



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Seguridad del servicio y el proceso de compras en la empresa Mundo Gourmet  
S.A.C., Comas 2019

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciado en Administración

**AUTOR:**

Br. Ruiz Melgarejo Kenluy Jhefferson (ORCID: 0000-0002-6149-0010)

**ASESOR:**

Dr. Vasquez Espinoza Juan Manuel (ORCID: 0000-0002-1678-1361)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2019

## **Dedicatoria**

A todos los jóvenes que luchan contra la precariedad económica por alcanzar sus sueños, no desistas, la perseverancia es la mejor arma para lograr tus metas.

## **Agradecimiento**

Mi profundo agradecimiento a los profesores de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo que me brindaron sus conocimientos a lo largo de toda la carrera universitaria.

A mi madre Silvia, mis hermanos Marlon y Josue, a mis tíos Lincol y Alex por su constante apoyo incondicional, y, a mi mejor amigo Jhair Gavino por estar siempre en los buenos y malos momentos de la vida universitaria, brindándome sus consejos para seguir mejorando.

## **Página del jurado**

## **Declaratoria de autenticidad**

### Declaratoria de autenticidad

Yo, Kenluy Jhefferson Ruiz Melgarejo, con DNI N.º 73587152, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 09 de diciembre del 2019



---

Kenluy Jhefferson Ruiz Melgarejo

# Índice

|  |      |
|--|------|
| Carátula   | i    |
| Dedicatoria  | ii   |
| Agradecimiento   | iii  |
| Página del jurado  | iv   |
| Declaratoria de autenticidad   | v    |
| Índice   | vi   |
| RESUMEN  | vii  |
| ABSTRACT   | viii |
| I. INTRODUCCIÓN  | 1    |
| II. MÉTODO   | 12   |
| 2.1 Tipo y diseño de investigación   | 12   |
| 2.2 Operacionalización de variables  | 12   |
| 2.3 Población, muestra y muestreo  | 18   |
| 2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad | 18   |
| 2.5 Procedimiento  | 20   |
| 2.6 Métodos de análisis de datos   | 20   |
| 2.7 Aspectos éticos  | 21   |
| III. RESULTADOS  | 22   |
| IV. DISCUSIÓN  | 30   |
| V. CONCLUSIONES  | 34   |
| VI. RECOMENDACIONES  | 35   |
| REFERENCIAS  | 36   |
| ANEXOS   | 42   |

## RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo determinar la relación de la seguridad del servicio y proceso de compras en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019, con dicho propósito se han tomado en cuenta las teorías de: Parasuraman, Zeithaml y Berry (Como se citó en Camisón, Cruz y González, 2006, p. 899) indican en el modelo de deficiencias que una empresa que intenta lograr un alto grado en la calidad del servicio que provee, debe prestar atención a los atributos en los que se fija el cliente; por otra parte, Casanueva, García y Caro (2009) definen que la seguridad del servicio es un conjunto de secuencias planeadas y ordenadas adecuadamente para generar la confianza necesaria de que un servicio o bien satisfaga las exigencias mínimas de calidad; y Carreño (2011) define que el proceso de compras permite adquirir productos de manera confiable y a bajo precio, donde se asegura el flujo de materia prima y la disminución de los costos de gestión. Teniendo como propósito resaltar la problemática de la empresa, en la que se investigó la situación del proceso de compras para detectar los puntos débiles de la organización, en el cual se buscó generar una mejor gestión de los medios económicos disponibles para lograr la seguridad del servicio mediante el análisis, prevención y la mejora continua de los procedimientos. El tipo de investigación fue aplicada, diseño no experimental – transversal, enfoque cuantitativo, nivel descriptivo – correlacional, la población estuvo conformada por 56 trabajadores, la muestra fue censal y el instrumento de recolección de datos fue el cuestionario de escala Likert. La conclusión luego de haber procesado y analizado los datos recopilados; es que existe relación positiva muy fuerte de la seguridad del servicio y el proceso de compras con un Rho Spearman de 0,867.

**Palabras clave:** Seguridad, servicio, proceso, calidad.

## ABSTRACT

This research aimed to determine the relationship of security of the service and purchasing process in the company Mundo Gourmet SAC, Comas 2019, for this purpose the theories of: Parasuraman, Zeithaml and Berry have been taken into account (As mentioned in Camisón , Cruz and González, 2006, p. 899) indicate in the model of deficiencies that a company that tries to achieve a high degree in the quality of the service it provides, must pay attention to the attributes in which the client is fixed; on the other hand, Casanueva, García and Caro (2009) define that the security of the service is a set of sequences planned and ordered properly to generate the necessary confidence that a service or satisfies the minimum quality requirements; and Carreño (2011) defines that the purchasing process allows to acquire products reliably and at a low price, where the flow of raw materials and the reduction of management costs are ensured. With the purpose of highlighting the problem of the company, in which the situation of the purchasing process was investigated to detect the weak points of the organization, in which it was sought to generate a better management of the economic means available to achieve service security through analysis, prevention and continuous improvement of procedures. The type of research was applied, non-experimental design - transversal, quantitative approach, descriptive level - correlational, the population was made up of 56 workers, the sample was census and the data collection instrument was the Likert scale questionnaire. The conclusion after having processed and analyzed the data collected; is that there is a very strong positive relationship between the security of the service and the purchasing process with a Rho Spearman of 0.867.

**Keywords:** Security, service, process, quality.



## **I. INTRODUCCIÓN**

A nivel internacional, los estándares de calidad en las organizaciones de alimentación tuvieron un gran cambio con respecto a las exigencias de salubridad, donde la Organización Mundial de Salud exige que las organizaciones cumplan con las normas establecidas para asegurar la inocuidad alimentaria, esto está ligado a que también cuenten con certificaciones que respalden los procesos productivos de sus proveedores. Donde, tener una política de compras clara y precisa permite que las empresas realicen adecuadamente el proceso de compras, y se evalué que los productos cumplan con los requisitos mínimos de aceptación como los atributos y las condiciones de calidad, porque esto permitirá que las empresas sean más competitivas en el mercado internacional. Esto genera que las organizaciones busquen los mejores aliados estratégicos para adquirir productos en óptimas condiciones para el consumo humano, el cual no solo le brinde confianza y calidad, si no también que logre reducir costos.

A nivel nacional, las empresas concesionarias de alimentos no son ajenas a estas exigencias, por lo cual muchas de estas organizaciones que se encuentran bajo el régimen Micro y Pequeñas empresas, tratan de mantenerse e integrarse a este nuevo ritmo. Donde, estandarizar el proceso de compras dentro de la organización es sumamente importante porque se encarga del aprovisionamiento de los productos que utilizan para el proceso de producción, ya que es necesario que la adquisición de la materia prima cumpla con ciertas condiciones de calidad y precio, en el cual se genere la seguridad del servicio enfocado a los objetivos estratégicos del sistema integral de gestión y las normas vigentes de salubridad según ley.

A nivel local, Mundo Gourmet S.A.C., es una empresa concesionaria con 12 años en el rubro de servicios de alimentación, en el cual brinda servicios de desayuno, almuerzo, cena y también realiza eventos para fechas especiales de acuerdo a la solicitud de sus clientes. Sus servicios de alimentación colectiva están enfocados a empresas de diferentes sectores como: el minero, comercio, industrial, hospitalario, educativo y transporte. Esta organización debido a las fuertes exigencias en el cumplimiento de los estándares de calidad está perdiendo clientes importantes al no dar una respuesta rápida a las observaciones sobre la inocuidad de la materia prima que utiliza para la producción de alimentos, donde refleja las siguientes inconsistencias en su gestión: una mala aplicación de la política de compras, trabajar con proveedores que no cumplen con las exigencias mínimas de calidad, no verificar las condiciones en la que los

proveedores realizan su proceso productivo, no evaluar el desempeño del proveedor, no verificar la conformidad de los productos y no administrar la materia prima según su condición. Las causas de estos problemas empiezan desde la Gerencia General por no brindar las herramientas necesarias para una buena gestión, y la falta de recursos limita a las áreas involucradas. El personal no está calificado para realizar sus funciones al cien por ciento, porque no cumple con las competencias del perfil de puestos de la organización, y a ello se suma cierta insatisfacción por parte del cliente al momento de auditar a la empresa. Enfocarse en estos puntos débiles de la empresa es muy importante porque le permitirá brindar la seguridad del servicio al aplicar un eficiente proceso de compras, el cual asegure la inocuidad de los alimentos. Donde, no solo dependerá del jefe de compras sino también de los trabajadores ya que ellos se encargan de verificar los productos durante el almacenamiento, manipulación y habilitación de insumos que se utilizan para la producción. Para brindar una solución a las dificultades de la empresa Mundo Gourmet S.A.C., se debe mejorar y aplicar una política de compras en el que se establezca de manera precisa las condiciones del costo, selección de proveedores, tiempo, modalidad financiamiento, devoluciones y la mejora continua dentro de los procedimientos establecidos.

Al respecto, Abad y Pincay (2014) tuvieron como objetivo analizar la calidad de servicio interno y externo de una empresa aseguradora de la ciudad de Guayaquil para incrementar el nivel de ventas de la organización. Concluyendo que existen condiciones malísimas para el desarrollo de las funciones asignadas por la organización, debido a la pésima actitud en los tiempos de respuesta para resolver los requerimientos, lo cual genera el 80% de inestabilidad en los servicios.

También, Parrales (2017) tuvo como objetivo analizar la situación actual del departamento de compras en Shoe Store en el año 2016 en base a la falta de control y seguimiento de las actividades relacionadas a la gestión de compras. Concluyendo que los procesos de compras son realizados de manera empírica e informal, ocasionando que el área de compras sature de responsabilidades a ciertos colaboradores, poniendo en peligro la seguridad del servicio.

Por otro lado, Solís (2017) tuvo como objetivo proponer un plan de mejora en calidad de servicio en una empresa de alimentos. Concluyendo que se planteó las mejoras de calidad en el servicio a través del ciclo Deming, el cual se enfoca en cuatro etapas importantes: planear, hacer,

verificar, y actuar, el cual genere las soluciones a las falencias de la empresa de alimentos, donde se logre brindar la seguridad del servicio.

Asimismo, Cardenas (2018) tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio y la fidelidad de compra. Concluyendo que ambas variables tienen relación positiva muy alta. Asimismo, la fidelidad de compra tiene relación positiva alta con las dimensiones tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad.

Por otro lado, Machado (2017) tuvo como objetivo diseñar un modelo logístico que permita implementar y mejorar el proceso de compras en una cadena de restaurantes. Concluyendo que al implementar un modelo logístico permitió ajustar los procesos de compras y a su vez desarrollar herramientas de control que mejoren el área de compras, donde se gestione de manera adecuada las entradas y salidas de las requisiciones, en el que se cumpla con las características básicas de aceptación.

Asimismo, Espino (2016) tuvo como objetivo elaborar la implementación de mejora en la gestión compra orientada a incrementar la productividad en una pequeña empresa de concesionario de alimentos. Concluyendo que los problemas principales en este tipo de empresa es la poca importancia que se le da al giro de negocio por ser organizaciones familiares, lo cual crea deficiencia en la gestión de compras y genera sobre costos en los productos, horas extras del personal, pérdida de tiempo en los procesos obsoletos, baja productividad y por consecuencia disminución en la demanda de clientes.

Al respecto, Gartaula, Patel, Johnson, Devkota, Khadka y Chaudhary (2017) tuvieron como objetivo enfatizar en la seguridad alimentaria para entender las tendencias del desarrollo humano, nutricional y productivo. Donde, los resultados indican que los factores personales y sociales están relacionados al bienestar alimentario.

Asimismo, Son, Lu, Kim (2015) tuvieron como objetivo explorar los datos y resultados de la satisfacción e insatisfacción para los usuarios de s-commerce que compran servicio alimentario en China. Concluyendo que es importante gestionar la seguridad del servicio de alimentos, así como proporcionar información precisa sobre el servicio a los consumidores menos experimentados, para no dar lugar a insatisfacción.

Además, Rashid, Abdullah, Yusuf y Shaari (2016) tuvieron como objetivo observar la relación entre el servicio y la calidad de los suministros en la industria de restaurantes de comida rápida en Malasia. Concluyendo que, para el factor de calidad de los alimentos, todos los encuestados están de acuerdo al 50%, y el 82% está de acuerdo en que la comida se sirve caliente y fresca.

Por otro lado, Adeyeye (2017) tuvo como objetivo analizar las contribuciones científicas que son esenciales para reducir los desafíos a la seguridad alimentaria en África a través de la elaboración de alimentos y las tecnologías adecuadas de almacenamiento. Concluyendo que la seguridad alimentaria en África ha seguido siendo un espejismo, ya que uno de los mayores desafíos es el mejoramiento de los métodos tradicionales de elaboración y conservación de alimentos, donde los métodos tradicionales de procesamiento y conservación de alimentos permanecen en el nivel empírico y siguen siendo bastante crudos y no estandarizados.

Asimismo, Griffith, Jackson y Lues (2017) tuvieron como objetivo evaluar los elementos de la gestión de la seguridad y cultura alimentaria dentro de un complejo sudafricano de entretenimiento, hoteles y servicios alimentarios. Concluyendo que para gestionar la seguridad del servicio se debe considerar un sistema de control formal de documentación contra riesgos o daños. Sin embargo, el estándar del sistema documentado no refleja necesariamente la forma en que se lleva a cabo en la práctica, debido a que es la cultura de seguridad de la empresa la que influirá en el despliegue y la eficacia de los recursos, políticas, prácticas y procedimientos de gestión de la seguridad, y representa el entorno de trabajo y las percepciones subyacentes, actitudes y prácticas habituales de los empleados a todos los niveles.

Además, McNeilly y Raming (2018) tuvieron como objetivo establecer una correlación entre la falta de conocimientos sobre seguridad alimentaria y las expectativas de las regulaciones de servicio alimentario. Concluyendo que los estudiantes demuestran un nivel deficiente de conocimientos sobre seguridad alimentaria y regulaciones de servicio alimentario. Asimismo, sugieren que los estudiantes universitarios tienen expectativas extremas con respecto al sistema regulatorio de servicio alimentario. Por último, la seguridad del servicio es responsabilidad de los operadores y administradores de los servicios de alimentos, mientras que los funcionarios de salud proporcionan asesoramiento y educación a los empleados y propietarios en las instalaciones de los servicios de alimentos.

Por otro lado, Chang, Rochani, Mase, Jones y Aslan (2018) tuvieron como objetivo examinar el vínculo entre las infracciones del código de seguridad alimentaria y las codificaciones de peligro a las que concierne un trabajo de servicio alimentario. Concluyendo que las probabilidades de recibir una violación de la seguridad alimentaria aumentaron cada año y los establecimientos de alimentos clasificados como categoría de riesgo IV tenían mayores probabilidades de recibir una violación de la seguridad alimentaria en comparación con las otras clasificaciones de riesgo.

Asimismo, Chuai, Fan y Chen (2018) tuvieron como objetivo investigar la seguridad alimentaria de las empresas de servicio de alimentos para llevar en línea. Concluyendo que el rápido crecimiento de la industria de servicios de alimentos para llevar en línea plantea un serio desafío a la seguridad alimentaria en la sociedad actual, debido a que la valoración de la seguridad de alimentos de las empresas A y B en J City tienen diferentes niveles de problemas sobre la seguridad del servicio, que se reflejan principalmente la adquisición, transporte y entrega.

También, Ahmed, Jones, Redmond, Hewedi, Wingert y Mohamed (2015) tuvieron como propósito aplicar el mapeo de flujos de valor de manera integral a sistemas hospitalarios de servicios de alimentación enfocados en los alimentos de alta calidad. Concluyendo que el mapeo de flujos de valor ayuda a comprender y desarrollar las operaciones del servicio de alimentos en hospitales públicos y privados del Reino Unido, el cual es fundamental para la satisfacción del paciente con respecto a la calidad y seguridad del servicio.

Además, Pappalardo, Carnemolla, y La Via (2016) tuvieron como objetivo examinar la correlación entre la disposición a pagar por alimentos funcionales y las creencias subjetivas asociadas a los valores alimentarios. Los hallazgos de este trabajo mostraron que el precio premium a favor de los alimentos funcionales también depende de creencias subjetivas relacionadas con ciertos valores alimentarios como origen, seguridad, naturalidad y precio. Donde, la industria del sector alimentario debería diseñar iniciativas apropiadas para promover el consumo de alimentos funcionales combinando tanto la salubridad como otros valores alimentarios.

Al respecto, Scarpato, Rotondo, Simeone, Gómez y Gutiérrez (2017) tuvieron como propósito evaluar el comportamiento de la inocuidad alimentaria de los clientes españoles con el propósito de entablar qué variables alteran a la posibilidad de que el usuario esté alerta a la seguridad alimentaria. Concluyendo que el consumidor está atento a la sanidad y seguridad de los productos orgánicos, más que a los productos que contienen grasa.

Por otro lado, Borrero (2019) tuvo como objetivo definir, planear y ejecutar un método de trazabilidad de la cadena de abastecimiento agroalimentario en relación a la tecnología blockchain que ayuda a las cooperativas agroalimentarias a perfeccionar los procesos incorporados en el producto. Concluyendo que la ventaja de este modelo sobre los modelos centralizados es que todos los productos se rastrean con blockchain y con esta trazabilidad es posible dar confianza a los consumidores finales sobre el origen de los productos porque los datos y transacciones se llevan a cabo en la cadena, se registran en blockchain y se gestionan a través de un contrato inteligente.

Asimismo, Blanco (2018) tuvo como objetivo resumir los aspectos importantes del servicio al cliente con una dieta definida en el sector de la restauración. Concluyendo que hay dos modelos de servicios de catering que se diferencian entre sí por el lugar donde se preparan y entregan los alimentos: producción centralizada y producción en el sitio.

Además, Carrizo y Letzkus (2016) tuvieron como objetivo realizar un plan de mejora a partir de las acciones que generen mayor impacto en los clientes de Gerencia Comercial Masivos de la empresa Ingesecc. Concluyendo que se determinó que existen cuatro puntos particularmente débiles en los servicios: los uniformes utilizados, el asesoramiento y comprensión de los requerimientos, el control de la asistencia y el tiempo de respuesta a las solicitudes.

Por otro lado, Vargas y Zapata (2018) tuvieron como objetivo identificar, analizar y comprender el hábito de consumo de los alimentos pre elaborados referidas por adolescentes de un establecimiento formativo. Concluyendo que las características de los alimentos procesados son dañinas para la salud no sólo de los adolescentes sino del público en general, y habría que estar atentos, pues, su consumo ha generado un cambio en el comportamiento nutricional perjudicial y erróneo.

Asimismo, Podestá y Maceda (2018) tuvieron como objetivo determinar la relación entre la cultura de seguridad y la calidad percibida del servicio. Concluyendo que las variables se relacionan significativamente.

Además, Choy (2016) tuvo como objetivo indicar el valor de la implementación de procedimientos productivos orgánicos como un modo sostenible para optimizar el coste y la seguridad nutritiva de la comunidad. Concluyendo que la baja productividad se debe a factores como las condiciones climatológicas, la precaria logística en los ciclos de riego, cultivo y cosecha, donde lo fundamental de una cadena productiva es usar los recursos de manera eficiente, optimizando el proceso de los alimentos para brindar la seguridad alimentaria.

También, Cevallos (2016) tuvo como propósito incorporar y demostrar la relación del modelo servqual con el índice de satisfacción de los clientes. Concluyendo que se tiene un método para cuantificar la seguridad del servicio del comedor con el sistema servqual, donde refleja que las características tangibles son esenciales para perfeccionar la calidad, de tal manera que las perspectivas de los consumidores sean mayores que la percepción.

Por otro lado, Ortiz, Oramas y Sanz (2015) tuvieron como objetivo planificar y aplicar un proceso eficiente de valoración de proveedores enfocado en el multicriterio. Concluyendo que, para desarrollar a una mayor eficiencia en gestión comercial, resulta necesario la aplicación de la teoría de los subconjuntos borrosos a las dificultades de gestión económica porque la perspectiva tradicional no se ajusta a la realidad; un contexto sumergido de confusión, indecisión y verdades tendenciosas.

Asimismo, Castañeda y Echeverría (2018) tuvieron como objetivo establecer el impacto de la calidad de servicio en la mejora de la satisfacción del cliente en el restaurante el cántaro. Concluyendo que los elementos tangibles como las instalaciones, las vestimentas del personal los materiales utilizados, tienen un mejor impacto en la gestión del restaurante.

Al respecto, DaCunha, Veridiana, y Stedefeldt (2018) tuvieron como objetivo evaluar el desempeño en seguridad alimentaria de los servicios alimentarios y sus factores asociados. El resultado de la adecuación fue menor en los quioscos de comida callejera (49,7%) y en los quioscos de playa (62,0%) que en los restaurantes (69,7%), los hospitales (83,9%) y las escuelas (86%).

Asimismo, Reinhard, Kalinowski, Bodnaruk, Eifert, Boyer, Duncan y Bailey (2018) tuvieron como objetivo demostrar la incidencia de listeria SPP en diversas plantas procesadoras de alimentos listas para el consumo en los Estados Unidos. En total, el 29% de las instalaciones mostraron cero muestras positivas para listeria SPP en el entorno de producción, mientras que el 71% tuvieron una o más muestras positivas.

Además, Betts y Hinsz (2015) tuvieron como objetivo examinar las relaciones entre el mindfulness disposicional, el conocimiento sobre seguridad alimentaria y las prácticas de seguridad alimentaria auto reportadas en la industria de servicios alimentarios. Concluyeron que la atención plena revela la varianza en las prácticas de inocuidad alimentaria auto reportadas más allá del conocimiento sobre seguridad alimentaria, con vínculos altos para los colaboradores que tienen un nivel bajo de conocimiento sobre inocuidad alimentaria.

También, Jiménez (2018) tuvo como objetivo desarrollar estrategias de negocios. Concluyendo que incluir el uso de canales rentables, mantener las cadenas de autoservicio y consolidar la propuesta de valor, se considere el proceso de fomentar relaciones con los puntos de venta.

Por otro lado, la teoría del modelo de deficiencias de Parasuraman, Zeithaml y Berry. Según, Camisón, Cruz y González (2006, p. 899), mencionan que una empresa que intenta lograr un alto grado en la calidad del servicio que provee debe prestar atención a los atributos en los que se fija el cliente. Es decir, para lograr la seguridad del servicio es necesario que las condiciones de los productos sean las más óptimas y adecuadas para satisfacer las necesidades del usuario. Donde, la disconformidad hace referencia a las expectativas del servicio y a la percepción real del cliente, por lo que la calidad y la seguridad del servicio se ven comprometidas, donde es necesario identificar, analizar y evaluar las condiciones que generan las deficiencias entre el cliente y el proveedor. Según Camisón, et al. (2006, pp. 906-915), refieren que las causas de las deficiencias se expresan de la siguiente forma; Deficiencia 1: la causa de esta deficiencia es suponer que la organización no sabe lo que el cliente espera. Deficiencia 2: la causa de esta deficiencia es que la alta gerencia establezca normas o políticas de calidad en base a sus propios intereses y sin tomar en cuenta lo que el cliente requiere. Deficiencia 3: la causa de esta deficiencia surge cuando las características del servicio no cumplen con los atributos de calidad acordados entre el cliente y el proveedor. Deficiencia 4 y



5: la causa de esta deficiencia surge cuando el proveedor brinda un servicio totalmente distinto al ofrecido o acordado. Asimismo, la teoría del Dr. Armand V. Feigenbaum. “Total Quality Control”. Se fundamenta conceptos sobre la calidad y la productividad. Japón lo reconoció como el primero en considerar que la calidad debería estar enfocada en las diferentes etapas de los procesos y no solo en la manufactura. Por otro lado, la teoría de Joseph M. Juran está enfocada a mantener el liderazgo en calidad, donde la gerencia de una empresa debe tomar las disposiciones necesarias para brindar las herramientas que logren alcanzar los objetivos planificados. Según Juran (como se citó en Camisón, et al., 2006, p. 230), refiere lo siguiente: la trilogía de la calidad está orientada a mejorar los métodos de la administración de calidad compuesta por la planeación; que se encarga de diseñar procesos y productos que logren el bienestar del cliente, el control; que se enfoca en detectar las anomalías que se susciten dentro de un proceso o producto, en el cual se aplique la retroalimentación y las medidas correctivas para mantener el estándar planificado, y, la mejora; que implica iniciativas para optimizar los procesos manteniendo los estándares de calidad a un coste competitivo. Por otra parte, la teoría de Kaoru Ishikawa. Según Ishikawa (como se citó en Duque, 2005, p. 67), menciona que el valor del producto está ligado a la calidad del: trabajo, servicio, proceso, información, persona, sistema, empresa y a los objetivos. Por lo tanto, refiere que la calidad es todo lo que brinda un fabricante o prestador de servicios al usuario final. Además, está enfocada en dos contribuciones muy importantes: el aporte de los círculos de control de calidad; que contribuyen al mejoramiento y desarrollo de la empresa, al respeto por la humanidad, a crear un espacio de trabajo amigable y, aplicar y aprovechar las capacidades humanas completamente, y, el aporte del diagramas de espigas de pescado (causa-efecto) está enfocado a realizar análisis de causalidad; que contribuyen al control de procesos, a las mejoras del producto o servicio y a la fijación de metas. Por otro lado, la teoría de William Edwards Deming. Al respecto Puche y Costas (2010, p. 55), mencionan que el ciclo Deming actúa de manera sinérgica, debido que al llegar al último paso del ciclo se puede reiniciar o comenzar otro ciclo de mejora. Asimismo, Puche y Costas (2010, p. 55), describen de la siguiente manera a cada una de sus fases al destacado ciclo PDCA (plan-do-check-act): P (Plan): el propósito fundamental es la comunicación fluida en la organización, la consideración de las diferentes aportaciones, la delimitación de la cadena de valor, el análisis de la situación y causa, y, el planteamiento de una vía de acción. D (Do): en esta etapa generalmente se necesita prácticas y ajustes para conseguir

una ejecución eficaz y constante. C (Check): en esta etapa se verifica que los objetivos alcanzados no son causales, sino que son a razón de los cambios ejecutados. A (Act): en esta etapa se estandariza los procedimientos; es decir, los cambios se acoplan al sistema. Asimismo, Heredia (2013, p. 5), menciona que dentro del proceso de compras existe la posibilidad de interrelacionar la direccionalidad de las acciones y las variables, de tal manera que se facilite y genere un camino hacia la optimización de procesos y recursos dentro de la organización.

Por otro lado, Según Camisón, et al. (2006, p. 193), mencionan que la norma ISO 9000:2000 define la seguridad del servicio como la percepción del cliente sobre el cumplimiento de los atributos. Entonces, la seguridad del servicio está dada por la relación entre el servicio requerido y el servicio brindado, donde se mide los requisitos deseados por los clientes. Asimismo, Peel (1991, p. 26), refiere que son actividades complementarias que ejecuta una organización para mejorar la satisfacción que el cliente recibe en sus procedimientos esenciales o primordiales. Por otra parte, Silvina (2011) define que el proceso de compras no es solamente contactar al proveedor para que venda un producto, ya que este proceso consta de un flujo de procedimientos que empieza en el requerimiento formal, la recepción de la mercadería y la cancelación de las facturas correspondientes. Asimismo, Escriba, Savall y Martínez (2014, p. 5) definen que es una serie de etapas que da lugar a la adquisición de una compra para satisfacer una necesidad.

Problema general: ¿Cómo se relaciona la seguridad del servicio con el proceso de compras en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019? ¿Cómo se relaciona la seguridad del servicio con la recepción de la solicitud de productos en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019? ¿Cómo se relaciona la seguridad del servicio con la selección de proveedores en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019? ¿Cómo se relaciona la seguridad del servicio con la emisión de la orden de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019? ¿Cómo se relaciona la seguridad del servicio con el seguimiento y recepción de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019?

La investigación tuvo como propósito resaltar la problemática de la empresa Mundo Gourmet S.A.C., en la que se investigó la situación del proceso de compras para detectar los puntos débiles de la organización, en el cual se buscó generar una mejor gestión de los medios económicos disponibles para lograr la seguridad del servicio. Además, se brindó información

que contribuye a futuros estudios relacionados con las variables seguridad del servicio y proceso de compras, desarrollando de manera apropiada las teorías relacionadas. Por último, se contribuyó metodológicamente porque se estudió a las variables seguridad del servicio y proceso de compras, ligada a la gestión de organizaciones, a través de la investigación cuantitativa, de método deductivo, tipo aplicada, diseño no experimental y de corte transversal, nivel descriptivo – correlacional, técnica de la encuesta y un instrumento de medición como el cuestionario, donde se buscó determinar la relación de la seguridad del servicio y el proceso de compras. De esta manera, logrando contribuir al desarrollo de la empresa de estudio con la investigación realizada, donde la seguridad del servicio mediante una buena gestión del proceso de compras permitirá el análisis, prevención y la mejora continua de los procedimientos.

Objetivo general: Determinar la relación de la seguridad del servicio con el proceso de compras en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. Determinar la relación de la seguridad del servicio con la recepción de la solicitud de productos en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. Determinar la relación de la seguridad del servicio con la selección de proveedores en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. Determinar la relación de la seguridad del servicio con la emisión de la orden de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. Determinar la relación de la seguridad del servicio con el seguimiento y recepción de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019.

Hipótesis general: La seguridad del servicio se relaciona con el proceso de compras en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. La seguridad del servicio se relaciona con la recepción de la solicitud de productos en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. La seguridad del servicio se relaciona con la selección de proveedores en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. La seguridad del servicio se relaciona con la emisión de la orden de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. La seguridad del servicio se relaciona con el seguimiento y recepción de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019.

## II. MÉTODO

### 2.1 Tipo y diseño de investigación

#### 2.1.1 Método y enfoque

Según, Hernández et al. (2014, p. 6), mencionan que el método deductivo empieza con la teoría para luego realizar el planteamiento de las hipótesis que se pone a prueba. Asimismo, Hernández et al. (2014, p. 4), manifiestan que se define metodología cuantitativa porque utiliza la recolección de datos para comprobar hipótesis, aplicando el cálculo numérico y el análisis descriptivo, para definir patrones de comportamientos y testar las teorías.

#### 2.1.2 Tipo

Según, Naghi (2005, p. 44), define que la investigación de tipo aplicada sirve para establecer acciones, estrategias y poner énfasis en resolver problemas.

#### 2.1.3 Diseño

Según, Soto (2015, p. 67), define que en el diseño no experimental no se hace efectivo algún experimento, ya que no se manipula las variables y solo se observa de forma natural los fenómenos o hechos; es decir, tal cual se da en su ámbito natural.

#### 2.1.4 Nivel

Según, Ávila (2006, p. 48), menciona que el nivel descriptivo tiene como finalidad la descripción de sucesos, fenómenos o fuentes de información específicas. Asimismo, Soto (2015, p. 54), refiere que la finalidad del nivel correlacional es demostrar el nivel de relación de dos variables, donde el análisis debe ser del mismo sujeto o fuente de información.

### 2.2 Operacionalización de variables

#### 2.2.1 Variables

Variable: Seguridad del servicio. Según Casanueva, García y Caro (2009, p. 350): definen que es un conjunto de secuencias planeadas y ordenadas adecuadamente para generar la confianza necesaria de que un servicio o bien satisfaga las exigencias mínimas de calidad.

Dimensión 1: Capacidad de respuesta. Según Casanueva, et al. (2009, p. 364): definen que es la disponibilidad de apoyar a los clientes y proveer un servicio inmediato, donde satisface el deseo de servir a los usuarios efectivamente.

Indicador 1: Comunicación. Según Fernández y Gordon (1992, p. 3): definen la comunicación como la relación establecida con alguien en común o el intercambio de información, ideas y actitudes.

Indicador 2: Disposición. Según la Real Academia Española (2014): define la disposición como un acto de acción o efecto de disponer y aptitud para adecuarse a un cierto fin.

Dimensión 2: Seguridad. Según Casanueva, et al. (2009, p. 364): definen que la seguridad refleja la noción y el compromiso expuesto por los trabajadores y las competencias que demuestran para brindar confianza y credibilidad. Donde, las personas que realizan el servicio deben ser competentes para dar las soluciones inmediatas a los problemas suscitados.

Indicador 1: Confianza. Según Mayer, Davis y Schoorman (como se citó en Sanz, Ruiz y Perez, 2009, p. 35): refieren que la confianza es la buena voluntad que brinda un persona, empresa o grupo de ser vulnerables a las acciones positivas o justas de la otra parte.

Indicador 2: Cortesía. Según la Real Academia Española (2014), define la cortesía como la demostración de atención, afecto o respeto que se tiene sobre una persona.

Dimensión 3: Fiabilidad. Según Casanueva, et al. (2009, p. 364): definen que es la destreza para cumplir con la prestación ofrecida de forma segura y permanente en el tiempo.

Indicador 1: Eficiencia. Según Koontz y Weihrich (2004, p. 14): define que es el cumplimiento de los objetivos con menor uso de recursos.

Indicador 2: Eficacia. Según Koontz y Weihrich (2004, p. 14): define la eficacia como el logro de las metas.

Dimensión 4: Elementos tangibles. Según Casanueva, et al. (2009, p. 364): definen que es el aspecto de las instalaciones físicas, material de comunicación, personal de contacto y equipos.

Indicador 1: Empleados. Según la Real Academia Española (2014): define a los empleados como hombres que desempeñan una función determinada.

Indicador 2: Materiales. Según la Real Academia Española (2014): define que es un elemento que forma parte de algún compuesto, también se considera como materiales al conjunto de máquinas o herramientas de cualquier clase.

Variable: Proceso de compras. Según Carreño (2011, p. 200): define que permite adquirir productos de manera confiable y a bajo precio, donde se asegura el flujo de materia prima y la disminución de los costos de gestión.

Dimensión 1: Recepción de la solicitud de productos. Según Carreño (2011, p. 200): define que es un documento que se recibe de manera física o virtual cuando el área de producción solicita abastecimiento para realizar sus actividades diarias, es aquí donde se inicia el proceso de compra para satisfacer una necesidad de la organización.

Indicador 1: Solicitud urgente. Según Carreño (2011, p. 201): define que las solicitudes urgentes deben estar sustentadas para emitirse debido al costo adicional que se genera en el transporte, horas extras del personal y penalidades por parte del proveedor al suministrar la compra, sin embargo, considera que el sobrecosto generado debe ser cargado al área responsable para que planifique de mejor manera los requerimientos en otra ocasión.

Indicador 2: Solicitud por cantidad pequeña. Según Carreño (2011, p. 202): define que las solicitudes por cantidad pequeña en muchas ocasiones son por un monto menor al costo de tramitación, por tal motivo es necesario crear estrategias en las que se gestione de manera adecuada los requerimientos, en las cuales menciona los siguientes: El departamento de compras debe persuadir al área que solicita un determinado artículo una cantidad estándar que cubra los costos de tramitación. El departamento de compras debe reunir los requerimientos de las otras áreas que tengan las mismas características hasta acumular la cantidad mínima que justifique el costo de tramitación. El departamento de compras debe establecer una fecha de requerimientos por cada artículo que se solicite en cantidades menores por las diferentes áreas, esto permitirá que se realice la compra del mismo producto al tener la cantidad mínima para cubrir los costos de tramitación.

Dimensión 2: Selección de proveedores. Según Carreño (2011, p. 202): define que, para realizar una compra, es necesario identificar al o a los proveedores que aprovisionaran la materia prima.

Indicador 1: Selección de proveedor. Según Carreño (2011, p. 203): define que no todos los proveedores cumplen con las exigencias requeridas para brindar un producto o servicio, por ello se debe revisar los registros históricos que validen su experiencia en el mercado y evaluar sus referencias comerciales con respecto a los siguientes puntos: Tiempo de espera. Flexibilidad de

abastecimiento. Puntualidad. Frecuencia de entrega. Calidad. Costo de transporte. Términos del precio. Coordinación de información. Colaboración. Tipo de cambio e impuesto. Se deben considerar estos puntos para la selección de un proveedor, debido a que altera el costo real en el que incide la organización.

Indicador 2: Solicitud de cotización. Según Carreño (2011, p. 202): define que una vez seleccionado el proveedor se debe solicitar la cotización de uno o varios productos mediante un documento formal que tenga la siguiente información: Fecha emisión, vencimiento, entrega. Descripción. Cantidad. Lugar de entrega. Registro. Otros. El proveedor también deberá consignar dentro de la cotización el precio, la condición de pago, el plazo y las observaciones que hayan pactado previo acuerdo comercial.

Dimensión 3: Emisión de la orden de compra. Según Carreño (2011, p. 206): define que el proveedor seleccionado debe recibir la orden de adquisición generada por el departamento de compras, este documento establecerá una relación comercial entre el proveedor y la empresa, en el cual será responsable de aprovisionar los productos en los tiempos establecidos y la empresa será responsable de realizar los pagos según las fechas acordadas.

Indicador 1: Condiciones y plazos. Según Carreño (2011, p. 207): define que las condiciones y plazos más frecuentes son: La aprobación del producto previa verificación del cumplimiento de calidad. Si el precio es mayor y no hubo previa coordinación se aplicará el monto pagado del anterior pedido. En caso de productos no conformes, se procederá a la devolución. En caso de no recibir los productos en plazo acordado, se aplicará una sanción monetaria por el pedido o la cancelación de la orden.

Indicador 2: Recursos. Según Carreño (2011, p. 207): define que los recursos que se utilizan para gestionar adecuadamente las relaciones comerciales con un proveedor involucran a todas las áreas de la organización, empezando desde finanzas que se encarga de programar el pago, almacén que planifica el acopio y contabilidad que registra los deberes tributarios, etc.

Dimensión 4: Seguimiento y recepción de compra. Según Carreño (2011, p. 207): define que se debe asegurar que el abastecimiento sea recibido según lo acordado, en la que se tiene que considerar la condición e importancia de cada producto que la organización necesita para el desarrollo de sus actividades.

Indicador 1: Seguimiento de compra. Según Carreño (2011, p. 207): define que el seguimiento de compra es la comunicación que se da con el proveedor por medios telefónicos o escritos, donde se solicita el status del abastecimiento y la visita a sus instalaciones para evaluar sus procesos de producción, pero el seguimiento de compra termina cuando los productos son entregados al comprador.

Indicador 2: Recepción de compra. Según Carreño (2011, p. 208): define que la recepción de compra es una labor que le compete al área de almacén, donde se verifica la cantidad y el estado de conservación del producto, además se realiza el cruce de información de lo recibido con lo solicitado. Si se detecta productos que faltan, imperfectos o en malas condiciones se informa al departamento de compras sobre la incidencia ocurrida para que se realice la reducción del monto sobre el valor facturado.

## **2.2 Operacionalización de variables**

Tabla 1

*Operacionalización de variables*



| VARIABLE               | DEFINICIÓN CONCEPTUAL  | DEFINICIÓN OPERACIONAL   | DIMENSIONES                            | INDICADORES                    | ÍTEMS | ESCALA DE MEDICIÓN               |                       |            |    |
|------------------------|--|--|--|--------------------------------|-------|----------------------------------|-----------------------|------------|----|
| Seguridad del servicio | Casanueva, García y Caro (2009) definen que es: "Conjunto de acciones planificadas y sistemáticas necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio satisfará los requisitos establecidos de calidad" (p. 350).   | La variable 1 (seguridad del servicio) se midió mediante las dimensiones de capacidad de respuesta, seguridad, fiabilidad, elementos tangibles, donde se elaboró un cuestionario de 10 ítems.  | Capacidad de respuesta                 | Comunicación                   | 1     | Ordinal Cuestionario tipo Likert |                       |            |    |
|                        |  |  |  | Disposición                    | 2     |                                  |                       |            |    |
|                        |  |  | Seguridad                              | Confianza                      | 3     |                                  |                       |            |    |
|                        |  |  |  | Cortesía                       | 4     |                                  |                       |            |    |
|                        |  |  | Fiabilidad                             | Eficiencia                     | 5     |                                  |                       |            |    |
|                        |  |  |  | Eficacia                       | 6     |                                  |                       |            |    |
|                        |  |  | Elementos tangibles                    |                                |       |                                  |                       | Empleados  | 7  |
|                        |  |  |  |                                |       |                                  |                       | 8          |    |
|                        |  |  |  |                                |       |                                  |                       | 9          |    |
|                        |  |  |  |                                |       |                                  |                       | Materiales | 10 |
| Proceso de compras     | Carreño (2011) define que: "Debido a los montos invertidos de dinero, a la cantidad de materiales comprados y al carácter legal de los acuerdos celebrados con el proveedor, se hace necesario establecer un proceso de compras con el objetivo de garantizar una compra transparente, bajar los costos de adquisición, asegurar el flujo de materiales y disminuir los costos de la gestión de compras" (p. 200). | La variable 2 (proceso de compras) se midió mediante las dimensiones de recepción de la solicitud de productos, selección de proveedores, emisión de la orden de compra y seguimiento y recepción de compra, donde se elaboró un cuestionario de 10 ítems. | Recepción de la solicitud de productos | Solicitud urgente              | 11    |                                  |                       |            |    |
|                        |  |  |  | Solicitud por cantidad pequeña | 12    |                                  |                       |            |    |
|                        |  |  | Selección de proveedores               | Selección de proveedor         | 13    |                                  |                       |            |    |
|                        |  |  |  | Solicitud de cotización        | 14    |                                  |                       |            |    |
|                        |  |  | Emisión de la orden de compra          | Condiciones y plazos           | 15    |                                  |                       |            |    |
|                        |  |  |  | Recursos                       | 16    |                                  |                       |            |    |
|                        |  |  | Seguimiento y recepción de compra      |                                |       |                                  | Seguimiento de compra | 17         |    |
|                        |  |  |  |                                |       |                                  | 18                    |            |    |
|                        |  |  |  |                                |       | Recepción de compra              | 19                    |            |    |
|                        |  |  |  |                                |       |                                  | 20                    |            |    |

Fuente: Elaboración propia

## **2.3 Población, muestra y muestreo**

### **2.3.1 Población**

Equivale a un total de 56 trabajadores de la empresa Mundo Gourmet S.A.C. del distrito de Comas. Al respecto, Tomás (2009, p. 21), refiere que es un conjunto de individuos que cumplen ciertas características y de quienes analizamos cierta información, el cual abarca un conjunto de propiedades de los que se busca obtener información, donde todos ellos deben ser identificados.

### **2.3.2 Muestra y muestreo**

La muestra se obtuvo de forma censal, seleccionando a toda la población, es decir, a los 56 trabajadores de la empresa Mundo Gourmet S.A.C. del distrito de Comas. Por otro lado, Hernández et al. (2014, p. 173), definen que la muestra es un subgrupo del cual se recopila información y tiene que delimitarse con precisión, la cual debe ser representativa. Asimismo, Hayes (1999, p. 56), define que la muestra censal es cuando la cantidad de la muestra es igual a la población, esta selección se emplea cuando la unidad de análisis es aproximadamente pequeña y cuando es necesario averiguar la similitud de la totalidad de los individuos.

### **2.3.3 Criterios de selección**

Criterios de inclusión: Hombres y mujeres, que mantienen relación laboral directa con la empresa Mundo Gourmet S.A.C., del distrito de Comas, que accedieron de manera voluntaria a responder el cuestionario.

Criterios de exclusión: Hombres y mujeres, que no mantienen relación laboral directa ni indirecta la empresa Mundo Gourmet S.A.C., del distrito de Comas.

## **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **2.4.1 Técnica de recolección de datos**

Para la recopilación de información se efectuó la técnica de encuesta dirigida a los trabajadores de la de la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. Al respecto Hernández et al. (2014, p. 200), refieren que la encuesta es una técnica de recopilación de información que recolecta los datos a través de un conjunto de interrogantes que permite calcular y examinar las variables, el cual debe ser objetivo, confiable y válido.

#### 2.4.2 Instrumento de recolección de datos

Se generó un instrumento de recopilación de información denominado el cuestionario, el cual consta de 20 preguntas elaboradas sobre los indicadores y dimensiones de las variables seguridad del servicio y proceso de compras. Al respecto, Ávila (2006, p. 55), menciona que el instrumento de recopilación de información consiste en la elaboración de un cuestionario de preguntas que miden opiniones sobre sucesos o situaciones específicas.

Para el nivel del instrumento de recolección de datos se empleó la escala de Likert. Al respecto, Hernández et al. (2014, p. 200), refieren que la escala de Likert se realiza formando un alto número de afirmaciones que valoren al objeto de actitud y se apliquen a una muestra piloto para recolectar las valoraciones del grupo en cada ítem o pregunta.

#### 2.4.3 Validación del instrumento

Es fiable y válido porque se sometió al criterio de 4 expertos en la metodología y la materia, para la validación se presentó un formato detallando las preguntas con relación al indicador, la dimensión y la variable. Al respecto, Soto (2015, p. 72), menciona que la validez refiere si el instrumento es aplicable para calcular lo que se desea evaluar, las cuales pueden ser de las siguientes clases: la validez de criterio, constructo y de contenido. A continuación, se detallada a los expertos:

Tabla 2

#### *Validación de expertos*

| N.º       | Experto                            | Calificación del instrumento | Grado    |
|-----------|------------------------------------|------------------------------|----------|
| Experto 1 | Dr. Alva Arce Rosel Cesar          | Aplicable                    | Doctor   |
| Experto 2 | Dr. Carranza Estela Teodoro        | Aplicable                    | Doctor   |
| Experto 3 | Dr. Aliaga Correa David Fernando   | Aplicable                    | Doctor   |
| Experto 4 | Mg. Barca Barrientos Jesús Enrique | Aplicable                    | Magister |

*Fuente: Elaboración propia.*

#### 2.4.4 Confiabilidad del instrumento

Hernández et al. (2014, p. 200), refieren que la fiabilidad del instrumento es el grado en que su aplicación en el mismo objeto de estudio produzca los mismos resultados de forma coherente y consistente. Para medir la fiabilidad del instrumento de investigación se somete al análisis estadístico del Alfa de Cronbach a través del programa SPSS. A continuación, se muestra en la tabla 3 el procesamiento de casos de las variables de estudio, el cual es el resultado de una prueba piloto que se realizó a través del SPSS a 20 trabajadores de otra empresa que tiene las mismas condiciones y características que el grupo de estudio.

Tabla 3

*Resumen de procesamiento de las variables seguridad del servicio y proceso de compras*

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Casos | Válido                | 20 | 100,0 |
|       | Excluido <sup>a</sup> | 0  | ,0    |
|       | Total                 | 20 | 100,0 |

*Fuente: Datos obtenidos de la encuesta en SPSS 25.*

Asimismo, se detalla en la tabla 4 el nivel de medidas para valorar el coeficiente de Cronbach y en la tabla 5 se muestra el estadístico de confiabilidad obtenido:

Tabla 4

*Escala de medidas para evaluar el coeficiente alfa de Cronbach*

| Valores      | Nivel                  |
|--------------|------------------------|
| -1,00 a 0,00 | No confiable           |
| 0,01 a 0,49  | Baja confiabilidad     |
| 0,50 a 0,75  | Moderada Confiabilidad |
| 0,76 a 0,89  | Fuerte Confiabilidad   |
| 0,90 a 1,00  | Alta Confiabilidad     |

*Fuente: Elaborado en base a George y Mallery (2018).*

Tabla 5

*Estadística de confiabilidad de las variables seguridad del servicio y proceso de compras*

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,802             | 20             |

*Fuente: Datos obtenidos de la encuesta en SPSS 25.*

Se aprecia en la tabla 5 que el Alfa de Cronbach para las variables tiene un coeficiente de confiabilidad de 0,802, de acuerdo a la tabla 5 de escalas de medida de George y Mallery, se encuentra dentro del rango de 0,76 a 0,89, siendo un coeficiente de fuerte confiabilidad, por lo tanto, el instrumento es fiable.

## 2.5 Procedimiento

Primero, se elaboró y preparó el instrumento para la encuesta. Luego, se coordinó y se solicitó la autorización de la Gerencia General de la Empresa Mundo Gourmet para realizar la encuesta, y, por último, se efectuó la encuesta a los trabajadores.

## **2.6 Métodos de análisis de datos**

### **2.6.1 Análisis descriptivo**

Hernández et al. (2014, p. 287), mencionan que se efectúa el análisis estadístico descriptivo para las variables de estudio y por último se aplica cálculos estadísticos para contrastar las hipótesis.

### **2.6.2 Análisis inferencial**

Hernández et al. (2014, p. 306), se utiliza para dos operaciones enlazadas: estimar parámetros y probar hipótesis poblacionales.

## **2.7 Aspectos éticos**

Se desarrolló teniendo en cuenta los valores éticos y los marcos legales; donde se determinó lo planteado en la hipótesis a través de los datos obtenidos con buena de fe por parte de los encuestados, manteniendo el anonimato y la privacidad de la información brindada por el grupo de estudio. Asimismo, se sometió a la evaluación del programa Turnitin para verificar la autenticidad de la presente investigación donde reflejo: veracidad, responsabilidad, transparencia, objetividad y fiabilidad.

### III. RESULTADOS

#### 3.1 Análisis descriptivo

##### 3.1.1 Variable seguridad del servicio

Tabla 6

###### *Seguridad del servicio*

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo  | 8          | 14,3       | 14,3              | 14,3                 |
|        | Medio | 48         | 85,7       | 85,7              | 100,0                |
|        | Total | 56         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos de la encuesta realizada a la empresa Mundo Gourmet S.A.C., respecto al nivel de gestión de la variable seguridad del servicio es: 85,7% medio y 14,3% bajo.

##### Dimensiones de la variable seguridad del servicio

Tabla 7

###### *Capacidad de respuesta*

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo  | 17         | 30,4       | 30,4              | 30,4                 |
|        | Medio | 33         | 58,9       | 58,9              | 89,3                 |
|        | Alto  | 6          | 10,7       | 10,7              | 100,0                |
|        | Total | 56         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos de la encuesta realizada a la empresa Mundo Gourmet S.A.C., respecto al nivel de gestión de la dimensión capacidad de respuesta es: 58,9% medio, 30,4% bajo y 10,7% alto.

Tabla 8

###### *Seguridad*

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo  | 1          | 1,8        | 1,8               | 1,8                  |
|        | Medio | 47         | 83,9       | 83,9              | 85,7                 |
|        | Alto  | 8          | 14,3       | 14,3              | 100,0                |
|        | Total | 56         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos de la encuesta realizada a la empresa Mundo Gourmet S.A.C., respecto al nivel de gestión de la dimensión seguridad es: 83,9% medio, 14,3% alto y 1,8% bajo.

Tabla 9

*Fiabilidad*

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo  | 11         | 19,6       | 19,6              | 19,6                 |
|        | Medio | 33         | 58,9       | 58,9              | 78,6                 |
|        | Alto  | 12         | 21,4       | 21,4              | 100,0                |
|        | Total | 56         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos de la encuesta realizada a la empresa Mundo Gourmet S.A.C., respecto al nivel de gestión de la dimensión fiabilidad es: 58,9% medio, 21,4% alto y 19,6% bajo.

Tabla 10

*Elementos tangibles*

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo  | 12         | 21,4       | 21,4              | 21,4                 |
|        | Medio | 44         | 78,6       | 78,6              | 100,0                |
|        | Total | 56         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos de la encuesta realizada a la empresa Mundo Gourmet S.A.C., respecto al nivel de gestión de la dimensión elementos tangibles es: 78,6% medio y 21,4% bajo.

### 3.1.2 Variable proceso de compras

Tabla 11

*Proceso de compras*

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo  | 9          | 16,1       | 16,1              | 16,1                 |
|        | Medio | 41         | 73,2       | 73,2              | 89,3                 |
|        | Alto  | 6          | 10,7       | 10,7              | 100,0                |
|        | Total | 56         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos de la encuesta realizada a la empresa Mundo Gourmet S.A.C., respecto al nivel de gestión de la variable proceso de compras es: 73,2% medio, 16,1% bajo y 10,7% alto.

Dimensiones de la variable proceso de compras

Tabla 12

*Recepción de la solicitud de productos*

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo  | 4          | 7,1        | 7,1               | 7,1                  |
|        | Medio | 38         | 67,9       | 67,9              | 75,0                 |
|        | Alto  | 14         | 25,0       | 25,0              | 100,0                |
|        | Total | 56         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos de la encuesta realizada a la empresa Mundo Gourmet S.A.C., respecto al nivel de gestión de la dimensión recepción de la solicitud de productos es: 67,9% medio, 25% alto y 7,1% bajo.

Tabla 13

*Selección de proveedores*

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo  | 11         | 19,6       | 19,6              | 19,6                 |
|        | Medio | 32         | 57,1       | 57,1              | 76,8                 |
|        | Alto  | 13         | 23,2       | 23,2              | 100,0                |
|        | Total | 56         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos de la encuesta realizada a la empresa Mundo Gourmet S.A.C., respecto al nivel de gestión de la dimensión selección de proveedores es: 57,1% medio, 23,2% alto y 19,6% bajo.

Tabla 14

*Emisión de la orden de compra*

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo  | 15         | 26,8       | 26,8              | 26,8                 |
|        | Medio | 33         | 58,9       | 58,9              | 85,7                 |
|        | Alto  | 8          | 14,3       | 14,3              | 100,0                |
|        | Total | 56         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos de la encuesta realizada a la empresa Mundo Gourmet S.A.C., respecto al nivel de gestión de la dimensión emisión de la orden de compra es: 58,9% medio, 26,8% bajo y 14,3% alto.



Tabla 15

*Seguimiento y recepción de compra*

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo  | 11         | 19,6       | 19,6              | 19,6                 |
|        | Medio | 42         | 75,0       | 75,0              | 94,6                 |
|        | Alto  | 3          | 5,4        | 5,4               | 100,0                |
|        | Total | 56         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: *Elaboración propia*

Los resultados obtenidos de la encuesta realizada a la empresa Mundo Gourmet S.A.C., respecto al nivel de gestión de la dimensión seguimiento y recepción de compra es: 75% medio, 19,6% bajo y 5,4% alto.

### 3.2 Análisis inferencial

#### 3.2.1 Prueba de normalidad

Este estadístico se realizó con la finalidad de conocer si los datos tienen o no una distribución normal; estableciendo la siguiente hipótesis:

H<sub>0</sub>: Los datos tienen una distribución normal

H<sub>1</sub>: Los datos no tienen una distribución normal

Condición: Si  $N > 50$ , entonces se utiliza Kolmogórov-Smirnov.

Regla de decisión: Si  $\alpha < 0,05$  se rechaza la hipótesis nula

Si  $\alpha > 0,05$  se rechaza la hipótesis alterna

Tabla 16

*Prueba de normalidad*

|                        | Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup> |    |      |
|------------------------|---------------------------------|----|------|
|                        | Estadístico                     | gl | Sig. |
| Seguridad del servicio | ,151                            | 56 | ,003 |
| Proceso de compras     | ,186                            | 56 | ,000 |

Fuente: *Datos obtenidos de la encuesta en SPSS 25.*

La prueba de normalidad muestra que la variable seguridad del servicio tiene un nivel de significancia bilateral (sig=0,003) y la variable proceso de compras tiene un nivel de significancia bilateral (sig=0,000), siendo ambas menores que el p valor (0,05). Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna, concluyendo que los datos no tienen una distribución normal. Por ello, se utilizó el estadístico no paramétrico Rho de Spearman para validar las hipótesis y medir la correlación.

### 3.2.2 Prueba de hipótesis general

Tabla 17

#### *Grado de correlación*

| Rango         | Relación                          | Rango         | Relación                          |
|---------------|-----------------------------------|---------------|-----------------------------------|
| -0.91 a -1.00 | Correlación negativa perfecta     | 0.00          | No existe correlación             |
| -0.76 a -0.90 | Correlación negativa muy fuerte   | +0.01 a +0.10 | Correlación positiva débil        |
| -0.51 a -0.75 | Correlación negativa considerable | +0.11 a +0.50 | Correlación positiva media        |
| -0.11 a -0.50 | Correlación negativa media        | +0.51 a +0.75 | Correlación positiva considerable |
| -0.01 a -0.10 | Correlación negativa débil        | +0.76 a +0.90 | Correlación positiva muy fuerte   |
|               |                                   | +0.91 a +1.00 | Correlación positiva perfecta     |

*Nota: Tomado de Metodología de la investigación, quinta edición, por Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P., 2010, México D.F., México: McGraw-Hill*

#### Significancia y decisión

Si  $\alpha < 0.05$  se rechaza la hipótesis nula

Si  $\alpha > 0.05$  se rechaza la hipótesis alterna

H: La seguridad del servicio se relaciona con el proceso de compras en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019.

H<sub>0</sub>: La seguridad del servicio no se relaciona con el proceso de compras en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019.

H<sub>1</sub>: La seguridad del servicio se relaciona con el proceso de compras en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019.

Tabla 18

#### *Prueba de correlación y de hipótesis general*

|                 |                        |                             | Seguridad del servicio | Proceso de compras |
|-----------------|------------------------|-----------------------------|------------------------|--------------------|
| Rho de Spearman | Seguridad del servicio | Coefficiente de correlación | 1,000                  | ,867**             |
|                 |                        | Sig. (bilateral)            | .                      | ,000               |
|                 |                        | N                           | 56                     | 56                 |
|                 | Proceso de compras     | Coefficiente de correlación | ,867**                 | 1,000              |
|                 |                        | Sig. (bilateral)            | ,000                   | .                  |
|                 |                        | N                           | 56                     | 56                 |

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

El coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,867, y de acuerdo a la tabla 17, se determinó que la seguridad del servicio tiene relación positiva muy fuerte con el proceso de compras en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. Asimismo, el nivel de

significancia bilateral ( $\text{sig}=0,000$ ) es menor que el p valor ( $0,05$ ), de acuerdo a la regla de decisión se acepta la hipótesis alterna, estableciendo que existe relación.

### 3.2.3 Prueba de hipótesis específica 1

H: La seguridad del servicio se relaciona con la recepción de la solicitud de productos en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019.

H<sub>0</sub>: La seguridad del servicio no se relaciona con la recepción de la solicitud de productos en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019.

H<sub>1</sub>: La seguridad del servicio se relaciona con la recepción de la solicitud de productos en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019.

Tabla 19

*Prueba de correlación y de hipótesis específica 1*

|                 |  |                             | Seguridad del servicio | Recepción de la solicitud de productos |
|-----------------|--|-----------------------------|------------------------|--|
| Rho de Spearman | Seguridad del servicio                 | Coefficiente de correlación | 1,000                  | ,533**                                 |
|                 |  | Sig. (bilateral)            | .                      | ,000                                   |
|                 |  | N                           | 56                     | 56                                     |
|                 | Recepción de la solicitud de productos | Coefficiente de correlación | ,533**                 | 1,000                                  |
|                 |  | Sig. (bilateral)            | ,000                   | .                                      |
|                 |  | N                           | 56                     | 56                                     |

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

El coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,533, y de acuerdo a la tabla 17, se determinó que la seguridad del servicio tiene relación positiva considerable con la recepción de la solicitud de productos en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. Asimismo, el nivel de significancia bilateral ( $\text{sig}=0,000$ ) es menor que el p valor ( $0,05$ ), de acuerdo a la regla de decisión se acepta la hipótesis alterna, estableciendo que existe relación.

### 3.2.4 Prueba de hipótesis específica 2

H: La seguridad del servicio se relaciona con la selección de proveedores en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019.

H<sub>0</sub>: La seguridad del servicio no se relaciona con la selección de proveedores en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019.

H<sub>1</sub>: La seguridad del servicio se relaciona con la selección de proveedores en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019.

Tabla 20

*Prueba de correlación y de hipótesis específica 2*

|                 |                          |                             | Seguridad del servicio | Selección de proveedores |
|-----------------|--------------------------|-----------------------------|------------------------|--------------------------|
| Rho de Spearman | Seguridad del servicio   | Coefficiente de correlación | 1,000                  | ,639**                   |
|                 |                          | Sig. (bilateral)            | .                      | ,000                     |
|                 |                          | N                           | 56                     | 56                       |
|                 | Selección de proveedores | Coefficiente de correlación | ,639**                 | 1,000                    |
|                 |                          | Sig. (bilateral)            | ,000                   | .                        |
|                 |                          | N                           | 56                     | 56                       |

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

El coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,639, y de acuerdo a la tabla 17, se determinó que la seguridad del servicio tiene relación positiva considerable con la selección de proveedores en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. Asimismo, el nivel de significancia bilateral (sig=0,000) es menor que el p valor (0,05), de acuerdo a la regla de decisión se ambas menores acepta la hipótesis alterna, estableciendo que existe relación.

3.2.5 Prueba de hipótesis específica 3

H: La seguridad del servicio se relaciona con la emisión de la orden de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019.

H<sub>0</sub>: La seguridad del servicio no se relaciona con la emisión de la orden de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019.

H<sub>1</sub>: La seguridad del servicio se relaciona con la emisión de la orden de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019.

Tabla 21

*Prueba de correlación y de hipótesis específica 3*

|                 |                               |                             | Seguridad del servicio | Emisión de la orden de compra |
|-----------------|-------------------------------|-----------------------------|------------------------|-------------------------------|
| Rho de Spearman | Seguridad del servicio        | Coefficiente de correlación | 1,000                  | ,725**                        |
|                 |                               | Sig. (bilateral)            | .                      | ,000                          |
|                 |                               | N                           | 56                     | 56                            |
|                 | Emisión de la orden de compra | Coefficiente de correlación | ,725**                 | 1,000                         |
|                 |                               | Sig. (bilateral)            | ,000                   | .                             |
|                 |                               | N                           | 56                     | 56                            |

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

El coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,725, y de acuerdo a la tabla 17, se determinó que la seguridad del servicio tiene relación positiva considerable con la emisión

de la orden de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. Asimismo, el nivel de significancia bilateral ( $\text{sig}=0,000$ ) es menor que el p valor (0,05), de acuerdo a la regla de decisión se acepta la hipótesis alterna, estableciendo que existe relación.

### 3.2.6 Prueba de hipótesis específica 4

H: La seguridad del servicio se relaciona con el seguimiento y recepción de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019.

H<sub>0</sub>: La seguridad del servicio no se relaciona con el seguimiento y recepción de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019.

H<sub>1</sub>: La seguridad del servicio se relaciona con el seguimiento y recepción de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019.

Tabla 22

#### *Prueba de correlación y de hipótesis específica 4*

|                 |                                   |                             | Seguridad del servicio | Seguimiento y recepción de compra |
|-----------------|-----------------------------------|-----------------------------|------------------------|-----------------------------------|
| Rho de Spearman | Seguridad del servicio            | Coefficiente de correlación | 1,000                  | ,807**                            |
|                 |                                   | Sig. (bilateral)            | .                      | ,000                              |
|                 | Seguimiento y recepción de compra | N                           | 56                     | 56                                |
|                 |                                   | Coefficiente de correlación | ,807**                 | 1,000                             |
|                 |                                   | Sig. (bilateral)            | ,000                   | .                                 |
|                 |                                   | N                           | 56                     | 56                                |

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

El coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,807, y de acuerdo a la tabla 17, se determinó que la seguridad del servicio tiene relación positiva muy fuerte con el seguimiento y recepción de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. Asimismo, el nivel de significancia bilateral ( $\text{sig}=0,000$ ) es menor que el p valor (0,05), de acuerdo a la regla de decisión se acepta la hipótesis alterna, estableciendo que existe relación.

## IV. DISCUSIÓN

4.1 El objetivo general fue determinar la relación de la seguridad del servicio con el proceso de compras en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. Obteniendo como coeficiente de correlación (0,867), se determinó que existe correlación positiva muy fuerte entre ambas variables.

Resultados que guardan relación con la teoría del modelo de deficiencias de Parasuraman, Zeithaml y Berry (Como se citó en Camisón, Cruz y González, 2006, p. 899), establecieron que para lograr la seguridad del servicio es necesario que las condiciones de los productos sean las más óptimas y adecuadas para satisfacer las necesidades del usuario. Asimismo, también se fundamenta en las siguientes investigaciones:

Solís (2017) estableció que las mejoras de calidad en el servicio se dan a través del ciclo Deming, el cual se enfoca en cuatro etapas importantes: planear, hacer, verificar, y actuar, generando las soluciones a las falencias de la empresa de alimentos, donde se logre brindar la seguridad del servicio. Asimismo, Heredia (2013), adaptó al proceso de compras el ciclo Deming, de tal manera que se optimicen los procesos y recursos dentro de la organización.

Parrales (2017) concluyo que el proceso de compras se realiza de manera informal y empírica, ocasionando que el área de compras sature de responsabilidades a ciertos colaboradores, poniendo en riesgo la seguridad del servicio.

Cardenas (2018) determinó que la calidad del servicio y la fidelidad de compra tienen relación positiva muy alta.

4.2 El objetivo específico 1 fue determinar la relación de la seguridad del servicio con la recepción de la solicitud de productos en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. Obteniendo como coeficiente de correlación (0,533), se determinó que existe correlación positiva considerable. Dichos resultados se sustentan en las siguientes investigaciones:

Abad y Pincay (2014) concluyeron que las condiciones para el desarrollo de las funciones asignadas por la organización, refleja una pésima actitud en el tiempo de respuesta para resolver los requerimientos, lo cual genera el 80% de inestabilidad en los servicios.

Machado (2017) desarrollo un modelo logístico que permitió ajustar el proceso de compra y a su vez implementar herramientas de control que mejoren el área de compras, gestionando de manera adecuada las entradas y salidas de las requisiciones, en el que se cumpla con las características básicas de aceptación.

Espino (2016) estableció que al desarrollar mejoras en la gestión de compras aumenta la productividad en una pequeña organización de concesionario de alimentos. Donde, las dificultades principales que se presentan en este tipo de organización es la poca importancia que se le da al giro de negocio por ser empresas familiares, el cual demostró deficiencia y sobrecostos en los requerimientos, horas extras del personal, pérdida de tiempo en los procesos obsoletos y baja productividad.

4.3 El objetivo específico 2 fue determinar la relación de la seguridad del servicio con la selección de proveedores en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. Obteniendo como coeficiente de correlación (0,639), se determinó que existe correlación positiva considerable. Dichos resultados se sustentan en las siguientes investigaciones:

Griffith, Jackson y Lues (2017) concluyeron que para gestionar la seguridad del servicio se debe considerar un sistema de control formal de documentación contra riesgos o daños. Sin embargo, el estándar del sistema documentado no refleja necesariamente la forma en que se lleva a cabo en la práctica, debido a que es la cultura de seguridad de la empresa la que influirá en el despliegue y la eficacia de los recursos, políticas, prácticas y procedimientos de gestión de la seguridad, y representa el entorno de trabajo y las percepciones subyacentes, actitudes y prácticas habituales de los empleados a todos los niveles.

Chuai, Fan y Chen (2018) concluyeron que el rápido crecimiento de la industria de servicios de alimentos para llevar en línea plantea un serio desafío a la seguridad alimentaria en la sociedad actual, debido a que la valoración de la seguridad de alimentos de las empresas A y B en J City tienen diferentes niveles de problemas sobre la seguridad del servicio, que se reflejan principalmente en la adquisición, transporte y entrega.

Borrero (2019) concluyó que la ventaja de los modelos centralizados es que todos los productos se rastrean con blockchain y con esta trazabilidad es posible dar confianza a los consumidores finales sobre el origen de los productos porque los datos y transacciones se llevan a cabo en la cadena, se registran en blockchain y se gestionan a través de un contrato inteligente.

4.4 El objetivo específico 3 fue determinar la relación de la seguridad del servicio con la emisión de la orden de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. Obteniendo como coeficiente de correlación (0,725), se determinó que existe correlación positiva considerable. Dichos resultados se sustentan en las siguientes investigaciones:

Son, Lu, Kim (2015) concluyeron que es importante gestionar la seguridad del servicio de alimentos, así como proporcionar información precisa sobre el servicio a los consumidores menos experimentados, para no dar lugar a insatisfacción.

Rashid, Abdullah, Yusuf, Shaari (2016) establecieron la relación entre el servicio y la calidad de los suministros en la industria de restaurantes de comida rápida en Malasia.

Ahmed, Jones, Redmond, Hewedi, Wingert, Mohamed (2015) concluyeron que el mapeo de flujos de valor ayuda a comprender y desarrollar las operaciones del servicio de alimentos en hospitales públicos y privados del Reino Unido, el cual es fundamental para la satisfacción con respecto a la calidad y seguridad del servicio.

Pappalardo, Carnemolla, y La Via (2016) demostraron que el precio premium a favor de los alimentos funcionales también depende de creencias subjetivas relacionadas con ciertos valores alimentarios como origen, seguridad, naturalidad y precio. Donde, la industria del sector alimentario debería diseñar iniciativas apropiadas para promover el consumo de alimentos funcionales combinando tanto la salubridad como otros valores alimentarios.

4.5 El objetivo específico 4 fue determinar la relación de la seguridad del servicio con el seguimiento y recepción de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. Obteniendo como coeficiente de correlación (0,807), se determinó que existe correlación positiva muy fuerte. Dichos resultados se sustentan en las siguientes investigaciones:

Adeyeye (2017) concluyó que la seguridad alimentaria en África ha seguido siendo un espejismo, ya que uno de los mayores desafíos es el mejoramiento de los métodos tradicionales de elaboración y conservación de alimentos, donde los métodos tradicionales de procesamiento y conservación de alimentos permanecen en el nivel empírico y siguen siendo bastante crudos y no estandarizados.

Carrizo y Letzkus (2016) determinaron que existen cuatro puntos particularmente débiles en los servicios: los uniformes utilizados, el asesoramiento y comprensión de los requerimientos, el control de la asistencia y el tiempo de respuesta a las solicitudes.

McNeilly y Raming (2018) concluyeron que la seguridad del servicio es responsabilidad de los operadores y administradores, mientras que los funcionarios de salud proporcionan asesoramiento y educación a los empleados y propietarios en las instalaciones de los servicios de alimentos.

4.6 La hipótesis general fue: La seguridad del servicio se relaciona con el proceso de compras en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. Obteniendo como resultado el nivel de



significancia bilateral ( $\text{sig}=0,000$ ), siendo menor que el p valor (0,05), se estableció que existe relación. Resultados que guardan relación con la investigación de Cardenas (2018) concluyo que la calidad del servicio y la fidelidad de compra tienen relación.

4.7 La hipótesis específica 1 fue: La seguridad del servicio se relaciona con la recepción de la solicitud de productos en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. Obteniendo como resultado el nivel de significancia bilateral ( $\text{sig}=0,000$ ), siendo menor que el p valor (0,05), se estableció que existe relación. Resultados que guardan relación con la investigación de Cardenas (2018) concluyo que la capacidad de respuesta y la fidelidad de compra tienen relación.

4.8 La hipótesis específica 2 fue: La seguridad del servicio se relaciona con la selección de proveedores en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. Obteniendo como resultado el nivel de significancia bilateral ( $\text{sig}=0,000$ ), siendo menor que el p valor (0,05), se estableció que existe relación. Resultados que guardan relación con la investigación de Cardenas (2018) concluyo que la seguridad y la fidelidad de compra tienen relación.

4.9 La hipótesis específica 3 fue: La seguridad del servicio se relaciona con la emisión de la orden de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. Obteniendo como resultado el nivel de significancia bilateral ( $\text{sig}=0,000$ ), siendo menor que el p valor (0,05), se estableció que existe relación. Resultados que guardan relación con la investigación de Cardenas (2018) concluyo que la fiabilidad y la fidelidad de compra tienen relación.

4.10 La hipótesis específica 3 fue: La seguridad del servicio se relaciona con el seguimiento y recepción de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019. Obteniendo como resultado el nivel de significancia bilateral ( $\text{sig}=0,000$ ), siendo menor que el p valor (0,05), se estableció que existe relación. Resultados que guardan relación con la investigación de Cardenas (2018) concluyo que la tangibilidad y la fidelidad de compra tienen relación.

## V. CONCLUSIONES

- 5.1 Se determinó que la seguridad del servicio tiene relación positiva muy fuerte con el proceso de compras con un Rho Spearman de 0,867.
- 5.2 Se determinó que la seguridad del servicio tiene relación positiva considerable con la recepción de la solicitud de productos con un Rho Spearman de 0,533.
- 5.3 Se determinó que la seguridad del servicio tiene relación positiva considerable con la selección de proveedores con un Rho Spearman de 0,639.
- 5.4 Se determinó que la seguridad del servicio tiene relación positiva considerable con la emisión de la orden de compra con un Rho Spearman de 0,725.
- 5.5 Se determinó que la seguridad del servicio tiene relación positiva muy fuerte con el seguimiento y recepción de compra con un Rho Spearman de 0,807.

## **VI. RECOMENDACIONES**

6.1 Establecida la relación entre la seguridad del servicio y el proceso de compras se sugiere desarrollar un sistema de gestión integral, con el objetivo de brindar la seguridad alimentaria, de tal manera que se logre optimizar y mejorar los procedimientos. Asimismo, se sugiere realizar visitas inopinadas para verificar el cumplimiento de las actividades establecidas bajo el lineamiento del sistema de gestión integral.

6.2 Se recomienda gestionar de manera adecuada la recepción de la solicitud de productos, estandarizando las fechas y horarios de recepción con la finalidad de que el área de compras atienda de manera oportuna los requerimientos urgentes o normales. Esto permitirá que el proveedor tenga una óptima capacidad de respuesta.

6.3 Se recomienda evaluar la selección de proveedores bajo el criterio de costo, calidad e identificando los procedimientos que realiza el proveedor a cada tipo de producto; esto permitirá tener la seguridad de que los productos cumplen con los atributos necesarios para brindar la seguridad del servicio.

6.4 Se recomienda diseñar un sistema que genere de manera automatizada la emisión de la orden de compra de los productos requeridos, con la finalidad de estandarizar las recetas para cada tipo de preparación que realiza la concesionaria de alimentos. Esto permitirá generar la fiabilidad de que todos los productos son adquiridos bajo ciertos parámetros de calidad.

6.5 Se recomienda desarrollar un plan de seguimiento y recepción de compra bajo los lineamientos de la norma ISO 22000, esto permitirá asegurar la inocuidad y trazabilidad de la materia prima, y a través de ello brindar la seguridad del servicio.

## REFERENCIAS

- Abad, M. y Pincay, D. (2014). *Analysis of quality service based on internal and external customers to propose the model of management in quality in an insurance company in guayaquil* (Tesis de Pregrado). Recuperado de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjHk6qX4J7iAhXSmeAKHT13DEMOFjAAegQIABAC&url=https%3A%2F%2Fspace.ups.edu.ec%2Fbitstream%2F123456789%2F7451%2F1%2FUPS-GT000777.pdf&usg=AOvVaw13NpZypVaqcUkaQt0saUjq>
- Adeyeye, S. (2017). The role of food processing and appropriate storage technologies in ensuring food security and food availability in Africa. *Nutrition and Food Science*, 47(1), 122-139. DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/NFS-03-2016-0037>
- Ahmed, M. Jones, E. Redmond, E. Hewedi, M. Wingert, A. y Mohamed, R. (2015). Food production and service in UK hospitals. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 28(1), 40-54. DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/IJHCQA-07-2013-0092>
- Ávila B. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. México: Eumed.
- Betts, K. y Hinsz, V. (2015). Mindful attention and awareness predict self-reported food safety practices in the food service industry: Research and reviews research and reviews. *Current Psychology*, 34(2), 191-206. DOI: <http://dx.doi.org/10.1007/s12144-014-9251-4>
- Blanco, B. (2018). Atención a comensales con dieta específica en los servicios de restauración a colectividades. *Nutrición Hospitalaria*, 35, 130–135. DOI: <https://doi.org/10.20960/nh.2138>
- Borrero, J. (2019). Sistema de trazabilidad de la cadena de suministro agroalimentario para cooperativas de frutas y hortalizas basado en la tecnología Blockchain. *CIRIEC - España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (95), 70–94. DOI: <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.95.13123>
- Camisión, C. Cruz, S. y González, T. (2006). *Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson Educación.

- Cardenas, S. (2018). *Calidad de servicio y fidelidad de compra del consumidor en supermercado Plaza Vea Ceres Lima Perú 2018* (Tesis de Pregrado). Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/35568>
- Carreño S. (2011). *Logística de la A a la Z*. Lima: Pontifica Universidad Católica del Perú.
- Carrizo, L. y Letzkus, M. (2016). Propuesta de mejora en una empresa de suministro de personal con base en la percepción de calidad por parte de los clientes. *Trilogía*, 28(39), 114–133. Recuperado de: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=118206176&lang=es&site=eds-live>
- Casanueva, C. García, J. y Caro, F. (2009). *Organización y gestión de empresas turísticas*. Madrid: Pirámide.
- Castañeda, Y. y Echeverría, J. (2018). *Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente en el restaurante “El Cantaro” Lambayeque 2017*. Recuperado de: <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/963>
- Cevallos, J. (2016). *Medición de la calidad del servicio de un comedor universitario utilizando SERVQUAL y desarrollo de un modelo de ecuaciones estructurales*. DOI: <https://doi.org/10.15381/idata.v18i1.12064>
- Chang, P. Rochani, H. Mase, W. Jones, J. y Aslan, A. (2018). Analysis of food service operation risk classification and associated food safety violation frequency. *Journal of Environmental Health*, 80(6), 14-18. Recuperado de: <https://search.proquest.com/docview/1989498054?accountid=37408>
- Choy, E. (2016). *Cadena de producción sostenible en costos y seguridad alimenticia nacional*. DOI: <https://doi.org/10.15381/quipu.v23i43.11609>
- Chuai, X. Fan, C. y Chen, H. (2018). Food safety evaluation of on-line take-out food service enterprises. *Asian Agricultural Research*, 10(8), 5-8. DOI: <http://dx.doi.org/10.19601/j.cnki.issn1943-9903.2018.8.002>
- DaCunha, D. Veridiana, V. y Stedefeldt, E. (2018). Food safety performance and risk of food services from different natures and the role of nutritionist as food safety leader. *Ciência & Saúde Coletiva*, 23(12). DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1413-812320182312.21042016>

- Duque, E. (2005). Revisión del concepto calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar Journal*, 15(25), 64-80. DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/NFS-03-2016-0037>
- Escriva, J. Savall, V. y Martínez, A. (2014). *Gestión de compras*. España: McGraw-Hill.
- Espino, E. (2016). *Implementación de mejora en la gestión compras para incrementar la productividad en un concesionario de alimentos* (Tesis de Pregrado). Recuperado de [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiQl-v6457iAhUMIqwKHYuBCUoQFjAAegQIAhAC&url=http%3A%2F%2Frepositorio.usil.edu.pe%2Fbitstream%2FUSIL%2F2459%2F1%2F2016\\_Espino\\_Implementacion\\_de\\_mejora\\_en\\_la\\_gestion\\_compras.pdf&usq=AOvVaw2bvWgvyVrSQdT0hOATDrVU](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiQl-v6457iAhUMIqwKHYuBCUoQFjAAegQIAhAC&url=http%3A%2F%2Frepositorio.usil.edu.pe%2Fbitstream%2FUSIL%2F2459%2F1%2F2016_Espino_Implementacion_de_mejora_en_la_gestion_compras.pdf&usq=AOvVaw2bvWgvyVrSQdT0hOATDrVU)
- Fernández, C. y Gordon, D. (1992). *La comunicación humana: ciencia social*. Barcelona: McGraw-Hill.
- Gartaula, H. Patel, K. Johnson, D. Devkota, R. Khadka, K. y Chaudhary, P. (2017). From food security to food wellbeing: Examining food security through the lens of food wellbeing in nepal's rapidly changing agrarian landscape. *Agriculture and Human Values*, 34(3), 573-589. DOI: <http://dx.doi.org/10.1007/s10460-016-9740-1>
- Griffith, C. Jackson, L. y Lues, R. (2017). The food safety culture in a large south african food service complex. *British Food Journal*, 119(4), 729-743. DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/BFJ-11-2016-0533>
- Hayes, B. (1999). *Como medir la satisfacción del cliente: desarrollo y utilización de cuestionarios*. (2.<sup>a</sup> ed.). España: Gestión
- Heredia, N. (2013). *Gerencia de compras*. (2.<sup>a</sup> ed.). Colombia: Andrea Sierra.
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. (6.<sup>a</sup> ed.). México: McGraw-Hill.
- Jiménez, A. (2018). Mejora Tu Propuesta De Valor. *Entrepreneur Mexico*, 26(7), 42-45. Recuperado de: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ent&AN=131064607&lang=es&site=eds-live>

- Koontz, H. y Wehrich, H. (2004). *Administración: Un Perspectiva Global*. (12.<sup>a</sup> ed.). México: McGraw-Hill.
- Machado, C. (2017). *Diseño e implementación de un modelo logístico para la mejora del proceso de compras en una cadena de restaurantes* (Tesis de Pregrado). Recuperado de [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj7tS7457iAhUhnq0KHZ9kAL0QFjABegQIAhAC&url=http%3A%2F%2Fcybertesis.unmsm.edu.pe%2Fbitstream%2Fhandle%2Fcybertesis%2F7047%2FMachado\\_sc.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy&usg=AOvVaw14YrQ4H-E3yj2ZQfa6pnei](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj7tS7457iAhUhnq0KHZ9kAL0QFjABegQIAhAC&url=http%3A%2F%2Fcybertesis.unmsm.edu.pe%2Fbitstream%2Fhandle%2Fcybertesis%2F7047%2FMachado_sc.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy&usg=AOvVaw14YrQ4H-E3yj2ZQfa6pnei)
- McNeilly, N. y Raming, B. (2018). Evaluation of college student food safety knowledge and expectations of food service inspections in North Carolina. *Journal of Environmental Health*, 81(1), 16-20. Recuperado de: <https://search.proquest.com/docview/2095521454?accountid=37408>
- Naghi N., M. (2005). *Metodología de la investigación*. España: Limusa.
- Ortiz, M. Oramas, O. y Sanz, M. (2015). *Procedimiento de evaluación de proveedores con herramientas de la teoría de los subconjuntos borrosos: Aplicación a proveedores seleccionados de una empresa comercial*. DOI: <https://doi.org/10.21678/jb.2015.69>
- Pappalardo, G. Carnemolla, T. y La Via, G. (2016). Factors affecting purchasing process of functional foods: acces la success acces la success. *Calitatea*, 17, 229-235. Recuperado de: <https://search.proquest.com/docview/1780005087?accountid=37408>
- Parrales, M. (2017). *Diseño de un manual de procedimientos para la gestión de compras en Shoe Store* (Tesis de Pregrado). Recuperado de [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwi29OXy3p7iAhVSVK0KHdMkD\\_AQFjAAegQIBBAC&url=http%3A%2F%2Frepository.ug.edu.ec%2Fbitstream%2Ffredug%2F17747%2F1%2FTesis%2520Mar%25C3%25ADa%2520Gabriela%2520Parrales%2520Y%25C3%25A1nez.pdf&usg=AOvVaw3GolzNMBRWLQRj90q2Guta](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwi29OXy3p7iAhVSVK0KHdMkD_AQFjAAegQIBBAC&url=http%3A%2F%2Frepository.ug.edu.ec%2Fbitstream%2Ffredug%2F17747%2F1%2FTesis%2520Mar%25C3%25ADa%2520Gabriela%2520Parrales%2520Y%25C3%25A1nez.pdf&usg=AOvVaw3GolzNMBRWLQRj90q2Guta)
- Peel, M. (1991). *El servicio al cliente: guía para mejorar la atención y la asistencia*. España: Ediciones Deusto.

- Podestá, L. y Maceda, M. (2018). *Calidad percibida del servicio y cultura de seguridad en salud en el personal médico del Hospital II EsSalud Vitarte, Lima, 2017*. Recuperado de: <http://repositorio.essalud.gob.pe/handle/ESSALUD/313>
- Puche, J. y Costas, J. (2010). Entender el ciclo PDCA de mejora continua. *Asociación Española para la Calidad (AEC)*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3330810>
- Rashid, I. Abdullah, M. Yusuf, B. y Shaari, M. (2016). Impact of service and food quality on customer satisfaction among generation y for the fast-food restaurant in Malaysia. *International Journal of Information, Business and Management*, 8(1), 51-66. Recuperado de: <https://search.proquest.com/docview/1752118161?accountid=37408>
- Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (23.<sup>a</sup> ed.). consultado en <https://dle.rae.es/>
- Reinhard, R. Kalinowski, R. Bodnaruk, P. Eifert, J. Boyer, R. Duncan, S. y Bailey, R. (2018). Incidence of listeria spp. in ready-to-eat food processing plant environments regulated by the U.S. food safety and inspection service and the U.S. food and drug administration. *Journal of Food Protection*, 81(7), 1063-1067. DOI: <http://dx.doi.org/10.4315/0362-028X.JFP-17-440>
- Sanz, S. Ruiz, C. y Pérez, I. (2009). *Conceptos, dimensiones y antecedentes de la confianza en entornos virtuales*. Recuperado de [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjWgN\\_8p7ziAhVLwlkKHQLQBzkQFjAAegQIAhAC&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F3156944.pdf&usg=AOvVaw0-rqupfPvKIN1vmGYJKiOL](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjWgN_8p7ziAhVLwlkKHQLQBzkQFjAAegQIAhAC&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F3156944.pdf&usg=AOvVaw0-rqupfPvKIN1vmGYJKiOL)
- Scarpato, D. Rotondo, G. Simeone, M. Gómez, A. y Gutiérrez, P. (2017). How can food companies attract the consumer concerned about food safety? A logit model analysis in Spain. *British Food Journal*, 119(8), 1705-1717. DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/BFJ-12-2016-0616>
- Silvina, A. (2011). *Comprar para ganar*. Buenos Aires: Osmar D. Buyatti.
- Son, M. Lu, C. y Kim, M. (2015). Determinants of post-purchase attitude for social commerce users purchasing food service: A two-factor theory perspective.



*International Information Institute (Tokyo). Information, 18(1), 149-161. Recuperado de: <https://search.proquest.com/docview/1662139241?accountid=37408>*

Solís, H. (2017). *Mejora de la Calidad de servicio en una empresa de alimentos, Los Olivos 2017* (Tesis de Pregrado). Recuperado de [https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&ei=BqrcXL6lCoKWsQXs5ajICg&q=Mejora+de+la+Calidad+de+servicio+en+una+empresa+de+alimentos%2C+Los+Olivos+2017+PDF&oq=Mejora+de+la+Calidad+de+servicio+en+una+empresa+de+alimentos%2C+Los+Olivos+2017+PDF&gs\\_l=psy-ab.3...82596.84259..84390...0.0..0.179.679.0j4.....0....2j1..gws-wiz.....0i71j0i30.nBoK79LugAQ#](https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&ei=BqrcXL6lCoKWsQXs5ajICg&q=Mejora+de+la+Calidad+de+servicio+en+una+empresa+de+alimentos%2C+Los+Olivos+2017+PDF&oq=Mejora+de+la+Calidad+de+servicio+en+una+empresa+de+alimentos%2C+Los+Olivos+2017+PDF&gs_l=psy-ab.3...82596.84259..84390...0.0..0.179.679.0j4.....0....2j1..gws-wiz.....0i71j0i30.nBoK79LugAQ#)

Soto Q., R. (2015). *La tesis de maestría y doctorado en 4 pasos*. (2.<sup>a</sup> ed.). Perú: DIOGRAF.

Tomás S., J. (2009). *Fundamentos de bioestadísticas y análisis de datos para enfermería*. España: UAB.

Vargas, D. y Zapata, A. (2018). *Práctica del consumo de alimentos procesados referidas por adolescentes de una institución educativa. Chiclayo, 2015*. Recuperado de: <http://revistas.usat.edu.pe/index.php/cietna/article/view/11>

## ANEXOS



**MUNDO GOURMET**  
Servicio de una Buena Alimentación

**CONSENTIMIENTO INFORMADO**

Lima, 22 de Noviembre del 2019

Señor(es)

Universidad César Vallejo – Sede Lima Norte

De mi mayor consideración

La empresa Mundo Gourmet S.A.C., con RUC 20516444259 autorizó a: Kenluy Jhefferson Ruiz Melgarejo, identificado con DNI 73587152, estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Escuela Profesional de Administración, para que realice las investigaciones pertinentes para desarrollar la tesis titulada: Seguridad del servicio y el proceso de compras en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas, 2019.

Por medio de la presente, se deja constancia de lo antes señalado.

Atentamente,



MUNDO GOURMET S.A.C.  
Galindo Hugo Torres Sedano  
DNI 06937696

**Galindo Hugo Torres Sedano**  
**Gerente General**

---

|   |  |  |
|---|--|--|
| <br>ventas@mundogourmet.pe<br>acliente@mundogourmet.pe | <br>Oficina Central: (01) 536 6134<br>www.mundogourmet.pe | <br>Jr. Los Angeles N° 231 Of. 201<br>Urb. Las Vegas - Comas - Lima |
|---|--|--|

**“SEGURIDAD DEL SERVICIO Y EL PROCESO DE COMPRAS EN LA EMPRESA MUNDO GOURMET S.A.C.,  
COMAS 2019”**

**OBJETIVO:**

Determinar la relación de la seguridad del servicio con el proceso de compras en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019

**INSTRUCCIONES:** Marque con una **X** la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

| NUNCA | CASI NUNCA | A VECES | CASI SIEMPRE | SIEMPRE |
|-------|------------|---------|--------------|---------|
| 1     | 2          | 3       | 4            | 5       |

| ÍTEM | PREGUNTA   | VALORACIÓN |    |    |    |   |
|------|--|------------|----|----|----|---|
|      |  | 1          | 2  | 3  | 4  | 5 |
|      |  | N          | CN | AV | CS | S |
| 1    | El proveedor abastece de manera oportuna la materia prima solicitada para que el servicio de alimentación se realice sin ningún inconveniente.                   |            |    |    |    |   |
| 2    | Si ocurre algún tipo de eventualidad que requiera el abastecimiento de materia prima, el proveedor tiene la disposición para aprovisionarlo de manera inmediata. |            |    |    |    |   |
| 3    | La materia prima que le abastece el proveedor le da la confianza para brindar la seguridad del servicio de alimentación.   |            |    |    |    |   |
| 4    | El proveedor atiende los requerimientos de manera respetuosa.  |            |    |    |    |   |
| 5    | El proveedor entrega la materia prima solicitada en un tiempo menor al acordado.   |            |    |    |    |   |
| 6    | El proveedor entrega la materia prima en óptimas condiciones para el consumo humano.   |            |    |    |    |   |
| 7    | Cuando el proveedor entrega la materia prima, sus colaboradores cuentan con el EPP correspondiente para la manipulación de los productos que aprovisionan.       |            |    |    |    |   |
| 8    | Cuando el proveedor abastece la materia prima, sus colaboradores demuestran nociones sobre la forma de transportar los insumos.                                  |            |    |    |    |   |
| 9    | Las jabas que utiliza el proveedor para abastecer la materia prima se encuentran en óptimas condiciones para trasladar productos de primera necesidad.           |            |    |    |    |   |
| 10   | El transporte que utiliza el proveedor cumple con las exigencias que se requieren para el traslado de materia prima congelada.                                   |            |    |    |    |   |
| 11   | El área de compras responde de manera idónea ante la solicitud de materia prima para eventos no programados.   |            |    |    |    |   |
| 12   | Entrega al área de compras la lista de los productos de limpieza en las fechas indicadas para la requisición.  |            |    |    |    |   |
| 13   | El proveedor que seleccionó el área de compras para abastecer la materia prima congelada cuenta con los certificados de calidad de sus productos.                |            |    |    |    |   |
| 14   | La calidad de los productos que cotiza el área de compras está acorde al precio.   |            |    |    |    |   |
| 15   | Los productos que no cumplen con las especificaciones de calidad son rechazados.   |            |    |    |    |   |
| 16   | Cuentan con capacidad de almacenamiento durante la recepción de la recepción de la materia prima congelada.  |            |    |    |    |   |
| 17   | El proveedor cuenta con la capacidad logística para el abastecimiento productos para el consumo humano.  |            |    |    |    |   |
| 18   | El proveedor les informa a través del área de compras sobre el tiempo de llegada de la materia prima para la recepción.  |            |    |    |    |   |
| 19   | La materia prima que reciben del proveedor siempre está de acuerdo a lo solicitado.  |            |    |    |    |   |
| 20   | El proveedor realiza el cambio de la materia prima rechazada dentro de las 12 horas.   |            |    |    |    |   |

**Gracias por su colaboración.**

| SEGURIDAD DEL SERVICIO Y EL PROCESO DE COMPRAS EN LA EMPRESA MUNDO GOURMET S.A.C., COMAS 2019   |   |  |   |   |                                   |  |   |   |                                 |
|---|---|--|---|---|-----------------------------------|--|---|---|---------------------------------|
| OBJETO DE ESTUDIO   | PROBLEMA GENERAL  | OBJETIVO GENERAL   | HIPÓTESIS GENERAL   | VARIABLES                                 | DIMENSIONES                       | INDICADORES                            | MÉTODO                                  | POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO   |                                 |
| EMPRESA MUNDO GOURMET S.A.C.  | ¿Cómo se relaciona la seguridad del servicio con el proceso de compras en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019?                      | Determinar la relación de la seguridad del servicio con el proceso de compras en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019                     | La seguridad del servicio se relaciona con el proceso de compras en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019                     | <b>VARIABLE 1: SEGURIDAD DEL SERVICIO</b> | Capacidad de respuesta            | Comunicación                           | La investigación es de método deductivo | 1. Población= 56 colaboradores de la empresa mundo gourmet S.A.C.<br>2. Muestra= muestra censal |                                 |
|   |   |  |   |   |                                   | Disposición                            |   |   |                                 |
|   |   |  |   |   | Seguridad                         | Confianza                              | <b>METODOLOGÍA</b>                      |   |                                 |
|   |   |  |   |   |                                   | Cortesía                               |   |   |                                 |
|   | <b>ESPECÍFICOS</b>  | <b>ESPECÍFICOS</b>   | <b>ESPECÍFICOS</b>  |   | Fiabilidad                        | Eficiencia                             | Cuantitativa                            | <b>TIPO</b>   |                                 |
|   | ¿Cómo se relaciona la seguridad del servicio con la recepción de la solicitud de productos en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019?  | Determinar la relación de la seguridad del servicio con la recepción de la solicitud de productos en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019 | La seguridad del servicio se relaciona con la recepción de la solicitud de productos en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019 |   |                                   | Eficacia                               |   |   | <b>TÉCNICA</b>                  |
|   |   |  |   |   | Elementos tangibles               | Empleados                              | Aplicada                                |   |                                 |
|   |   |  |   |   |                                   | Materiales                             |   |   |                                 |
|   |   |  |   |   |                                   | Recepción de la solicitud de productos | Solicitud urgente                       | <b>NIVEL</b>  | Encuesta con escala tipo Likert |
|   |   |  |   |   |                                   | Solicitud por cantidad pequeña         |   |   |                                 |
|   |   |  |   | Selección de proveedores                  | Selección de proveedor            | Descriptivo - correlacional            |   |   |                                 |
|   |   |  |   |   | Solicitud de cotización           |  |   |   |                                 |
|   |   |  |   | <b>VARIABLE 2: PROCESO DE COMPRAS</b>     | Emisión de la orden de compra     | Condiciones y plazos                   | <b>DISEÑO</b>                           | <b>INSTRUMENTO</b>  |                                 |
|   |   |  |   |   |                                   |  |   |   | Recursos                        |
|   |   |  |   |   | Seguimiento y recepción de compra | Seguimiento de compra                  | No experimental - transversal           | Cuestionario de 20 ítems  |                                 |
| ¿Cómo se relaciona la seguridad del servicio con el seguimiento y recepción de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019? | Determinar la relación de la seguridad del servicio con el seguimiento y recepción de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019 | La seguridad del servicio se relaciona con el seguimiento y recepción de compra en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas 2019                   |   |   |                                   | Recepción de compra                    |   |   |                                 |

Título de la investigación: Seguridad del servicio y el proceso de compras en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas, 2019.

Apellidos y nombres del investigador: Ruiz Margarejo, Kaitly Jefferson

Apellidos y nombres del experto: **Dr. ROSEL CESAR ALVA ARCE**

| VARIABLES              | DIMENSIONES                            | INDICADORES   | ASPECTO POR EVALUAR  |  | ESCALA                              | OPINIÓN DEL EXPERTO                 |                                     |                             |
|------------------------|--|---|--|--|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------|
|                        |  |   | ITEM/REGUESTA  |  |                                     | SI CUMPLE                           | NO CUMPLE                           | OBSERVACIONES / SUGERENCIAS |
| SEGURIDAD DEL SERVICIO | CAPACIDAD DE RESPUESTA                 | COMUNICACIÓN  | El proveedor abastece de manera oportuna la materia prima solicitada para que el servicio de alimentación se realice sin ningún inconveniente                  |  | NUNCA                               | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |
|                        |  | DISPOSICION   | Si ocurre algún tipo de eventualidad que requiera el abastecimiento de materia prima, el proveedor tiene la disposición para provisionarlo de manera inmediata |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |
|                        | SEGURIDAD                              | CONFIANZA   | La materia prima que le abastece el proveedor le da la confianza para brindar la seguridad del servicio de alimentación  |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |
|                        |  | CORTESIA  | El proveedor atiende los requerimientos de manera respetuosa   |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |
|                        | FIABILIDAD                             | EFICIENCIA  | El proveedor entrega la materia prima solicitada en un tiempo menor al acordado  |  | CU-CASI NUNCA                       | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |
|                        |  | EFICACIA  | El proveedor entrega la materia prima en óptimas condiciones para el consumo humano  |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |
|                        | ELEMENTOS TANGIBLES                    | EMPLEADOS   | Cuándo el proveedor entrega la materia prima, sus colaboradores cuentan con el EPP correspondiente para la manipulación de los productos que provisionan       |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |
|                        |  |   | Cuándo el proveedor abastece la materia prima, sus colaboradores demuestran nociones sobre la forma de transportar los insumos                                 |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |
|                        |  | MATERIALES  | Las jabas que utiliza el proveedor para abastecer la materia prima se encuentran en óptimas condiciones para trasladar productos de primera necesidad          |  | ATA-A SIEMPRE                       | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |
|                        |  |   | El transporte que utiliza el proveedor cumple con las exigencias que se requieren para el traslado de materia prima congelada                                  |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |
| PROCESO DE COMPRAS     | RECEPCIÓN DE LA SOLICITUD DE PRODUCTOS | SOLICITUD URGENTE   | El área de compras responde de manera idónea ante la solicitud de materia prima para eventos no programados  |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |
|                        |  | SOLICITUD POR CANTIDAD PEQUEÑA  | Entrega al área de compras la lista de los productos de limpieza en las fechas indicadas para la requisición   |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |
|                        | SELECCIÓN DE PROVEEDORES               | SELECCIÓN DE PROVEEDOR  | El proveedor que seleccionó el área de compras para abastecer la materia prima congelada cuenta con los certificados de calidad de sus productos               |  | CU-CASI SIEMPRE                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |
|                        |  | SOLICITUD DE COTIZACIÓN   | La calidad de los productos que cotiza el área de compras está acorde al precio  |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |
|                        | EMISIÓN DE LA ORDEN DE COMPRA          | CONDICIONES Y PLAZOS  | Los productos que no cumplen con las especificaciones de calidad son rechazados  |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |
|                        |  | RECURSOS  | Cuentan con capacidad de almacenamiento durante la recepción de la recepción de la materia prima congelada   |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |
|                        | SEGUIMIENTO Y RECEPCIÓN DE COMPRA      | SEGUIMIENTO DE COMPRA   | El proveedor cuenta con la capacidad logística para el abastecimiento productos para el consumo humano   |  |                                     | SI SIEMPRE                          | <input checked="" type="checkbox"/> |                             |
|                        |  | RECEPCIÓN DE COMPRA   | El proveedor les informa a través del área de compras sobre el tiempo de llegada de la materia prima para la recepción   |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |
|                        |  | La materia prima que reciben del proveedor siempre está de acuerdo a lo solicitado  |  |  | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                                     |                             |
|                        |  | El proveedor realiza el cambio de la materia prima rechazada dentro de las 12 horas |  |  | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                                     |                             |
| Firma del experto      |  |   | Fecha: 29/05/2019.   |  |                                     |                                     |                                     |                             |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo el proveedor, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de los variables.

DAE: 10489368

Título de la investigación: Seguridad del servicio y el proceso de compras en la empresa Mundo Gourmat S.A.C., Comas, 2019.

Apellidos y nombres del investigador: Ruiz Margarejo, Kenlay Jhafferson

Apellidos y nombres del experto: DR. CARRANZA ESTELA TEODORO

| VARIABLES                         | DIMENSIONES            | INDICADORES                            | ASPECTO POR EVALUAR  |  | ESCALA                              | OPCIÓN DEL EXPERTO                  |                                     | OBSERVACIONES / SUGERENCIAS |  |
|-----------------------------------|------------------------|--|--|--|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------|--|
|                                   |                        |  | ITEM / PREGUNTA  |  |                                     | SI CUMPLE                           | NO CUMPLE                           |                             |  |
| SEGURIDAD DEL SERVICIO            | CAPACIDAD DE RESPUESTA | COMUNICACIÓN                           | El proveedor abastece de manera oportuna la materia prima solicitada para que el servicio de alimentación se realice sin ningún inconveniente  |  | EN NINGUNA                          | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |  |
|                                   |                        | DISPOSICION                            | Si ocurre algún tipo de eventualidad que requiera el abastecimiento de materia prima, el proveedor tiene la disposición para aprovisionarlo de manera inmediata  |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |  |
|                                   | SEGURIDAD              | CONFIANZA                              | La materia prima que le abastece el proveedor le da la confianza para brindar la seguridad del servicio de alimentación  |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |  |
|                                   |                        | CORTESIA                               | El proveedor atiende los requerimientos de manera respetuosa   |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |  |
|                                   | FIABILIDAD             | EFICIENCIA                             | El proveedor entrega la materia prima solicitada en un tiempo menor al acordado  |  | Casi NUNCA                          | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |  |
|                                   |                        | EFICACIA                               | El proveedor entrega la materia prima en óptimas condiciones para el consumo humano  |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |  |
|                                   | ELEMENTOS TANGIBLES    | EMPLEADOS                              | <p>Cuándo el proveedor entrega la materia prima, sus colaboradores cuentan con el EPP correspondiente para la manipulación de los productos que aprovisionan</p> <p>Cuándo el proveedor abastece la materia prima, sus colaboradores demuestran nociones sobre la forma de transportar los insumos</p> |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |  |
|                                   |                        |  | MATERIALES   | <p>Las jabs que utiliza el proveedor para abastecer la materia prima se encuentran en óptimas condiciones para trasladar productos de primera necesidad</p> <p>El transporte que utiliza el proveedor cumple con las exigencias que se requieren para el traslado de materia prima congelada</p> |                                     |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                             |  |
|                                   | PROCESO DE COMPRAS     | RECEPCIÓN DE LA SOLICITUD DE PRODUCTOS | SOLICITUD URGENTE  | El área de compras responde de manera idónea ante la solicitud de materia prima para eventos no programados  |                                     |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                             |  |
|                                   |                        |  | SOLICITUD POR CANTIDAD PEQUEÑA   | Entrega al área de compras la lista de los productos de limpieza en las fechas indicadas para la requisición   |                                     |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                             |  |
| SELECCIÓN DE PROVEEDORES          |                        | SELECCIÓN DE PROVEEDOR                 | El proveedor que seleccionó el área de compras para abastecer la materia prima congelada cuenta con los certificados de calidad de sus productos   |  | Casi SIEMPRE                        | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |  |
|                                   |                        | SOLICITUD DE COTIZACIÓN                | La calidad de los productos que cotiza el área de compras está acorde al precio  |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |  |
| EMISIÓN DE LA ORDEN DE COMPRA     |                        | CONDICIONES Y PLAZOS                   | Los productos que no cumplen con las especificaciones de calidad son rechazados  |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |  |
|                                   |                        | RECURSOS                               | Cuentan con capacidad de almacenamiento durante la recepción de la recepción de la materia prima congelada   |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |  |
| SEGUIMIENTO Y RECEPCIÓN DE COMPRA |                        | SEGUIMIENTO DE COMPRA                  | El proveedor cuenta con la capacidad logística para el abastecimiento productos para el consumo humano   |  | SI SIEMPRE                          | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |  |
|                                   |                        |  | El proveedor les informa a través del área de compras sobre el tiempo de llegada de la materia prima para la recepción   |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |  |
|                                   |                        | RECEPCIÓN DE COMPRA                    | La materia prima que reciben del proveedor siempre está de acuerdo a lo solicitado   |  | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                                     |                             |  |
|                                   |                        |  | El proveedor realiza el cambio de la materia prima rechazada dentro de las 12 horas  |  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                             |  |
| Firma del experto                 |                        |  | Fecha 29/05/2019   |  |                                     |                                     |                                     |                             |  |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo se proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

08074405

| Título de la investigación:           |   | Seguridad del servicio y el proceso de compras en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas, 2019. |   |   |                                     |                                     |                             |
|---------------------------------------|---|---|---|---|-------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------|
| Apellidos y nombres del investigador: |   | Ruiz Melgarejo, Kenluy Jhefferson   |   |   |                                     |                                     |                             |
| Apellidos y nombres del experto:      |   | DR. ALIAGA CORREA DAVID FERNANDO  |   |   |                                     |                                     |                             |
| VARIABLES                             | DIMENSIONES   | INDICADORES   | ASPECTO POR EVALUAR   |   | OPINIÓN DEL EXPERTO                 |                                     |                             |
|                                       |   |   | ITEM / PREGUNTA   | ESCALA  | SI CUMPLE                           | NO CUMPLE                           | OBSERVACIONES / SUGERENCIAS |
| SEGURIDAD DEL SERVICIO                | CAPACIDAD DE RESPUESTA  | COMUNICACIÓN  | El proveedor abastece de manera oportuna la materia prima solicitada para que el servicio de alimentación se realice sin ningún inconveniente                   | SI NUNCA  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |                             |
|                                       |   | DISPOSICION   | Si ocurre algún tipo de eventualidad que requiera el abastecimiento de materia prima, el proveedor tiene la disposición para aprovisionarlo de manera inmediata |   | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |                             |
|                                       | SEGURIDAD   | CONFIANZA   | La materia prima que le abastece el proveedor le da la confianza para brindar la seguridad del servicio de alimentación   | OHI-CASI NUNCA  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |                             |
|                                       |   | CORTESIA  | El proveedor atiende los requerimientos de manera respetuosa  |   | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |                             |
|                                       | FIABILIDAD  | EFICIENCIA  | El proveedor entrega la materia prima solicitada en un tiempo menor al acordado   | OHI-CASI NUNCA  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |                             |
|                                       |   | EFICACIA  | El proveedor entrega la materia prima en óptimas condiciones para el consumo humano   |   | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |                             |
|                                       | ELEMENTOS TANGIBLES   | EMPLEADOS   | Cuándo el proveedor entrega la materia prima, sus colaboradores cuentan con el EPP correspondiente para la manipulación de los productos que aprovisionan       | OHI-CASI NUNCA  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |                             |
|                                       |   |   | Cuándo el proveedor abastece la materia prima, sus colaboradores demuestran nociones sobre la forma de transportar los insumos                                  |   | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |                             |
|                                       |   | MATERIALES  | Las jabs que utiliza el proveedor para abastecer la materia prima se encuentran en óptimas condiciones para trasladar productos de primera necesidad            | OHI-CASI NUNCA  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |                             |
|                                       | El transporte que utiliza el proveedor cumple con las exigencias que se requieren para el traslado de materia prima congelada |   | <input checked="" type="checkbox"/>   |   | <input type="checkbox"/>            |                                     |                             |
| PROCESO DE COMPRAS                    | RECEPCIÓN DE LA SOLICITUD DE PRODUCTOS  | SOLICITUD URGENTE   | El área de compras responde de manera idónea ante la solicitud de materia prima para eventos no programados   | OHI-CASI SIEMPRE  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |                             |
|                                       |   | SOLICITUD POR CANTIDAD PEQUEÑA  | Entrega al área de compras la lista de los productos de limpieza en las fechas indicadas para la requisición  |   | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |                             |
|                                       | SELECCIÓN DE PROVEEDORES  | SELECCIÓN DE PROVEEDOR  | El proveedor que seleccionó el área de compras para abastecer la materia prima congelada cuenta con los certificados de calidad de sus productos                | OHI-CASI SIEMPRE  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |                             |
|                                       |   | SOLICITUD DE COTIZACIÓN   | La calidad de los productos que cota el área de compras está acorde al precio   |   | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |                             |
|                                       | EMISIÓN DE LA ORDEN DE COMPRA   | CONDICIONES Y PLAZOS  | Los productos que no cumplen con las especificaciones de calidad son rechazados   | OHI-CASI SIEMPRE  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |                             |
|                                       |   | RECURSOS  | Cuentan con capacidad de almacenamiento durante la recepción de la recepción de la materia prima congelada  |   | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |                             |
|                                       | SEGUIMIENTO Y RECEPCIÓN DE COMPRA   | SEGUIMIENTO DE COMPRA   | El proveedor cuenta con la capacidad logística para el abastecimiento productos para el consumo humano  | SI SIEMPRE  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |                             |
|                                       |   |   | El proveedor les informa a través del área de compras sobre el tiempo de llegada de la materia prima para la recepción  |   | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |                             |
|                                       |   | RECEPCIÓN DE COMPRA   | La materia prima que reciben del proveedor siempre está de acuerdo a lo solicitado  |   | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |                             |
|                                       |   |   |   | El proveedor realiza el cambio de la materia prima rechazada dentro de las 12 horas |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    |
| Firma del experto                     |   |   | Fecha   | 11,05,2019  |                                     |                                     |                             |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo el proveedor, en concordancia con la naturaleza de la investigación y de las variables.

Título de la investigación: Seguridad del servicio y el proceso de compras en la empresa Mundo Gourmet S.A.C., Comas, 2019.  
 Apellidos y nombres del investigador: Ruiz Melgarejo, Kenly J. Jefferson  
 Apellidos y nombres del experto: Mg. BARCA BARRIENTOS JESÚS EURIQUE.

| VARIABLES              | DIMENSIONES   | INDICADORES                    | ASPECTO POR EVALUAR   |          | ESCALA                              | OPINIÓN DEL EXPERTO                 |           |                             |
|------------------------|---|--------------------------------|---|----------|-------------------------------------|-------------------------------------|-----------|-----------------------------|
|                        |   |                                | ITEM  | PREGUNTA |                                     | SI CUMPLE                           | NO CUMPLE | OBSERVACIONES / SUGERENCIAS |
| SEGURIDAD DEL SERVICIO | CAPACIDAD DE RESPUESTA  | COMUNICACIÓN                   | El proveedor abastece de manera oportuna la materia prima solicitada para que el servicio de alimentación se realice sin ningún inconveniente                   |          | NI NUNCA                            | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|                        |   | DISPOSICION                    | Si ocurre algún tipo de eventualidad que requiera el abastecimiento de materia prima, el proveedor tiene la disposición para aprovisionarlo de manera inmediata |          |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|                        | SEGURIDAD   | CONFIANZA                      | La materia prima que le abastece el proveedor le da la confianza para brindar la seguridad del servicio de alimentación   |          |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|                        |   | CORTESIA                       | El proveedor atiende los requerimientos de manera respetuosa  |          |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|                        | FIABILIDAD  | EFICIENCIA                     | El proveedor entrega la materia prima solicitada en un tiempo menor al acordado   |          |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|                        |   | EFICACIA                       | El proveedor entrega la materia prima en óptimas condiciones para el consumo humano   |          |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|                        | ELEMENTOS TANGIBLES   | EMPLEADOS                      | Cuándo el proveedor entrega la materia prima, sus colaboradores cuentan con el EPP correspondiente para la manipulación de los productos que aprovisionan       |          |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|                        |   |                                | Cuándo el proveedor abastece la materia prima, sus colaboradores demuestran nociones sobre la forma de transportar los insumos                                  |          |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|                        |   | MATERIALES                     | Las jabs que utiliza el proveedor para abastecer la materia prima se encuentran en óptimas condiciones para trasladar productos de primera necesidad            |          |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|                        | El transporte que utiliza el proveedor cumple con las exigencias que se requieren para el traslado de materia prima congelada |                                |   |          | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |           |                             |
| PROCESO DE COMPRAS     | RECEPCIÓN DE LA SOLICITUD DE PRODUCTOS  | SOLICITUD URGENTE              | El área de compras responde de manera idónea ante la solicitud de materia prima para eventos no programados   |          |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|                        |   | SOLICITUD POR CANTIDAD PEQUEÑA | Entrega al área de compras la lista de los productos de limpieza en las fechas indicadas para la requisición  |          |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|                        | SELECCIÓN DE PROVEEDORES  | SELECCIÓN DE PROVEEDOR         | El proveedor que seleccionó el área de compras para abastecer la materia prima congelada cuenta con los certificados de calidad de sus productos                |          |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|                        |   | SOLICITUD DE COTIZACIÓN        | La calidad de los productos que cotiza el área de compras está acorde al precio   |          |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|                        | EMISIÓN DE LA ORDEN DE COMPRA   | CONDICIONES Y PLAZOS           | Los productos que no cumplen con las especificaciones de calidad son rechazados   |          |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|                        |   | RECURSOS                       | Cuentan con capacidad de almacenamiento durante la recepción de la recepción de la materia prima congelada  |          |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|                        | SEGUIMIENTO Y RECEPCIÓN DE COMPRA   | SEGUIMIENTO DE COMPRA          | El proveedor cuenta con la capacidad logística para el abastecimiento productos para el consumo humano  |          |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|                        |   |                                | El proveedor les informa a través del área de compras sobre el tiempo de llegada de la materia prima para la recepción  |          |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|                        |   | RECEPCIÓN DE COMPRA            | La materia prima que reciben del proveedor siempre está de acuerdo a lo solicitado  |          |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|                        |   |                                | El proveedor realiza el cambio de la materia prima rechazada dentro de las 12 horas   |          |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
| Firma del experto      |   |                                | Fecha: 29/05/2019   |          |                                     |                                     |           |                             |

Nota: Las OBSERVACIONES a PROVEEDORES, solo el proveedor, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

DNI: 46176175