



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN**  
**ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

Gestión de compras y calidad del servicio en una Clínica Privada,  
Distrito de San Isidro, 2022.

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**  
Maestra en Administración de Negocios - MBA

**AUTORA:**

Vidal Salazar, Pamela ([orcid.org/0000-0003-4393-5108](https://orcid.org/0000-0003-4393-5108))

**ASESOR:**

Mg. Zuñiga Castillo, Arturo Jaime ([orcid.org/0000-0003-1241-2785](https://orcid.org/0000-0003-1241-2785))

**CO-ASESORA:**

Dra. Robladillo Bravo, Liz Maribel ([orcid.org/0000-0002-8613-1882](https://orcid.org/0000-0002-8613-1882))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Modelos y herramientas gerenciales

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**LIMA – PERÚ**  
**2023**

## **Dedicatoria**

A mis padres, Ynés y Eduardo por su amor, comprensión y consejos.

A mi esposo, Igor por ser mi soporte y apoyo incondicional.

A mi amado hijo, Dominick por ser mi fuente de fortaleza.

## **Agradecimiento**

A Dios, por ser mi guía y brindarme la sabiduría necesaria.

A todos los docentes de la Universidad César Vallejo que tuve el agrado de conocer en este camino profesional, y especialmente al Mg. Arturo Zuñiga por su asesoramiento y apoyo.

## Índice de contenidos

Carátula .....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos y figuras .....	vi
Resumen .....	vii
Abstract .....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	6
III. METODOLOGÍA .....	18
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	18
3.2. Variables y Operacionalización .....	19
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis .....	20
3.4. Técnica e Instrumentos de recolección de datos .....	20
3.5. Procedimientos .....	22
3.6. Método de análisis de datos .....	22
3.7. Aspectos éticos.....	23
IV. RESULTADOS.....	25
V. DISCUSIÓN .....	40
VI. CONCLUSIONES .....	44
VII. RECOMENDACIONES .....	45
REFERENCIAS .....	46
ANEXOS.....	53

## Índice de tablas

Tabla 1 Validez del instrumento de medición.....	21
Tabla 2 Confiabilidad de instrumento de estudio de variable: Gestión de Compras.....	21
Tabla 3 Confiabilidad de instrumento de estudio de variable: Calidad del servicio.....	22
Tabla 4 Tabla de frecuencia con datos agrupados variable Gestión de Compras.....	25
Tabla 5 Tabla de frecuencia con datos agrupados variable Calidad del Servicio.....	26
Tabla 6 Tabla cruzada de Gestión de Compras y Calidad del Servicio.....	27
Tabla 7 Tabla cruzada de Planificación de compras y Calidad del Servicio.....	28
Tabla 8 Tabla cruzada de Selección de proveedores y Calidad del Servicio .....	29
Tabla 9 Tabla cruzada de Negociación con proveedores y Calidad del Servicio .....	30
Tabla 10 Tabla cruzada de Ejecución de la compra y Calidad del Servicio .....	31
Tabla 11 Tabla cruzada de Seguimiento y control de compras y Calidad del Servicio .....	32
Tabla 12 Prueba de normalidad según Kolmogorov-Smirnov.....	33
Tabla 13 Relación significativa entre Gestión de Compras y Calidad del Servicio .....	34
Tabla 14 Relación significativa entre Planificación de las compras y Calidad del Servicio .....	35
Tabla 15 Relación significativa entre Selección de proveedores y Calidad del Servicio .....	36
Tabla 16 Relación significativa entre Negociación con proveedores y Calidad del Servicio .....	37
Tabla 17 Relación significativa entre Ejecución de la compra y Calidad del Servicio.....	38
Tabla 18 Relación significativa entre Seguimiento y Control de compras y Calidad del Servicio....	39
Tabla 19 Tabla de frecuencia con ítem por variable Gestión de Compras.....	64
Tabla 20 Tabla de frecuencia con ítem por variable Calidad del Servicio.....	65

## **Índice de gráficos y figuras**

Gráfico 1 Diseño de investigación no experimental correlacional .....	18
---	----

## Resumen

El presente trabajo titulado “Gestión de compras y calidad del servicio en una Clínica Privada, Distrito de San Isidro, 2022” tuvo como objetivo determinar el nivel de relación que existe entre las variables Gestión de compras y Calidad del servicio en una clínica privada en el distrito de San Isidro en Lima durante el año 2022. Así mismo, la metodología del estudio utilizó un enfoque cuantitativo, diseño de investigación no experimental de tipo aplicada y nivel correlacional y corte transeccional, la población estuvo constituida por 90 colaboradores y se aplicó un muestreo censal; y para la recolección de datos se hizo uso de una encuesta como instrumento de recolección de datos. Los resultados obtenidos en el estudio a través del análisis de la data y utilizando Rho de Spearman, arrojaron un valor de  $p < 0.05$  y un nivel de correlación de 73,2%, es decir que existe una correlación entre la Gestión de compras y la Calidad del servicio, y esta relación es significativa. Con estos resultados, se concluyó que un bajo rendimiento de la Gestión de compras tiene un impacto negativo en la Calidad del servicio, que es brindado por la Clínica Privada.

**Palabras clave:** Gestión de compras, Calidad del servicio, Proveedores.

## **Abstract**

The objective of this work entitled "Purchasing management and service quality in a Private Clinic, District of San Isidro, 2022" was to determine the level of relationship that exists between the variables Purchasing management and Service quality in a private clinic in the district of San Isidro in Lima during the year 2022. Likewise, the study methodology used a quantitative approach, non-experimental research design of the applied type and correlational level and transectional cut, the population consisted of 90 collaborators and a sampling was applied. census; and for data collection, a survey was used as a data collection instrument. The results obtained in the study through the analysis of the data and using Spearman's Rho, yielded a value of  $p < 0.05$  and a level of correlation of 73.2%, that is to say that there is a correlation between the Purchasing Management and the Quality of service, and this relationship is significant. With these results, it was concluded that a low performance of the Purchasing Management has a negative impact on the Quality of the service, which is provided by the Private Clinic.

**Keywords:** Purchasing management, Service quality, Suppliers.

## I. INTRODUCCIÓN

Flores et al. (2019) mencionan que con el pasar de los años, la creación de nuevas tecnologías, la aparición de mercados digitales, el incremento de la competencia, entre otros, ha hecho que los mercados se vuelvan cada vez más competitivos. Esto ha generado que muchas empresas se vean en la necesidad de llevar a cabo constantes cambios, y con ello los líderes de cada organización buscan implementar mejoras a nivel administrativo en las diferentes áreas con las que cuentan, con la finalidad mantenerse vigentes en el mercado en el que se desarrollan y generar un impacto positivo en su empresa.

A nivel mundial, en España, Cisneros (2022) menciona que existen errores que cometen las organizaciones en su gestión de compras que son considerados graves, tales como realizar negociaciones solo por precio, carente flujo de información, falta de planificación, no contar con políticas de compra, falta de herramientas tecnológicas, entre otros, no darle una solución en el corto plazo puede llevar a las empresas a perder su competitividad y disminuir su calidad de atención. Además, un estudio realizado por American Express menciona que la preocupación por el tema de mejoras, en mayor porcentaje, la tiene el área de compras, y esto se debe a que es un área clave para el ahorro y cualquier cambio para bien tiene un impacto positivo para la empresa, esto incluye la correcta atención de los usuarios (Avanti Lean, 2015).

A nivel Sudamericano, en Argentina, Cuenca (2017) menciona que la eficiencia en la Gestión de compras se ha convertido en un punto clave para las empresas, por ello minimizar los problemas más habituales que se han identificado como: No realizar una planificación, comprar únicamente por precio, no contar con un área de gestión de compras, comprar al mismo proveedor, no contar con indicadores ni objetivos, entre otros, es importante para tener éxito. Además, en Chile, un estudio comenta que, debido a los cambios mundiales, dentro de ellos la llegada de la era digital y la aparición de nuevas tecnologías, las empresas en el país buscan constantemente la innovación en la gestión de sus procesos para controlar las compras de manera online y así optimizar la atención de sus pedidos (Mercurio, 2017).

En Perú, un estudio realizado por la Universidad Esan (2017) menciona los errores más comunes y recurrentes que se dan en la gestión de compras en el país, entre ellos figuran las faltas de políticas, ausencia de indicadores, pérdida de trazabilidad de las órdenes de compra, proveedores no estandarizados y falta de evaluación de desempeño de los proveedores, todos ellos con un impacto negativo para las empresas en sus atenciones. A ello se suma un estudio realizado por Aurys Consulting y G de Gestión, mostró que las empresas peruanas realizan una serie de cambios en sus procesos para mejorar su nivel de atención dada la preocupación que existe por los errores identificados (Gestión, 2016).

A nivel local, una de las áreas más críticas en una organización de salud es la gestión de compras, esto debido a que dentro de sus procesos se encuentra el ingreso de los insumos para la atención de pacientes. La problemática presente en la Gestión de compras del sector salud es la falta de programación, dificultad para planificar compras, poca cantidad de proveedores para atención en provincia, entre otros, todo ello repercute en la gestión de compras y perjudica la atención de los pacientes (Red de Desarrollo, 2017).

El diario Gestión (2022) menciona que es importante precisar que cualquier demora, retraso y/o error en el proceso, genera no solo un impacto negativo a nivel económico, problemas administrativos en la atención de pedidos, sino que se pone en riesgo la salud de los pacientes.

La gestión actual de compras de la Clínica Privada ubicada en la ciudad de Lima en estudio presenta problemas en su gestión, tales como retrasos en la atención de las compras, diferencias en los precios facturados contra los negociados, atención de pedidos con errores, esto a causa de errores en la planificación, incumplimiento de los proveedores, desconocimiento de políticas y procedimientos, falta de procesos estandarizados, seguimiento y control de compras insuficiente, entre otros; generando como consecuencia una insatisfacción por parte de los clientes internos y externos.

Por lo mencionado, se ha formulado como el problema de investigación lo siguiente:

¿Cuál es el nivel de relación entre la Gestión de Compras y la Calidad del Servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022?

Además, se plantearon los siguientes problemas específicos:

¿Cuál es el nivel de relación entre la Planificación de compras y la Calidad del Servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022?

¿Cuál es el nivel de relación entre la Selección de proveedores y la Calidad del Servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022?

¿Cuál es el nivel de relación entre la Negociación con proveedores y la Calidad del Servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022?

¿Cuál es el nivel de relación entre la Ejecución de la compra y la Calidad del Servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022?

¿Cuál es el nivel de relación entre el Seguimiento y control de compras y la Calidad del Servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022?

En cuanto a la justificación práctica, el estudio permitirá tener un panorama más amplio y claro sobre la existencia de una relación entre la Gestión de compras y la Calidad del servicio. Con este conocimiento, se espera que esta empresa pueda realizar cambios en su gestión de compras para obtener beneficios, estos cambios pueden ser correcciones y/o mejoras en sus procesos a administrativo para mejorar la percepción que tienen los clientes internos sobre las atenciones que brindan.

En relación con la justificación teórica, la investigación tiene como propósito brindar aportes al conocimiento existente sobre la relación entre Gestión de compras y Calidad del servicio, los resultados que se obtengan del estudio podrán tomarse como base para desarrollar mejoras en la gestión de compras que puedan ser incluidas como conocimiento en las ciencias de la salud, dado que en este proyecto se buscará evidenciar que existe una relación significativa entre las variables.

En cuanto a la justificación metodológica, se hará uso de instrumentos de medición validados y confiables, como la encuesta que permitirá recolectar datos sobre las variables de la investigación. Mediante estas herramientas se obtendrá la información necesaria para conocer la situación de las variables Gestión de compras y la Calidad del servicio en la organización en función a las preguntas realizadas a la población en estudio, y además comprobar el grado de relación entre ambas variables; finalmente con los resultados quedará demostrado confiabilidad y validez del instrumento para ser utilizado en otros estudios.

A partir de ello, se ha planteado como hipótesis general lo siguiente: Existe una relación significativa entre la Gestión de compras y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

Además de las siguientes hipótesis específicas:

Existe una relación significativa entre la Planificación de compras y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

Existe una relación significativa entre la Selección de proveedores y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

Existe una relación significativa entre la Negociación con proveedores y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

Existe una relación significativa entre la Ejecución de la compra y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

Existe una relación significativa entre el Seguimiento y Control de compras y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

Finalmente, el objetivo general planteado para el estudio es determinar el nivel de relación que existe entre la Gestión de compras y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

Además, se han planteado los siguientes objetivos específicos:

Determinar el nivel de relación entre la Planificación de compras y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

Determinar el nivel de relación entre la Selección de proveedores y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

Determinar el nivel de relación entre la Negociación con proveedores y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

Determinar el nivel de relación entre la Ejecución de la compra y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

Determinar el nivel de relación entre el Seguimiento y Control de compras y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

De acuerdo con el tipo investigación que se viene realizando mediante la observación, revisiones bibliográficas y exploración directa, se pudo verificar que existen proyectos de investigaciones nacionales e internacionales que brindarán un aporte en la elaboración y desarrollo de la investigación presentada.

A nivel internacional, Florián et al. (2021) llevaron a cabo un estudio donde se buscaba determinar el tipo de relación existente entre la calidad del servicio y la gestión por procesos en una Pyme. El estudio fue de tipo experimental, y se hizo uso de entrevistas y cuestionarios para la recolección de datos. Al finalizar el estudio, los autores determinaron que la mejora en la variable gestión por procesos tiene un impacto a favor de la calidad del servicio, y esto se demostró mediante la prueba de Wilcoxon con un valor de  $p$  igual a 0.00 el cual es menor a 0.05. Finalmente, los autores llegaron a la conclusión que una mejora en la gestión por procesos influye de manera positiva en la calidad del servicio.

Lizcano et al. (2021) llevaron a cabo un estudio en una empresa en Ecuador que tenía buscaba determinar la existencia de la entre la calidad de servicio y la planificación estratégica de la escuela de derecho en una universidad. La investigación fue de enfoque tipo cuantitativo, tipo no experimental y transversal, con diseño correlacional, además se tomó una muestra de 140 alumnos y se hizo uso del cuestionario como instrumento. Los resultados obtenidos en el estudio arrojaron que las variables presentan una correlación con valor de 0.700 y un nivel de significancia de con valor de 0.000, finalmente los autores concluyeron que la relación entre las variables es cierta, además es directa y esta relación es significativa.

Criollo et al. (2019), realizaron una investigación que tuvo como objetivo realizar el análisis de la incidencia que tiene el rediseño organizacional en la mejora de la gestión de compras de una empresa en Ecuador. El estudio fue correlacional, utilizando como instrumentos para recolectar sus datos, las encuestas, entrevistas, fichas de observación y diagnósticos. Al final del estudio, los autores mostraron que la gestión de compras no se lleva a cabo de una manera adecuada debido a falta

de políticas y lineamientos, con ello llegaron a la conclusión que una gestión de compras inadecuada tiene un impacto negativo en la productividad.

Naoui y Siau (2016), llevaron a cabo un estudio en una empresa en Francia que tuvo como objetivo determinar el impacto que tienen la gestión de compras en el sector industrial e identificar la importancia de la selección de proveedores. El estudio hizo uso de instrumentos como Observación, entrevistas y revisión documental. Al finalizar la investigación, los autores determinaron que la gestión de compras les da un valor agregado a las empresas.

Kartika (2015), realizó una investigación sobre la influencia que genera la calidad del servicio en la operación de compras en una empresa comercial en Indonesia. El estudio fue de enfoque cuantitativo, tomo como muestra 55 empleados de la empresa para la aplicación de un cuestionario que utilizó escala de Likert. Al finalizar la investigación, la autora determinó que la variable calidad de servicio y sus dimensiones influyen de manera significativa en las operaciones de compras; y se concluyó que la calidad en las compras es importante para la empresa debido a que tiene un impacto positivo sobre la calidad del servicio interno y externo.

Stanley y Wisner (2006), llevaron a cabo una investigación en Nevada – Estados Unidos, cuya finalidad fue analizar la calidad del servicio y su relación con las compras. Para ello realizaron un cuestionario a gerentes y altos ejecutivos especialistas en compras. Los autores finalizaron su estudio obteniendo como resultado que las variables tienen una relación significativa, y concluyeron que las dimensiones de la calidad de servicio afectan más a los clientes internos que a sus proveedores internos.

En trabajos nacionales, Bazán (2022), llevo a cabo una investigación en una empresa en Chiclayo, este estudio buscó demostrar cual es la relación que existe entre la gestión de compras y el costo de los insumos de la empresa. El estudio fue correlacional y no experimental, e hizo uso del cuestionario como instrumento de recolección de datos. Al finalizar el estudio, se demostró que para el 77.8% de colaboradores de la organización, la gestión de compras se realiza de manera correcta, y para el 100% de colaboradores, el costo de los insumos, siempre es

parte importante de las compras; con ello se concluyó que existe un alto grado de relación entre la variable 1 y 2, y esta es significativa.

Ramirez (2022), llevó a cabo un estudio en una empresa de publicidad ubicada en la ciudad de Trujillo con la finalidad de precisar la existencia de una relación entre la calidad del servicio y la gestión de compras. El estudio fue tipo aplicada con un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, y un diseño no experimental, transversal y correlacional; además, tuvo una muestra de 25 trabajadores y el instrumento de para recolectar los datos que se usó fue el cuestionario. Al finalizar la investigación, el autor recabó como resultado que el 60% del personal indicó que la gestión de compras tiene un nivel medio y el 68% del personal que la variable calidad de servicio tiene un nivel medio; con ello se concluyó que las variables presentan un grado de correlación directo y moderado con un nivel de significancia de 0.004.

Cárdenas (2021), llevó a cabo un estudio en una empresa en la región del Callao dedicada al sector alimenticio, este estudio tuvo como finalidad precisar la existencia o no de una relación entre calidad de servicio que ofrece la organización y la gestión de compras de la misma. El estudio fue tipo básica, de nivel descriptivo correlacional y enfoque cuantitativo; se tomó una muestra de 256 instituciones y el instrumento que se utilizó para recolectar los datos del estudio fue el cuestionario. Al final de la investigación, el resultado obtenido fue que existe una correlación con nivel alto entre las variables con un coeficiente de Spearman de 0.900, y se concluyó que la relación existe y es significativa entre las variables del estudio.

Sotomayor (2021), llevó a cabo un estudio en una empresa en la ciudad de Chimbote con la finalidad de precisar la relación existente entre gestión logística y calidad de servicio. El estudio fue de alcance descriptivo y correlacional, y un diseño no experimental; además, tuvo una muestra de 16 trabajadores y el instrumento para recolectar los datos, del estudio, fue el cuestionario. Al finalizar la investigación, el autor, tuvo como resultado final que el 33% de encuestados indica que la Gestión logística es de nivel bajo y el 34% indica que la calidad del servicio es regular; con ello se concluyó que existe relación entre las variables.

Paripancca (2016), llevó a cabo una investigación en un hospital del sector privado, que cuya finalidad fue la de precisar la existencia de una relación entre satisfacción del cliente y la calidad en la atención. El estudio fue de diseño correlacional, tipo básica y enfoque cuantitativo; hizo uso del cuestionario SERQUAL, y fue aplicado a una muestra de 261 pacientes. Los resultados del estudio arrojaron que existe una relación entre las variables, y se demostró con una prueba de Tau de Kendall con  $P=0.000 < 0.050$ ; y con ello la autora llegó a la conclusión que la relación entre la satisfacción de usuarios con la calidad de la atención, existe y es significativa.

Santillán (2016), en su estudio realizado a una empresa del estado peruano en la ciudad de Lima, planteó como objetivo precisar la existencia de una relación entre la gestión de compras y la gestión de calidad. El estudio fue de diseño no experimental, de tipo básica, nivel correlacional y enfoque cuantitativo; se tomó una muestra de 46 trabajadores y se hizo uso del cuestionario como instrumento. La autora finalizó su estudio obteniendo como resultado una correlación positiva entre las variables, y con ello concluyó que la relación es directa y significativa con un estadístico de Spearman de significancia bilateral = 0.000; Rho = 0.581.

A continuación, se detalla con un marco conceptual la explicación de las variables de la presente investigación, Gestión de compras y Calidad del servicio:

Con el pasar del tiempo el concepto acerca de la gestión de compras ha ido evolucionando, esta inició como una actividad operativa cuyo base fundamental era la relación con los proveedores y sus implicancias (ejecución de pedidos, control de las entregas, negociaciones, etcétera), para luego tener un valor más estratégico con actividades que suman valor a las organizaciones como el logro de objetivos, calidad del servicio, relaciones con los proveedores, entre otros. Es así que la gestión de compras ha ido ganando importancia, pues se ha venido demostrando con el tiempo que las funciones que se llevan a cabo ayudan a obtener niveles altos de calidad, ahorro y confiabilidad en las empresas (Rodríguez, 2008).

En primer lugar, se definirá qué son las compras, según Coll (2020) comprar es la acción realizada por un ente (comprador) mediante la cual adquiere un bien y/o un servicio de otro ente (vendedor), todo ello a cambio de una retribución

monetaria. Este concepto sirve de base para definir el proceso de compras, conocer sus fases y la importancia que este tiene en las empresas.

La gestión de compras es el punto de partida dentro de la cadena de suministros, esto debido a que el flujo inicia con las necesidades que se presentan en las organizaciones para llevar a cabo sus operaciones, y para ello es importante contar con una buena planificación (Mora, 2010).

La gestión de compras se puede definir como suministrar sin interrupciones bienes y/o servicios que serán incluidos en la cadena de producción en el momento adecuado, la cantidad correcta, el precio acordado y en el lugar solicitado. Es decir que los productos deben ser colocados en el momento preciso en el que se necesite sin problemas para no presentar inconvenientes en la cadena productiva (Heredia, 2013). Además, se basa en la búsqueda de fuentes de suministro y la posterior adquisición de mercaderías y productos suficientes para que las organizaciones puedan llevar a cabo sus actividades empresariales con la finalidad de atender la demanda de sus clientes (Escriva et al., 2014).

La gestión de compras es un proceso complejo que no abarca únicamente la negociación con los proveedores, sino que desarrolla sus procesos en función al precio, calidad y plazos como pilares fundamentales para abastecer de manera óptima a la empresa de los productos, bienes y/o servicios que requiera y poder desarrollar sus actividades de manera eficiente (Escudero, 2019).

Los objetivos de la gestión de compras radican en la satisfacción de los clientes, tanto internos como externos, gestionar la cadena de abastecimiento y su continuidad, mantener niveles óptimos de inventarios, cuidar la relación con los proveedores, y contar con las mejores condiciones comerciales; todo ello con la finalidad de mantener el éxito de la organización (Mora, 2010).

Sin embargo, el objetivo más importante del proceso de compras, tal como menciona Pérez (2020), es el de adquirir de manera adecuada los insumos que una empresa necesita para poder llevar a cabo sus operaciones sin inconvenientes y de manera eficiente, en el caso de este proyecto de investigación los insumos principales son los medicamentos para la atención de los pacientes.

Para lograr conseguir los objetivos de la gestión compras, las empresas deben cumplir con algunas condiciones como son las de adquirir productos de buena calidad, es decir productos que cumplan con las necesidades de la empresa y sus pacientes, contar con plazo de entregas adecuados por parte de los proveedores, se debe buscar que los pedidos sean atendidos en los tiempos oportunos, y buscar precios justos, que se ajusten a las condiciones establecidas por la empresa (Pérez, 2020).

La importancia de la Gestión de compras radica en el éxito que un adecuado manejo puede traer para las empresas, debido a que por ella se puede determinar la eficiencia en la administración de los bienes y/o servicios adquiridos, las compras hechas correctamente generan un impacto positivo para toda la organización. Es vital para lograr una gestión eficiente que todas las áreas de la empresa se involucren, así como también la búsqueda constante de mejoras (Sangri, 2014).

Para la variable Gestión de compras se han definido cinco (5) dimensiones, según la literatura proporcionada por Escudero (2019): Planificación, Selección de proveedores, Negociación, Ejecución de la compra y Seguimiento y control del proceso.

La dimensión de Planificación de compras, se define como un proceso a través del cual una organización define las necesidades que presenta en relación a los bienes y/o servicios que requiere para el desarrollo de sus actividades en un periodo de tiempo determinado, esto lo hace a través de estudios de necesidades, análisis de ventas históricas y elaboración de presupuestos, todo ello con la finalidad de determinar qué, cuánto y cuándo requiere los bienes y servicios, y los recursos que necesita (Escudero, 2019).

La Planificación es el paso número uno que se desarrolla en la Gestión de compras, desarrollar este proceso de manera correcta puede garantizar el éxito en el cumplimiento de las metas que se ha marcado la empresa. Dentro de las organizaciones el mayor porcentaje de las compras deben ser planificadas, se debe contar con un presupuesto y un sistema de información para poder conocer las necesidades de la empresa (Escudero, 2019).

Además, es importante contar con una buena planificación pues ello garantiza que se cuente con los niveles de stock adecuados para cubrir las necesidades que presentan las organizaciones, y no caer en quiebres de stock y evitar que los usuarios internos y externos se sientan insatisfechos (Dos Santos et al., 2020)

Para la dimensión Selección de proveedores, se puede definir como un proceso a través del cual se analizan y valoran las ofertas de uno o más proveedores, las cuales se ajusten a los requisitos y condiciones del usuario. Este proceso permite hacer una selección previa de los proveedores, a través de estudios de imagen de la empresa, solvencia financiera y calidad de los productos; además es importante revisar que el proveedor tiene la capacidad de abastecer a la empresa según sus proyecciones y corroborar toda la información proporcionada por el proveedor (Escudero, 2019).

Además, se debe destacar que, para la selección de proveedores, la calidad de los productos, los acuerdos comerciales, los precios ofrecidos, el cumplimiento de los plazos de entrega, y la forma en la que se adecuan a los procedimientos que la empresa establece, como parte de una cadena de aprovisionamiento integral. En este punto se toman decisiones que son vitales porque marcan el punto de partida de la elección de productos y servicios requeridos, y se deben realizar las evaluaciones adecuadas y alineadas las políticas de la empresa (Escobar, 2019).

Es importante resultar que, cuando se seleccionan los proveedores adecuados, los problemas presentes en el abastecimiento quedarán solucionados, para ello establecer de manera adecuada los procedimientos y políticas, además de las condiciones necesarias son de suma importancia (Johnson et al., 2012)

La dimensión Negociación con proveedores, se puede decir que es un proceso a través del cual dos o más individuos establecen una relación para presentar sus posiciones sobre un determinado asunto, con la finalidad de concretar un acuerdo donde ambas partes se vean beneficiadas. La negociación busca suprimir las diferencias existentes entre comprador y vendedor, de tal manera que ambos lleguen a un punto de concertación (Escudero, 2019).

Heredia (2013) define la negociación como una relación que se da entre 2 o más personas para llegar a un acuerdo, donde ambas partes tienen un interés y buscan el beneficio mutuo. La negociación con proveedores dentro de la gestión de compras es importante debido a que se debe cuidar el beneficio de toda la organización, y es aquí donde se deben cuidar sus objetivos y necesidades. Además, la autora también señala que los principales elementos presentes en el proceso de negociación son: las alternativas, modos de comunicación y acuerdos comerciales.

La dimensión Ejecución de la compra, se da en primera instancia cuando surge una necesidad de productos o servicios por parte de una persona o empresa, y posteriormente se procede con la solicitud del pedido. Una vez realizado el pedido, el comprador adquiere una obligación con el vendedor, a su vez este último tiene el deber de cumplir con los acuerdos señalados en este proceso; todo ello se realiza a través de un documento que emite la persona responsable de la compra (Escudero, 2011).

Martínez (2010) señala que la ejecución de la compra es el paso donde se definirán las condiciones en las que los proveedores atenderán los pedidos de manera concreta, es decir se establecerá la forma en que la empresa espera ser atendida, para ello los compradores deben ser claros y precisos en sus solicitudes. En este punto de la gestión de compras, se indicarán las especificaciones de los productos o servicios: precios, cantidades, plazos de entrega, condiciones de pago, descuentos, entre otros.

Finalmente, la dimensión Seguimiento y Control de compras, es un paso clave dentro del proceso administrativo es el de dar seguimiento y control, ello se hace con la finalidad de medir la eficiencia con la que se desarrollan los procesos, en el caso de las compras conocer cómo se viene desarrollando la ejecución y la atención de los proveedores (Louffat, 2015).

Una vez realizada la compra es necesario mantener un seguimiento y control de los productos o servicios adquiridos, y esto debe realizarse durante toda la cadena de suministro y posteriormente durante el consumo o uso, esto a través de herramientas que permitan medir como se vienen desarrollando los procesos y

cada una de sus fases, con la finalidad de identificar problemas o incidencias que puedan presentarse y ser objeto de algún reclamo (Heredia, 2013).

Otra de las variables de estudio es la Calidad del servicio, para conceptualizarla primero se definirá el concepto de Calidad:

La calidad como tal es una palabra que se puede conceptualizar como algo propio de la esencia de los seres humanos, desde que nació el concepto de calidad en la historia se comprende como algo que se debe hacer bien y de la mejor forma para proporcionar una ventaja sobre aquellos que son iguales y el entorno donde se desarrollan e interactúan. En el tiempo este concepto se ha ido utilizando en cada época histórica desde las primeras civilizaciones hasta la era actual, y ha venido evolucionando, se han tomado diversas interpretaciones y enfoques, pero siempre con el mismo fundamento principal, el cual es utilizado en las empresas hoy en día (Cubillos & Rozo, 2009).

Según Juran et al. (2005) la Calidad es la agrupación de cualidades que tiene un producto o servicio las cuales que permiten satisfacer las necesidades que tienen los clientes; y estos no deben presentar deficiencias. Además de ello, para alcanzar la calidad, los productos o servicios brindados deben cumplir una serie de requisitos, que son demandados según lo que busca el cliente (ISO 9000, 2015).

Tomando el concepto base de calidad, se puede decir que la calidad del servicio está asociada a que tan satisfecho se sienta el cliente y la percepción que este tenga sobre un producto tangible que hayan adquirido y/o un servicio brindado por una empresa que hayan recibido. Evaluar la calidad del servicio tiene un mayor grado de dificultad debido a que las características que los clientes buscan son más intangibles y de difícil definición; sin embargo, esta se basa fundamentalmente en cumplir y exceder con lo que esperan los clientes para generar un valor agregado al servicio (Valls et al., 2017).

La calidad del servicio se basa en brindar productos y servicios con características deseadas por los clientes, una cualidad con la que deben contar estos productos y servicios es la satisfacer las necesidades que tienen las personas que se beneficiaran con la adquisición, además de cumplir con los requisitos que

estos últimos buscan de acuerdo con lo que desean. Tiene importancia hacer hincapié en que las dimensiones de la calidad del producto y servicio pueden ser tangibles e intangibles (Ibarra et al., 2020).

Parasuraman et al. (1985; 1988), realizaron un estudio de la calidad del servicio, e indicaron que cuando se trata de servicios la calidad debe considerarse como un proceso integrado que debe tomar como base la percepción del mercado y las expectativas de los clientes, con ello crearon una herramienta a la que llamaron SERVQUAL (Service Quality) a cuál permite realizar un diagnóstico de la calidad del servicio para poder buscar oportunidades de mejora. Esta herramienta basa su análisis en cinco criterios: Elementos tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Empatía y Seguridad.

Cronin y Taylor (1992; 1994) en base al estudio realizado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988) desarrollaron una herramienta llamada SERVPERF (Service Performance) que se basa únicamente en las percepciones que tiene el cliente sobre el desempeño de los servicios recibidos, este modelo tiene como ventaja el tiempo y la facilidad de aplicación de la herramienta en los diferentes tipos de empresas.

Para la variable Calidad del servicio se han definido cinco (5) dimensiones, según la literatura proporcionada por Parasuraman, Zeithaml y Berry: Tangibles, Capacidad de respuesta, Fiabilidad, Seguridad y Empatía.

La dimensión Tangibles, está relacionada con los equipos, materiales, instalaciones físicas, la apariencia de los colaboradores (Parasuraman et al., 1985). Además, Matsumoto (2014), menciona que estos aspectos son importantes al momento de brindar un servicio dado que es una de las primeras impresiones que capta el cliente al hacer uso del servicio.

La dimensión Fiabilidad, se define como una habilidad para brindar un servicio de la forma como se prometió, confiable y tomando los cuidados necesarios, es decir que no se presenten errores (Torres & Vásquez, 2015). Además, está relacionada con el compromiso y la capacidad que tiene la empresa para cumplir con los servicios prometidos sin presentar problema alguno, lo cual

genera confianza en el cliente sobre la empresa y el servicio que recibe (Parasuraman et al., 1985).

La dimensión Capacidad de respuesta, se define como la capacidad de respuesta como la disposición de prestar ayuda a los clientes y atenderlos de manera rápida y oportuna (Torres & Vásquez, 2015). Además, está relacionada con el nivel de atención que reciben los clientes, la voluntad con la que se brinda ayuda, la disposición, la rapidez en las respuestas y la agilidad para la solución de problemas (Parasuraman et al., 1985).

La dimensión Seguridad, se define como la capacidad que tienen los colaboradores en relación al conocimiento de sus labores, la atención y habilidad con la que desarrollan su trabajo, para poder transmitir confianza y seguridad a los clientes (Torres & Vásquez, 2015). Además, está relacionada con la ética en la atención, la capacidad y conocimiento de los colaboradores, el trato a los clientes y el nivel de confianza y seguridad que genera la empresa al momento de brindar el servicio (Parasuraman et al., 1985).

La dimensión Empatía, se define como una muestra de interés y un grado de atención que presta una organización de manera individual y personalizada a cada cliente (Torres & Vásquez, 2015). Además, la empatía está relacionada con la atención personalizada al cliente, la capacidad de escucha y entendimiento de las necesidades que presente el cliente (Parasuraman et al., 1985).

La epistemología de la investigación es una rama de la filosofía que se define como la teoría del conocimiento, y se encarga de abordar las teorías y conceptos de la relación de un sujeto con un objeto de estudio, y de explorar, describir, relacionar y explicar lo que esa relación conlleva para lograr la validez de la información (Hurtado-Dianderas & Rivera, 2006).

En ese sentido, para comprender de mejor manera la Gestión de compras es importante saber que esta es un proceso clave que se desarrolla en todas las organizaciones, independientemente del rubro o el sector de mercado, y los problemas que se den dentro de ello puede desencadenar una serie de consecuencias a nivel operacional y administrativo. Estos problemas pueden

afectar diversos sectores de una empresa, como es la parte financiera, comercial, y la relación con los clientes internos y externos.

La gestión de compras desarrolla una serie de actividades para lograr un objetivo, el de abastecer de manera oportuna y correcta a los usuarios internos para que estos a su vez puedan atender a sus propios usuarios, para ello deben cumplirse una serie de requisitos de manera óptima que la propia gestión requiere: recursos, proveedores, procesos, controles, entre otros.

Es importante mencionar que, si todo lo que una gestión de compras conlleva se desarrolla de la manera correcta y cumpliendo requisitos mínimos, los problemas disminuirían y todas las partes relacionadas efectuarían sus funciones de una mejor manera para una mejor atención donde se verán beneficiados los clientes (internos y externos) y el entorno donde se desenvuelven.

Para abordar la problemática de la gestión de compras se tomó como referencias los estudios realizados por otros autores, que obtuvieron en sus investigaciones resultados favorables sobre la problemática de la variable y su impacto en las empresas, además de conceptos claves de autores como Escudero, Heredia, Mora, Pérez, entre otros.

El principio rector de las teorías de la presente investigación se basa en la gestión de compras y como factor clave para el éxito o fracaso de las organizaciones, es decir que si existen problemáticas estas afectarán de manera negativa a las empresas, sus áreas y los actores que la conforman.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

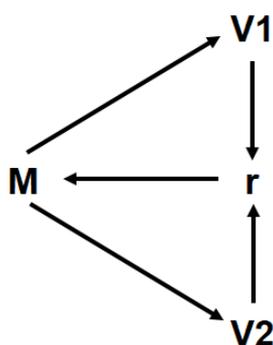
Este estudio tuvo por tipo de investigación, la investigación aplicada, según Esteban (2018), para el tipo de investigación mencionado se toma como base la investigación básica para formular problemas o hipótesis y resolverlos, y así generar conocimiento. Por ello, el presente trabajo se basó en conocer si existe relación entre dos variables e identificar cuál es el nivel de esta misma relación, y el resultado de este análisis permitirá generar conocimiento.

El diseño del presente estudio fue el no experimental, así como menciona Intep (2016) este tipo de diseño está fundamentado en los hechos ocurridos o históricos de una organización independientemente de la participación de los investigadores, lo que permite estudiar los datos obtenidos sin alteración. Además, fue de nivel correlacional, que como menciona según Vara (2012) el diseño correlacional permite saber la relación existente entre la variables 1 y 2 del estudio y su comportamiento, que fue el objetivo del presente estudio.

A continuación, se presentan los elementos que conforman el siguiente informe de investigación según el tipo de diseño planteado:

#### Gráfico 1

*Diseño de investigación no experimental correlacional*



Dónde:

M: Muestra que participará del estudio

V1: Gestión de compras

V2: Satisfacción del cliente

r: Correlación entre las variables

Se utilizó un enfoque cuantitativo, este tipo de enfoque está vinculado con números y métodos matemáticos que permiten seguir una ruta que parte desde una idea (problemática) y termina en análisis de variables y conclusiones sobre los objetivos e hipótesis. Un enfoque cuantitativo es ideal cuando se busca estimaciones de magnitudes, ocurrencia de hechos y realizar pruebas de hipótesis (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

### **3.2. Variables y Operacionalización**

El presente estudio consideró la variable Gestión de compras que es de naturaleza Cualitativa, y es definida conceptualmente como un proceso complejo que no abarca únicamente la negociación con los proveedores, sino que desarrolla sus procesos en función al precio, calidad y plazos como pilares fundamentales para abastecer de manera óptima a la empresa de los productos, bienes y/o servicios que requiera y poder desarrollar sus actividades de manera eficiente; y cuenta con las siguientes dimensiones: Planificación de compras, Selección de proveedores, Negociación con proveedores, Ejecución de la compra y Seguimiento y control de compras (Escudero, 2019).

Así mismo, se consideró la variable Calidad del servicio también de naturaleza Cualitativa y es definida conceptualmente como una asociación entre la satisfacción del cliente y la percepción que este tenga sobre un producto tangible y/o un servicio, los cuales son brindados por una empresa. La calidad del servicio tiene un mayor grado de dificultad debido a que las características que los clientes buscan son más intangibles y de difícil definición; sin embargo, esta se basa fundamentalmente en cumplir y exceder con lo que esperan los clientes para generar un valor agregado al servicio (Valls et al., 2017); y cuenta con las siguientes dimensiones: Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía (Parasuraman et al., 1985).

### **3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis**

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), indican que la población es un conjunto de individuos o casos de estudio que cuentan con características similares, por ello, para la población de esta investigación se tomaron en cuenta a 90 colaboradores del área administrativa de la empresa.

Como criterios de inclusión, se consideraron a colaboradores del área administrativa que cuentan con más de seis meses laborando en la empresa, que cuentan con un contrato de plazo indeterminado o plazo fijo cuyo tiempo está dentro del estudio, y participan de manera directa o indirecta en el proceso de compras o tiene contacto directo con el área de compras de la empresa.

Como criterios de exclusión, no se tomaron en cuenta al personal asistencial, es decir colaboradores que brinden algún tipo de servicio de médico a los pacientes, debido a que ellos no son responsables de las solicitudes de requerimientos, es decir no participan en la gestión de compras.

Guerra (2019) indica que cuando la población es representada por un número menor a 100 unidades de análisis, se debe de considerar el total de la población presentada como muestra de estudio; para esta investigación la muestra fue igual a los 90 colaboradores que representan la población total por ello se constituyó una muestra censal.

### **3.4. Técnica e Instrumentos de recolección de datos**

Carrasco (2005), indica que la técnica para recolectar datos constituye el procedimiento el cual el investigador debe seguir para obtener la información necesaria para el logro de sus objetivos. La técnica utilizada en el presente estudio corresponde a la encuesta, que tal como menciona Medina (2021), es la forma de obtención de información más utilizada por los investigadores, para conocer los pensamientos y percepciones de la población que es estudiada, de una manera precisa.

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) señalan que el instrumento de para recolectar datos es un recurso que puede utilizar un investigador para obtener información para su estudio. Para esta investigación se aplicó como instrumento el cuestionario, según Carrasco (2005) este es una herramienta física que permite recabar la información de la muestra, y está conformado por una serie de preguntas respecto a las variables de estudio que se desean investigar. El cuestionario fue elaborado con preguntas redactadas de manera ordenada con un lenguaje de fácil comprensión, el cual permitió recoger información de las variables que forman parte del proyecto de investigación.

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) señalan que un instrumento debe presentar un grado de confiabilidad y validez para ser aceptado, por ello el cuestionario elaborado para el estudio fue evaluado y validado por 3 expertos en la materia, los cuales determinaron la validez del mismo con la finalidad de poder utilizarlo para la recolección de datos de los participantes del estudio.

**Tabla 1**

*Validez del instrumento de medición*

<b>Experto</b>	<b>Valoración</b>
Mg. Enrique Manuel Reyes Villafana	Aplicable
Mg. Luis Anderson Fernández Baca Oré	Aplicable
Mg. Rogers Manuel Cotrina Ruíz	Aplicable

Además, para obtener la confiabilidad del cuestionario se hizo uso del coeficiente Alfa de Cronbach, a través de una prueba piloto a una muestra de 15 colaboradores de la clínica.

**Tabla 2**

*Confiabilidad de instrumento de estudio de variable: Gestión de Compras*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
0.904	20

El coeficiente Alfa de Cronbach calculado para el instrumento de la variable 1 con la muestra de 15 personas, arrojó un valor de 0.904 lo cual es un indicador que el instrumento es bueno y confiable para el estudio.

### **Tabla 3**

*Confiabilidad de instrumento de estudio de variable: Calidad del servicio*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
0.824	22

El coeficiente Alfa de Cronbach calculado para el instrumento de la variable 2 con la muestra de 15 personas, arrojó un valor de 0.824 lo cual es un indicador que el instrumento es bueno y confiable para el estudio.

### **3.5. Procedimientos**

Se coordinó una reunión con el Gerente Corporativo de Logística y Farmacia de la Clínica Privada para solicitar su autorización para realizar el proyecto de investigación, donde se le explicó el objetivo del presente trabajo y se le proporcionó los instrumentos de medición a utilizar en el estudio debidamente validados. Luego se realizaron las coordinaciones respectivas con los colaboradores de la empresa que forman parte de la muestra para proceder con la encuesta; esto se hizo de manera virtual elaborando los cuestionarios a través de formularios de Google.

Finalmente, en el presente trabajo se tabuló la información obtenida, para ello se hizo uso de tablas y gráficos en Excel, y posteriormente se exportó la data al programa SPSS Statistics para el cálculo de los resultados y su análisis.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Para tener la capacidad de deducir, recolectar y organizar información que permita obtener características de una muestra de la población total se debe hacer uso de la estadística descriptiva (Sucasaire, 2021) y para poder corroborar una hipótesis en base a su distribución e identificar el grado de significancia de las hipótesis es necesario utilizar la estadística inferencial (Ñaupas et al., 2014).

Por ello, en este estudio, en primera instancia se hizo uso de la estadística descriptiva a través del uso de gráficos y tablas de frecuencia con el fin de ordenar la información y conocer el nivel de cada variable. Luego, se hizo uso de la estadística inferencial mediante una prueba de normalidad, para ello se hizo uso de la prueba de Kolmogorov - Smirnov, y finalmente, con los resultados de la prueba de normalidad ( $p < 0,05$ ) se realizó la prueba de hipótesis mediante el estadístico de correlación Rho de Spearman.

La prueba de Kolmogorov-Smirnov permite medir la frecuencia de dos muestras distintas para determinar si tienen la misma distribución, y es ideal para muestras mayores de 30 personas (Pedrosa et al., 2014) y si el dato obtenido de la significancia estadística  $p$  es superior o igual a 0,05 ( $p \geq 0,05$ ) la muestra sigue una distribución normal, caso contrario no sigue una distribución normal (Romero Saldaña, 2016).

### **3.7. Aspectos éticos**

Según Lara y Pompa (2019), una de las consideraciones éticas más importantes cuando se realiza una investigación científica es la Validez científica, para ello el presente proyecto cumplió con cada fase de la investigación: organización temática, planteamiento del diseño del estudio, recolección de la información necesaria, conocimiento y dominio del tema de estudio, el adecuado uso de herramientas de recolección de datos, garantizó la calidad de la investigación y presentación de un informe final.

La Universidad César Vallejo en la Resolución de Consejo Universitario N° 062-2020/UCV (2020) menciona los aspectos éticos a tener en cuenta para el desarrollo de una investigación, para este proyecto se tomaron en cuenta las siguientes:

La autonomía, las personas participantes del estudio tuvieron la libertad de decidir su participación en el mismo, sin ningún tipo de obligación.

La beneficencia, el estudio busco el beneficio de todos y cada una de las personas participantes, incluida la empresa en estudio.

La justicia, el estudio tuvo un trato igual para cada uno de los participantes.

El respeto de la propiedad intelectual, el estudio citó y referenció los trabajos de otros investigadores, mencionando el nombre de los propietarios sin incurrir en plagio.

#### IV. RESULTADOS

En primer lugar, se elaboraron las tablas y gráficos de los resultados del análisis descriptivo del presente estudio, con las interpretaciones correspondientes:

A continuación, se muestran las tablas correspondientes a las frecuencias con datos agrupados por cada variable, partiendo por la Gestión de Compras:

**Tabla 4**

*Tabla de frecuencia con datos agrupados variable Gestión de Compras*

	Baja		Media		Alta	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Planificación de compras	7	7,80%	72	80,00%	11	12,20%
Selección de proveedores	3	3,30%	79	87,80%	8	8,90%
Negociación con proveedores	6	6,70%	74	82,20%	10	11,10%
Ejecución de la compra	6	6,70%	75	83,30%	9	10,00%
Seguimiento y control de compras	6	6,70%	74	82,20%	10	11,10%
Gestión de compras	6	6,70%	78	86,70%	6	6,70%

#### **Interpretación**

En la Tabla 4, se muestran los resultados obtenidos para la variable Gestión de compras, así como el resultado a nivel de cada una de sus dimensiones de ello se puede percibir que el 86,70% de los encuestados considera la Gestión de compras tiene un nivel medio, el 6,70% estima que tiene un nivel alto y el 6.70% considera que tiene un nivel bajo. Con ello se puede deducir que la gestión se viene realizando de una manera intermedia y que presenta aspectos que pueden ser mejorados, uno de ellos se ve reflejado en la Selección de proveedores dado que el 87,80% considera que se viene realizando con un nivel medio, es decir que la búsqueda de proveedores y análisis de diversos factores para su elección no son los adecuados o deben ser mejorados.

En seguida, se muestran las tablas de frecuencia con datos agrupados de la variable Calidad del Servicio:

**Tabla 5**

*Tabla de frecuencia con datos agrupados variable Calidad del Servicio*

	Baja		Media		Alta	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Tangible	0	0,00%	70	77,80%	20	22,20%
Fiabilidad	0	0,00%	51	56,70%	39	43,30%
Capacidad de respuesta	4	4,40%	76	84,40%	10	11,10%
Seguridad	0	0,00%	73	81,10%	17	18,90%
Empatía	0	0,00%	64	71,10%	26	28,90%
Calidad del Servicio	0	0,00%	84	93,30%	6	6,70%

### **Interpretación**

En la Tabla 5, se muestran los resultados obtenidos para la variable Calidad del Servicio, así como el resultado a nivel de cada una de sus dimensiones; en líneas generales el nivel de la Calidad del Servicio es medio con un valor de 93,30% y el 6,70% considera un nivel alto, es decir que los encuestados consideran que el nivel de atención no se brinda de manera adecuada, presentan problemas y aspectos por mejorar. Además, se puede observar que la dimensión Capacidad de respuesta es la cuenta con la valoración más baja con un valor de 84,40%, es decir que los encuestados no perciben totalmente la disposición de los colaboradores para ayudarlos o no tienen la rapidez y recursos suficientes, y también que la seguridad de la empresa tiene un nivel medio, con un 81,10% lo que quiere decir que la empresa no transmite totalmente seguridad en los servicios brindados, tanto por el conocimiento y habilidad de los colaboradores y su nivel de atención.

Seguidamente, se muestran las tablas de contingencia según las pruebas de hipótesis:

**Tabla 6**

*Tabla cruzada de Gestión de Compras y Calidad del Servicio*

		Calidad del Servicio			
		(Agrupada)		Total	
		Medio	Alto		
Gestión de Compras (Agrupada)	Bajo	Recuento	6	0	6
		% del total	6,70%	0,00%	6,70%
	Medio	Recuento	78	0	78
		% del total	86,70%	0,00%	86,70%
	Alto	Recuento	0	6	6
		% del total	0,00%	6,70%	6,70%
Total	Recuento	84	6	90	
	% del total	93,30%	6,70%	100,00%	

### Interpretación

En la Tabla 6, se pudo verificar que el 86.70% de las personas que fueron encuestadas considera que la Gestión de compras desarrolla sus actividades con un nivel medio, así como también considera que la Calidad del servicio ofrecida por la organización tiene un nivel medio, es decir que los encuestados tienen la percepción que la Gestión de compras no se viene realizando de una manera óptima y perciben que ello afecta a la Calidad del servicio ofrecida a los clientes por la organización.

También se puede verificar que un 6.7% considera que ambas variables se vienen desarrollando con un nivel alto, y además existe un 6,70% de las personas que fueron encuestadas que calificó de nivel medio a la Calidad del servicio a pesar de calificar como baja la Gestión de compras.

**Tabla 7***Tabla cruzada de Planificación de compras y Calidad del Servicio*

		Calidad del Servicio			Total
		(Agrupada)		Total	
		Medio	Alto		
Planificación de compras (Agrupada)	Bajo	Recuento	7	0	7
		% del total	7,80%	0,00%	7,80%
	Medio	Recuento	72	0	72
		% del total	80,00%	0,00%	80,00%
	Alto	Recuento	5	6	11
		% del total	5,60%	6,70%	12,20%
Total	Recuento	84	6	90	
	% del total	93,30%	6,70%	100,00%	

**Interpretación**

En la Tabla 7, se pudo verificar que el 93.30% de las personas que fueron encuestadas calificó como un nivel medio la Calidad del servicio ofertada por la organización, de ese grupo el 80,00% consideró que la Planificación de compras se viene desarrollando con un nivel medio, es decir que los encuestados consideran que la Planificación de compras presenta problemas en sus proyecciones con las ventas y se han presentado fallas en temas de stocks, y eso afecta la calidad con la que la organización brinda sus servicios.

También se puede verificar que del total de encuestado que califico de nivel medio la Calidad del Servicio, el 7.80% lo calificó como bajo y el 5,60% le dio la calificación de nivel alto.

**Tabla 8***Tabla cruzada de Selección de proveedores y Calidad del Servicio*

		Calidad del Servicio			Total
		(Agrupada)		Total	
		Medio	Alto		
Selección de proveedores (Agrupada)	Bajo	Recuento	3	0	3
		% del total	3,30%	0,00%	3,30%
	Medio	Recuento	79	0	79
		% del total	87,80%	0,00%	87,80%
	Alto	Recuento	2	6	8
		% del total	2,20%	6,70%	8,90%
Total	Recuento	84	6	90	
	% del total	93,30%	6,70%	100,00%	

### Interpretación

En la Tabla 8, se pudo verificar que el 93.30% de las personas que fueron encuestadas calificó como un nivel medio la Calidad del servicio ofrecida por la organización, del mismo grupo el 87,80% calificó el proceso de Selección de proveedores de nivel medio, es decir que los encuestados consideran que la hay deficiencias en el análisis de información de los proveedores, las políticas no son suficientes y la búsqueda presenta algunos problemas; y todo ello repercute en la Calidad del servicio ofertada por la organización a los clientes.

También se puede verificar que del total de encuestado que califico de nivel medio la Calidad del Servicio, el 3.3% lo calificó como bajo y el 2,20% le dio la calificación de nivel alto.

**Tabla 9***Tabla cruzada de Negociación con proveedores y Calidad del Servicio*

		Calidad del Servicio			Total
		(Agrupada)		Total	
		Medio	Alto		
Negociación con proveedores (agrupada)	Bajo	Recuento	6	0	6
		% del total	6,70%	0,00%	6,70%
	Medio	Recuento	74	0	74
		% del total	82,20%	0,00%	82,20%
	Alto	Recuento	4	6	10
		% del total	4,40%	6,70%	11,10%
Total	Recuento	84	6	90	
	% del total	93,30%	6,70%	100,00%	

### Interpretación

En la Tabla 9, se pudo verificar que el 93.30% de las personas que fueron encuestadas calificó como un nivel medio la Calidad del servicio ofertada por la organización, del grupo el 82,20% consideró que la Negociación con proveedores se viene desarrollando con un nivel medio, es decir que los encuestados consideran que las condiciones comerciales y plazos de entrega son inadecuados, presentan problemas y/o no son respetados por los proveedores ; y ello tiene un impacto negativo en la Calidad del servicio ofertada por la organización a los clientes.

También se puede verificar que del total de encuestado que califico de nivel medio la Calidad del Servicio, el 6.7% lo calificó como bajo y el 4,40% le dio la calificación de nivel alto.

**Tabla 10***Tabla cruzada de Ejecución de la compra y Calidad del Servicio*

		Calidad del Servicio			Total
		(Agrupada)		Total	
		Medio	Alto		
Ejecución de la compra (Agrupada)	Bajo	Recuento	6	0	6
		% del total	6,70%	0,00%	6,70%
	Medio	Recuento	75	0	75
		% del total	83,30%	0,00%	83,30%
	Alto	Recuento	3	6	9
		% del total	3,30%	6,70%	10,00%
Total	Recuento	84	6	90	
	% del total	93,30%	6,70%	100,00%	

### Interpretación

En la Tabla 10, se verificó que el 93.30% de las personas encuestadas calificó como un nivel medio la Calidad del servicio ofertada por la organización, de ese grupo el 83,30% consideró que la Ejecución de la compra se viene desarrollando con un nivel medio, es decir que los encuestados consideran que las solicitudes no son atendidas a tiempo o presentan falencias en su elaboración y no se cuenta con las herramientas suficientes para su desarrollo; lo cual tiene un impacto negativo en la Calidad del servicio ofertada por la organización a los clientes.

También se puede verificar que del total de encuestado que califico de nivel medio la Calidad del Servicio, el 6.7% lo calificó como bajo y el 3,30% le dio la calificación de nivel alto.

**Tabla 11***Tabla cruzada de Seguimiento y control de compras y Calidad del Servicio*

		Calidad del Servicio			Total
		(Agrupada)		Total	
		Medio	Alto		
Seguimiento y control de compras (agrupada)	Bajo	Recuento	6	0	6
		% del total	6,70%	0,00%	6,70%
	Medio	Recuento	74	0	74
		% del total	82,20%	0,00%	82,20%
	Alto	Recuento	4	6	10
		% del total	4,40%	6,70%	11,10%
Total	Recuento	84	6	90	
	% del total	93,30%	6,70%	100,00%	

### Interpretación

En la Tabla 11, los resultados arrojan que el 93.30% de las personas que fueron encuestadas calificaron como un nivel medio la Calidad del servicio ofertado por la organización, del grupo el 82,20% consideró que el proceso de Seguimiento y control de compras se lleva a cabo con un nivel medio, es decir que los encuestados consideran los controles existentes (reportes en Excel) no son adecuados y la documentación, estandarización y difusión de procesos no cumple con las necesidades existentes; y ello tiene un impacto negativo en la Calidad del servicio ofrecida a los clientes.

También se puede verificar que del total de encuestado que califico de nivel medio la Calidad del Servicio, el 6.7% lo calificó como bajo y el 4,40% le dio la calificación de nivel alto.

En segundo lugar, se elaboraron las tablas y gráficos de los resultados del análisis inferencial del presente estudio, con las interpretaciones correspondientes:

### Prueba de normalidad

Para realizar la prueba se plantearon las siguientes hipótesis:

$H_0$ : La muestra sigue una distribución normal

$H_a$ : La muestra no sigue una distribución normal

**Tabla 12**

*Prueba de normalidad según Kolmogorov-Smirnov*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Significancia
Gestión de Compras	0,143	90	<,001
Planificación de compras	0,266	90	<,001
Selección de proveedores	0,183	90	<,001
Negociación con proveedores	0,325	90	<,001
Ejecución de la compra	0,235	90	<,001
Seguimiento y control de compras	0,173	90	<,001
Calidad del Servicio	0,182	90	<,001
Tangibles	0,296	90	<,001
Fiabilidad	0,228	90	<,001
Capacidad de respuesta	0,244	90	<,001
Seguridad	0,222	90	<,001
Empatía	0,196	90	<,001

a. Corrección de significación de Lilliefors

En la Tabla 12 se puede verificar que los resultados obtenidos en la prueba de Kolmogorov-Smirnov, donde los valores que se obtuvieron para la significación estadística  $p$  de cada variable y sus dimensiones son menores a 0.05 ( $p < 0.05$ ). Con estos resultados, se pudo comprobar que se desestima la  $H_0$  y se admite la  $H_a$ , y con esos resultados se pudo concluir que los datos no se encuentran distribuidos de manera normal y se debe hacer uso de una prueba no paramétrica, para este estudio se seleccionó Rho de Spearman.

## Prueba de hipótesis

A continuación, se muestran las tablas de las pruebas de hipótesis a través del uso del estadístico Rho de Spearman, para ello se hizo la comprobación de la hipótesis general y también las cinco hipótesis específicas:

### Hipótesis general

H<sub>0</sub>: No existe una relación significativa entre la Gestión de compras y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

H<sub>1</sub>: Existe una relación significativa entre la Gestión de compras y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

**Tabla 13**

*Relación significativa entre Gestión de Compras y Calidad del Servicio*

		Calidad del Servicio (Agrupada)
Rho de Spearman	Gestión de Compras (Agrupada)	,732**
	Significancia	<,001
	N	90

### Interpretación

En la Tabla 13 se pudo verificar que el resultado arroja el resultado obtenido en SPSS, que arroja un valor de significancia bilateral  $p < 0,05$ , con ello se pudo llegar a deducir que se desecha la hipótesis H<sub>0</sub> nula planteada y es admitida la hipótesis H<sub>1</sub> alternativa del estudio, además la correlación tiene un nivel de 73,2%, lo que quiere decir que la correlación es existente entre las variables Gestión de compras y Calidad del servicio, y esta relación es significativa.

### Hipótesis específica 1

H<sub>0</sub>: No existe una relación significativa entre la Planificación de compras y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

H<sub>1</sub>: Existe una relación significativa entre la Planificación de compras y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

**Tabla 14**

*Relación significativa entre Planificación de las compras y Calidad del Servicio*

			Calidad del Servicio (Agrupada)
Rho de Spearman	Planificación de compras (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,583**
		Significancia	<,001
		N	90

### Interpretación

En la Tabla 14 se pudo verificar que el resultado arroja un valor de significancia bilateral  $p < 0,05$ , con ello se pudo llegar a concluir que se desecha hipótesis H<sub>0</sub> nula planteada y se admite la hipótesis H<sub>1</sub> alternativa, además la correlación existe y tienen un de 58,3%, es decir que existe una correlación entre la Planificación de las compras y la Calidad del servicio, y esta relación tiene significancia.

## Hipótesis específica 2

H<sub>0</sub>: No existe una relación significativa entre la Selección de proveedores y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

H<sub>1</sub>: Existe una relación significativa entre la Selección de proveedores y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

**Tabla 15**

*Relación significativa entre Selección de proveedores y Calidad del Servicio*

			Calidad del Servicio (Agrupada)
Rho de Spearman	Selección de proveedores (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,742**
		Significancia	<,001
		N	90

### **Interpretación**

En la Tabla 15 se pudo verificar que el resultado arroja un valor de significancia bilateral  $p < 0,05$ , con ello se llegó a deducir que se desecha la hipótesis H<sub>0</sub> nula y es admitida la hipótesis H<sub>1</sub> alternativa, además su correlación tiene un nivel de 74,2%, es decir que es cierto que hay una correlación que se da entre la Selección de proveedores y la Calidad del servicio, y esta relación es significativa.

### Hipótesis específica 3

H<sub>0</sub>: No existe una relación significativa entre la Negociación con proveedores y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

H<sub>1</sub>: Existe una relación significativa entre la Negociación con proveedores y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

**Tabla 16**

*Relación significativa entre Negociación con proveedores y Calidad del Servicio*

			Calidad del Servicio (Agrupada)
Rho de Spearman	Negociación con proveedores (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,619**
		Significancia	<,001
		N	90

### Interpretación

En la Tabla 16 se pudo verificar que el resultado arroja un valor de significancia bilateral  $p < 0,05$ , con ello se llegó a deducir que se desestima la hipótesis H<sub>0</sub> nula y es admitida la hipótesis H<sub>1</sub> alternativa, además tiene una correlación que es de nivel igual a 61,9%, es decir que se comprueba que hay una correlación que se da entre la Negociación con proveedores y la Calidad del servicio, y esta relación es significativa.

#### Hipótesis específica 4

H<sub>0</sub>: No existe una relación significativa entre la Ejecución de la compra y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

H<sub>1</sub>: Existe una relación significativa entre la Ejecución de la compra y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

**Tabla 17**

*Relación significativa entre Ejecución de la compra y Calidad del Servicio*

			Calidad del Servicio (Agrupada)
Rho de Spearman	Ejecución de la compra (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,643**
		Significancia	<,001
		N	90

#### **Interpretación**

En la Tabla 17 se pudo verificar que el resultado arroja un valor de significancia bilateral  $p < 0,05$ , con ello se llegó a deducir que se desestima la hipótesis H<sub>0</sub> nula y es admitida la hipótesis H<sub>1</sub> alternativa, además tiene una correlación con un nivel de 64,3%, es decir que se comprueba la existencia de una correlación entre la Ejecución de la compra y la Calidad del servicio, y esta relación es significativa.

### Hipótesis específica 5

H<sub>0</sub>: No existe una relación significativa entre el Seguimiento y Control de compras y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

H<sub>1</sub>: Existe una relación significativa entre el Seguimiento y Control de compras y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.

**Tabla 18**

*Relación significativa entre Seguimiento y Control de compras y Calidad del Servicio*

			Calidad del Servicio (Agrupada)
Rho de Spearman	Seguimiento y control de compras (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,620**
		Significancia	<,001
		N	90

### Interpretación

En la Tabla 18 se pudo verificar que el resultado arroja un valor de significancia bilateral  $p < 0,05$ , con ello se determinó la negación de la hipótesis H<sub>0</sub> nula y es admitida la hipótesis H<sub>1</sub> alternativa, además que tiene una correlación con un nivel que es de 62,0%, es decir que se confirma la existencia de una correlación entre el Seguimiento y control de compras y la Calidad del servicio, y esta relación es significativa.

## V. DISCUSIÓN

La investigación presente, planteó como su objetivo principal conocer el nivel de relación que podía existir entre las variables, presentadas Gestión de compras (variable 1) y Calidad del servicio (variable 2) de la clínica privada, además de los objetivos específicos que fueron los de conocer el grado de relación existente entre las cinco dimensiones de la Gestión de compras y la variable Calidad del servicio.

Tomando como base dichos objetivos, los resultados que se obtuvieron del estudio, los antecedentes nacionales e internacionales y el marco teórico respectivo, se ha procedido a realizar las discusiones del estudio en función a ello:

### Discusión 1:

La presente investigación evidenció que los niveles de la gestión de compras y la calidad del servicio fueron de nivel medio, es decir que ambas variables presentaron deficiencias según la percepción de las personas encuestadas, además de ello se demostró que existe un nivel de relación alto y este es significativo, según los resultados que se obtuvieron de la prueba de hipótesis realizada a través de la estadística inferencial. Con ello se pudo corroborar que un bajo nivel de gestión de compras influye en un bajo nivel de calidad de servicio que se brinda.

Los resultados que se obtuvieron en el estudio van de la mano con lo que la teoría indica, pues en ella se dice que, si las empresas brindan una gestión de compras eficiente y adecuada, esto genera un impacto positivo en la organización y les permite atender a sus clientes de manera adecuada logrando un nivel de servicio óptimo. Además de ello, en el estudio realizado por Stanley y Wisner (2006), los autores llegaron a la conclusión que tanto la calidad del servicio como la gestión de compras una significativa relación, lo que fortalece los resultados obtenidos en este estudio.

### Discusión 2:

El presente estudio demostró que los niveles de la planificación de compras y la calidad del servicio fueron de nivel medio, es decir que ambas la dimensión

planificación presenta deficiencias en su desarrollo y la calidad del servicio también, esto según la percepción de las personas encuestadas, además de ello se evidenció que existe un nivel de relación entre ambas y este es significativo, según los resultados que se obtuvieron de la prueba de hipótesis realizada a través de la estadística inferencial. Con ello se pudo demostrar que un bajo nivel en la realización de la planificación de compras repercute en un bajo nivel de calidad de servicio que se brinda.

Los resultados que se obtuvieron, y se mencionan en el párrafo anterior, en el estudio se corrobora con lo que la teoría indica, pues en ella se dice que, si la planificación de compras que realizan las empresas se lleva a cabo de manera eficiente, es decir cumpliendo con las proyecciones y que estas vayan de la mano con la demanda garantiza un buen funcionamiento de las organizaciones y que a su vez esta garantice un servicio de calidad para sus clientes. Además de ello, en el estudio que realizó Lizcano et al. (2021), el autor determinó que la planificación afecta de manera directa y significativa a la calidad con la que una empresa brinda un servicio, ello fortalece los resultados obtenidos en este estudio.

### Discusión 3:

El presente estudio demostró que los niveles de la selección de proveedores y la calidad del servicio fueron de nivel medio, es decir que ambas, la dimensión selección de proveedores presenta deficiencias en su desarrollo y la calidad del servicio también, esto según la percepción de las personas encuestadas, además de ello se demostró que existe un fuerte nivel de relación entre ambas con un 74,2% y esta relación es significativa, esto, según los resultados obtenidos de la prueba de hipótesis realizada a través de la estadística inferencial y el uso de Rho de Spearman. Con ello quedo demostrado que un bajo nivel en el desarrollo de la selección de proveedores repercute en un bajo nivel de calidad de servicio que se brinda.

Los resultados obtenidos, los cuales se mencionan en el párrafo anterior, en el estudio permiten ratificar lo que la teoría indica, pues en ella se puede encontrar que, si la selección de proveedores que llevan a cabo las empresas se desarrolla de manera adecuada, es decir analizando y evaluando a los proveedores

correctamente y siguiendo lineamientos rigurosos y adecuados, se puede garantizar una mínima cantidad de falencias en las atenciones y así se obtenga un servicio de calidad para sus clientes.

#### Discusión 4:

El presente estudio demostró que los niveles de la negociación con proveedores y la calidad del servicio fueron de nivel medio, es decir que ambas, tanto la dimensión negociación como la calidad del servicio presenta deficiencias en su desarrollo, esto según los resultados obtenidos de las personas encuestadas, además de ello, a través de la estadística inferencial se evidenció que existe un nivel alto de relación entre ambas y es significativo con  $p < 0.05$ , según los resultados que se obtuvieron de la prueba de hipótesis realizada a través de Rho de Spearman. Estos resultados permiten demostrar que un bajo nivel en la negociación con proveedores repercute de manera negativa en la calidad de servicio que se brinda, es decir también con un bajo nivel

Los resultados que se obtuvieron, y se mencionan en el párrafo anterior, en el estudio permite constatar lo que la teoría indica, pues en ella se dice que, si las empresas llevan a cabo la negociación con proveedores de una manera adecuada, es decir cuidando los intereses de la empresa a través de políticas, lineamientos y acuerdos de negociación óptimos, se puede garantizar que las organizaciones funcionen sin problemas y puedan brindar servicios adecuados, y esto a su vez repercute en un servicio de calidad para sus clientes.

#### Discusión 5:

El presente estudio demostró que los niveles de la ejecución de la compra y la calidad del servicio fueron de nivel medio, es decir que tanto la dimensión ejecución de la compra como la calidad del servicio presentan deficiencias en su desarrollo, esto según los resultados de la encuesta, además de ello se demostró que existe un nivel alto de relación entre ambas y este es significativo, según los resultados que se obtuvieron de la prueba de hipótesis utilizando Rho de Spearman a través de la estadística inferencial. Con ello se pudo demostrar que un bajo nivel

en la realización en la ejecución de la compra tiene un impacto negativo que genera en un bajo nivel de calidad de servicio que se brinda.

Los resultados que se obtuvieron, y se mencionan en el párrafo anterior, en la investigación se corrobora con lo que la teoría indica, pues en ella se dice que, si la ejecución de la compra que realizan las empresas se lleva a cabo eficientemente, es decir que se respetan tiempos, obligaciones y condiciones comerciales, además de ser claros y precisos en su atención, se puede llevar a cabo un proceso sin inconvenientes ni retrasos, y eso se refleja en atenciones óptimas de las organizaciones a sus clientes.

#### Discusión 6:

El presente estudio demostró que los niveles de la dimensión seguimiento y control de compras y la variable calidad del servicio fueron de nivel medio, es decir que ambas presentan aspectos por mejorar en la forma en la que se llevan a cabo, esto se obtuvo en las respuestas de las personas encuestadas, además de ello se pudo evidenciar que existe un nivel alto de relación entre la dimensión seguimiento y control y la variable calidad del servicio, y esta relación es significativa, como muestran los resultados obtenidos en la prueba de hipótesis que se calculó a través de la estadística inferencial haciendo uso de Rho de Spearman. Con ello se pudo evidenciar que un nivel bajo en el desarrollo del seguimiento y control de compras afecta en un bajo nivel de calidad de servicio brindado.

Los resultados que se obtuvieron en el estudio, mencionados anteriormente, permite constatar lo que la teoría indica, pues ella menciona que, si las empresas llevan a cabo un adecuado control y seguimiento de compras durante toda la cadena de suministro, es decir estableciendo herramientas de control adecuadas y útiles que permitan medir de manera correcta el estado de las actividades, procesos, procedimientos, entre otros; se pueden identificar aspectos mejorables y corregir o seguir mejorándolos, y de esta manera se garantiza un buen funcionamiento de las operaciones en las organizaciones y así se garantice un servicio de calidad para sus clientes.

## VI. CONCLUSIONES

Conclusión 1: Existe una relación significativa entre la gestión de compras y calidad del servicio, es decir que un bajo rendimiento de la Gestión de compras tiene un impacto negativo en la Calidad del servicio, que es ofertado por la Clínica Privada.

Conclusión 2: Existe una relación significativa entre la planificación de compras y la calidad del servicio, es decir que un nivel bajo en la Planificación de compras tiene un impacto negativo en la Calidad del servicio, que es ofertado por la Clínica Privada.

Conclusión 3: Existe una relación significativa entre la selección de proveedores y la calidad del servicio, es decir que un rendimiento bajo en la Selección de proveedores tiene un impacto negativo en la Calidad del servicio, que es ofertado por la Clínica Privada.

Conclusión 4: Existe una relación significativa entre la negociación con proveedores y la calidad del servicio, es decir que un bajo nivel de la Negociación con proveedores tiene un impacto negativo en la Calidad del servicio, que es ofertado por la Clínica Privada.

Conclusión 5: Existe una relación significativa entre la ejecución de compras y la calidad del servicio, es decir que bajos niveles en la Ejecución de las compras tienen un impacto negativo en la Calidad del servicio, que es ofertado por la Clínica Privada.

Conclusión 6: Existe una relación significativa entre el control y seguimientos de compras y la calidad del servicio, es decir que bajos niveles de rendimiento del Control y seguimiento de compras tiene un impacto negativo en la Calidad del servicio, que es ofertado por la Clínica Privada.

## VII. RECOMENDACIONES

Recomendación 1: Implementar herramientas de mejoras en la gestión administrativa de tal manera que incrementa la calidad de las compras, y esto se vea reflejado de manera positiva en el nivel del servicio que brinda la empresa.

Recomendación 2: Fortalecer las estrategias de Planificación de compras de tal manera que las proyecciones permitan mejorar los niveles de calidad en el cumplimiento, y esto se vea reflejado de manera positiva en el nivel del servicio que brinda la empresa.

Recomendación 3: Realizar mejoras en las políticas y reforzar el análisis de información de la Selección de proveedores, de manera tal que los niveles de calidad de proveedores incrementen, así como la calidad sus productos y servicios adquiridos, y esto se vea reflejado de manera positiva en el nivel del servicio que brinda la empresa.

Recomendación 4: Reforzar el cumplimiento de los acuerdos pactados en las Negociaciones de proveedores para que garantice la calidad de los aspectos comerciales de las compras, y esto se vea reflejado de manera positiva en el nivel del servicio que brinda la empresa.

Recomendación 5: Fortalecer el nivel de atención de solicitudes y mejorar las herramientas tecnológicas, para así poder incrementar el nivel de calidad del proceso de compra y esto se vea reflejado de manera positiva en el nivel del servicio que brinda la empresa.

Recomendación 6: Mejorar las herramientas de Control y seguimiento de compras de tal manera que se identifiquen problemas y puedan ser solucionados para una mejor gestión administrativa, y esto se vea reflejado de manera positiva en el nivel de la Calidad del servicio que oferta la empresa.

## REFERENCIAS

- Bazán, F. (2022). *Gestión de compras y el costo de los insumos de empaque en la empresa Procesadora Perú S.A.C., Chiclayo*. (Tesis Maestría). Universidad César Vallejo. Perú
- Cárdenas Villegas, V. (2021). *Gestión de compras y calidad de servicio del PNAE Qali Warma durante el aislamiento social de la Región Callao, 2021*. (Tesis Maestría). Universidad César Vallejo. Perú
- Carrasco Díaz, S. (2005). *Metodología de la Investigación Científica: Pautas Metodológicas para Diseñar y Elaborar el Proyecto de Investigación*. Editorial San Marcos
- Cisneros, J. (27 de abril del 2022). *6 Errores graves en la Gestión de compras*. Recuperado en 10 de octubre de <https://www.datadec.es/blog/6-errores-graves-gestion-compras>
- Coll Morales, F. (19 de mayo del 2020). *Compra*. Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/compra.html>
- Criollo Bohórquez, G., Mera Martínez, T. & Flores Moncayo, R. (2019). *Rediseño organizacional para mejorar la gestión de compras de una empresa constructora*. Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana. Recuperado en 15 de octubre de: <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/07/gestion-compras-constructora.html>
- Cronin, J. & Taylor, S. (1992). *Measuring service quality: A reexamination and extension*. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68. <http://dx.doi.org/10.2307/1252296>
- Cronin, J. & Taylor, S. (1994). *SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and perceptionsminus-expectations measurement of service quality*. *Journal of Marketing*, 58(1), 125–131. <http://dx.doi.org/10.2307/1252256>

- Cubillo Rodríguez, M. & Rozo Rodríguez, D. (2009). *El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad*. Revista de la Universidad de La Salle. 48 (1). Recuperado en 29 de octubre de 2022, de <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1170&context=ruls>
- Cuenca, J. (2017). *Área de Compras: los 10 errores más comunes en las empresas*. La Voz. Recuperado en 10 setiembre de <https://www.lavoz.com.ar/negocios/area-de-compras-los-10-errores-mas-comunes-en-las-empresas/>
- Dos Santos, A., Ladislau, A., Gómez, T., Chaves, R. & Monteiro, M. (2020). Follow up in an intermediate shopping cooperative. *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*, 8(1), 93-103. <https://doi.org/10.32888/cge.v8i1.41284>
- Escobar Moyano, J. (2019). *Método para la gestión compras y contratación de bienes y servicios de multiplaza centro comercial*. Universidad Militar Nueva granada. Colombia.
- Escriva Monzó, J., Savall Llidó, V. & Martínez García, A. (2014). *Gestión de compras*. Madrid: McGraw-Hil
- Escudero Serrano, J. (2019). *Gestión de compras*. (2a ed.). Ediciones Paraninfo. Madrid
- Escudero Serrano, J. (2011). *Gestión de aprovisionamiento*. (3a ed.). Ediciones Paraninfo. Madrid
- Esteban Nieto, N. (2018). *Tipos de Investigación*. (Artículo). Universidad Santo Domingo de Guzmán
- Flores, F., Ramos, R., Ramos, F. & Ramos, A. (2019). *Gestión de Innovación tecnológica y globalización como factores impulsores de la calidad de servicio y competitividad*. Revista Venezolana de Gerencia, 24(88),1239-1248. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29062051014>

- Guerra, A. (2019). *Implementación de un sistema de gestión logística que asegure la optimización de los recursos y rentabilidad de la empresa gastronómica Jama Brava, Bellavista - Callao*. Repositorio Académico de la Universidad San Martín de Porres.  
<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4816#.YULEwj7u6Ak.mendeley>
- Heredia Viveros, N. (2013). *Gerencia de compras: La nueva estrategia competitiva*. (2ª ed.). Bogotá: ECOE Ediciones
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: McGraw-Hill.
- Hurtado-Dianderas Smith, E. & Rivera León, F. (2006). *El requerimiento del marco epistemológico en las tesis de post grado*, *Gestión en el Tercer Milenio*. 9(17), 103-105. Recuperado de [https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/administracion/n17\\_2006/a10.pdf](https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/administracion/n17_2006/a10.pdf)
- Ibarra Morales, L. & Casas Medina, E. (2015). *Aplicación del modelo SERVPERF en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio*. *Contaduría y administración*, 60(1), 229-260. Recuperado en 10 de octubre de 2022, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0186-10422015000100010&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422015000100010&lng=es&tlng=es).
- Ibarra, L., Woolfolk, L., Meza, B. & Gelain, E. (2020). *Evaluación de la calidad en el servicio: una aplicación práctica en un establecimiento de Café*. *Revista CEA*, 6(11), 89-107. <https://doi.org/10.22430/24223182.1430>
- Intep. (2016). *Tipos de Investigación*. Recuperado el 01 de julio de 2022, de Instituto de Educación Técnica Profesional de Roldanillo, Valle: [https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/CIPS/2018\\_1/Documents/INVESTIGACION\\_NO\\_EXPERIMENTAL.pdf](https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/CIPS/2018_1/Documents/INVESTIGACION_NO_EXPERIMENTAL.pdf)

- Juran, J., Gryna, F. & Bingham, R. (2005). *Manual de control de la calidad*. (2da ed.). Reverté.
- Johnson, P., Leenders, M. & Flynn, A. (2012). *Administración de compras y abastecimientos*. (14ª ed.). México D.F.: McGraw-Hill
- Kartika Pradypta, S. (2015). *Analysis influence of service quality toward purchasing operation of pt.schott igar glass (a case study of pt. Schott igar glass)*. President University. Indonesia
- Lara, Y., & Pompa, M. (2019). *Ética en la investigación en educación médica: consideraciones y retos actuales*. *Investigación en Educación Médica*, 7(26), 99-108. <https://doi.org/10.22201/facmed.2007865x.2018.26.04>
- Lizcano Chapeta, C., Molina Gutiérrez, T., Núñez Sanabria, J. & Gonzales Flores, A. (2021). *Planificación estratégica y calidad del servicio en los estudiantes de la carrera de Derecho de la Universidad Regional Autónoma de Los Andes-Ecuador*. *Universidad Y Sociedad*, 13(S3), 109-117. Recuperado a partir de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2455>
- Louffat, E. (2015). *Administración: Fundamentos del proceso administrativo*. (4a ed.). Buenos Aires: Cengage Learning.
- Martínez Moya, E. (2010). *Gestión de compras: Negociación y estrategias de aprovisionamiento*. (5a ed.). FC Editorial. Madrid
- Matsumoto Nishizawa, Reina. (2014). *Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto*. *Revista Perspectivas*, (34), 181-209. Recuperado en 09 de octubre de 2022, de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1994-37332014000200005&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005&lng=es&tlng=es).
- Mercurio. (2017). *I-Med innova en su gestión de compras al adoptar la solución de abastecimiento Senegocia*. El Mercurio. <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=356521>

- Mora García, L. (2010). *Gestión logística integral*. Bogotá: Ecoe Ediciones
- Naoui-Outini. (2016). *Purchasing management and the “known or unknown” suppliers’ selection process: Circ energy case study*. Proceedings of the 28th International Business Information Management Association Conference - Vision 2020: Innovation Management, Development Sustainability, and Competitive Economic Growth, 4057–4071.
- Normalización, O. M. (2015). *Patente N° ISO 9000:2015*
- Ñaupas, Paitán, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramírez, E. & Villagómez Paucar, A. (2018). *Metodología de la investigación. Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la tesis*. (5a ed.). Ediciones de la U. Colombia.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1985). *A conceptual model of service quality and its implications for future research*. Journal of Marketing 49: 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1988). *The Service-quality Puzzle*. *Business Horizons*. 31, 35-43
- Paripancca Herrera, E. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción en la atención de los usuarios externos referidos en un hospital de asociación público privada, 2016-2017*. (Tesis Maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Perú
- Pedrosa, I., Juarros Basterretxea, J., Robles Fernández, A., Basteiro, J., & García Cueto, E. (2014). *Goodness of Fit Tests for Symmetric Distributions, which Statistical Should I Use?* *Universitas Psychologica*, 14(1), 245–254. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy14-1.pbad>
- Pérez, A. (24 de abril del 2020). *La importancia de la Función de Compras*. Meetlogistics. <https://meetlogistics.com/cadena-suministro/funcion-de-compras/>

- Ramirez Reyes, J. (2022). *Gestión de compras y calidad de servicio en los colaboradores de una empresa de publicidad de Trujillo, 2022*. (Tesis Maestría). Universidad César Vallejo. Perú
- Red de desarrollo. (14 de julio 2021). *Abastecimiento de recursos estratégicos en salud*. Videnza. Recuperado de <https://www.redesarrollo.pe/wp-content/uploads/2021/07/Abastecimiento-de-recursos-estrategicos-en-salud.pdf>
- Redacción Gestión. (02 de enero del 2016). *Lo que están haciendo las compañías peruanas para ser más competitivas*. Diario Gestión. <https://gestion.pe/economia/empresas/haciendo-companias-peruanas-competitivas-108146-noticia/>
- Redacción Gestión. (2022). *Mecanismos diferenciados de adquisición: ¿Qué es y por qué es importante en el sector salud?* Diario Gestión. <https://gestion.pe/peru/mecanismos-diferenciados-de-adquisicion-que-es-y-por-que-es-importante-en-el-sector-salud-noticia/>
- Rodríguez Escobar, J. (2008). *La relación entre las prácticas y el desempeño de la función de compras en la industria española: el papel de la integración estratégica y de la implantación de tecnologías de la información y la comunicación*. (Tesis Doctoral). Universidad de Salamanca. España
- Romero Saldaña, M. (2016). Pruebas de bondad de ajuste a una distribución normal. *Revista Enfermería Del Trabajo*, 6(3), 114. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5633043&info=resumen&idoma=SPA>
- Sangri, A. (2014). *Administración de compras: Adquisiciones y abastecimiento*. México D.F.: Grupo Editorial Patria.
- Santillán, G. (2016). *La gestión de compras y gestión de calidad del personal administrativo de la Subgerencia de Logística de la sede central del Reniec, Lima 2016*. (Tesis Maestría). Universidad César Vallejo. Perú

- Sotomayor Lopez, R. (2021). *Gestión Logística y Calidad de Servicio en la Empresa Factoría Alvarado SAC, Chimbote, 2021*. (Tesis Maestría). Universidad César Vallejo. Perú
- Stanley, L. & Wisner, J. (2006). *Internal Service Quality in Purchasing: An Empirical Study*. International Journal of Purchasing and Materials Management, 34(2), 50-60. Nevada. <https://doi.org/10.1111/j.1745-493X.1998.tb00295.x>
- Sucasaire Pilco, J. (2021). *Estadística descriptiva para trabajos de investigación: Presentación e interpretación de los resultados*. (1ª ed.). Lima: Jorge Sucasaire Pilco
- Torres Samuel, M., & Vásquez Stanescu, C. L. (2015). *Modelos de evaluación de la calidad del servicio: Caracterización y análisis*. Compendium, 57-76.
- Universidad Esan. (21 de marzo 2017). *Los errores más comunes en la gestión de compras*. Conexión Esan. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/los-errores-mas-comunes-en-la-gestion-de-compras>
- Universidad César Vallejo. (28 de agosto 2020). *Código de Ética en Investigación. Investiga UCV*. Resolución de Consejo Universitario N°0262-2020-UCV.
- Valls Figueroa, W., Román Vélez, V., Chica Ostaiza, C. & Salgado Cepero, G. (2017). *La Calidad del Servicio: Vía segura para alcanzar la competitividad*. (1ª ed.). Mar abierto
- Vara-Horna, A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa*. Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres. Lima. Manual electrónico disponible en internet: [www.aristidesvara.net](http://www.aristidesvara.net)

## **ANEXOS**

## Anexo 1. Matriz de Consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables e Indicadores			
			Variable 1: Gestión de Compras			
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
¿Cuál es el nivel de relación entre la Gestión de Compras y la Calidad del Servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022?	Determinar el nivel de relación entre la Gestión de compras y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.	Existe una relación significativa entre la Gestión de compras y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.	Planificación de compras	Estudio de necesidades	1,2	Ordinal
				Histórico de ventas	3	Ordinal
				Cumplimiento del presupuesto	4	Ordinal
			Selección de proveedores	Procedimientos y políticas adecuadas	5,6	Ordinal
				Evaluación de proveedores	7,8	Ordinal
			Negociación con proveedores	Plazos de entrega	9	Ordinal
				Condiciones de entrega	10	Ordinal
				Cumplimiento de acuerdos	11	Ordinal
			Ejecución de la compra	Solicitudes de compra	12,13	Ordinal
				Tecnología para las compras	14	Ordinal
				Seguimiento de compras	15	Ordinal
			Seguimiento y control de compras	Tiempos de atención	16	Ordinal
				Incidencias con proveedores	17	Ordinal
Documentación y estandarización de procedimientos y políticas	18,19	Ordinal				
Difusión de procedimientos y políticas	20	Ordinal				
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	Variable 2: Calidad del Servicio			
¿Cuál es el nivel de relación entre la Planificación de compras y la Calidad del Servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022? ¿Cuál es el nivel de relación entre la Selección de proveedores y la Calidad del Servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022? ¿Cuál es el nivel de relación entre la Negociación con proveedores y la Calidad del Servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022? ¿Cuál es el nivel de relación entre la Ejecución de la compra y la Calidad del Servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022? ¿Cuál es el nivel de relación entre el Seguimiento y control de compras y la Calidad del Servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022?	Determinar el nivel de relación entre la Planificación de compras y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022. Determinar el nivel de relación entre la Selección de proveedores y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022. Determinar el nivel de relación entre la Negociación con proveedores y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022. Determinar el nivel de relación entre la Ejecución de la compra y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022. Determinar el nivel de relación entre el Seguimiento y Control de compras y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.	Existe una relación significativa entre la Planificación de compras y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022. Existe una relación significativa entre la Selección de proveedores y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022. Existe una relación significativa entre la Negociación con proveedores y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022. Existe una relación significativa entre la Ejecución de la compra y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022. Existe una relación significativa entre el Seguimiento y Control de compras y la Calidad del servicio en una clínica privada, distrito de San Isidro, 2022.	Tangibles	Estado de la infraestructura	21	Ordinal
				Estado de maquinarias y equipos	22	Ordinal
				Estado de materiales	23	Ordinal
				Apariencia de los colaboradores	24	Ordinal
			Fiabilidad	Tiempos de atención	25	Ordinal
				Cumplimiento de acuerdos	26,27,28,29	Ordinal
			Capacidad de respuesta	Disposición para ayudar al cliente	30	Ordinal
				Rapidez de respuesta	31,32	Ordinal
				Nivel de atención	33	Ordinal
			Seguridad	Conocimiento del colaborador	34,35	Ordinal
				Confiabilidad del colaborador	36,37	Ordinal
			Empatía	Disposición en resolver problemas	38	Ordinal
				Comunicación con el cliente	39	Ordinal
Atención de necesidades de los clientes	40,41,42	Ordinal				
Tipo y diseño de Investigación		Población y muestra		Técnicas e instrumentos		
Tipo: Aplicada		Población: 90 colaboradores		Encuesta - Cuestionario		
Diseño: No experimental correlacional		Muestra: 90 colaboradores				

## Anexo 2. Matriz de Operacionalización de Variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Variables e Indicadores			
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Gestión de Compras	La gestión de compras como un proceso complejo que no abarca únicamente la negociación con los proveedores, sino que desarrolla sus procesos en función al precio, calidad y plazos como pilares fundamentales para abastecer de manera óptima a la empresa de los productos, bienes y/o servicios que requiera y poder desarrollar sus actividades de manera eficiente (Escudero, 2019).	La variable fue fragmentada en 5 dimensiones: Planificación de compras, Selección de proveedores, Negociación con proveedores, Ejecución de la compra y Seguimiento y control de compras (Escudero, 2019).	Planificación de compras	Estudio de necesidades	1,2	Escala Likert: 1. Nunca 2. Casi Nunca 3. A veces 4. Casi Siempre 5. Siempre
				Histórico de ventas	3	
				Cumplimiento del presupuesto	4	
			Selección de proveedores	Procedimientos y políticas adecuadas	5,6	
				Evaluación de proveedores	7,8	
			Negociación con proveedores	Plazos de entrega	9	
				Condiciones de entrega	10	
				Cumplimiento de acuerdos	11	
			Ejecución de la compra	Solicitudes de compra	12,13	
				Tecnología para las compras	14	
			Seguimiento y control de compras	Seguimiento de compras	15	
				Tiempos de atención	16	
				Incidencias con proveedores	17	
				Documentación y estandarización de procedimientos y políticas	18,19	
				Difusión de procedimientos y políticas	20	
			Calidad del Servicio	La Calidad del servicio es una asociación entre la satisfacción del cliente y la percepción que este tenga sobre un producto tangible y/o un servicio, los cuales son brindados por una empresa. La calidad del servicio tiene un mayor grado de dificultad debido a que las características que los clientes buscan son más intangibles y de difícil definición; sin embargo, esta se basa fundamentalmente en cumplir y exceder con lo que esperan los clientes para generar un valor agregado al servicio (Valls et al., 2017),	La variable fue fragmentada en 5 dimensiones: Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía (Parasuraman et al., 1985).	
Estado de maquinarias y equipos	22					
Estado de materiales	23					
Apariencia de los colaboradores	24					
Fiabilidad	Tiempos de atención	25				
	Cumplimiento de acuerdos	26,27,28,29				
Capacidad de respuesta	Disposición para ayudar al cliente	30				
	Rapidez de respuesta	31,32				
	Nivel de atención	33				
Seguridad	Conocimiento del colaborador	34,35				
	Confiable del colaborador	36,37				
Empatía	Disposición en resolver problemas	38				
	Comunicación con el cliente	39				
	Atención de necesidades de los clientes	40,41,42				

## Anexo 3. Instrumentos para medir las variables de estudio

 <b>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO</b> <b>UNIDAD DE POSGRADO</b>						
<b>Instrucciones:</b> Lea detenidamente cada una de las preguntas y respóndalas con la mayor sinceridad del caso, debe marcar con un "X" solo una respuesta, considerando las siguientes afirmaciones: 1:NUNCA 2:CASI NUNCA 3:A VECES 4:CASI SIEMPRE 5:SIEMPRE						
CUESTIONARIO GESTIÓN DE COMPRAS						
N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1: Planificación de compras</b>						
1	Considera usted que la planificación de los productos realizada por el área de compras cumple con las expectativas.					
2	Cree usted que la planificación de los productos realizada por el área de compras ha permitido mantener los niveles de stock adecuados para evitar quiebres.					
3	Considera usted que la planificación de los productos realizada por el área de compras guarda relación con las ventas realizados por los servicios de la clínica.					
4	Considera usted que el monto de las compras anuales gestionadas por el área de compras para el abastecimiento de la clínica y sus servicios, se encuentra dentro de lo presupuestado para el año.					
<b>Dimensión 2: Selección de proveedores</b>						
5	Considera usted que el proceso de selección de proveedores que se viene trabajando actualmente cumple con las expectativas.					
6	Considera usted que la política de compras vigente permite que la clínica pueda llevar a cabo una adecuada selección de proveedores.					
7	Considera usted que la búsqueda de proveedores realizada a través de un concurso externo de proveedores se realiza de manera adecuada.					
8	Cree usted que la revisión de la información financiera, comercial y antecedentes históricos es suficiente para evaluar a los proveedores.					
<b>Dimensión 3: Negociación con proveedores</b>						
9	Considera usted que los plazos de entrega negociados con los proveedores son los adecuados para cumplir con las necesidades de los clientes.					
10	Considera usted que las condiciones de entrega de los productos negociados con los proveedores son los adecuados para cumplir con las necesidades de los clientes.					
11	Cree usted que los acuerdos comerciales pactados con los proveedores adjudicados (precios, tiempos de atención, políticas, entre otros) son adecuados para la gestión de compras.					
<b>Dimensión 4: Ejecución de la compra</b>						
12	Considera usted que las solicitudes de compra son realizadas de manera oportuna para cumplir con la atención de los clientes.					
13	Cree usted que las solicitudes de compra son realizadas de manera adecuada, es decir detallando adecuadamente los productos en características y cantidades.					
14	Considera usted que las herramientas tecnológicas (equipos de cómputo, equipos móviles y softwares) permiten realizar solicitudes de compras de manera adecuada.					
<b>Dimensión 5: Seguimiento y control de compras</b>						
15	Considera usted que el seguimiento a las órdenes de compra generadas, desde la solicitud al proveedor hasta la entrega de los productos a la clínica se realiza de manera adecuada.					
16	Cree usted que los reportes para el control de los tiempos de atención de las órdenes de compra generadas al proveedor son adecuados.					
17	Considera que los reportes para el control de incidencias en las atenciones de los proveedores cumplen con las expectativas.					
18	Cree usted que la estandarización y documentación de los procesos con los que cuenta el área de compras cumplen las expectativas.					
19	Considera usted que las políticas de compras de la empresa son adecuadas para una gestión de compras eficiente.					
20	Cree usted que la difusión de los procedimientos y políticas de compras a las personas y áreas de interés se realiza de manera adecuada.					



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

UNIDAD DE POSGRADO

**Instrucciones:** Lea detenidamente cada una de las preguntas y respóndalas con la mayor sinceridad del caso, debe marcar con un "X" solo una respuesta, considerando las siguientes afirmaciones:

1:NUNCA 2:CASI NUNCA 3:A VECES 4:CASI SIEMPRE 5:SIEMPRE

**CUESTIONARIO CALIDAD DEL SERVICIO**

N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1: Tangibles</b>						
21	Las instalaciones físicas de la clínica son modernas, limpias y cuentan con una distribución adecuada.					
22	La clínica cuenta con maquinaria y equipos de aspectos conservados, higiénicos y modernos.					
23	Los materiales (medicinas, material médico, material quirúrgico y suministros en general) con los que trabaja la clínica se encuentran en buen estado.					
24	Los colaboradores de la clínica se ven pulcros.					
<b>Dimensión 2: Fiabilidad</b>						
25	Los tiempos de atención a los clientes son respetados según lo acordado.					
26	Los servicios brindados a los clientes cumplen con los requisitos solicitados.					
27	Los productos entregados a los clientes corresponden a lo solicitado.					
28	Los precios facturados a los clientes corresponden a lo acordado con la empresa.					
29	Los productos y/o servicios brindados a los clientes cumplen con los requisitos de calidad.					
<b>Dimensión 3: Capacidad de respuesta</b>						
30	Los colaboradores de la empresa se muestran dispuestos a ayudar al cliente, es decir brindan una atención oportuna e informativa.					
31	El tiempo de espera para que el cliente obtenga un producto y/o servicio es el adecuado.					
32	Las dudas y consultas que presenta el cliente son atendidas en un tiempo razonable.					
33	Los servicios brindados por los colaboradores de la empresa se ajustan en tiempo y calidad según lo esperado por el cliente.					
<b>Dimensión 4: Seguridad</b>						
34	Los colaboradores demuestran conocimiento del trabajo que realizan en la empresa.					
35	Los colaboradores atienden consultas del cliente, brindando información correcta y adecuada.					
36	Los colaboradores demuestran amabilidad, cortesía y respeto al cliente durante su atención.					
37	Los colaboradores transmiten seguridad y confianza al cliente durante su atención.					
<b>Dimensión 5: Empatía</b>						
38	Los colaboradores muestran interés en brindar una solución los problemas que se presenta el cliente.					
39	Los colaboradores explican de manera clara el servicio brindado al cliente.					
40	Los colaboradores brindan una atención personalizada según las necesidades del cliente.					
41	Los colaboradores entienden las necesidades que tienen los clientes.					
42	Los horarios de atención de clientes se ajustan a sus necesidades.					

## Anexo 4. Validación juicio de expertos



ESCUELA DE POSTGRADO

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA GESTIÓN DE COMPRAS

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: Planificación de compras</b>								
1	Considera usted que la planificación de los productos realizada por el área de compras cumple con las expectativas.	X		X		X		
2	Cree usted que la planificación de los productos realizada por el área de compras ha permitido mantener los niveles de stock adecuados para evitar quiebres.	X		X		X		
3	Considera usted que la planificación de los productos realizada por el área de compras guarda relación con las ventas realizadas por los servicios de la clínica.	X		X		X		
4	Considera usted que el monto de las compras anuales gestionadas por el área de compras para el abastecimiento de la clínica y sus servicios, se encuentra dentro de lo presupuestado para el año.	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 2: Selección de proveedores</b>								
5	Considera usted que el proceso de selección de proveedores que se viene trabajando actualmente cumple con las expectativas.	X		X		X	X	
6	Considera usted que la política de compras vigente permite que la clínica pueda llevar a cabo una adecuada gestión para la atención de sus servicios.	X		X		X	X	
7	Considera usted que la búsqueda de proveedores realizada a través de un concurso externo de proveedores se realiza de manera adecuada.	X		X		X	X	
8	Cree usted que la revisión de la información financiera, comercial y antecedentes históricos es suficiente para evaluar a los proveedores.	X		X		X	X	
<b>DIMENSIÓN 3: Negociación con proveedores</b>								
9	Considera usted que los plazos de entrega negociados con los proveedores son los adecuados para cumplir con las necesidades de los clientes.	X		X		X	X	
10	Considera usted que las condiciones de entrega de los productos negociados con los proveedores son los adecuados para cumplir con las necesidades de los clientes.	X		X		X	X	
11	Cree usted que los acuerdos comerciales pactados con los proveedores adjudicados (precios, tiempos de atención, políticas, entre otros) se cumplen.	X		X		X	X	
<b>DIMENSIÓN 4: Ejecución de la compra</b>								
12	Considera usted que las solicitudes de compra son realizadas de manera oportuna para cumplir con la atención de los clientes.	X		X		X	X	
13	Cree usted que las solicitudes de compra son realizadas de manera adecuada, es decir detallando adecuadamente los productos en características y cantidades.	X		X		X	X	
14	Considera usted que las herramientas tecnológicas (equipos de cómputo, equipos móviles y softwares) permiten realizar solicitudes de compras de manera adecuada.	X		X		X	X	
<b>DIMENSIÓN 5: Seguimiento y Control de compras</b>								
15	Considera usted que el seguimiento a las órdenes de compra generadas, desde la solicitud al proveedor hasta la entrega de los productos a la clínica se realiza de manera adecuada.	X		X		X	X	
16	Cree usted que los reportes para el control de los tiempos de atención de las órdenes de compra generadas al proveedor son adecuados.	X		X		X	X	
17	Considera que los reportes para el control de incidencias en las atenciones de los proveedores cumplen con las expectativas.	X		X		X	X	
18	El área de compras de la empresa cuenta con procesos estandarizados y documentados.	X		X		X	X	
19	La empresa cuenta con políticas documentadas para la gestión de compras.	X		X		X	X	
20	Los procedimientos y políticas de compras es de conocimiento de las personas y áreas de interés.	X		X		X	X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

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

Apellidos y nombres del juez validador.: Mg. Luis Anderson Fernández Baca Oré        DNI: 45775913

Especialidad del validador: Planificador Estratégico de Empresas

30 de octubre del 2022

-----  
Firma del Experto Informante.

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CALIDAD DEL SERVICIO**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: Tangibles</b>								
1	Las instalaciones físicas de la clínica son modernas, limpias y cuentan con una distribución adecuada.	X		X		X	X	
2	La clínica cuenta con maquinaria y equipos de aspectos conservados, higiénicos y modernos.	X		X		X	X	
3	Los materiales (medicinas, material médico, material quirúrgico y suministros en general) con los que trabaja la clínica se encuentran en buen estado.	X		X		X	X	
4	Los colaboradores de la clínica se ven pulcros.	X		X		X	X	
<b>DIMENSIÓN 2: Fiabilidad</b>								
5	Los tiempos de atención a los clientes son respetados según lo acordado.	X		X		X	X	
6	Los servicios brindados a los clientes cumplen con los requisitos solicitados.	X		X		X	X	
7	Los productos entregados a los clientes corresponden a lo solicitado.	X		X		X	X	
8	Los precios facturados a los clientes corresponden a lo acordado con la empresa.	X		X		X	X	
9	Los productos y/o servicios brindados a los clientes presentan observaciones de calidad.	X		X		X	X	
<b>DIMENSIÓN 3: Capacidad de respuesta</b>								
10	Los colaboradores de la empresa se muestran dispuestos a ayudar al cliente, es decir brindan una atención oportuna e informativa.	X		X		X	X	
11	El tiempo de espera para que el cliente obtenga un producto y/o servicio es el adecuado.	X		X		X	X	
12	Las dudas y consultas que presenta el cliente son atendidas en un tiempo razonable.	X		X		X	X	
13	Los servicios brindados por los colaboradores de la empresa se ajustan en tiempo y calidad según lo esperado por el cliente.	X		X		X	X	
<b>DIMENSIÓN 4: Seguridad</b>								
14	Los colaboradores demuestran conocimiento del trabajo que realizan en la empresa.	X		X		X	X	
15	Los colaboradores atienden consultas del cliente, brindando información correcta y adecuada.	X		X		X	X	
16	Los colaboradores demuestran amabilidad, cortesía y respeto al cliente durante su atención.	X		X		X	X	
17	Los colaboradores transmiten seguridad y confianza al cliente durante su atención.	X		X		X	X	
<b>DIMENSIÓN 5: Empatía</b>								
18	Los colaboradores muestran interés en brindar una solución los problemas que se presenta el cliente.	X		X		X	X	
19	Los colaboradores explican de manera clara el servicio brindado al cliente.	X		X		X	X	
20	Los colaboradores brindan una atención personalizada según las necesidades del cliente.	X		X		X	X	
21	Los colaboradores entienden las necesidades que tienen los clientes.	X		X		X	X	
22	Los horarios de atención de clientes se ajustan a sus necesidades.	X		X		X	X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

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

Apellidos y nombres del juez validador.: Mg. Luis Anderson Fernández Baca Oré        DNI: 45775913

Especialidad del validador: Planificador Estratégico de Empresas

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

30 de octubre del 2022



-----  
**Firma del Experto Informante.**



ESCUELA DE POSTGRADO

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA GESTIÓN DE COMPRAS**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: Planificación de compras</b>								
1	Considera usted que la planificación de los productos realizada por el área de compras cumple con las expectativas.	✓		✓		✓		
2	Cree usted que la planificación de los productos realizada por el área de compras ha permitido mantener los niveles de stock adecuados para evitar quiebres.	✓		✓		✓		
3	Considera usted que la planificación de los productos realizada por el área de compras guarda relación con las ventas realizadas por los servicios de la clínica.	✓		✓		✓		No todo lo que se compra se vende
4	Considera usted que el monto de las compras anuales gestionadas por el área de compras para el abastecimiento de la clínica y sus servicios, se encuentra dentro de lo presupuestado para el año.	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 2: Selección de proveedores</b>								
5	Considera usted que el proceso de selección de proveedores que se viene trabajando actualmente cumple con las expectativas.	✓		✓		✓		
6	Considera usted que la política de compras vigente permite que la clínica pueda llevar a cabo una adecuada gestión para la atención de sus servicios.	✓		✓		✓		
7	Considera usted que la búsqueda de proveedores realizada a través de un concurso externo de proveedores se realiza de manera adecuada.	✓		✓		✓		
8	Cree usted que la revisión de la información financiera, comercial y antecedentes históricos es suficiente para evaluar a los proveedores.	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 3: Negociación con proveedores</b>								
9	Considera usted que los plazos de entrega negociados con los proveedores son los adecuados para cumplir con las necesidades de los clientes.	✓		✓		✓		
10	Considera usted que las condiciones de entrega de los productos negociados con los proveedores son los adecuados para cumplir con las necesidades de los clientes.	✓		✓		✓		
11	Cree usted que los acuerdos comerciales pactados con los proveedores adjudicados (precios, tiempos de atención, políticas, entre otros) se cumplen.	✓		✓		✓		Ancipie en los SLA y/o penalidades
<b>DIMENSIÓN 4: Ejecución de la compra</b>								
12	Considera usted que las solicitudes de compra son realizadas de manera oportuna para cumplir con la atención de los clientes.	✓		✓		✓		
13	Cree usted que las solicitudes de compra son realizadas de manera adecuada, es decir detallando adecuadamente los productos en características y cantidades.	✓		✓		✓		y fechas
14	Considera usted que las herramientas tecnológicas (equipos de cómputo, equipos móviles y softwares) permiten realizar solicitudes de compras de manera adecuada.	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 5: Seguimiento y Control de compras</b>								
15	Considera usted que el seguimiento a las órdenes de compra generadas, desde la solicitud al proveedor hasta la entrega de los productos a la clínica se realiza de manera adecuada.	✓		✓		✓		
16	Cree usted que los reportes para el control de los tiempos de atención de las órdenes de compra generadas al proveedor son adecuados.	✓		✓		✓		
17	Considera que los reportes para el control de incidencias en las atenciones de los proveedores cumplen con las expectativas.	✓		✓		✓		

18	El área de compras de la empresa cuenta con procesos estandarizados y documentados.	✓		✓		✓		
19	La empresa cuenta con políticas documentadas para la gestión de compras.	✓		✓		✓		Lo pondré en planificación
20	Los procedimientos y políticas de compras es de conocimiento de las personas y áreas de interés.	✓		✓		✓		idem al anterior

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Cotrina Ruiz, Rogers Manuel    DNI: 40440273

Especialidad del validador: Ste de Compras Operativas y Doccto Organizativo de SCM

28 de Nov del 2022

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CALIDAD DEL SERVICIO**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
<b>DIMENSIÓN 1: Tangibles</b>								
1	Las instalaciones físicas de la clínica son modernas, limpias y cuentan con una distribución adecuada.	✓		✓		✓		
2	La clínica cuenta con maquinaria y equipos de aspectos conservados, higiénicos y modernos.	✓		✓		✓		
3	Los materiales (medicinas, material médico, material quirúrgico y suministros en general) con los que trabaja la clínica se encuentran en buen estado.	✓		✓		✓		
4	Los colaboradores de la clínica se ven pulcros.							
<b>DIMENSIÓN 2: Fiabilidad</b>								
5	Los tiempos de atención a los clientes son respetados según lo acordado.	✓		✓		✓		
6	Los servicios brindados a los clientes cumplen con los requisitos solicitados.	✓		✓		✓		<i>¿incluye serv. médicos?</i>
7	Los productos entregados a los clientes corresponden a lo solicitado.	✓		✓		✓		
8	Los precios facturados a los clientes corresponden a lo acordado con la empresa.	✓		✓		✓		<i>OTO: la mayoría por asegurados</i>
9	Los productos y/o servicios brindados a los clientes presentan observaciones de calidad.	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 3: Capacidad de respuesta</b>								
10	Los colaboradores de la empresa se muestran dispuestos a ayudar al cliente, es decir, brindan una atención oportuna e informativa.	✓		✓		✓		
11	El tiempo de espera para que el cliente obtenga un producto y/o servicio es el adecuado.	✓		✓		✓		
12	Las dudas y consultas que presenta el cliente son atendidas en un tiempo razonable.	✓		✓		✓		
13	Los servicios brindados por los colaboradores de la empresa se ajustan en tiempo y calidad según lo esperado por el cliente.	✓		✓		✓		<i>Analizar si la capacidad instalada ayuda a cumplir el tiempo esperado</i>
<b>DIMENSIÓN 4: Seguridad</b>								
14	Los colaboradores demuestran conocimiento del trabajo que realizan en la empresa.	✓		✓		✓		
15	Los colaboradores atienden consultas del cliente, brindando información correcta y adecuada.	✓		✓		✓		
16	Los colaboradores demuestran amabilidad, cortesía y respeto al cliente durante su atención.	✓		✓		✓		
17	Los colaboradores transmiten seguridad y confianza al cliente durante su atención.	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 5: Empatía</b>								
18	Los colaboradores muestran interés en brindar una solución los problemas que se presenta el cliente.	✓		✓		✓		
19	Los colaboradores explican de manera clara el servicio brindado al cliente.	✓		✓		✓		
20	Los colaboradores brindan una atención personalizada según las necesidades del cliente.	✓		✓		✓		
21	Los colaboradores entienden las necesidades que tienen los clientes.	✓		✓		✓		
22	Los horarios de atención de clientes se ajustan a sus necesidades.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Cotrina Ruiz, Rogers Manuel    DNI: 40440273

Especialidad del validador: St. de Campos Cognitivos y Docente Universitario

21 de Nov del 2022

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA GESTIÓN DE COMPRAS**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSION 1: Planificación de compras</b>								
1	Considera usted que la planificación de los productos realizada por el área de compras cumple con las expectativas.	X		X		X		
2	Cree usted que la planificación de los productos realizada por el área de compras ha permitido mantener los niveles de stock adecuados para evitar quiebres.	X		X		X		
3	Considera usted que la planificación de los productos realizada por el área de compras guarda relación con las ventas realizadas por los servicios de la clínica.	X		X		X		
4	Considera usted que el monto de las compras anuales gestionadas por el área de compras para el abastecimiento de la clínica y sus servicios, se encuentra dentro de lo presupuestado para el año.	X		X			X	No todo lo que se compra está dentro del presupuesto, ejemplo los urgentes.
<b>DIMENSION 2: Selección de proveedores</b>								
5	Considera usted que el proceso de selección de proveedores que se viene trabajando actualmente cumple con las expectativas.	X		X		X		
6	Considera usted que la política de compras vigente permite que la clínica pueda llevar a cabo una adecuada gestión para la atención de sus servicios.	X		X		X		
7	Considera usted que la búsqueda de proveedores realizada a través de un concurso externo de proveedores se realiza de manera adecuada.	X		X		X		
8	Cree usted que la revisión de la información financiera, comercial y antecedentes históricos es suficiente para evaluar a los proveedores.	X		X		X		
<b>DIMENSION 3: Negociación con proveedores</b>								
9	Considera usted que los plazos de entrega negociados con los proveedores son los adecuados para cumplir con las necesidades de los clientes.	X		X		X		
10	Considera usted que las condiciones de entrega de los productos negociados con los proveedores son los adecuados para cumplir con las necesidades de los clientes.	X		X		X		
11	Cree usted que los acuerdos comerciales pactados con los proveedores adjudicados (precios, tiempos de atención, políticas, entre otros) se cumplen.	X		X		X		
<b>DIMENSION 4: Ejecución de la compra</b>								
12	Considera usted que las solicitudes de compra son realizadas de manera oportuna para cumplir con la atención de los clientes.	X		X		X		
13	Cree usted que las solicitudes de compra son realizadas de manera adecuada, es decir detallando adecuadamente los productos en características y cantidades.	X		X		X		
14	Considera usted que las herramientas tecnológicas (equipos de cómputo, equipos móviles y softwares) permiten realizar solicitudes de compras de manera adecuada.	X		X		X		
<b>DIMENSION 5: Seguimiento y Control de compras</b>								
15	Considera usted que el seguimiento a las órdenes de compra generadas, desde la solicitud al proveedor hasta la entrega de los productos a la clínica se realiza de manera adecuada.	X		X		X		
16	Cree usted que los reportes para el control de los tiempos de atención de las órdenes de compra generadas al proveedor son adecuados.	X		X		X		
17	Considera que los reportes para el control de incidencias en las atenciones de los proveedores cumplen con las expectativas.	X		X		X		
18	El área de compras de la empresa cuenta con procesos estandarizados y documentados.	X		X		X		

19	La empresa cuenta con políticas documentadas para la gestión de compras.	X		X		X		
20	Los procedimientos y políticas de compras es de conocimiento de las personas y áreas de interés.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/ Mg: Enrique Manuel Reyes Villafana      DNI: 09301833

Especialidad del validador: Gerente Corporativo de Logística y Farmacia

30 de noviembre del 2022

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
 \_\_\_\_\_  
**Firma del Experto Informante.**

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CALIDAD DEL SERVICIO**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: Tangibles</b>								
1	Las instalaciones físicas de la clínica son modernas, limpias y cuentan con una distribución adecuada.	X		X		X		
2	La clínica cuenta con maquinaria y equipos de aspectos conservados, higiénicos y modernos.	X		X		X		
3	Los materiales (medicinas, material médico, material quirúrgico y suministros en general) con los que trabaja la clínica se encuentran en buen estado.	X		X		X		
4	Los colaboradores de la clínica se ven pulcros.							
<b>DIMENSIÓN 2: Fiabilidad</b>								
5	Los tiempos de atención a los clientes son respetados según lo acordado.	X		X		X		
6	Los servicios brindados a los clientes cumplen con los requisitos solicitados.	X		X		X		
7	Los productos entregados a los clientes corresponden a lo solicitado.	X		X		X		En el caso de medicamentos lo determina el médico.
8	Los precios facturados a los clientes corresponden a lo acordado con la empresa.	X		X		X		
9	Los productos y/o servicios brindados a los clientes presentan observaciones de calidad.	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 3: Capacidad de respuesta</b>								
10	Los colaboradores de la empresa se muestran dispuestos a ayudar al cliente, es decir brindan una atención oportuna e informativa.	X		X		X		
11	El tiempo de espera para que el cliente obtenga un producto y/o servicio es el adecuado.	X		X		X		
12	Las dudas y consultas que presenta el cliente son atendidas en un tiempo razonable.	X		X		X		
13	Los servicios brindados por los colaboradores de la empresa se ajustan en tiempo y calidad según lo esperado por el cliente.	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 4: Seguridad</b>								
14	Los colaboradores demuestran conocimiento del trabajo que realizan en la empresa.	X		X		X		
15	Los colaboradores atienden consultas del cliente, brindando información correcta y adecuada.	X		X		X		
16	Los colaboradores demuestran amabilidad, cortesía y respeto al cliente durante su atención.	X		X		X		
17	Los colaboradores transmiten seguridad y confianza al cliente durante su atención.	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 5: Empatía</b>								
18	Los colaboradores muestran interés en brindar una solución los problemas que se presenta el cliente.	X		X		X		
19	Los colaboradores explican de manera clara el servicio brindado al cliente.	X		X		X		
20	Los colaboradores brindan una atención personalizada según las necesidades del cliente.	X		X		X		
21	Los colaboradores entienden las necesidades que tienen los clientes.	X		X		X		
22	Los horarios de atención de clientes se ajustan a sus necesidades.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Enrique Manuel Reyes Villafana            DNI: 09301833

Especialidad del validador: Gerente Corporativo de Logística y Farmacia

30 de noviembre del 2022



Firma del Experto Informante.

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

## Anexo 5. Tablas de frecuencia por ítem por variables

**Tabla 19**

*Tabla de frecuencia con ítem por variable Gestión de Compras*

Ítem	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
P1	0	0,00%	14	15,60%	42	46,70%	34	37,80%	0	0,00%
P2	4	4,40%	8	8,90%	31	34,40%	47	52,20%	0	0,00%
P3	0	0,00%	4	4,40%	10	11,10%	76	84,40%	0	0,00%
P4	0	0,00%	5	5,60%	43	47,80%	42	46,70%	0	0,00%
P5	0	0,00%	23	25,60%	27	30,00%	39	43,30%	1	1,10%
P6	0	0,00%	1	1,10%	47	52,20%	41	45,60%	1	1,10%
P7	0	0,00%	4	4,40%	37	41,10%	46	51,10%	3	3,30%
P8	5	5,60%	4	4,40%	45	50,00%	36	40,00%	0	0,00%
P9	2	2,20%	16	17,80%	30	33,30%	41	45,60%	1	1,10%
P10	1	1,10%	5	5,60%	33	36,70%	50	55,60%	1	1,10%
P11	0	0,00%	5	5,60%	42	46,70%	42	46,70%	1	1,10%
P12	0	0,00%	6	6,70%	62	68,90%	22	24,40%	0	0,00%
P13	0	0,00%	2	2,20%	32	35,60%	55	61,10%	1	1,10%
P14	7	7,80%	15	16,70%	28	31,10%	35	38,90%	5	5,60%
P15	0	0,00%	5	5,60%	39	43,30%	45	50,00%	1	1,10%
P16	0	0,00%	3	3,30%	54	60,00%	33	36,70%	0	0,00%
P17	0	0,00%	8	8,90%	42	46,70%	39	43,30%	1	1,10%
P18	0	0,00%	4	4,40%	45	50,00%	40	44,40%	1	1,10%
P19	1	1,10%	14	15,60%	34	37,80%	41	45,60%	0	0,00%
P20	1	1,10%	15	16,70%	49	54,40%	25	27,80%	0	0,00%

**Tabla 20***Tabla de frecuencia con ítem por variable Calidad del Servicio*

Ítem	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
P21	0	0,00%	0	0,00%	9	10,00%	81	90,00%	0	0,00%
P22	0	0,00%	0	0,00%	26	28,90%	64	71,10%	0	0,00%
P23	0	0,00%	0	0,00%	25	27,80%	53	58,90%	12	13,30%
P24	0	0,00%	0	0,00%	38	42,20%	52	57,80%	0	0,00%
P25	0	0,00%	10	11,10%	17	18,90%	63	70,00%	0	0,00%
P26	0	0,00%	0	0,00%	17	18,90%	69	76,70%	4	4,40%
P27	0	0,00%	0	0,00%	21	23,30%	65	72,20%	4	4,40%
P28	0	0,00%	0	0,00%	23	25,60%	63	70,00%	4	4,40%
P29	6	6,70%	1	1,10%	20	22,20%	58	64,40%	5	5,60%
P30	3	3,30%	26	28,90%	50	55,60%	11	12,20%	0	0,00%
P31	0	0,00%	8	8,90%	72	80,00%	10	11,10%	0	0,00%
P32	0	0,00%	4	4,40%	75	83,30%	11	12,20%	0	0,00%
P33	0	0,00%	15	16,70%	53	58,90%	22	24,40%	0	0,00%
P34	0	0,00%	15	16,70%	34	37,80%	40	44,40%	1	1,10%
P35	0	0,00%	14	15,60%	50	55,60%	26	28,90%	0	0,00%
P36	0	0,00%	10	11,10%	18	20,00%	62	68,90%	0	0,00%
P37	0	0,00%	0	0,00%	1	1,10%	89	98,90%	0	0,00%
P38	0	0,00%	0	0,00%	25	27,80%	62	68,90%	3	3,30%
P39	0	0,00%	0	0,00%	24	26,70%	64	71,10%	2	2,20%
P40	0	0,00%	0	0,00%	12	13,30%	76	84,40%	2	2,20%
P41	0	0,00%	11	12,20%	45	50,00%	32	35,60%	2	2,20%
P42	0	0,00%	38	42,20%	21	23,30%	20	22,20%	11	12,20%



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, ZUÑIGA CASTILLO ARTURO JAIME, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Gestión de compras y calidad del servicio en una Clínica Privada, Distrito de San Isidro, 2022.", cuyo autor es VIDAL SALAZAR PAMELA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

LIMA, 10 de Enero del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
ZUÑIGA CASTILLO ARTURO JAIME <b>DNI:</b> 09225053 <b>ORCID:</b> 0000-0003-1241-2785	Firmado electrónicamente por: AJZUNIGAC el 10- 01-2023 17:23:10

Código documento Trilce: TRI - 0516107