARON\\_RAY.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/14338/CAPACITACION_LOGISTICA_INVERSA_PENA_PINTADO_ARON_RAY.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pérez, O. (3 de Agosto de 2021). *PeopleNext*. Obtenido de *¿Cómo se beneficia tu empresa al implementar una evaluación de desempeño laboral?:* <https://blog.peoplenext.com.mx/beneficios-de-una-evaluacion-de-desempeno-para-tu-empresa>
- Pérez, P. J., & Merino, M. (2019). *Definición de Encuesta*. Obtenido de Definición. De: <https://definicion.de/encuesta/>
- Quijije, A. J. (2018). *“Diseño de mejora de procesos de insumos aplicado panadería California”*. Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28537/1/TESIS%20QUIJIJE%20CAROLINA.pdf>
- Quiroa, M. (8 de Enero de 2021). Gestión de compras. *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/gestion-de-compras.html>
- Quispe, Z. G., & Vargas, M. A. (2019). *“Impacto de la gestión de aprovisionamiento de insumos en la productividad de la microempresa Deligi’s”*. Lima. Obtenido de [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2286/Geraldine%20Quispe\\_Anais%20Vargas\\_Trabajo%20de%20Investigacion\\_Bachiller\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2286/Geraldine%20Quispe_Anais%20Vargas_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Requena, B. (2018). *Muestra Estadística*. Obtenido de <https://www.universoformulas.com/estadistica/descriptiva/muestra-estadistica/>
- Reyes, L. (27 de Julio de 2017). 10 puntos para desarrollar un plan de capacitación. *Subitus*. Obtenido de <https://www.subitus.com/10-puntos-desarrollo-plan-capacitacion/>
- Rus, A. E. (2021). *Investigación cuantitativa*. *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-cuantitativa.html>
- Seampedia. (17 de Mayo de 2018). *Control de calidad, Control de producción, Inspección, Planificación, Producción*. Obtenido de inspección del producto, como certificar lo que te va a llegar: <https://seampedia.com/inspeccion-del-producto-como-certificar-lo-que-te-va-a-llegar/>
- Taboada, N. C. (2017). *Los mecanismos de control interno en el área de almacén de las panaderías en el Perú Caso: Panadería Negociaciones Mabilpa SRL Piura*. Piura. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/3641/CONTROL\\_INTERNO\\_ALMACEN\\_TABOADA\\_NAVARRO\\_CINTHIA\\_JANE%20.pdf?sequence=4&isAllowed=yç](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/3641/CONTROL_INTERNO_ALMACEN_TABOADA_NAVARRO_CINTHIA_JANE%20.pdf?sequence=4&isAllowed=yç)
- Terramar. (19 de Julio de 2019). *La Importancia de una Capacitación Adecuada para prevenir Accidente en el Trabajo*. Obtenido de <https://terramar.pe/blog/boletines/la-importancia-una-capacitacion-adecuada-prevenir-accidente-trabajo>
- Tovar, C. C. (2019). *Plan de Capacitación a trabajadores en la Atención y Servicio al cliente de la panadería y pastelería " La Nueva Exquisita"*. Guayaquil.

- Obtenido de <https://repositorio.itb.edu.ec/bitstream/123456789/1781/1/PROYECTO%20DE%20GRADO%20DE%20TOVAR%20CASTILLO.pdf>
- Uladech. (2021). *Código de ética para la investigación*. Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH Católica, Chimbote. Obtenido de <https://web2020.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2020/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v004.pdf>
- Vega, R. J. (2021). *Implementación del Modelo de Gestión de Compras para incrementar la rentabilidad de la empresa LALO'S"*. Huancayo. Obtenido de [https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/7477/T010\\_45221222\\_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/7477/T010_45221222_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Vermorel, J. (2020). Tiempo de Entrega (Lead Time). *Lokad Quantitative Supply Chain*. Obtenido de <https://www.lokad.com/es/tiempo-de-entrega-lead-time>
- Vilela, H. L. (2019). *Caracterización de la Capacitación y la Innovación en las Mypes-Rubro Panaderías AA.HH Táchala-Castilla*. Piura. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/10546/CAPACITACION\\_CONOCIMIENTO\\_VILELA\\_HERRERA\\_LUIS\\_ALBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/10546/CAPACITACION_CONOCIMIENTO_VILELA_HERRERA_LUIS_ALBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Wattanajantra, A. (2021). *Cómo mejorar las cadenas de suministro y lograr el éxito internacional (e-book)*. Sage. Obtenido de <https://www.sage.com/es-es/blog/mejorar-las-cadenas-suministro-y-lograr-exito-internacional/>
- Yaydoo. (2022). *Pasos para Elaborar una Orden de Compra*. Yaydoo. Obtenido de <https://yaydoo.com/es/pasos-elaborar-orden-compras/>

## ANEXOS

### Anexo 01: Instrumento e recolección de datos

#### Cuestionario dirigido al trabajador



¡Buen día! Me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la **CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE COMPRA Y CAPACITACIÓN DEL PERSONAL, EN LAS MYPE RUBRO PANADERÍA, LA UNIÓN - PIURA, AÑO 2022**, por ello acudo a Ud., con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando con una (x) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados, los que se publicaran en el repositorio de la universidad.

Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Edad

Estado Civil

Género

Nivel de estudio

Años en la Empresa

---

<b>Gestión de compra</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
1. ¿Se efectúa correctamente la verificación de los insumos necesarios antes de una compra?		
2. ¿Existe una inspección adecuada al momento de seleccionar un nuevo proveedor?		
3. ¿El presente procedimiento de abastecimiento utilizado por la empresa es el más adecuado?		
4. ¿La empresa mantiene una comunicación constante con sus proveedores?		
5. ¿Son aplicadas las nuevas tendencias tecnológicas en la empresa?		
6. ¿Se realiza un control minucioso del producto recibido?		
7. ¿Se cuenta con la información adecuada para la adquisición de las nuevas tendencias del mercado?		
8. ¿La panadería implementa constantemente nuevas estrategias de compra?		
9. ¿Se efectúa tratos con los proveedores en términos de precio y calidad de suministros?		
10. ¿La panadería siempre adquiere insumos de calidad, para la elaboración de sus productos?		
11. ¿Los proveedores facilitan constantemente el producto requerido?		
<b>Capacitación del personal</b>		

12. ¿Usted fue instruido en sus actividades al inicio de su ciclo laboral?		
13. ¿La capacitación brindada genera en usted un ambiente laboral de satisfacción y motivación?		
14. ¿La capacitación laboral ha incrementado sus habilidades personales?		
15. ¿Considera necesario la implementación de nuevas estrategias de capacitación laboral?		
16. ¿Cree usted que la aplicación de capacitaciones incrementara la rentabilidad y productividad en la empresa?		
17. ¿Piensa usted que la aportación de sus habilidades innatas ayudará a alcanzar los objetivos planteados por la empresa?		
18. ¿Cree usted, que la capacitación ha hecho que mejore constantemente el funcionamiento de sus actividades laborales?		
19. ¿Considera necesario la ampliación comunicativa entre las áreas de la empresa?		
20. ¿Recibió la capacitación para la prevención de riesgos en su área laboral?		

**Anexo 02: Matriz indicador pregunta**

<b>Matriz Indicador-Pregunta</b>						
<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Fuente</b>	<b>Escala</b>	<b>Metodología</b>
Gestión de Compra	Procesos	Identificación de la necesidad	1. ¿Se efectúa correctamente la verificación de los insumos necesarios antes de una compra?	Personal	Nominal	Tipo: Cuantitativa Nivel Descriptivo Diseño: No experimental Corte: Transversal Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
		Evaluación de Proveedores	2. ¿Existe una inspección adecuada al momento de seleccionar un nuevo proveedor?			
		Abastecimiento	3. ¿El presente procedimiento de abastecimiento utilizado por la empresa es el más adecuado?			
		Comunicación	4. ¿La empresa mantiene una comunicación constante con sus proveedores?			
		Tecnología	5. ¿Son aplicadas las nuevas tendencias tecnológicas en la empresa?			
		Verificación del Producto	6. ¿Se realiza un control minucioso del producto recibido?			
		Conocimiento del mercado	7. ¿Se cuenta con la información adecuada para la adquisición de las nuevas tendencias del mercado?	Personal	Nominal	
		Mejora competitiva	8. ¿La panadería implementa constantemente nuevas estrategias de compra?			
		Manejo de compras	9. ¿Se efectúa tratos con los proveedores en términos de precio y calidad de suministros?			



	Beneficios	Calidad del producto	10. ¿La panadería siempre adquiere insumos de calidad, para la elaboración de sus productos?			
		Garantía de suministro	11. ¿Los proveedores facilitan constantemente el producto requerido?			
Capacitación del Personal	Importancia	Instrucción al personal	12. ¿Usted fue instruido en sus actividades al inicio de su ciclo laboral?	Personal	Nominal	
		Motivación	13. ¿La capacitación brindada genera en usted un ambiente laboral de satisfacción y motivación?			
		Maximización de Habilidades	14. ¿La capacitación laboral ha incrementado sus habilidades personales?			
		Adaptación a cambios	15. ¿Considera necesario la implementación de nuevas estrategias de capacitación laboral?			
		Rentabilidad y productividad	16. ¿Cree usted que la aplicación de capacitaciones incrementara la rentabilidad y productividad en la empresa?			
	Elementos	Evaluación Laboral	17. ¿Piensa usted que la aportación de sus habilidades innatas ayudará a alcanzar los objetivos planteados por la empresa?	Personal	Nominal	
		Mejora continua	18. ¿Cree usted, que la capacitación ha hecho que mejore constantemente el funcionamiento de sus actividades laborales?			
		Interacción constante	19. ¿Considera necesario la ampliación comunicativa entre las áreas de la empresa?			
Disminución de riesgos		20. ¿Recibió la capacitación para la prevención de riesgos en su área laboral?				

**Anexo 03: Validación del instrumento de recolección de datos****CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Victor Helio Patiño Niño, identificado con DNI 02860873,  
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN -:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: cuestionario elaborado por el estudiante **Cordova Espinoza Jhon**, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“GESTIÓN DE COMPRA Y CAPACITACIÓN DEL PERSONAL EN LAS MYPE RUBRO PANADERIAS LA UNIÓN, AÑO 2022”**, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 20 de marzo 2022

  
VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO  
RUC CLAD-07348



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, LIC. FERNANDO ARTURO REYES PEÑA, identificado con DNI 02786907, MAGÍSTER EN DOCENCIA UNIVERSITARIA UNP, ESTUDIOS DE DOCTORADO UNP, DOCENTE DE LA UNP, DOCENTE ETSUNP, DOCENTE UPAO-:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: cuestionario elaborado por el estudiante Cordova Espinoza Jhon, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“GESTIÓN DE COMPRA Y CAPACITACIÓN DEL PERSONAL EN LAS MYPE RUBRO PANADERIAS LA UNIÓN, AÑO 2022”**, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 21 de MARZO del año 2022




Msc. Fernando Arturo Reyes Peña  
LIC. ADM. CLAP 07305



Ítems relacionados Con Gestión de Compra	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la relación?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
¿Se efectúa correctamente la verificación de los insumos necesarios antes de una compra?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
¿Existe una inspección adecuada al momento de seleccionar un nuevo proveedor?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
¿El presente procedimiento de abastecimiento utilizado por la empresa es el más adecuado?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
¿La empresa mantiene una comunicación constante con sus proveedores?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
¿Son aplicadas las nuevas tendencias tecnologías en la empresa?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
¿Se realiza un control minucioso del producto recibido?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
¿Se cuenta con la información adecuada para la adquisición de las nuevas tendencias del mercado?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
¿La panadería implementa constantemente nuevas estrategias de compra?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
¿Se efectúa tratos con los proveedores en términos de precio y calidad de suministros?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
¿La panadería siempre adquiere insumos de calidad, para la elaboración de sus productos?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
¿Los proveedores facilitan constantemente el producto requerido?	X			X		X	SI ( ) NO (X)

  
Msc. Fernando Arturo Reyes Peña  
LIC. ADM. CLAP 07305

Ítems relacionados Con Capacitación del Personal	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la relación?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
¿Usted fue instruido en sus actividades al inicio de su ciclo laboral?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
¿La capacitación brindada genera en usted un ambiente laboral de satisfacción y motivación?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
¿La capacitación laboral ha incrementado sus habilidades?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
¿Considera necesario la implementación de nuevas estrategias de capacitación laboral?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
¿Cree usted que la aplicación de capacitaciones incrementara la rentabilidad y productividad en la empresa?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
¿Piensa usted que la aportación de sus habilidades ayudara a alcanzar los objetivos planteados por la empresa?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
¿Cree usted, que la capacitación ha hecho que mejore constantemente el funcionamiento de sus actividades laborales?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
¿Considera necesario la ampliación comunicativa entre las áreas de la empresa?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
¿Recibió la capacitación para la prevención de riesgos en su área laboral?	X			X		X	SI ( ) NO (X)

  
 Msc. Fernando Arturo Reyes Peña  
 LIC. ADM. CLAP 07305

## Anexo 04: Consentimiento informado



### PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula “**Caracterización de la gestión de compra y capacitación del personal en las Mype rubro panaderías en La Unión, año 2022**” y es dirigido por **Jhon Córdova Espinoza** investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar la caracterización de la gestión de compra y capacitación del personal en las Mype rubro panaderías en La Unión.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

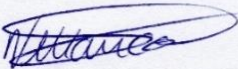
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de la publicación que se hará en el repositorio de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo [jcordovaespinoza9@gmail.com](mailto:jcordovaespinoza9@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

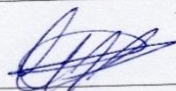
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: DALILA ARACELLI VILLEGAS ANCAJIMA

Fecha: 26 DE MARZO 2022

Correo electrónico: Cordova.marw69@gmail.com


Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



## Anexo 05: Evidencia de no adeudo



**Datos del documento**  
 Tipo de documento: BOLETA DE VENTA ELECTRONICA  
 Serie y correlativo: B002-02474841  
 Fecha: 26-04-2022  
 Hora: 19:00:00

Datos del emisor				Adquiriente / Usuario			
RUC: 20319956043 Nombre: Universidad Católica los Angeles de Chimbote Dirección: Jr Tumbes 247 C.C.Financiero Chimbote Sucursal: Casa Matriz Telefono:				Identificación: DNI - DOCUMENTO DE NACIONAL DE IDENTIDAD Número de identificación: 76728876 Nombre: CORDOVA ESPINOZA JHON KEVIN Dirección: CALLE AREQUIPA 649,,,PE			

Cantidad	Unidad	Código	Código SUNAT	Descripción	Valor unitario	Importe
1.000	NIU	1255	0	PENSION TALLER	S/ 675.00	S/ 675.00

Información adicional
CONDICION DE PAGO: CONTADO

Monto en letra: **QUINIENTOS CUARENTA Y 00/100 SOLES**

Total impuestos
Total IGV 18%: S/ 0.00

Totales del documento
Total Descuentos: S/ 135.00
Total Inafectas: S/ 675.00
Descuentos Globales: S/ 135.00
Importe total de la venta: S/ 675.00
Importe total a pagar: S/ 540.00



**Anexo 06: Constancia de no adeudo**

Vista Previa Constancia de No Adeudo <https://erp.uladech.edu.pe/siia/cobranzas/reportes/constancianoadeudo.php?n=114703>

USER: 42173873 Nro: 162022-00005228  
Fecha: 13-05-2022 16:37

**CONSTANCIA DE NO ADEUDO**

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) CORDOVA ESPINOZA JHON KEVIN, con código de matrícula 0811131062, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

Se expide el presente a solicitud del interesado(a).

TRUJILLO, 13 DE MAYO DEL 2022.



\_\_\_\_\_  
V°B° CAJA                      V°B° BIBLIOTECA (\*)                      V°B° LABORATORIO/ CLINICA (\*)

(\*) Requerido en los centros donde exista Biblioteca y/o Laboratorio.

**Anexo 07: Evidencia del reporte turnitin****INFORME FINAL-JHON CORDOVA ESPINOZA -**

---

**INFORME DE ORIGINALIDAD**

---

**0**%

INDICE DE SIMILITUD

**0**%

FUENTES DE INTERNET

**0**%

PUBLICACIONES

**0**%TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

**FUENTES PRIMARIAS**

---

Excluir citas      Activo

Excluir bibliografía      Activo

Excluir coincidencias &lt; 4%