



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Gestión de compras y toma de decisiones en una
empresa de servicios de limpieza, Surquillo, 2022.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORES:

Navarrete Morey, Alberto Ofre (orcid.org/0000-0002-6592-615X)

Olascoaga Portocarrero, Deysi (orcid.org/0000-0002-6770-012)

ASESORA:

Mg. Maurtua Gurmendi, Luzmila Gabriela (orcid.org/0000-0002-0812-3473)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo Económico, Empleo y Emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria

Dedicamos a nuestros queridos padres por la formación como seres humanos, porque siempre estuvieron presentes en los momentos que necesitamos de su apoyo, lo cual ha hecho que seamos personas de bien.

Agradecimiento

Agradecemos a Dios, por permitirnos culminar con éxito este estudio, a nuestros padres, porque gracias a su aliento constante seguimos adelante, a nuestros maestros por compartir sus conocimientos, y a nuestros compañeros por su amistad y apoyo.

Índice de contenidos

| | |
|--|------|
| Carátula | i |
| Dedicatoria | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Índice de contenidos | iv |
| Índice de tablas | v |
| Índice de figuras | vi |
| Resumen | vii |
| Abstract | viii |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO | 4 |
| III. METODOLOGÍA | 10 |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación | 10 |
| 3.2. Variable y operacionalización | 11 |
| 3.3. Población, muestra y muestreo | 12 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 13 |
| 3.5. Procedimientos | 15 |
| 3.6. Método de análisis de datos | 15 |
| 3.7. Aspectos éticos | 16 |
| IV. RESULTADOS | 17 |
| V. DISCUSIÓN | 30 |
| VI. CONCLUSIONES | 33 |
| VII. RECOMENDACIONES | 34 |
| REFERENCIAS | 36 |
| ANEXOS | 42 |

Índice de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1: Operacionalización | 11 |
| Tabla 2: Criterio de inclusión | 12 |
| Tabla 3: Juicio de expertos | 14 |
| Tabla 4: Niveles de confiabilidad Alfa de Cronbach | 14 |
| Tabla 5: Resumen de procesamiento de casos | 14 |
| Tabla 6: Alfa de Cronbach de gestión de compras | 15 |
| Tabla 7: Alfa de Cronbach de toma de decisiones | 15 |
| Tabla 8: Gestión de compras y diagnóstico inicial | 17 |
| Tabla 9: Gestión de compras y tratamiento del problema | 18 |
| Tabla 10: Gestión de compras e intervención del problema | 19 |
| Tabla 11: Correlación de variables | 20 |
| Tabla 12: Prueba de normalidad | 21 |
| Tabla 13: Resultados de gestión de compras | 22 |
| Tabla 14: Resultados de planificar las compras | 23 |
| Tabla 15: Resultados de evaluar las ofertas y seleccionar al proveedor | 24 |
| Tabla 16: Resultados de negociar las condiciones | 25 |
| Tabla 17: Resultados de toma de decisiones | 26 |
| Tabla 18: Resultados de diagnóstico inicial | 27 |
| Tabla 19: Resultados de tratamiento del problema | 28 |
| Tabla 20: Resultados de intervención del problema | 29 |

Índice de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1: Resultados de gestión de compras | 22 |
| Figura 2: Resultados de planificar las compras | 23 |
| Figura 3: Resultados de evaluar las ofertas y seleccionar al proveedor | 24 |
| Figura 4: Resultados de negociar las condiciones | 25 |
| Figura 5: Resultados de toma de decisiones | 26 |
| Figura 6: Resultados de diagnóstico inicial | 27 |
| Figura 7: Resultados de tratamiento del problema | 28 |
| Figura 8: Resultados de intervención del problema | 29 |

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo general establecer la relación entre la Gestión de compras y la Toma de decisiones en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022. El trabajo metodológicamente es de tipo aplicado, de nivel descriptivo correlacional, de enfoque cuantitativo y de diseño no experimental de corte transversal, siendo su población de 34 colaboradores, a los que se aplicó un cuestionario basado en la escala de Likert. La confiabilidad obtenida es alta de acuerdo al Alfa de Cronbach, con sus valores de ,923 y ,950 para gestión de compras y toma de decisiones respectivamente. Se obtuvo como resultado que el 41,18% consideran como mala a la gestión de compras y el 58,82% consideran como mala a la toma de decisiones. Finalmente se logró establecer la relación entre la gestión de compras y la toma de decisiones, puesto que el nivel de significancia obtenido es $< 0,05$ y el coeficiente correlacional de Rho de Spearman tiene un valor de 0,899, lo cual nos muestra una relación positiva alta entre gestión de compras y toma de decisiones.

Palabras clave: Gestión de compras, toma de decisiones, procesos

Abstract

The general objective of this research is to establish the relationship between purchasing management and decision making in a cleaning services company, Surquillo 2022. Methodologically, the work is applied, descriptive correlational, with a quantitative approach and a non-experimental cross-sectional design, with a population of 34 employees, to whom a questionnaire based on the Likert scale was applied. The reliability obtained is high according to Cronbach's Alpha, with values of .923 and .950 for purchasing management and decision making respectively. As a result, 41.18% considered purchasing management as bad and 58.82% considered decision making as bad. Finally, it was possible to establish the relationship between purchasing management and decision making, since the significance level obtained is < 0.05 and the Spearman's Rho correlation coefficient has a value of 0.899, which shows a high positive relationship between purchasing management and decision making.

Keywords: Purchasing management, decision making, processes

I. INTRODUCCIÓN

Las compras son procesos que se realizan desde la antigüedad en la historia humana. Los primeros indicios de este tipo de procesos los podemos evidenciar mediante el intercambio de unos productos por otros. Al transcurrir la historia debido a diversos factores este proceso ha requerido evolucionar. Estos factores han sido la moneda, la globalización y las nuevas tecnologías (Guerrero, 2018).

En los últimos años la gestión de compras ha sido fortalecida por distintos expertos que han logrado fusionar una administración estratégica de abastecimiento, esta actividad requiere desarrollar estrategias que están alineadas con el negocio con el fin de alcanzar la mejora continua y el logro de objetivos en la organización (OIT, 2016).

Hoy en día, la toma de decisiones se ha vuelto un nuevo tópico de análisis debido a que las decisiones estratégicas han tomado relevancia para las empresas modernas. Varias son las investigaciones que indican como una actividad principal en las empresas la toma de decisiones (Rodríguez y Pinto, 2018).

Para tomar decisiones debemos ubicar la problemática y establecer una solución certera al respecto, esto nos indica que hemos evaluado todas las alternativas y que hemos elegido la mejor. Esta lógica del pensamiento incrementará la seguridad en la suficiencia para emitir juicios y controlar de una mejor manera las situaciones (Paz, 2018).

En el Perú investigar sobre gestión de compras y toma de decisiones ayudará a identificar las falencias que se presenten en algunos procesos con la finalidad de resolverlos y a través de ello generar mejora en los costos, incrementar la eficiencia y la permanencia del negocio a través del tiempo, lo que se traduce en mayores y mejores puesto de trabajo, así como un mejor servicio brindado a los clientes (comunidad) (Dueñas, 2018).

La investigación se realizará en una empresa del distrito de Surquillo, Lima, Perú que tiene como misión ofrecer a sus clientes servicios con eficiencia, responsabilidad y oportunidad. La empresa se dedica a realizar servicios generales, enfocada en la limpieza de instalaciones general y tiene una experiencia de más de

30 años, cuentan con personal especializado y materiales adecuados, para brindar a sus clientes la mejor experiencia de servicio.

El departamento de Logística de la empresa carece de una adecuada planificación de compras, esto debido a que las áreas usuarias incumplen con entregar sus requerimientos de necesidades de manera oportuna, existen pedidos para compra de bienes regulares que son solicitados de manera extemporánea y que no están incluidos dentro del plan de compras, esto genera desorden al momento de determinar las necesidades, seleccionar ofertas y seleccionar al proveedor; y posteriormente poder negociar condiciones favorables para la organización con los proveedores.

Para una adecuada toma de decisiones los funcionarios omiten realizar un diagnóstico inicial para dar con el problema y en base a eso establecer medidas y una solución definitiva. Los funcionarios sólo han resuelto implementar soluciones parciales, pero no han realizado una intervención definitiva del problema que nos garantice que este tipo de situaciones se puedan resolver.

En el desarrollo de estudios es necesario formular preguntas de investigación; siendo la general ¿Cómo se relacionan la gestión de compras y toma de decisiones en una empresa de servicios de Limpieza, Surquillo 2022?, mientras que las específicas son ¿Cómo se relacionan la gestión de compras y el diagnóstico inicial en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022?, ¿Cómo se relacionan la gestión de compras y el tratamiento del problema en una empresa de servicios de limpieza, surquillo 2022? y ¿Cómo se relacionan la gestión de compras y la intervención del problema en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022?

Este trabajo de investigación se justifica teóricamente según los criterios de Escudero (2019) y Olaz (2018), así como en las teorías de la administración científica y burocrática desarrolladas por Taylor en 1900 y Weber en 1905 respectivamente. A nivel práctico este trabajo permitirá que la empresa mejore los procesos de compra planificando las mismas, apoyándose en las mejores decisiones que se puedan tomar, así mismo se justifica metodológicamente debido

a que se emplearon métodos de investigación e instrumentos para recabar datos que fueron sometidos a criterios de validación y confiabilidad.

La relevancia del presente trabajo radica en ayudar a identificar las falencias que se presenten en algunos procesos con la finalidad de resolverlos y a través de ello generar mejora en los costos, incrementar la eficiencia y la permanencia del negocio a través del tiempo, lo que se traduce en mayores y mejores puesto de trabajo, así como un mejor servicio brindado a los clientes.

La presente investigación contribuye a optimizar los procesos de compras en las empresas y de esta manera impactar en la mejora de la rentabilidad del negocio.

Los objetivos son imprescindibles, muestran lo que se desea de la investigación, y tienen que plasmarse lo más claro posible, pues son parte fundamental de la investigación (Sampieri y Mendoza, 2018). En ese sentido el objetivo general del presente trabajo se centra en establecer la relación entre la gestión de compras y la toma de decisiones en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022; teniendo como objetivos específicos: establecer la relación de compras y el diagnóstico inicial en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022, establecer la relación de compras y el tratamiento del problema en una empresa de servicios de Limpieza, Surquillo 2022 y establecer la relación de compras y la intervención del problema en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022.

La hipótesis nos permite orientar y delimitar la investigación para enrumbar hacia la búsqueda de las soluciones (Sampieri y Mendoza, 2018), es por ello que la presente investigación nos ha permitido formular la siguiente hipótesis general: existe relación entre gestión de compras y toma de decisiones en una empresa de servicios de limpieza, surquillo 2022; teniendo como hipótesis específicas: existe relación entre la gestión de compras y el diagnóstico inicial en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022, existe relación entre la gestión de compras y el tratamiento del problema en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022 y existe relación entre la gestión de compras y la intervención del problema en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Los trabajos previos son de suma importancia en una investigación ya que sirven de referencia para tratar el tema de estudio, nos ayuda a que la investigación tenga rigor científico y nos permite esclarecer lo estudiado a la luz de la objetividad (Sampieri y Mendoza, 2018).

Para contar con una mejor visión de los temas tratados, se consultó libros, tesis y artículos científicos internacionales y nacionales tomando en cuenta a la gestión de compras y toma de decisiones.

Delgado (2019) en su tesis buscó conocer el nivel de influencia del control interno en la gestión de compras. En ese sentido dicho autor llegó a la conclusión que en las municipalidades provinciales el control interno es determinante en el abastecimiento de productos, así mismo se ha detectado una serie de deficiencias como, por ejemplo: no contar con un proceso normalizado para las compras, no emplear de manera adecuada la normativa vigente y el manejo inadecuado de temas contractuales.

Espinoza (2018) en su investigación el objetivo fue realizar una revisión en los procesos de compra, y de esta manera introducir indicadores para la mejora en el negocio. Dicho autor llegó a la conclusión que, de acuerdo a la evaluación realizada a los colaboradores del área de compras, cliente interno y abastecedores, se ratifica fallas en el planeamiento, y en la entrega oportuna generando malestar en los clientes.

Méndez et al., (2020) en su artículo el objetivo fue proponer un diseño de gestión de compras en las empresas cementeras del Ecuador. En ese sentido dicho autor llegó a la conclusión que la gestión de compras es vital en una organización y se tiene que tener actualizado la cantidad de productos, así mismo que las compras deben efectuarse tanto en el interior como exterior del país.

Según Bazán (2022) en su tesis planteó como objetivo conocer cómo se relaciona la gestión de compras y el costo de los insumos de empaque en la organización en estudio. Dicho autor llegó a la conclusión que los costos de los

insumos para los empaques se encuentran en un buen nivel. A pesar de ello, se podría mejorar las compras, a través de compras acumuladas.

Los antecedentes que apoyan al presente estudio para toma de decisiones son:

Prado y Artica (2018) en su investigación el objetivo fue definir la relación entre la comunicación y la toma de decisiones en la organización. Dicho autor llegó a la siguiente conclusión: Los trabajadores de la organización se orientan en el cumplimiento de las metas, haciéndose partícipe de la responsabilidad entre todos, teniendo el manejo de lo que involucra el trabajo en la producción, con el fin de realizar sus tareas de manera eficaz y eficiente.

Noboa et al., (2020), en su artículo tuvo como objetivo examinar cómo se valida la toma de decisiones en las organizaciones utilizando para ello el lenguaje motivacional. Dicho autor llegó a la conclusión que para motivar adecuadamente a los colaboradores mediante una comunicación de tipo motivacional efectiva hay que tomar en consideración tres tipos de lenguaje, teniendo mayor importancia el de tipo empático. De esta manera los colaboradores identificaron al lenguaje empático como una manera correcta para tener un mayor compromiso y poder realizar sus tareas en la organización

Medrano (2017) en su tesis planteó el objetivo de conocer la relación entre la gestión administrativa y la toma de decisiones. Dicho autor llegó a la conclusión que existe una relación de un nivel fuerte entre la gestión administrativa y la toma de decisiones.

Tabesh et al., (2019), en su artículo tuvo como objetivo combinar los hallazgos de la tecnología de la información y la mejor manera de implementar el tratamiento de grandes cantidades de información y de esta manera apoyar una correcta toma de decisiones. Este autor concluyó que para que el tratamiento de grandes cantidades de información aporte a una correcta toma de decisiones a nivel gerencial, en primer lugar, los gerentes deben comprender los conceptos básicos del manejo de los grandes volúmenes de información, y luego se requiere de su compromiso con el tema y que ayuden a difundir entre los colaboradores sus objetivos.

A continuación, presentaremos conceptos ya que la investigación debe contar con una adecuada sustentación teórica y técnica, por lo que iniciamos con la gestión de compras.

Según Escudero (2019) la gestión de compras se basa en los procesos de compra para desarrollarse plenamente, esto con la finalidad de satisfacer al cliente en cantidad y oportunidad.

Para Carreño (2017) la gestión de compras se da a través del área de compras de las empresas. En esta área se gestionan todos los materiales que se necesitan en cantidad, oportunidad, calidad y lugar adecuados para que la organización siga brindando sus productos y/o servicios a los clientes.

Galiana (2018), afirma que gestionar las compras es asegurar el abastecimiento tanto de bienes como servicios en los plazos, calidad, cantidad, lugar y cantidades correctas, así como de acuerdo a los precios pactados.

Mora (2016) indica que la gestión de compras es atender de manera satisfactoria los requerimientos que la organización demanda.

Según Escudero (2019) las fases del proceso de compra son:

Planificar las compras: Para realizar la planificación de compras debemos analizar las necesidades de la empresa y ubicar suministros; lo que quiere decir que tenemos que contar con información de los productos y anticiparse ante las necesidades (Escudero, 2019).

- Necesidad: Cada persona tiene un comportamiento de compra, que puede ser estimulado por distintas necesidades y a lo largo del tiempo se han ido ampliando (Gómez et al., 2017).
- Información de productos: Son las características esenciales que debe poseer el producto, como tamaño, peso, composición, etc. (Grady, 2016).

Evaluación de ofertas: Cuando se requiere cotizaciones a varias empresas, se debe revisar lo ofertado y realizar comparaciones en cuanto a los precios, calidad, etc. (Escudero, 2019).

- Selección del proveedor: Es ubicar posibles proveedores y elegir a los que cumplan con las condiciones solicitadas por la empresa (Anaya, 2015).
- Precio: Es la cantidad que se paga por adquirir cualquier bien o servicio (Babatunde, 2016).

Negociar las condiciones: Se trata de concertar la oferta presentada en lo que respecta a algunos factores como, por ejemplo, volumen de compra, medios de pago, tiempo de entrega, etc. (Escudero, 2019).

- Compra: Es la adquisición de productos y/o servicios muchas veces dejándonos llevar por las promociones o descuentos que ofrecen (Falcao et al., 2017).
- Fecha de entrega: Se refiere a la velocidad de entrega, que es un objetivo importante de la función de compras, dado que la demora injustificada en la entrega es una de las formas más comunes de comportamiento oportunista que adoptan los proveedores (Da Costa y Cabral, 2018).

Seguidamente, presentamos las definiciones de toma de decisiones.

Según Olaz (2018) la toma de decisiones nos ayuda a solucionar problemas utilizando para ello tanto recursos humanos, como técnicos.

Robbins y Coulter (2018) nos mencionan que tomar decisiones es una manera de escoger entre varias opciones mediante la identificación, selección y evaluación de los problemas.

Para Alarcón (2018) tomar decisiones es el desarrollo por el cual elegimos una alternativa entre varias para poder dar solución a distintos problemas en diversos ámbitos.

Arévalo & Estrada (2017) la toma de decisión es una manera de realizar una elección entre varias posibilidades. Este tipo de eventos involucra a los individuos por sí mismos o agrupados en organizaciones y a la comunidad. Todo lo que se refiere al proceso administrativo se resuelve en base a la toma de decisiones gerenciales. Los objetivos, metas, estrategias, políticas y diseños todas ellas están

sujetas a la constante toma de decisiones y de esta manera monitorear el cumplimiento de las mismas en la empresa.

Según Olaz (2018) la toma de decisiones se encuentra definido según sus fases, las cuales son:

Diagnóstico inicial: Esto implica considerar dos tipos de pensamiento. Por un lado, el pensamiento analítico, el cual nos invita a que despierte nuestra capacidad para analizar, y desarrollar procesos y tareas. Por otro lado, el pensamiento creativo, el cual nos pide ser flexibles, tener una mentalidad más amplia y tener apertura hacia lo novedoso. (Olaz, 2018).

- Desarrollo de procesos: Se centra en elaborar estrategias direccionadas a conseguir el buen desempeño de una organización, teniendo como soporte el proceso administrativo (García et al., 2017).
- Realización de tareas: Involucrar la puesta en marcha de diferentes tareas en las diversas reparticiones de la organización como: recursos humanos, finanzas, licitaciones, almacén, tecnología de la información y otros (Tessarini y Saltorato, 2021).

Tratamiento del problema: Tratar un problema implica, en primer lugar, organizar el tiempo y los recursos necesarios para conseguir una solución (Olaz, 2018).

- Planificar tiempo: Es la habilidad para organizar las diversas tareas que realicen los seres humanos en una empresa de acuerdo a las prioridades, con la finalidad de realizar las labores de la mejor manera en el tiempo correcto. (Salazar, 2017).
- Recursos necesarios: Son todos aquellos elementos necesarios que permiten que la empresa pueda operar en el mercado y pueda cumplir con los objetivos propuestos (Montoya y Boyero, 2016).

Intervención del problema: Es una de las claves en el posterior desarrollo del diagnóstico inicial del problema y su tratamiento. Se relaciona con el control, evaluación y seguimiento de las tomas de decisiones realizadas (Olaz, 2018).

- Evaluación: Implica evaluar determinadas acciones y/o decisiones entre todas las que son físicamente posibles con el fin de tomar la mejor decisión (Navia et al., 2019).
- Seguimiento: Consiste en efectuar controles periódicos con la finalidad de corregir, actualizar y mejorar de manera constante lo planificado (García et al., 2019).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

El presente trabajo es de tipo aplicado, puesto que al finalizar el estudio se propondrá recomendaciones para resolver el objeto de estudio evaluado, en función a teorías utilizadas, las cuales han enriquecido el presente trabajo (Pimienta y De la Orden, 2017).

3.1.2. Diseño de investigación:

Esta investigación se considera no experimental, de corte transversal, porque se van a analizar los hechos de ambas variables tal cual se manifiestan en un período de tiempo establecido. (Sampieri y Mendoza, 2018).

El presente trabajo es descriptivo correlacional debido a que se recopila información de la población en cuestión, en sus dos variables, esto con la finalidad de explicar lo que sucede y poder recomendar mejoras en sus procesos (Cabeza et al., 2018). Por otro lado, cuenta con un enfoque cuantitativo debido a que se realizará un recojo de datos a través de un cuestionario para posteriormente analizar la información, y en virtud de los resultados plantear recomendaciones correspondientes (Sampieri y Mendoza, 2018).

3.2. Variable y operacionalización

Tabla 1: Operacionalización

| VARIABLES | | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ESCALA DE MEDICIÓN |
|-----------|--------------------|--|--|---------------------------|--------------------------|--|
| V1 | GESTIÓN DE COMPRAS | Según Escudero (2019) la gestión de compras se basa en los procesos de compra para desarrollarse plenamente, esto con la finalidad de satisfacer al cliente en cantidad y oportunidad. | La gestión de compras se evalúa según las fases del proceso de compra, que son planificar las compras, evaluar las ofertas y seleccionar al proveedor, negociar las condiciones, tomando en cuenta las características medibles a través de un cuestionario. | Planificar las compras | Necesidad | Ordinal/Likert 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre |
| | | | | | Información de productos | |
| | | | | Evaluación de ofertas | Selección de proveedores | |
| | | | | | Precio | |
| | | | | Negociar las condiciones | Compra | |
| | | | | | Fecha de entrega | |
| V2 | TOMA DE DECISIONES | Según Olaz (2018) la toma de decisiones nos ayuda a solucionar problemas utilizando para ello tanto recursos humanos, como técnicos. | La toma de decisiones se evalúa según sus fases que son diagnóstico inicial, tratamiento del problema e intervención del problema; en consideración a sus unidades de medición a través de un cuestionario. | Diagnóstico inicial | Desarrollo de procesos | |
| | | | | | Realización de tareas | |
| | | | | Tratamiento del problema | Planificar tiempo | |
| | | | | | Recursos necesarios | |
| | | | | Intervención del problema | Evaluación | |
| | | | | | Seguimiento | |

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

Esta investigación cuenta con una población de 34 personas, por lo que no contamos con muestra y muestreo.

Población se refiere a un conglomerado de individuos y donde se aplican procedimientos para obtener datos, los cuales nos sirven para el estudio (Cabezas et al., 2018).

3.3.2. Muestra:

Nos referimos a muestra censal cuando la población es igual al tamaño de la muestra con la cual se han trabajado los instrumentos (López y Fachelli, 2015). Para el caso del presente trabajo la población y por lo tanto la muestra censal ha sido de treinta y cuatro (34) colaboradores.

Criterio de inclusión:

Se refiere a las características puntuales con las que debe contar el sujeto u objeto materia de investigación (Arias et al., 2016).

En esta investigación se ha considerado a trabajadores que laboran en las áreas de logística, almacén y operaciones de la organización, debido a que ellos son los que gestionan los pedidos, las compras y el despacho de productos.

Tabla 2: Criterio de inclusión

| Población | Perfil | ¿Por qué se eligió? |
|------------------|--|--|
| 34 | Logística – 08 Almacén – 05 Operaciones – 21 | Personal que realiza los pedidos, las compras y despacho de productos. |

Criterio de exclusión:

Son las características que hacen no elegibles a los sujetos u objetos en una investigación (Arias et al., 2016).

No se consideran otras áreas de la organización debido a que las áreas de logística, almacén y operaciones intervienen directamente en el cumplimiento de la elaboración de pedidos, generación de compras y despacho de los productos hacia los clientes.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica empleada en el presente trabajo es la encuesta y como instrumento el cuestionario.

Mediante la encuesta se indagan opiniones, utilizando para ello preguntas estructuradas de manera metódica, esto nos brinda respuestas objetivas (Cabezas et al., 2018).

Al grupo de preguntas que se medirán en cada variable, se le conoce como cuestionario (Sampieri y Mendoza, 2018). Para cada variable se ha diseñado un cuestionario para recabar la información necesaria y así obtener resultados en la presente investigación.

Según Sampieri y Mendoza (2018) la escala de Likert es el conjunto de afirmaciones con el cual medimos las reacciones de la población en estudio.

Para medir la reacción de la población encuestada se ha utilizado la escala de Likert aplicando un cuestionario tanto para gestión de compras, como para toma de decisiones.

Según Sampieri y Mendoza (2018) la validez se consigue mediante la aplicación de un cuestionario al grupo poblacional que se estudia con la finalidad de medir con certeza la variable. Este cuestionario requiere la validez de juicio de expertos antes de ser aplicado.

El instrumento utilizado fue aprobado por expertos en concordancia a la normativa de la Universidad César Vallejo – Lima Norte.

Tabla 3: Juicio de expertos

| N° | VALIDADORES | RESULTADOS |
|-----------|--------------------------------------|-------------------|
| 1 | Mg. Manuel Jesús David Bulnes Zelada | Aplicable |
| 2 | Mg. Mauro Trigozo Paredes | Aplicable |
| 3 | Dr. Danilo Hugo Carreño Ramírez | Aplicable |

Según Sampieri y Mendoza (2018) la confiabilidad es el nivel de certeza en el que el cuestionario es consistente y coherente con lo que se quiere medir. Para establecer que el cuestionario es confiable utilizamos el Alfa de Cronbach, mediante un software estadístico.

Tabla 4: Niveles de confiabilidad Alfa de Cronbach

| VALORES | NIVEL |
|----------------|------------------------|
| De -1 a 0 | No es confiable |
| De 0,01 a 0,49 | Baja confiabilidad |
| De 0,5 a 0,75 | Moderada confiabilidad |
| De 0,76 a 0,89 | Fuerte confiabilidad |
| De 0,9 a 1 | Alta confiabilidad |

Nota: Sampieri y Mendoza (2018)

Tabla 5: Resumen de procesamiento de casos

| Resumen de procesamiento de casos | | | |
|--|----------|----------|----------|
| | | N | % |
| Casos | Válido | 34 | 100,0 |
| | Excluido | 0 | ,0 |
| | Total | 34 | 100,0 |

Tabla 6: Alfa de Cronbach de gestión de compras

| Estadísticas de fiabilidad | | |
|-----------------------------------|---|----------------|
| Alfa de Cronbach | Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados | N de elementos |
| ,923 | ,917 | 12 |

De lo indicado en la tabla 6, para gestión de compras el resultado es de ,923, lo que nos muestra una alta confiabilidad.

Tabla 7: Alfa de Cronbach de toma de decisiones

| Estadísticas de fiabilidad | | |
|-----------------------------------|---|----------------|
| Alfa de Cronbach | Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados | N de elementos |
| ,950 | ,944 | 12 |

De lo indicado en la tabla 7, para toma de decisiones, el resultado es de ,950, lo que muestra confiabilidad alta.

3.5. Procedimientos

Se aplicó el cuestionario que consta de 24 preguntas, donde se consideró los siguientes ítems: nunca (1), casi nunca (2), a veces (3), casi siempre (4) y siempre (5). Las preguntas se plantearon tomando en cuenta los indicadores, las dimensiones y las variables en estudio. Una vez aplicado el instrumento se procedió a descargar los resultados en una base de datos de Excel para luego ser trasladado al SPSS 26 y así ser analizados.

3.6. Método de análisis de datos

Para recopilar información se aplicó el cuestionario a los colaboradores de las áreas de logística, almacén y operaciones. Una vez procesados los datos del instrumento mediante el software estadístico IBM SPSS V.26, se observó de manera descriptiva-inferencial la información y de esta manera corroborar la relación existente entre ambas variables.

3.7. Aspectos éticos

El presente trabajo se elaboró teniendo en consideración las normas de la Universidad César Vallejo – UCV, Resolución del Vicerrectorado de Investigación N° 110 - 2022 y teniendo en cuenta el código de ética de la UCV, Resolución de Consejo Universitario N° 0340-2021-UCV, así mismo la participación de los colaboradores fue voluntaria y anónima y los resultados obtenidos con la aplicación del cuestionario fue únicamente para ser tratados en esta investigación, cuidando la ética y el profesionalismo de cada uno de los colaboradores.

IV. RESULTADOS

Según Sánchez et al. (2018), los resultados son una parte de la investigación que nos muestra la información resultante de analizar la data recogida mediante los cuestionarios, resultados y gráficos de la presente investigación procesados utilizando el método de Spearman, a través del software estadístico IBM SPSS versión 26.

Objetivo específico 1: Establecer la relación entre la gestión de compras y diagnóstico inicial en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022.

Tabla 8: Gestión de compras y diagnóstico inicial

| | | Correlaciones | | |
|-----------------|---------------------|----------------------------|--------------------|---------------------|
| | | | Gestión de compras | Diagnóstico inicial |
| Rho de Spearman | Gestión de Compras | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,905** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 34 | 34 |
| | Diagnóstico inicial | Coeficiente de correlación | ,905** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 34 | 34 |

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

Interpretación:

De acuerdo a lo mostrado en la tabla 8, la correlación es de ,905, lo que indica correlación muy alta entre gestión de compras y diagnóstico inicial, así mismo, la significancia es de ,000, indica aceptación de hipótesis alterna. (Si existiera relación entre gestión de compras y diagnóstico inicial en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022).

Objetivo específico 2: Establecer la relación entre gestión de compras y tratamiento del problema en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022.

Tabla 9: Gestión de compras y tratamiento del problema

| | | Correlaciones | | |
|--------------------|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------|-----------------------------|
| | | | Gestión de compras | Tratamiento del problema |
| Rho de Spearman | Gestión de compras | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,687** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 34 | 34 |
| | Tratamiento del problema | Coeficiente de correlación | ,687** | 1,000 |
| Sig. (bilateral) | | ,000 | . | |
| N | | 34 | 34 | |

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

Interpretación:

De acuerdo a lo mostrado en la tabla 9, la correlación es de ,687, lo que indica que existe una correlación moderada entre la gestión de compras y tratamiento del problema, así mismo, la significancia es de ,000, indica aceptación de hipótesis alterna. (Si existe relación entre gestión de compras y tratamiento del problema en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022).

Objetivo específico 3: Establecer la relación entre la gestión de compras e intervención del problema en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022.

Tabla 10: Gestión de compras e intervención del problema

| | | Correlaciones | | |
|--------------------|------------------------------|-------------------------------|-----------------------|------------------------------|
| | | | Gestión de compras | Intervención del problema |
| Rho de Spearman | Gestión de compras | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,874** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 34 | 34 |
| | Intervención del problema | Coeficiente de correlación | ,874** | 1,000 |
| Sig. (bilateral) | | ,000 | . | |
| N | | 34 | 34 | |

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

Interpretación:

Según lo mostrado en la tabla 10, la correlación es de ,874, lo cual indica correlación alta entre gestión de compras e intervención del problema, así mismo, el nivel de significancia es de ,000, indica aceptación de hipótesis alterna. (Si existiera relación entre gestión de compras e intervención del problema en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022).

Objetivo general: Establecer la relación entre gestión de compras y toma de decisiones en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022.

Tabla 11 Correlación de variables

| | | Correlaciones | | |
|-----------------|--------------------|----------------------------|--------------------|--------------------|
| | | | Gestión de compras | Toma de decisiones |
| Rho de Spearman | Gestión de compras | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,899** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | Toma de decisiones | N | 34 | 34 |
| | | Coeficiente de correlación | ,899** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 34 | 34 |

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

Interpretación:

De acuerdo a lo mostrado en la tabla 11, la correlación es de ,899, lo que indica correlación alta entre la gestión de compras y toma de decisiones, así mismo, la significancia es de ,000, indica aceptación de hipótesis alterna. (Si existe relación entre gestión de compras y toma de decisiones en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022).

Tabla 12: Prueba de normalidad

| | Pruebas de normalidad | | | | | |
|---------------------------|---------------------------------|----|------|--------------|----|------|
| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| Gestión de compras | ,188 | 34 | ,004 | ,916 | 34 | ,012 |
| Toma de <u>decisiones</u> | ,148 | 34 | ,057 | ,914 | 34 | ,011 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

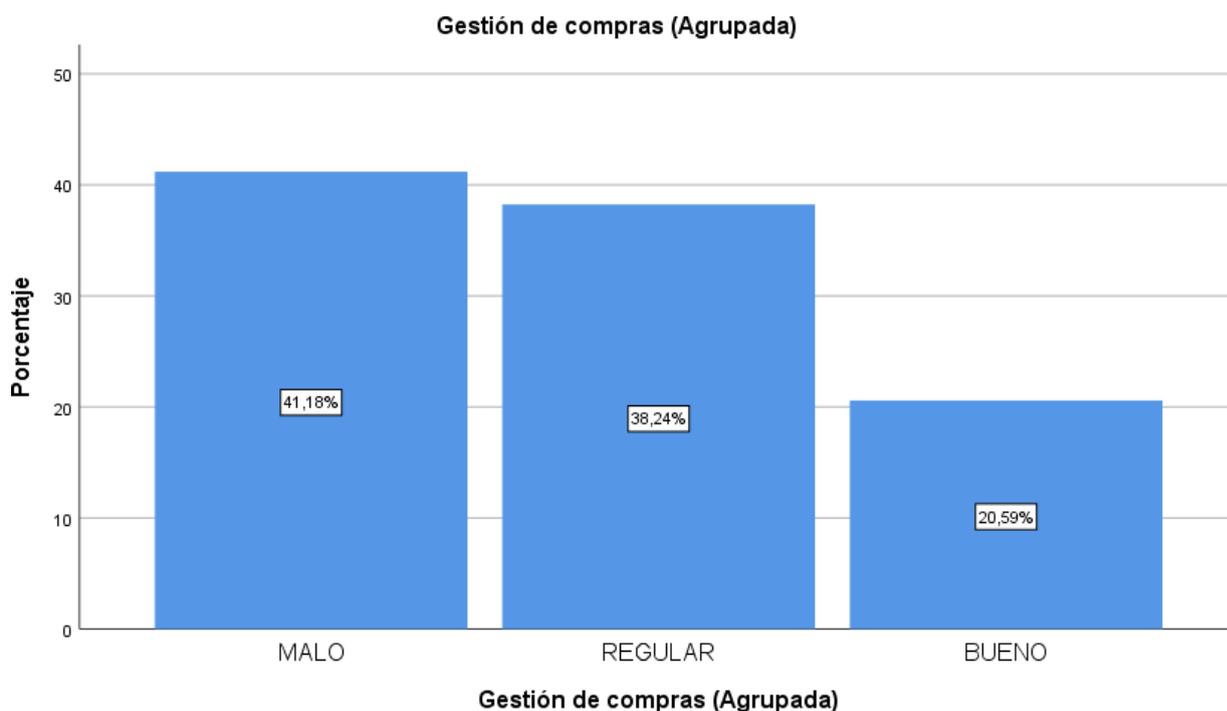
En la tabla 12 se puede apreciar que el número de encuestados es 34, por lo tanto, se elige a Shapiro-Wilk, por otro lado, la significancia de ambas variables indica que tienen un comportamiento no normal, debido a que el nivel es menor al 0,05.

Análisis de las variables y dimensiones

Tabla 13: Resultados de gestión de compras

| Gestión de compras (Agrupada) | | | | | |
|-------------------------------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | MALO | 14 | 41,2 | 41,2 | 41,2 |
| | REGULAR | 13 | 38,2 | 38,2 | 79,4 |
| | BUENO | 7 | 20,6 | 20,6 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 1: Resultados de gestión de compras

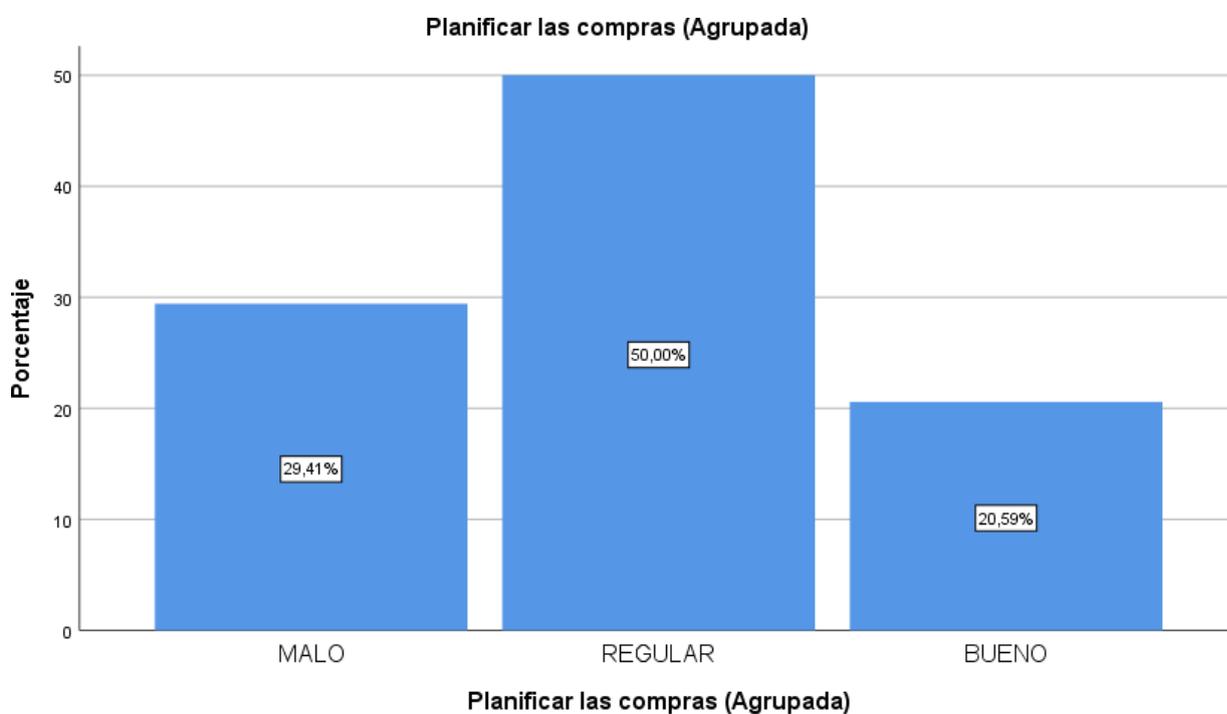


En la tabla 13, de treinta y cuatro (34) encuestados, perciben de la siguiente manera a la gestión de compras, 20,59% bueno, 38,24% regular y 41,18% malo.

Tabla 14: Resultados de planificar las compras

| Planificar las compras (Agrupada) | | | | | |
|--|--------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | MALO | 10 | 29,4 | 29,4 | 29,4 |
| | REGULA | 17 | 50,0 | 50,0 | 79,4 |
| | R | | | | |
| | BUENO | 7 | 20,6 | 20,6 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 2: Resultados de planificar las compras

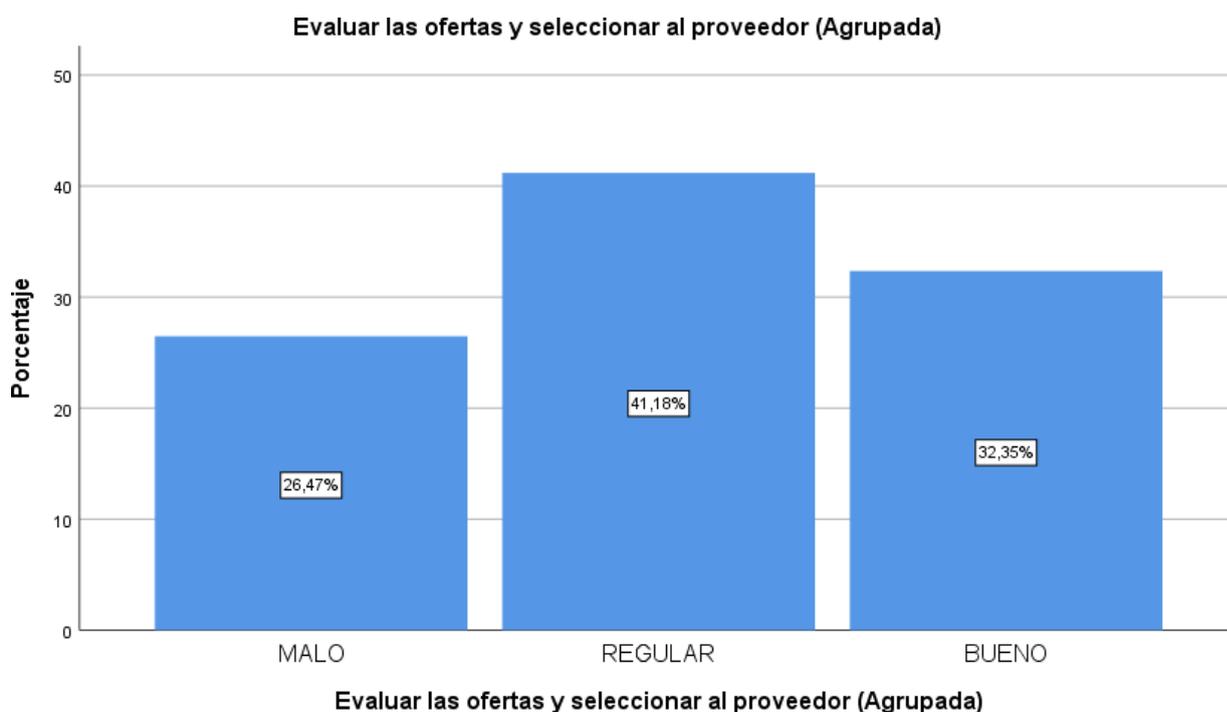


En la tabla 14, de treinta y cuatro (34) encuestados, perciben de la siguiente manera a planificar las compras, 20,59% bueno, 50,00% regular y 29,41% malo.

Tabla 15: Resultados de evaluar las ofertas y seleccionar al proveedor

| Evaluar las ofertas y seleccionar al proveedor (Agrupada) | | | | | |
|---|--------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | MALO | 9 | 26,5 | 26,5 | 26,5 |
| | REGULA | 14 | 41,2 | 41,2 | 67,6 |
| | R | | | | |
| | BUENO | 11 | 32,4 | 32,4 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 3: Resultados de evaluar las ofertas y seleccionar al proveedor

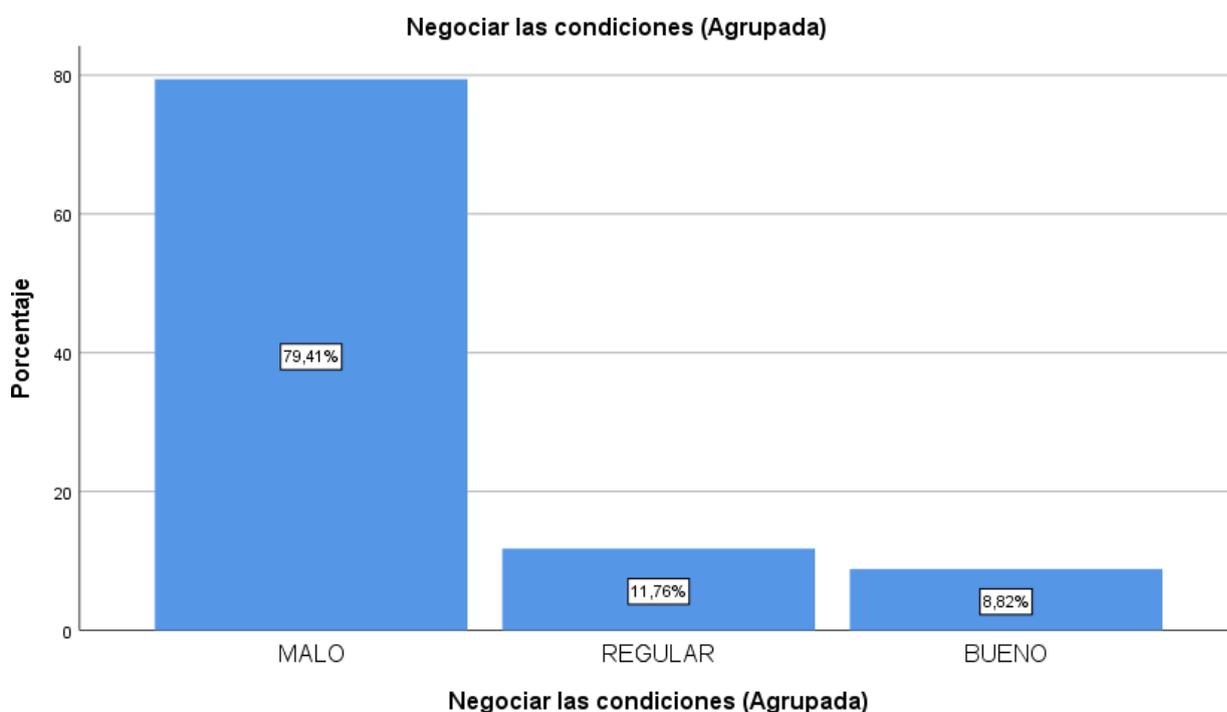


En la tabla 15, de treinta y cuatro (34) encuestados, perciben de la siguiente manera a evaluar las ofertas y seleccionar al proveedor, 32,35% bueno, 41,18% regular y 26,47% malo.

Tabla 16: Resultados de negociar las condiciones

| Negociar las condiciones (Agrupada) | | | | | |
|--|--------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | MALO | 27 | 79,4 | 79,4 | 79,4 |
| | REGULA | 4 | 11,8 | 11,8 | 91,2 |
| | R | | | | |
| | BUENO | 3 | 8,8 | 8,8 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 4: Resultados de negociar las condiciones

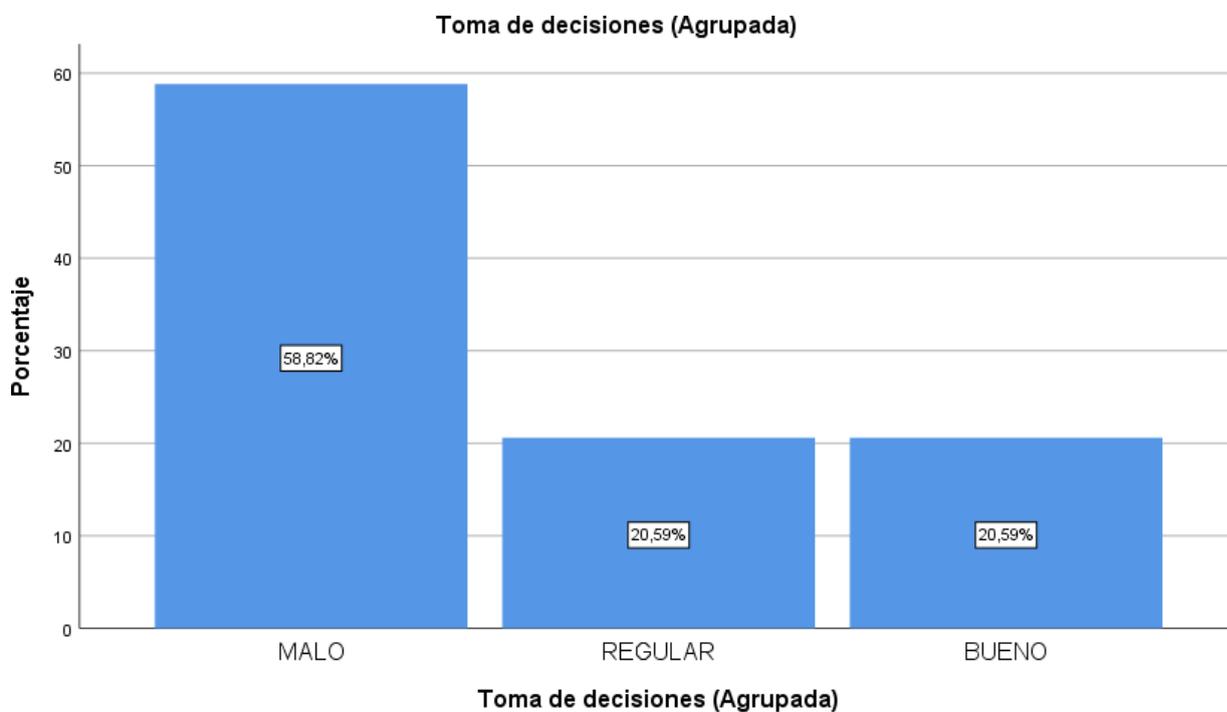


En la tabla 16, de treinta y cuatro (34) encuestados, perciben de la siguiente manera a negociar las condiciones, 8,82% bueno, 11,76% regular y 79,41% malo.

Tabla 17: Resultados de toma de decisiones

| Toma de decisiones (Agrupada) | | | | | |
|--------------------------------------|--------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | MALO | 20 | 58,8 | 58,8 | 58,8 |
| | REGULA | 7 | 20,6 | 20,6 | 79,4 |
| | R | | | | |
| | BUENO | 7 | 20,6 | 20,6 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 5: Resultados de toma de decisiones

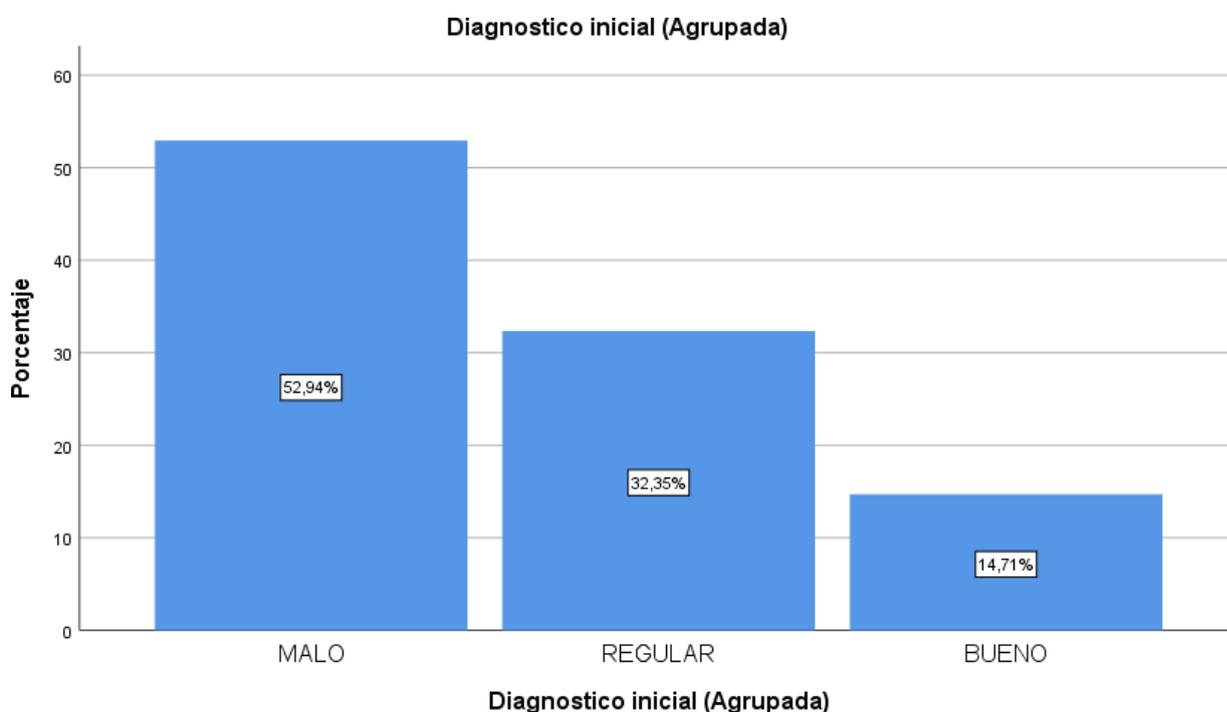


En la tabla 17, de treinta y cuatro (34) encuestados, perciben de la siguiente manera a toma de decisiones, 20,59% bueno, 20,59% regular y 58,82% malo.

Tabla 18: Resultados de diagnóstico inicial

| Diagnóstico inicial (Agrupada) | | | | | |
|---------------------------------------|--------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | MALO | 18 | 52,9 | 52,9 | 52,9 |
| | REGULA | 11 | 32,4 | 32,4 | 85,3 |
| | R | | | | |
| | BUENO | 5 | 14,7 | 14,7 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 6: Resultados de diagnóstico inicial

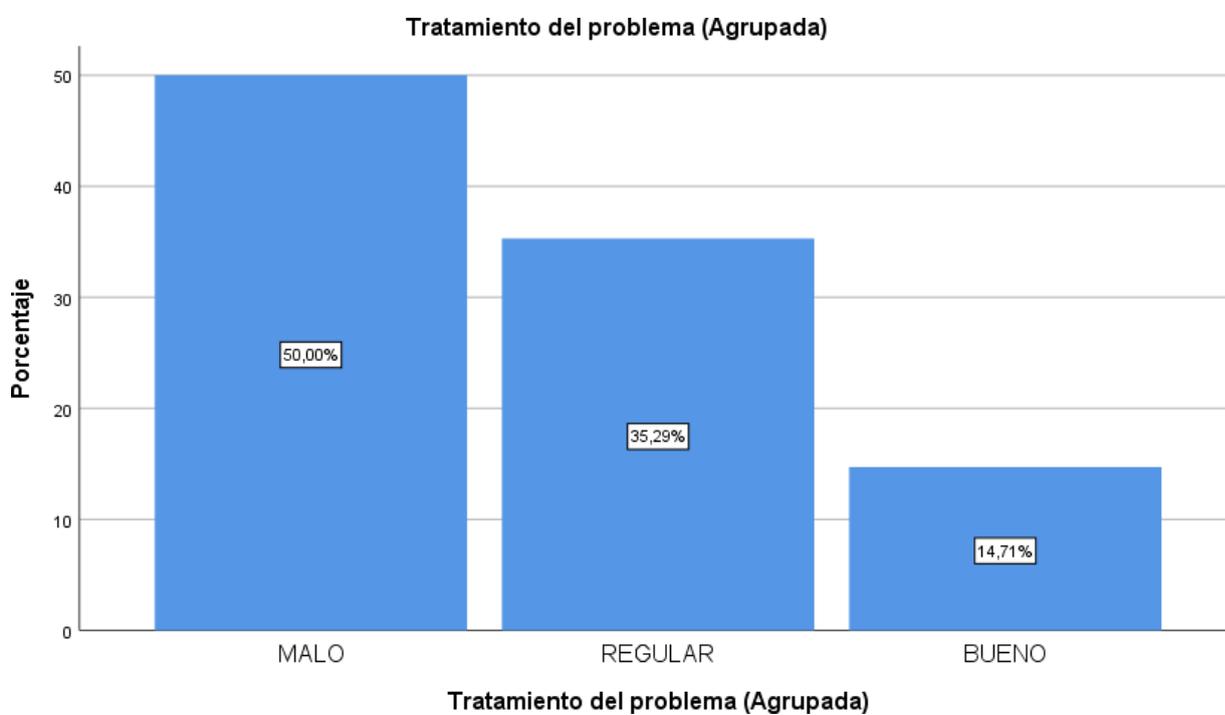


En la tabla 18, de treinta y cuatro (34) encuestados, perciben de la siguiente manera a diagnóstico inicial, 14,71% bueno, 32,35% regular y 52,94% malo.

Tabla 19: Resultados de tratamiento del problema

| Tratamiento del problema (Agrupada) | | | | | |
|--|---------|------------|------------|------------|------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje | Porcentaje |
| | | a | e | válido | acumulado |
| Válido | MALO | 17 | 50,0 | 50,0 | 50,0 |
| | REGULAR | 12 | 35,3 | 35,3 | 85,3 |
| | BUENO | 5 | 14,7 | 14,7 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 7: Resultados de tratamiento del problema

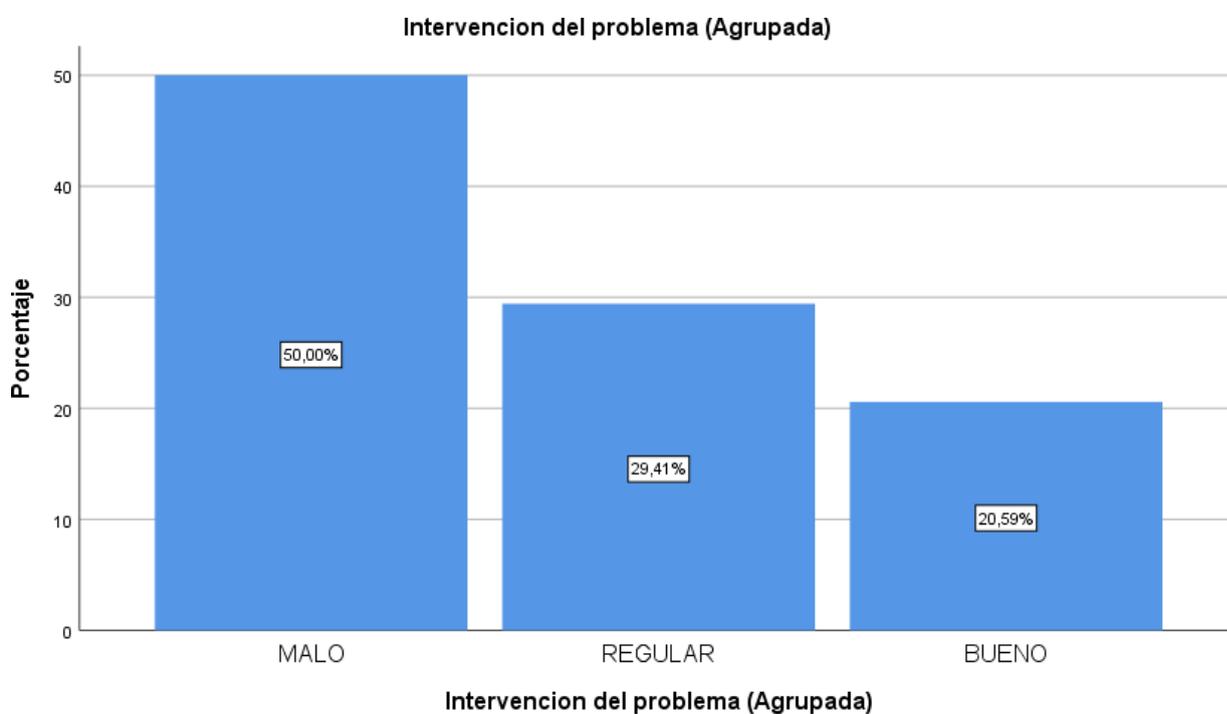


En la tabla 19, de treinta y cuatro (34) encuestados, perciben de la siguiente manera a tratamiento del problema, 14,71% bueno, 35,29% regular y 50,00% malo.

Tabla 20: Resultados de intervención del problema

| Intervención del problema (Agrupada) | | | | | |
|--------------------------------------|--------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | MALO | 17 | 50,0 | 50,0 | 50,0 |
| | REGULA | 10 | 29,4 | 29,4 | 79,4 |
| | R | | | | |
| | BUENO | 7 | 20,6 | 20,6 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 8: Resultados de intervención del problema



En la tabla 20, de treinta y cuatro (34) encuestados, perciben de la siguiente manera a intervención del problema, 20,59% bueno, 29,41% regular y 50,00% malo.

V. DISCUSIÓN

En el presente trabajo se formuló el primer objetivo específico, establecer la relación entre la gestión de compras y el diagnóstico inicial. Para Carreño (2017) las adquisiciones se dan a través del área de compras de las empresas. En esta área se gestionan todos los materiales que se necesitan en cantidad, oportunidad, calidad y lugar adecuados para que la organización siga brindando sus productos y/o servicios a los clientes. También para Olaz (2018) el diagnóstico inicial implica considerar dos tipos de pensamiento. Por un lado, el pensamiento analítico, el cual nos invita a que despierte nuestra capacidad para analizar, y desarrollar procesos y tareas. Por otro lado, el pensamiento creativo, el cual nos pide ser flexibles, tener una mentalidad más amplia y tener apertura hacia lo novedoso. En el trabajo realizado por Prado y Artica (2018), indica que los trabajadores de la organización se orientan en el cumplimiento de las metas, con el fin de realizar sus tareas de manera eficaz y eficiente.

Por lo tanto, Carreño (2017), Olaz (2018), y Prado y Artica (2018) coinciden en que existe similitud con respecto al diagnóstico inicial en la capacidad de analizar, desarrollar procesos y tareas, este diagnóstico es necesario para las decisiones a tomar en la gestión de compras, por lo que se debe implementar este tipo de proceso, sobre todo a nivel gerencial.

En la presente investigación se encontró que de los treinta y cuatro (34) encuestados, 52,94% perciben al diagnóstico inicial como malo. Este resultado reafirma lo mencionado en la problemática del presente trabajo con respecto al diagnóstico inicial

En el segundo objetivo específico, establecer la relación entre gestión de compras y tratamiento del problema. Para Galiana (2018) afirma que gestionar las compras es asegurar el abastecimiento tanto de bienes como servicios en los plazos, calidad, cantidad, lugar y cantidades correctas, así como de acuerdo a los precios pactados. Para Olaz (2018) Tratar un problema implica, en primer lugar, organizar el tiempo y los recursos necesarios para conseguir una solución. En el trabajo realizado por Tabesh et al., (2019) este autor concluyó que el manejo de

grandes volúmenes de información aportan a una correcta toma de decisiones a nivel gerencial.

En tal sentido, Galiana (2018), Olaz (2018) y Tabesh et al., (2019) coinciden en que existe similitud con respecto al tratamiento del problema, en cuanto a que los recursos y entre ellos la información nos proporciona el insumo necesario para una adecuada toma de decisiones.

En este trabajo se halló que de los treinta y cuatro (34) encuestados, un 50,00% consideran al tratamiento del problema como malo. Este resultado valida lo mencionado en la problemática del presente trabajo, con respecto al tratamiento del problema al tratar resolver el problema de manera parcial.

En el tercer objetivo específico, establecer la relación entre la gestión de compras y la intervención del problema. Para Mora (2016) indica que la gestión de compras es atender de manera satisfactoria los requerimientos que la organización demanda. Para Olaz (2018) la intervención del problema es una de las claves en el posterior desarrollo del diagnóstico inicial del problema y su tratamiento. Se relaciona con el control, evaluación y seguimiento de las tomas de decisiones realizadas. En la investigación realizada por Medrano (2017), el autor indica que entre la gestión administrativa y la toma de decisiones existe una relación de un nivel fuerte.

Entonces, Mora (2016), Olaz (2018) y Medrano (2017) coinciden en que existe similitud en la intervención del problema, en cuanto a que, para atender de manera satisfactoria a los clientes, se requiere un adecuado control, evaluación y seguimiento, los cuales son parte de la gestión administrativa en las organizaciones. Por ello, se debe mejorar la intervención del problema al tomar decisiones para optimizar la gestión de compras.

En la presente investigación se encontró que de los treinta y cuatro (34) encuestados, el 50% consideran como malo a la intervención del problema. Este resultado valida lo mencionado en la problemática del presente trabajo, con respecto a la intervención del problema, al no presentar soluciones definitivas.

Finalmente, el objetivo general fue establecer la relación entre la gestión de compras y la toma de decisiones. Según Escudero (2019) la gestión de compras se soporta en los procesos para desarrollarse plenamente, esto con la finalidad de satisfacer al cliente en cantidad y oportunidad. Para Olaz (2018) la toma de decisiones nos ayuda a solucionar problemas utilizando para ello tanto recursos humanos, como técnicos. En el trabajo realizado por Espinoza (2018), dicho autor concluyó que, de acuerdo a la evaluación realizada a los colaboradores del área de compras, cliente interno y abastecedores, se ratifica fallas en el planeamiento, y en la entrega oportuna generando malestar en los clientes. En la investigación realizada por Dueñas (2018), menciona que investigar sobre gestión de compras y toma de decisiones ayudará a identificar las falencias que se presenten en algunos procesos con la finalidad de resolverlos y a través de ello generar mejora en los costos, incrementar la eficiencia y la permanencia del negocio a través del tiempo, lo que se traduce en mayores y mejores puesto de trabajo, así como un mejor servicio brindado a los clientes (comunidad).

En efecto, Escudero (2019) y Espinoza (2018) coinciden que existe similitud en la gestión de compras, debido a que, al no existir un adecuado manejo de los procesos de compra, se puede incurrir en fallas en la planificación y la atención oportuna a los clientes. Así mismo, Olaz (2018) y Dueñas (2018) coinciden que existe similitud en la toma de decisiones, ya que a través de esta se contribuye a obtener soluciones para la mejora de la gestión de compras, siendo más eficientes, mejorando costos, permaneciendo en el tiempo al ganar prestigio con los clientes. Por consiguiente, al tomar una adecuada toma de decisiones, contando con planificación, recursos necesarios, seguimiento y control, se contribuye a optimizar el manejo de las compras en la organización.

En el presente trabajo, la gestión de compras y la toma de decisiones cuentan con una relación positiva alta, debido a que el coeficiente de correlación tiene un valor de 0,89. Por otro lado de los treinta y cuatro (34) encuestados, el 41,18% y 58,82% respectivamente, consideran a la gestión de compras y toma de decisiones como malo. Este resultado valida lo mencionado en la problemática de la presente investigación.

VI. CONCLUSIONES

En base a los resultados que se presentan en esta investigación se puede concluir lo siguiente:

1. Conforme al objetivo específico 1, se logró establecer la relación entre la gestión de compras y el diagnóstico inicial en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022, puesto que la significancia calculada es $< 0,05$ y la correlación de Rho de Spearman es igual a 0,905, lo cual nos muestra una relación positiva muy alta entre gestión de compras y diagnóstico inicial.
2. Conforme al objetivo específico 2, se logró establecer la relación entre la gestión de compras y el tratamiento del problema en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022, puesto que la significancia calculada es $< 0,05$ y la correlación de Rho de Spearman es igual a 0,687, lo cual nos muestra una relación positiva moderada entre gestión de compras y tratamiento del problema.
3. Conforme al objetivo específico 3, se logró establecer la relación entre la gestión de compras e intervención del problema en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022, puesto que la significancia calculada es $< 0,05$ y la correlación de Rho de Spearman es igual a 0,874, lo cual nos muestra una relación positiva alta entre gestión de compras e intervención del problema.
4. Conforme al objetivo general, se logró establecer la relación entre la gestión de compras y la toma de decisiones en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo 2022, puesto que la significancia calculada es $< 0,05$ y la correlación de Rho de Spearman es igual a 0,899, lo cual nos muestra una relación positiva alta entre gestión de compras y toma de decisiones.

VII. RECOMENDACIONES

Conforme a los resultados analizados en la investigación se plantean las recomendaciones correspondientes:

1. Que la gerencia general de la empresa de servicios de limpieza, antes de tomar una decisión con respecto a un tema a solucionar, analice ampliamente los antecedentes y los factores que lo originan, empleando para ello un análisis de causa y de esta manera tomar las medidas para corregir alguna desviación, con la finalidad que no se vuelva a producir, para poder decidir de la manera más acertada. Esto se puede conseguir recabando mucha información y de esta manera tomar decisiones acertadas, e implementando un instructivo o procedimiento sobre el tratamiento de resolución de problemas en la organización.
2. Que la gerencia general de la empresa de servicios de limpieza, involucre a los colaboradores (recurso humano) en el análisis y resolución de problemas, y de esta manera fomentar la confianza y el empowerment para conseguir mejores resultados. Esto se puede lograr cambiando la política en el manejo de toma de decisiones, interiorizando por parte de los líderes de la organización que los colaboradores también pueden aportar a la solución y mejora en el tratamiento de problemas. De igual manera se recomienda se instaure la planificación a todos los niveles para contar con un mejor manejo de los tiempos, esto se puede lograr incluyendo dentro de los valores de la empresa la planificación y realizando seguimiento a las labores encomendadas y de esta manera conseguir que se ejecuten en los tiempos planificados.
3. Que la gerencia general de la empresa de servicios de limpieza, realice evaluaciones constantes sobre las decisiones que se tomen, ya que esto nos va a permitir realizar el seguimiento correspondiente, con la finalidad de poder validar si las medidas tomadas fueron o no las más acertadas y en función a ello realizar los ajustes oportunos de ser necesario, para poder lograr lo planificado. Se puede lograr incluyendo lo recomendado

en un instructivo o procedimiento sobre el tratamiento de resolución de problemas en la organización.

4. Que la gerencia general de la empresa de servicios de limpieza, disponga se incluyan la totalidad de pedidos en la planificación de compras y se pueda gozar de la economía a escala, y realizar una adecuada programación, se determinen cantidades mínimas y máximas de compra, se validen las compras de los insumos con personal de experiencia del área usuaria, se revisen periódicamente (cada seis meses) los criterios para seleccionar y evaluar proveedores y se actualice la base de datos de precios. Esto se puede conseguir generando estrategias para mejorar los procesos, realizando análisis de todas las operaciones, realizando estudios de tiempo y establecer si las actividades, fruto de la planificación y las decisiones tomadas se cumplen de acuerdo a lo establecido. Esto se logra incluyendo las recomendaciones planteadas en instructivos o procedimientos, los cuales deben socializarse a todo nivel con la finalidad de conseguir el compromiso de todos los colaboradores y la alta dirección. Se puede mejorar la gestión de compras tomando decisiones más acertadas realizando el seguimiento, evaluando y analizando las mismas y garantizar el adecuado cumplimiento de lo planeado por la organización.

REFERENCIAS

- Alarcon. (2018). Aplicación para la toma de decisiones mediante el proceso de jerarquía analítica. *Scielo*, 15, 87-109. scielo.org.bo/pdf/rfer/v15n15/v15n15_a07.pdf
- Anaya. (2015). *Logística integral. La gestión operativa de la empresa*. Madrid, España: ESIC. <https://www.free libros.me/logistica/logistica-integral-5ta-edicion-julio-juan-anaya-tejero>
- Arevalo, & Estrada. (2017). *Gerencia de las organizaciones. Un enfoque empresarial*. Barranquilla, Colombia: Universidad Simón Bolívar. https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/2824/Cap_8_TomadeDecisiones.pdf?sequence=12&isAllowed=y
- Arias. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Babatunde. (2016). Understanding The Conceptual Definitions of Cost, Price, Worth. *Journal of Humanities and Social Science*, 21(9), 53-57. https://www.researchgate.net/publication/307855722_Understanding_The_Conceptual_Definitions_of_Cost_Price_Worth_and_Value
- Bazan. (2022). *Gestión de compras y el costo de los insumos de empaque en la empresa Procesadora Perú S.A.C., Chiclayo [Tesis de Post Grado de Maestría]*. Universidad César Vallejo, Chiclayo, Perú. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/78460/Bazan_TFA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cabezas et al. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Sangolqui, Ecuador: Espe. <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>

- Carreño. (2017). *Cadena de suministro y logística*. Lima: Fondo Editorial PUCP.
<https://www.yumpu.com/es/document/read/65726018/59-cadena-de-suministros-y-logisti-adolfo-joseph-carreno-solis>
- Da Costa, & Cabral. (2018). PARA ALÉM DOS PREÇOS CONTRATADOS: FATORES DETERMINANTES DA CELERIDADE NAS ENTREGAS DE COMPRAS PÚBLICAS ELETRÔNICAS. *Revista de Administração Pública*, 52(1), 107-125. <https://www.redalyc.org/journal/2410/241056624006/>
- Delgado. (2019). *CONTROL INTERNO EN LA GESTIÓN DE COMPRAS EN LAS MUNICIPALIDADES PROVINCIALES DE ACOMAYO Y CHUMBIVILCAS – CUSCO, PERIODO 2017,[Tesis de Maestría]*. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Cusco, Perú.
<https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/3985>
- Dueñas. (2018). *Gestión Logística y la Toma de Decisiones en la Gestión de Compras en la Industria Kosmoplast SAC-Los OLivos, 2018[Tesis de Licenciatura]*. Repositorio Institucional, Lima.
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24596/Due%
 3%b1as_CLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24596/Due%c3%b1as_CLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Escudero. (2019). *Gestión de compras segunda edición*. Madrid: Paraninfo.
https://books.google.com.pe/books?id=0HuYDwAAQBAJ&hl=es&source=gs_slider_cls_metadata_7_mylibrary
- Espinoza. (2018). *Análisis del proceso de compras para diseñar una propuesta de indicadores de gestión que permita mejorar los procesos del área de compras [Tesis de maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]*. Repositorio institucional, Guayaquil.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11016/1/T-UCSG-POS-MAE-187.pdf>
- Falcao et al. (2017). A RELAÇÃO ENTRE A ORIENTAÇÃO DA COMPRA E O TIPO DE DESCONTO E SEUS EFEITOS. *Revista Brasileira de Marketing*, 16(1), 16-27. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=471755319003>

- Galiana. (2018). *Manual de gestión de compras para logísticos*. Sevilla: Punto rojo libros.
https://books.google.com.pe/books?id=5OVcDwAAQBAJ&hl=es&source=gs_slider_cls_metadata_1_mylibrary
- García et al . (2017). Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad. *Espacios*, 38(52), 16.
<http://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/1764/Proceso%20de%20planificacion%20estrategica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García et al. (2019). Caracterización del seguimiento de egresados universitarios. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y America Latina*, 7(1), 23-38.
<https://www.redalyc.org/journal/5523/552364016015/>
- Gómez et al. (2017). COMPORTAMIENTO DE COMPRA DO CONSUMIDOR HOMOAFETIVO. *Geopauta*, 1(2), 90-109.
<https://www.redalyc.org/journal/5743/574363602006/>
- Grady. (2016). Chapter 4 - Specification Section 4 Preparation. En Grady, *System Verification* (págs. 119-142). Academic Press.
<https://www.sciencedirect.com/topics/engineering/product-requirement>
- Guerrero. (2018). *Mejora del control de inventario para una adecuada gestión de compras de repuestos y materiales de soldar en la empresa comercializadora SOLDEX S.A.[Trabajo de Suficiencia Profesional, Universidad Inca Garcilaso de La Vega]*. Repositorio Institucional, Lima.
http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2559/TRAB.SUF.PROF.JOCELYN_GUERRERO.pdf?sequence=2
- Hernández, & Mendoza. (2018). *Metodología de la Investigación: Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta*. México, México: McGraw Hill.
<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- López, & Fachelli. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa* (Primera ed.). Barcelona, España: Creative Commons.
https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsocua_cap2-4a2017.pdf

- Medrano. (2017). *Gestión administrativa y toma de decisiones según trabajadores administrativos del ministerio de vivienda, construcción y saneamiento - 2017 [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo]*. Repositorio institucional, Lima.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/22082/Medrano_AJY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Méndez et al. (2020). Gestión de compras como estrategia competitiva de las organizaciones. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, V(3), 97-125.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7608913>
- Montoya, & Boyero. (2016). EL RECURSO HUMANO COMO ELEMENTO FUNDAMENTAL PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL. *Visión de Futuro*, 20(2), 1-20.
<https://www.redalyc.org/pdf/3579/357947335001.pdf>
- Mora. (2016). *Gestión logística integral* (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe .
https://books.google.com.co/books?id=jXs5DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Navia et al. (2019). Elementos de influencia en la toma de decisiones entre directores comerciales en empresas familiares. Estudio comparado de empresas de Cataluña (España) y Barranquilla (Colombia). *Contabilidad y Negocios*, 14(27), 73-88.
<https://www.redalyc.org/journal/2816/281666568005/>
- Noboa et al. (2020). Lenguaje motivacional como estrategia de validación para la toma de decisión en las organizaciones. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 648-665.
<https://www.redalyc.org/journal/290/29063559015/html/#:~:text=Lenguaje%20motivacional%20como%20estrategia%20de,de%20decisi%C3%B3n%20en%20las%20organizaciones&text=Resumen%3A%20El%20lenguaje%20motivacional%20es,el%20alcance%20de%20objetivos%20estrat%C3%A9g>
- OIT. (2016). *Mejore su negocio:compras y control de existencias*. (OIT, Ed.)
 International Labour Organization:

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553922.pdf

- Olaz. (2018). *Guía para el análisis de problemas y toma de decisiones*. Madrid: Esic.
https://books.google.com.pe/books?id=fLZiDwAAQBAJ&hl=es&source=gbs_slider_cls_metadata_7_mylibrary
- Paz. (2018). Toma de decisiones y cambio organizacional en empresas de consumo masivo. *Consensus Revista de Investigación Científica*, 15-33.
<http://www.pragmatika.cl/review/index.php/consensus/article/view/5/5>
- Pimienta, & De La Orden. (2017). *Metodología de la investigación* (Tercera ed.). México, México. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1268>
- Prado, & Ártica. (2018). *Comunicación y toma de decisiones en la empresa Thermal Engineering S.A.C.-Bellavista, Callao, 2018 [Tesis de Maestría]*. Universidad Nacional del Callao, Lima, Callao, Perú.
http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/4145/PRADO%20Y%20LEVANO_POSGRADO_2019.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Robbins, & Coulter. (2018). *Administración (Décimotercera edición)*. México: Pearson.
https://www.academia.edu/61423625/Administraci%C3%B3n_13_edici%C3%B3n_Stephen_P_Robbins_Mary_Coulter
- Rodríguez, & Pinto. (2018). Modelo de uso de información para la toma de decisiones estratégicas en organizaciones de información. *Transformación*, 30(1), 51-64.
<https://www.scielo.br/j/tinf/a/LHnv8vL7bN5GFcsmrb98qqM/?format=pdf&lang=es>
- Salazar. (2017). La gestión del tiempo como factor clave en las habilidades directivas aplicadas al sector turístico. *Revista de Investigaciones Turísticas*(15), 26-42.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6067852>
- Sánchez et al. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística* (Primera ed.). Lima, Perú: Universidad Ricardo Palma.

<https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>

Tabesh et al. (2019). Implementing big data strategies: A managerial perspective. *Business Horizons*, 62(3), 347-358.

[https://www.researchgate.net/profile/Pooya-](https://www.researchgate.net/profile/Pooya-Tabesh/publication/331691114_Implementing_big_data_strategies_A_managerial_perspective/links/6067a6ac458515614d2e4dab/Implementing-big-data-strategies-A-managerial-perspective.pdf)

[Tabesh/publication/331691114_Implementing_big_data_strategies_A_managerial_perspective/links/6067a6ac458515614d2e4dab/Implementing-big-data-strategies-A-managerial-perspective.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Pooya-Tabesh/publication/331691114_Implementing_big_data_strategies_A_managerial_perspective/links/6067a6ac458515614d2e4dab/Implementing-big-data-strategies-A-managerial-perspective.pdf)

Tessarini, & Saltorato. (2021). Organização do trabalho dos servidores técnico-administrativos em uma instituição federal de ensino: uma abordagem sobre carreira, tarefas e relações interpessoais. *Cadernos EBAPE.BR*, 19, 811-823. <https://www.redalyc.org/journal/3232/323269840014/>

Anexo 1: Matriz operacional

| VARIABLES | | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ESCALA DE MEDICIÓN |
|-----------|--------------------|--|--|---------------------------|--------------------------|--|
| V1 | GESTIÓN DE COMPRAS | Según Escudero (2019) la gestión de compras se basa en los procesos de compra para desarrollarse plenamente, esto con la finalidad de satisfacer al cliente en cantidad y oportunidad. | La gestión de compras se evalúa según las fases del proceso de compra, que son planificar las compras, evaluar las ofertas y seleccionar al proveedor, negociar las condiciones, tomando en cuenta las características medibles a través de un cuestionario. | Planificar las compras | Necesidad | Ordinal/Likert 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre |
| | | | | | Información de productos | |
| | | | | Evaluación de ofertas | Selección de proveedores | |
| | | | | | Precio | |
| | | | | Negociar las condiciones | Compra | |
| | | | | | Fecha de entrega | |
| V2 | TOMA DE DECISIONES | Según Olaz (2018) la toma de decisiones nos ayuda a solucionar problemas utilizando para ello tanto recursos humanos, como técnicos. | La toma de decisiones se evalúa según sus fases que son diagnóstico inicial, tratamiento del problema e intervención del problema; en consideración a sus unidades de medición a través de un cuestionario. | Diagnóstico inicial | Desarrollo de procesos | |
| | | | | | Realización de tareas | |
| | | | | Tratamiento del problema | Planificar tiempo | |
| | | | | | Recursos necesarios | |
| | | | | Intervención del problema | Evaluación | |
| | | | | | Seguimiento | |

Anexo 2: Matriz de Consistencia

| PROBLEMA GENERAL | OBJETIVO GENERAL | HIPÓTESIS GENERAL | VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | CONCEPTO | INDICADORES | Escala de medición |
|---|---|---|---------------------------|---|--|---|---|---|--|
| ¿Cómo se relacionan la Gestión de Compras y Toma de Decisiones en una Empresa de Servicios de Limpieza, Surquillo 2022? | Establecer Cómo se relaciona la Gestión de Compras y Toma de Decisiones en una Empresa de Servicios de Limpieza, Surquillo 2022. | Existe relación entre Gestión de Compras y Toma de Decisiones en una Empresa de Servicios de Limpieza, Surquillo 2022. | GESTIÓN DE COMPRAS | "La gestión de las compras es contratar bienes y servicios según los procesos de compra que son planificar las compras, analizar las necesidades, solicitar oferta y presupuestos, evaluar las ofertas y seleccionar al proveedor, negociar las condiciones, solicitar el pedido y realizar el seguimiento del pedido y los acuerdos, para satisfacer al cliente en tiempo y cantidad". Escudero, J. 2019 (Pág. 47) | La gestión de compras se evalúa según las fases del proceso de compra, que son planificar las compras, evaluar las ofertas y seleccionar al proveedor, negociar las condiciones, tomando en cuenta las características medibles a través de un cuestionario. | Planificar las compras | Escudero, J. 2019 (Pág. 52). Consiste en estudiar las necesidades de la empresa y buscar fuentes de suministro; es decir, tener información de los productos que existen en el mercado y estar preparados antes de que surja la necesidad. | NECESIDAD | 5 =Siempre 4= Casi siempre 3=A veces 2=Casi Nunca 1= Nunca |
| | | | | | | Evaluar las ofertas y seleccionar al proveedor | Escudero, J. 2019 (Pág. 53). Cuando hemos solicitado presupuesto a varios proveedores, hay que examinar las ofertas recibidas y comparar, precio, calidad, condiciones, etc. | SELECCIÓN DEL PROVEEDOR | |
| | | | | | | Negociar las condiciones | Escudero, J. 2019 (Pág. 53). Se trata de ajustar algunos puntos de la oferta que pueden ser negociables, como cantidad mínima y máxima de compra, forma de pago, gastos de embalaje, fecha de entrega, reposiciones o devolución de excedentes. | COMPRA | |
| | | | | | | | | FECHA DE ENTREGA | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | ¿Cómo se relacionan la Gestión de Compras y el diagnóstico inicial en una Empresa de Servicios de Limpieza, Surquillo 2022? | Determinar cómo se relacionan la Gestión de Compras y el diagnóstico inicial en una Empresa de Servicios de Limpieza, Surquillo 2022. | Existe relación entre la Gestión de Compras y el diagnóstico inicial en una Empresa de Servicios de Limpieza, Surquillo 2022. | |
| Tratamiento del problema | Olaz, A. 2018 (Pág. 103). Tratar un problema implica, en primer lugar, planificar el tiempo y los recursos que van a ser necesarios para poder gestionarlo adecuadamente. | REALIZACIÓN DE TAREAS | | | | | | | |
| | | PLANIFICAR TIEMPO | | | | | | | |
| RECURSOS NECESARIOS | | | | | | | | | |
| ¿Cómo se relacionan la Gestión de Compras y el tratamiento del problema en una Empresa de Servicios de Limpieza, Surquillo 2022? | Determinar cómo se relacionan la Gestión de Compras y el tratamiento del problema en una Empresa de Servicios de Limpieza, Surquillo 2022. | Existe relación entre la Gestión de Compras y el tratamiento del problema en una Empresa de Servicios de Limpieza, Surquillo 2022 | TOMA DE DECISIONES | Existe relación entre la Gestión de Compras y la intervención del problema en una Empresa de Servicios de Limpieza, Surquillo 2022. | Existe relación entre la Gestión de Compras y la intervención del problema en una Empresa de Servicios de Limpieza, Surquillo 2022. | Existe relación entre la Gestión de Compras y la intervención del problema en una Empresa de Servicios de Limpieza, Surquillo 2022. | Una de las claves en el posterior desarrollo del diagnóstico inicial del problema y su tratamiento es la relacionada con el control, evaluación y seguimiento de las tomas de decisiones realizadas. | EVALUACIÓN | |
| ¿Cómo se relacionan la Gestión de Compras y la intervención del problema en una Empresa de Servicios de Limpieza, Surquillo 2022? | Determinar cómo se relacionan la Gestión de Compras y la intervención del problema en una Empresa de Servicios de Limpieza, Surquillo 2022. | Existe relación entre la Gestión de Compras y la intervención del problema en una Empresa de Servicios de Limpieza, Surquillo 2022. | | | | | | SEGUIMIENTO | |

Anexo 3: Cuestionario

| INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS | | | | | | | | | |
|---|--------------|---------|------------|-------|------------|---|---|---|---|
| Generalidades | | | | | | | | | |
| <p>Estimado(a), se agradece su apertura a la participación de este cuestionario, el cual tiene un objetivo netamente académico. Los datos recopilados son anónimos y tratados en forma confidencial y, de forma voluntaria, SI () NO () doy mi consentimiento.</p> <p>Asimismo, sírvase indicar la frecuencia de acción de su organización marcando con una equis "X", la siguiente escala para cada enunciado:</p> | | | | | | | | | |
| Siempre | Casi Siempre | A veces | Casi Nunca | Nunca | VALORACIÓN | | | | |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | | | | |
| ÍTEMS | | | | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| VARIABLE 1: GESTIÓN DE COMPRAS | | | | | | | | | |
| 1. Los encargados de las compras validan los insumos que necesitan los trabajadores del área operativa | | | | | | | | | |
| 2. Todos los requerimientos que se necesitan están incluidas dentro del plan de compras | | | | | | | | | |
| 3. El proveedor proporciona información técnica de los productos según la planificación de las compras requeridas | | | | | | | | | |
| 4. La base de datos de especificaciones técnicas contiene la información de los productos requeridos | | | | | | | | | |
| 5. Para seleccionar al proveedor se revisa periódicamente los criterios utilizados | | | | | | | | | |
| 6. Se mantiene actualizada la base de datos de proveedores | | | | | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| 7. Los precios de todos los productos de la base de datos se actualizan constantemente | | | | | |
| 8. El precio de oferta es mayor al referencial histórico | | | | | |
| 9. Al efectuar las compras requeridas se considera cantidades mínimas y máximas | | | | | |
| 10. Dentro de la política de la empresa se contemplan las compras que tienen promociones | | | | | |
| 11. Las fechas de entrega de los proveedores son monitoreadas constantemente para su cumplimiento | | | | | |
| 12. Los proveedores cumplen las entregas de los productos en las fechas pactada | | | | | |
| VARIABLE 2: TOMA DE DECISIONES | | | | | |
| 13. Para alcanzar los objetivos se generan estrategias que mejoren el desarrollo de procesos | | | | | |
| 14. Al diagnosticar un problema se revisan el proceso de control para detectar las deficiencias | | | | | |
| 15. La realización de las tareas se basa en los cronogramas de las actividades | | | | | |
| 16. Se efectúa seguimiento a las tareas asignadas para el control de los procesos | | | | | |
| 17. La planificación del tiempo forma parte de la solución de los problemas | | | | | |
| 18. La administración realiza un análisis sobre los tiempos en que se ejecuta un trabajo encomendado | | | | | |
| 19. Los equipos de comunicación son renovados oportunamente | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| 20. Se consideran parámetros ergonómicos para satisfacer la necesidad de los trabajadores | | | | | |
| 21. Para validar si las decisiones tomadas están siendo efectivas se realizan las evaluaciones correspondientes | | | | | |
| 22. Los resultados de las evaluaciones son analizados para poder encontrar soluciones adecuadas | | | | | |
| 23. Al tomar las medidas de solución se efectúa el seguimiento necesario para garantizar su cumplimiento | | | | | |
| 24. Las compras realizadas cumplen con una política de seguimiento necesario | | | | | |

Anexo 4: Juicio de expertos



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

| Nº | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|--|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| DIMENSIÓN 1. Planificar las compras | | | | | | | | |
| 1 | Los encargados de las compras validan los insumos que necesitan los trabajadores del área operativa | X | | X | | X | | |
| 2 | Todos los requerimientos que se necesitan están incluidos dentro del plan de compras | X | | X | | X | | |
| 3 | El proveedor proporciona información técnica de los productos según la planificación de las compras requeridas | X | | X | | X | | |
| 4 | La base de datos de especificaciones técnicas contiene la información de los productos requeridos | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 2. Evaluación de ofertas | | | | | | | | |
| 5 | Para seleccionar al proveedor se revisa periódicamente los criterios utilizados | X | | X | | X | | |
| 6 | Se mantiene actualizada la base de datos de proveedores | X | | X | | X | | |
| 7 | Los precios de todos los productos de la base de datos se actualizan constantemente | X | | X | | X | | |
| 8 | El precio de oferta es mayor al referencial histórico | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 3. Desarrollo de mercado | | | | | | | | |
| 9 | Al efectuar las compras requeridas se considera cantidades mínimas y máximas | X | | X | | X | | |
| 10 | Dentro de la política de la empresa se contemplan las compras que tienen promociones | X | | X | | X | | |
| 11 | Las fechas de entrega de los proveedores son monitoreadas constantemente para su cumplimiento | X | | X | | X | | |
| 12 | Los proveedores incumplen las entregas de los productos en las fechas pactadas | X | | X | | X | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Sin Observaciones

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Manuel Jesús David Bulnes Zelada DNI: 46066171

Especialidad del validador Magister en Administración y Marketing

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente de dimensión específica del constructo

³**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

1 de julio del 2022

Manuel Bulnes Z.

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE TOMA DE DECISIONES

| Nº | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|---|--------------------------|-----------|-------------------------|-----------|-----------------------|-----------|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | DIMENSIÓN 1. Diagnóstico inicial | | | | | | | |
| 1 | Para alcanzar los objetivos se generan estrategias que mejoren el desarrollo de procesos | X | | X | | X | | |
| 2 | Al diagnosticar un problema se revisan el proceso de control para detectar las deficiencias | X | | X | | X | | |
| 3 | La realización de las tareas se basa en los cronogramas de las actividades | X | | X | | X | | |
| 4 | Se efectúa seguimiento a las tareas asignadas para el control de los procesos | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 2. Tratamiento del problema | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 5 | La planificación del tiempo forma parte de la solución de los problemas | X | | X | | X | | |
| 6 | La administración realiza un análisis sobre los tiempos en que se ejecuta un trabajo encomendado | X | | X | | X | | |
| 7 | Los equipos de comunicación son renovados oportunamente | X | | X | | X | | |
| 8 | Se consideran parámetros ergonómicos para satisfacer la necesidad de los trabajadores | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 3. Intervención del problema | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 9 | Para validar si las decisiones tomadas están siendo efectivas se realizan las evaluaciones correspondientes | X | | X | | X | | |
| 10 | Los resultados de las evaluaciones son analizados para poder encontrar soluciones adecuadas | X | | X | | X | | |
| 11 | Al tomar las medidas de solución se efectúa el seguimiento necesario para garantizar su cumplimiento | X | | X | | X | | |
| 12 | Las compras realizadas cumplen con una política de seguimiento necesario | X | | X | | X | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Sin Observaciones

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: **Manuel Jesús David Bulnes Zelada** **DNI: 46066171**

Especialidad del validador Magíster en **Administración y Marketing**

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**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

1 de julio del 2022



Firma del Experto Informante.

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

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|--|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|--------------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| DIMENSIÓN 1. Planificar las compras | | | | | | | | |
| 1 | Los encargados de las compras validan los insumos que necesitan los trabajadores del área operativa | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| 2 | Todos los requerimientos que se necesitan están incluidos dentro del plan de compras | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| 3 | El proveedor proporciona información técnica de los productos según la planificación de las compras requeridas | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| 4 | La base de datos de especificaciones técnicas contiene la información de los productos requeridos | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| DIMENSIÓN 2. Evaluación de ofertas | | | | | | | | |
| 5 | Para seleccionar al proveedor se revisa periódicamente los criterios utilizados | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| 6 | Se mantiene actualizada la base de datos de proveedores | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| 7 | Los precios de todos los productos de la base de datos se actualizan constantemente | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| 8 | El precio de oferta es mayor al referencial histórico | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| DIMENSIÓN 3. Desarrollo de mercado | | | | | | | | |
| 9 | Al efectuar las compras requeridas se considera cantidades mínimas y máximas | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| 10 | Dentro de la política de la empresa se contemplan las compras que tienen promociones | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| 11 | Las fechas de entrega de los proveedores son monitoreadas constantemente para su cumplimiento | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| 12 | Los proveedores incumplen las entregas de los productos en las fechas pactadas | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): *Si, los instrumentos si cumplen con los estándares requeridos para la investigación propuesta.*

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: **MAURO TRIGOZO PAREDES** **DNI: 01073950**

Especialidad del validador: **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, MAGÍSTER EN EDUCACIÓN**

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**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 junio del 2022



Lic. Mg. Mauro Trigozo Paredes
RUC. CLAD N° 07129
Docente PFA-UCV

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE TOMA DE DECISIONES

| Nº | DIMENSIONES / items | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|---|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|--------------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| DIMENSIÓN 1. Diagnóstico inicial | | | | | | | | |
| 1 | Para alcanzar los objetivos se generan estrategias que mejoren el desarrollo de procesos | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| 2 | Al diagnosticar un problema se revisan el proceso de control para detectar las deficiencias | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| 3 | La realización de las tareas se basa en los cronogramas de las actividades | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| 4 | Se efectúa seguimiento a las tareas asignadas para el control de los procesos | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| DIMENSIÓN 2. Tratamiento del problema | | | | | | | | |
| 5 | La planificación del tiempo forma parte de la solución de los problemas | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| 6 | La administración realiza un análisis sobre los tiempos en que se ejecuta un trabajo encomendado | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| 7 | Los equipos de comunicación son renovados oportunamente | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| 8 | Se consideran parámetros ergonómicos para satisfacer la necesidad de los trabajadores | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| DIMENSIÓN 3. Intervención del problema | | | | | | | | |
| 9 | Para validar si las decisiones tomadas están siendo efectivas se realizan las evaluaciones correspondientes | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| 10 | Los resultados de las evaluaciones son analizados para poder encontrar soluciones adecuadas | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| 11 | Al tomar las medidas de solución se efectúa el seguimiento necesario para garantizar su cumplimiento | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |
| 12 | Las compras realizadas cumplen con una política de seguimiento necesario | X | | X | | X | | <i>Si, cumplen</i> |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): *Si, los instrumentos si cumplen con los estándares requeridos para la investigación propuesta.*

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: **MAURO TRIGOZO PAREDES** **DNI: 01073950**

Especialidad del validador: **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, MAGÍSTER EN EDUCACIÓN**

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**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 junio del 2022



Lic. Mg. Mauro Trigozo Paredes
 RUC. CLAD N° 07129
 Docente PFA-UCV

Firma del Experto Informante.

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

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | DIMENSIÓN 1. Planificar las compras | | | | | | | |
| 1 | Los encargados de las compras validan los insumos que necesitan los trabajadores del área operativa | x | | x | | x | | |
| 2 | Todos los requerimientos que se necesitan están incluidos dentro del plan de compras | x | | x | | x | | |
| 3 | El proveedor proporciona información técnica de los productos según la planificación de las compras requeridas | x | | x | | x | | |
| 4 | La base de datos de especificaciones técnicas contiene la información de los productos requeridos | x | | x | | x | | |
| | DIMENSIÓN 2. Evaluación de ofertas | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 5 | Para seleccionar al proveedor se revisa periódicamente los criterios utilizados | x | | x | | x | | |
| 6 | Se mantiene actualizada la base de datos de proveedores | x | | x | | x | | |
| 7 | Los precios de todos los productos de la base de datos se actualizan constantemente | x | | x | | x | | |
| 8 | El precio de oferta es mayor al referencial histórico | x | | x | | x | | |
| | DIMENSIÓN 3. Desarrollo de mercado | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 9 | Al efectuar las compras requeridas se considera cantidades mínimas y máximas | x | | x | | x | | |
| 10 | Dentro de la política de la empresa se contemplan las compras que tienen promociones | x | | x | | x | | |
| 11 | Las fechas de entrega de los proveedores son monitoreadas constantemente para su cumplimiento | x | | x | | x | | |
| 12 | Los proveedores incumplen las entregas de los productos en las fechas pactadas | x | | x | | x | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia.

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Danilo Hugo Carreño Ramírez DNI: 15589843

Especialidad del validador: Administrador

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**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

04 de junio del 2022

Dr. Danilo Hugo Carreño Ramírez
 C.E. 03564

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE TOMA DE DECISIONES

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|---|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| DIMENSIÓN 1. Diagnóstico inicial | | | | | | | | |
| 1 | Para alcanzar los objetivos se generan estrategias que mejoren el desarrollo de procesos | x | | x | | x | | |
| 2 | Al diagnosticar un problema se revisan el proceso de control para detectar las deficiencias | x | | x | | x | | |
| 3 | La realización de las tareas se basa en los cronogramas de las actividades | x | | x | | x | | |
| 4 | Se efectúa seguimiento a las tareas asignadas para el control de los procesos | x | | x | | x | | |
| DIMENSIÓN 2. Tratamiento del problema | | | | | | | | |
| 5 | La planificación del tiempo forma parte de la solución de los problemas | x | | x | | x | | |
| 6 | La administración realiza un análisis sobre los tiempos en que se ejecuta un trabajo encomendado | x | | x | | x | | |
| 7 | Los equipos de comunicación son renovados oportunamente | x | | x | | x | | |
| 8 | Se consideran parámetros ergonómicos para satisfacer la necesidad de los trabajadores | x | | x | | x | | |
| DIMENSIÓN 3. Intervención del problema | | | | | | | | |
| 9 | Para validar si las decisiones tomadas están siendo efectivas se realizan las evaluaciones correspondientes | x | | x | | x | | |
| 10 | Los resultados de las evaluaciones son analizados para poder encontrar soluciones adecuadas | x | | x | | x | | |
| 11 | Al tomar las medidas de solución se efectúa el seguimiento necesario para garantizar su cumplimiento | x | | x | | x | | |
| 12 | Las compras realizadas cumplen con una política de seguimiento necesario | x | | x | | x | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Danilo Hugo Carreño Ramírez **DNI: 15589843**

Especialidad del validador: Administrador

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**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

04 de junio del 202

Dr. Danilo Hugo Carreño Ramírez
DNI: 15589843

Firma del Experto Informante.

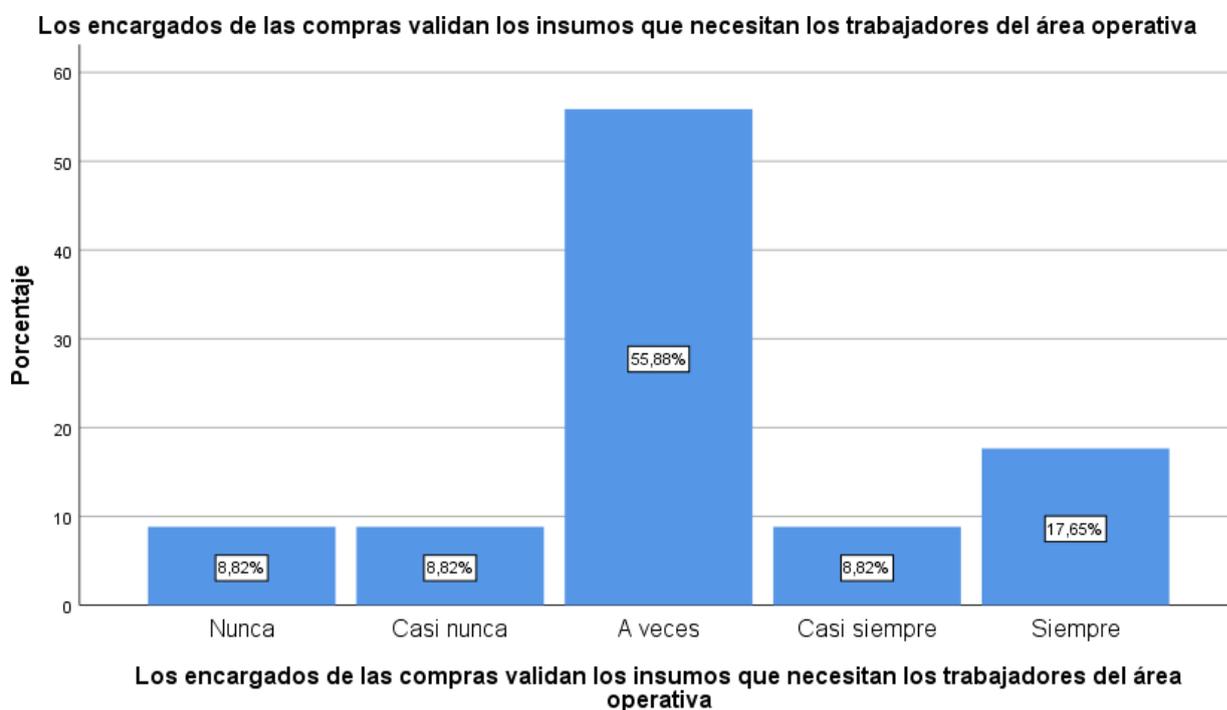
Anexo 5: Resultados y gráficos de las preguntas de los cuestionarios

Tabla 21: Pregunta 1, gestión de compras

Los encargados de las compras validan los insumos que necesitan los trabajadores del área operativa

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 3 | 8,8 | 8,8 | 8,8 |
| | Casi nunca | 3 | 8,8 | 8,8 | 17,6 |
| | A veces | 19 | 55,9 | 55,9 | 73,5 |
| | Casi siempre | 3 | 8,8 | 8,8 | 82,4 |
| | Siempre | 6 | 17,6 | 17,6 | 100,0 |
| | Total | | 34 | 100,0 | 100,0 |

Figura 9: Pregunta 1, gestión de compras



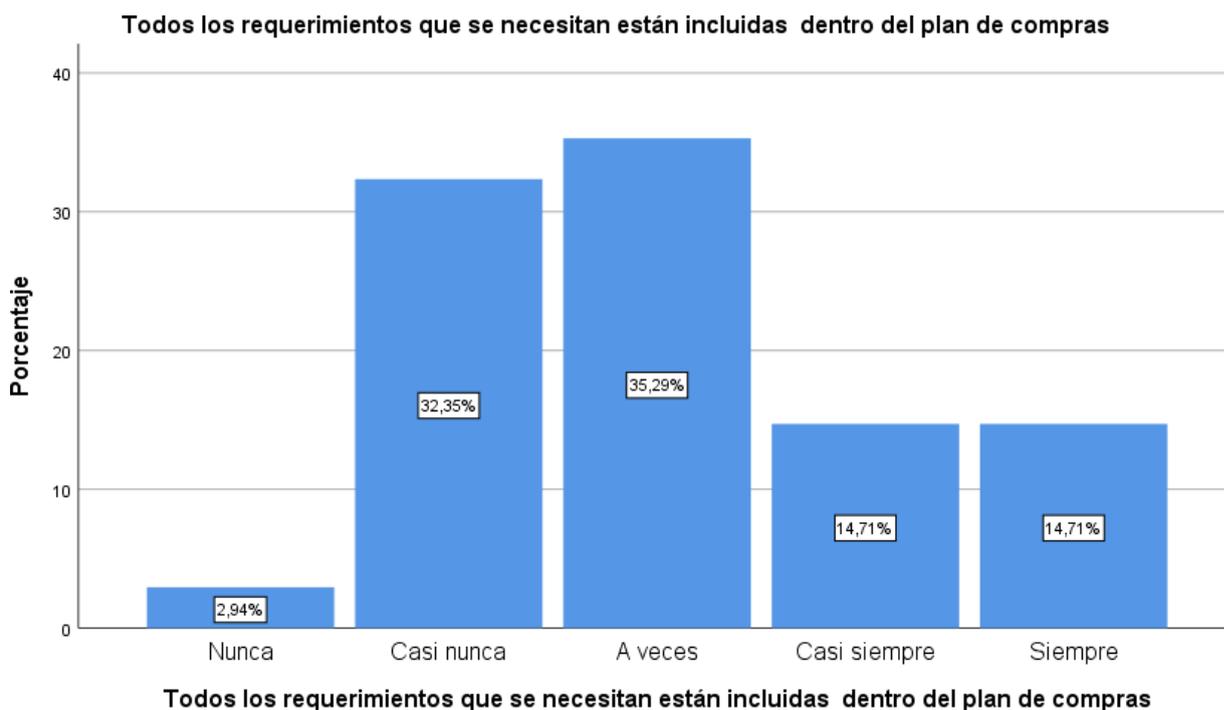
En la tabla 21, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (8,82%), casi nunca (8,82%), a veces (55,88%), casi siempre (8,82%) y siempre (17,65%).

Tabla 22: Pregunta 2, gestión de compras

Todos los requerimientos que se necesitan están incluidos dentro del plan de compras

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 1 | 2,9 | 2,9 | 2,9 |
| | Casi nunca | 11 | 32,4 | 32,4 | 35,3 |
| | A veces | 12 | 35,3 | 35,3 | 70,6 |
| | Casi siempre | 5 | 14,7 | 14,7 | 85,3 |
| | Siempre | 5 | 14,7 | 14,7 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 10: Pregunta 2, gestión de compras



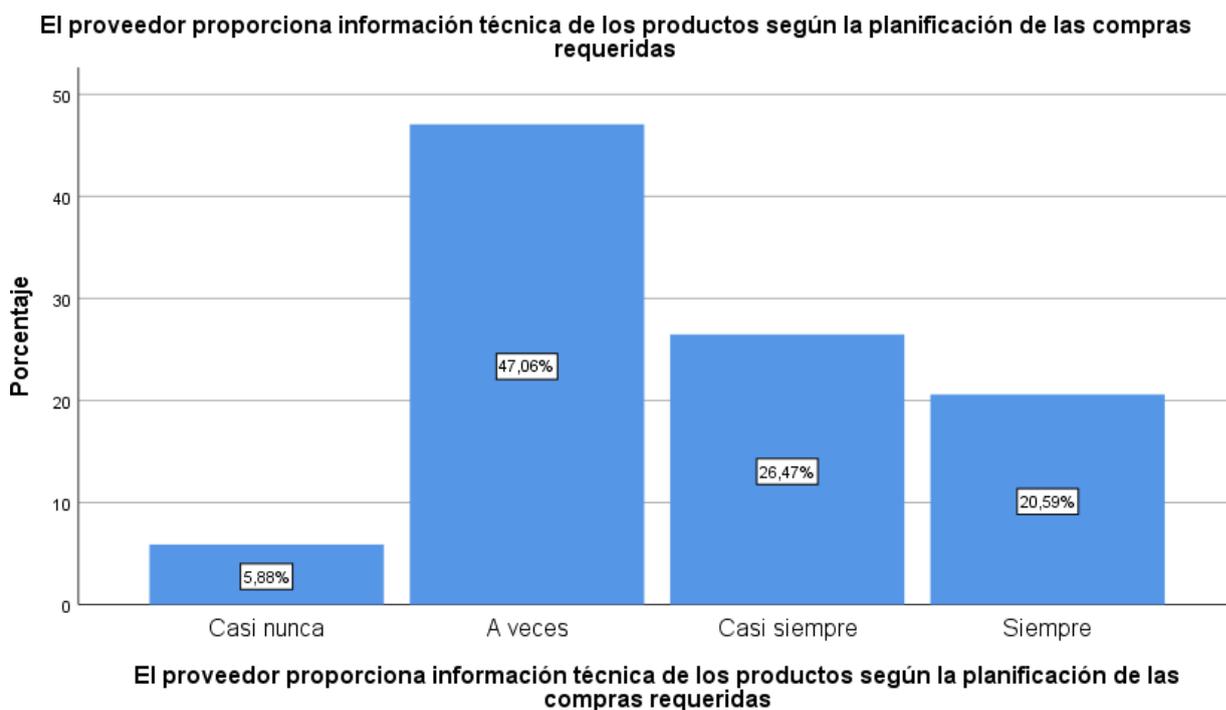
En la tabla 22, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: Nunca (2,94%), casi nunca (32,35%), a veces (35,29%), casi siempre (14,71%) y siempre (14,71%).

Tabla 23: Pregunta 3, gestión de compras

El proveedor proporciona información técnica de los productos según la planificación de las compras requeridas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Casi nunca | 2 | 5,9 | 5,9 | 5,9 |
| | A veces | 16 | 47,1 | 47,1 | 52,9 |
| | Casi siempre | 9 | 26,5 | 26,5 | 79,4 |
| | Siempre | 7 | 20,6 | 20,6 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 11: Pregunta 3, gestión de compras



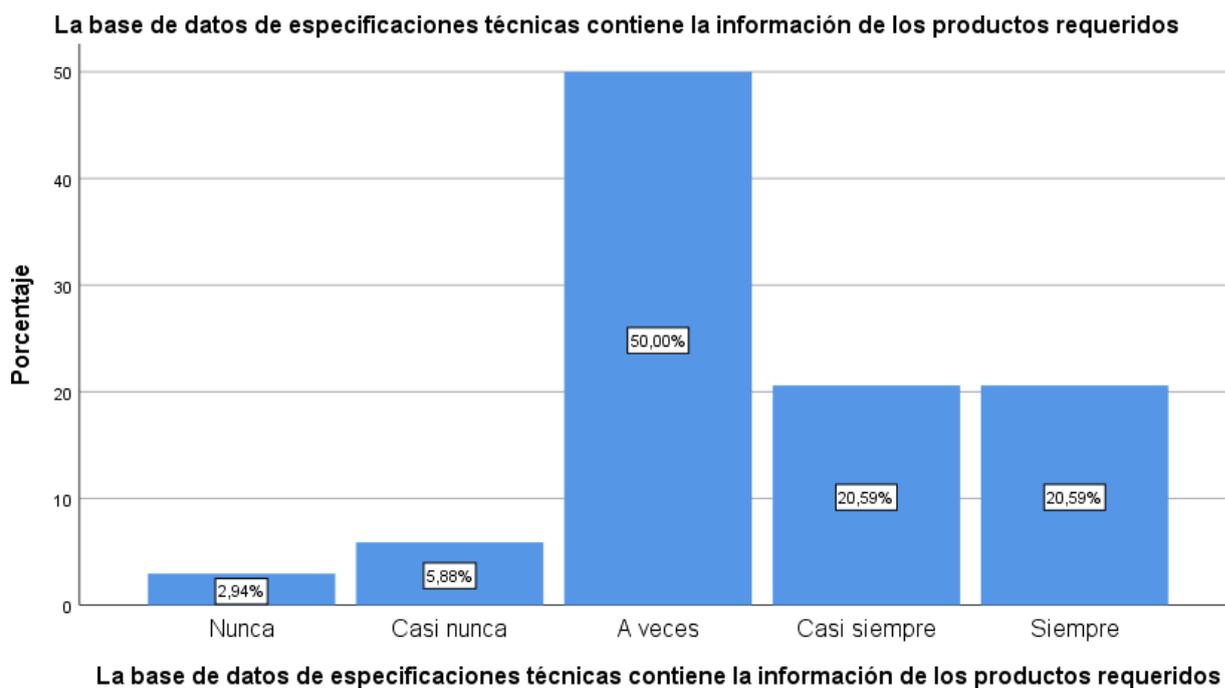
En la tabla 23, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: casi nunca (5,88%), a veces (47,06%), casi siempre (26,47%) y siempre (20,59%).

Tabla 24: Pregunta 4, gestión de compras

La base de datos de especificaciones técnicas contiene la información de los productos requeridos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 1 | 2,9 | 2,9 | 2,9 |
| | Casi nunca | 2 | 5,9 | 5,9 | 8,8 |
| | A veces | 17 | 50,0 | 50,0 | 58,8 |
| | Casi siempre | 7 | 20,6 | 20,6 | 79,4 |
| | Siempre | 7 | 20,6 | 20,6 | 100,0 |
| | Total | | 34 | 100,0 | 100,0 |

Figura 12: Pregunta 4, gestión de compras



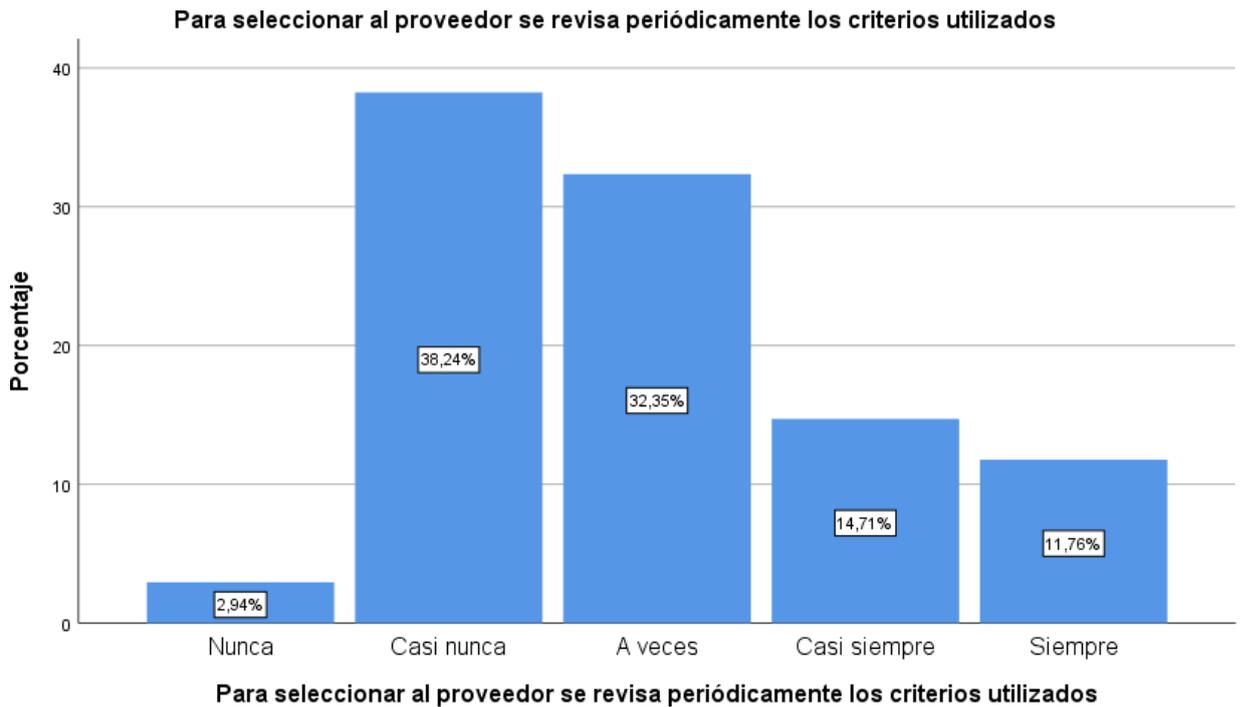
En la tabla 24, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (2,94%), casi nunca (5,88%), a veces (50,00%), casi siempre (20,59%) y siempre (20,59%).

Tabla 25: Pregunta 5, gestión de compras

Para seleccionar al proveedor se revisa periódicamente los criterios utilizados

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 1 | 2,9 | 2,9 | 2,9 |
| | Casi nunca | 13 | 38,2 | 38,2 | 41,2 |
| | A veces | 11 | 32,4 | 32,4 | 73,5 |
| | Casi siempre | 5 | 14,7 | 14,7 | 88,2 |
| | Siempre | 4 | 11,8 | 11,8 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 13: Pregunta 5, gestión de compras



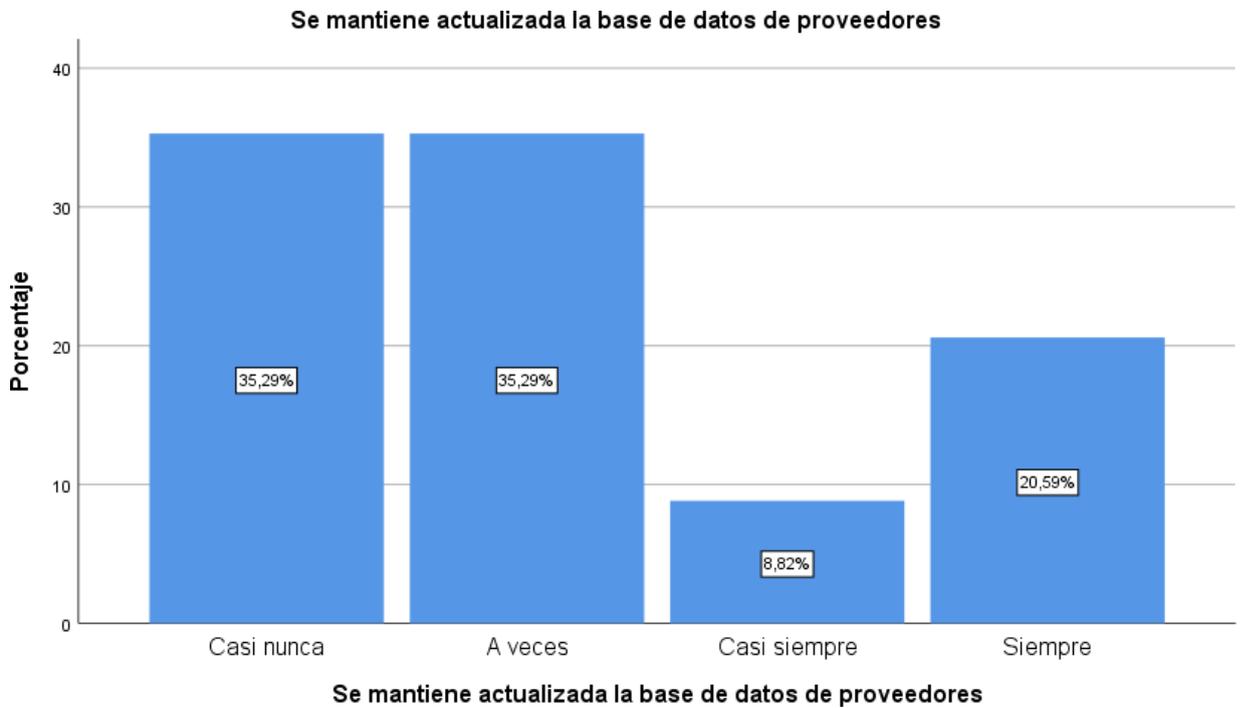
En la tabla 25, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (2,94%), casi nunca (38,24%), a veces (32,35%), casi siempre (14,71%) y siempre (11,76%).

Tabla 26: Pregunta 6, gestión de compras

Se mantiene actualizada la base de datos de proveedores

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Casi nunca | 12 | 35,3 | 35,3 | 35,3 |
| | A veces | 12 | 35,3 | 35,3 | 70,6 |
| | Casi siempre | 3 | 8,8 | 8,8 | 79,4 |
| | Siempre | 7 | 20,6 | 20,6 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 14: Pregunta 6, gestión de compras



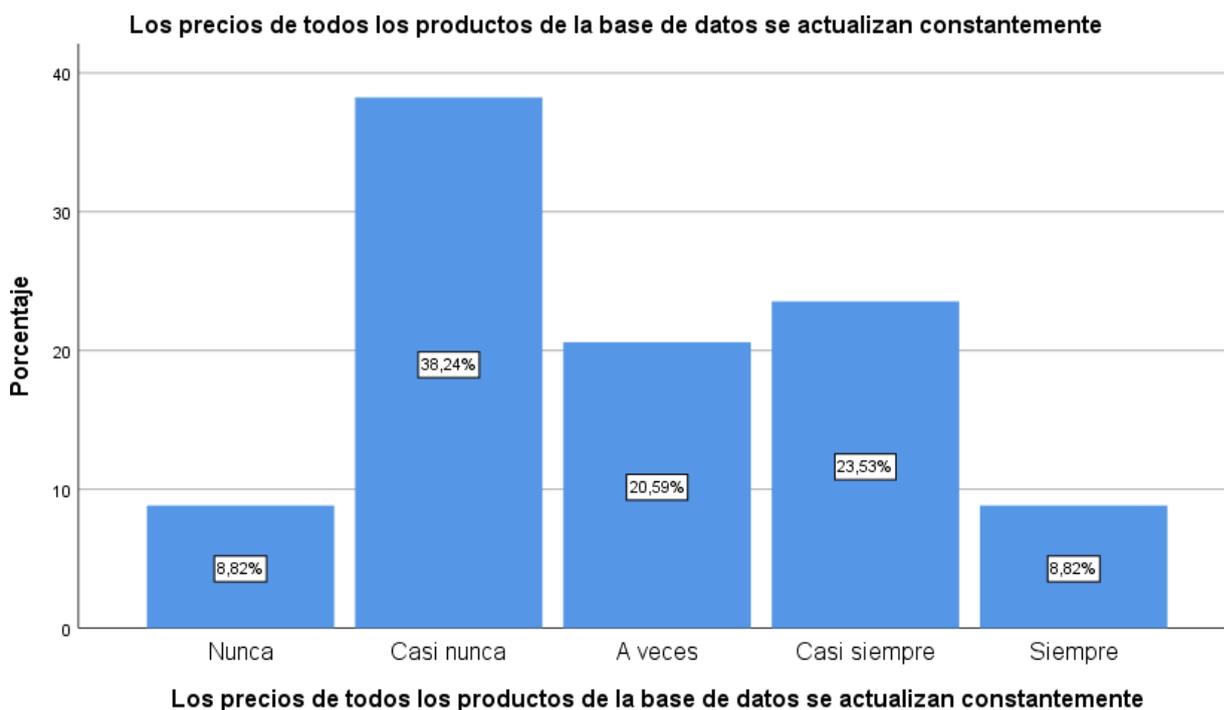
En la tabla 26, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: casi nunca (35,29%), a veces (35,29%), casi siempre (8,82%) y siempre (20,59%).

Tabla 27: Pregunta 7, gestión de compras

Los precios de todos los productos de la base de datos se actualizan constantemente

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 3 | 8,8 | 8,8 | 8,8 |
| | Casi nunca | 13 | 38,2 | 38,2 | 47,1 |
| | A veces | 7 | 20,6 | 20,6 | 67,6 |
| | Casi siempre | 8 | 23,5 | 23,5 | 91,2 |
| | Siempre | 3 | 8,8 | 8,8 | 100,0 |
| | Total | | 34 | 100,0 | 100,0 |

Figura 15: Pregunta 7, gestión de compras

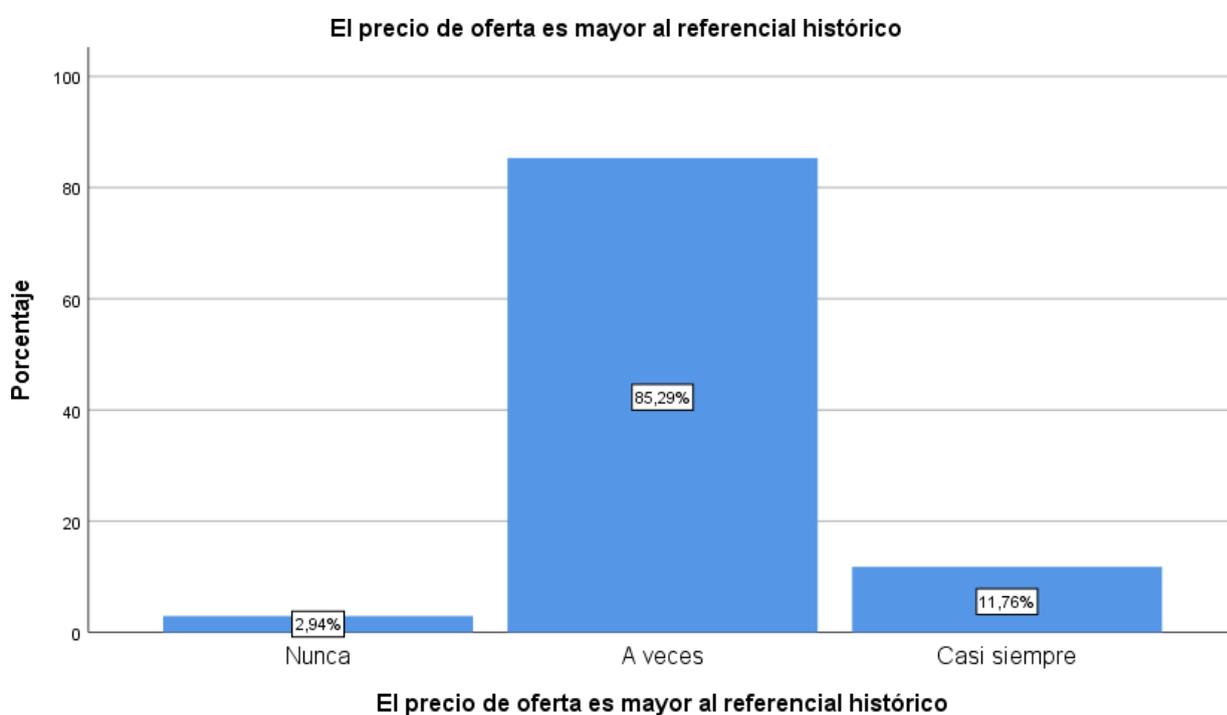


En la tabla 27, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (8,82), casi nunca (38,24%), a veces (20,59%), casi siempre (23,53) y siempre (8,82%).

Tabla 28: Pregunta 8, gestión de compras

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 1 | 2,9 | 2,9 | 2,9 |
| | A veces | 29 | 85,3 | 85,3 | 88,2 |
| | Casi siempre | 4 | 11,8 | 11,8 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 16: Pregunta 8, gestión de compras



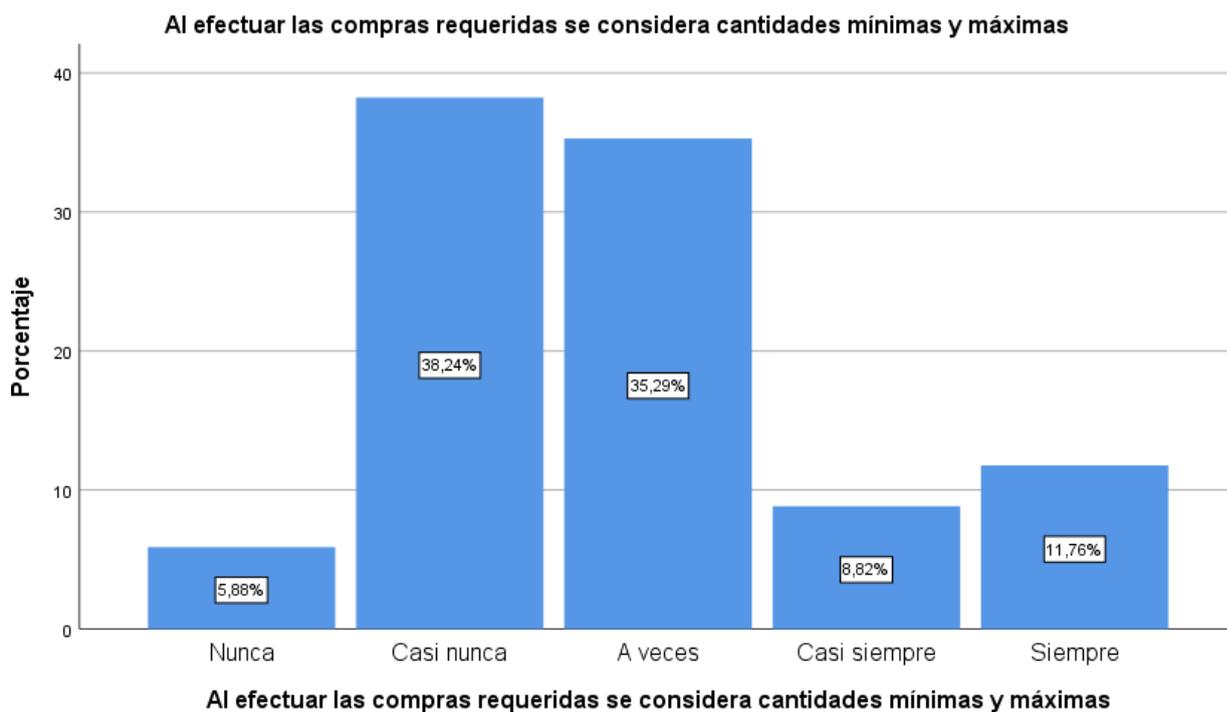
En la tabla 28, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (2,94%), a veces (85,29%) y casi siempre (11,76%).

Tabla 29: Pregunta 9, gestión de compras

Al efectuar las compras requeridas se considera cantidades mínimas y máximas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 2 | 5,9 | 5,9 | 5,9 |
| | Casi nunca | 13 | 38,2 | 38,2 | 44,1 |
| | A veces | 12 | 35,3 | 35,3 | 79,4 |
| | Casi siempre | 3 | 8,8 | 8,8 | 88,2 |
| | Siempre | 4 | 11,8 | 11,8 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 17: Pregunta 9, gestión de compras



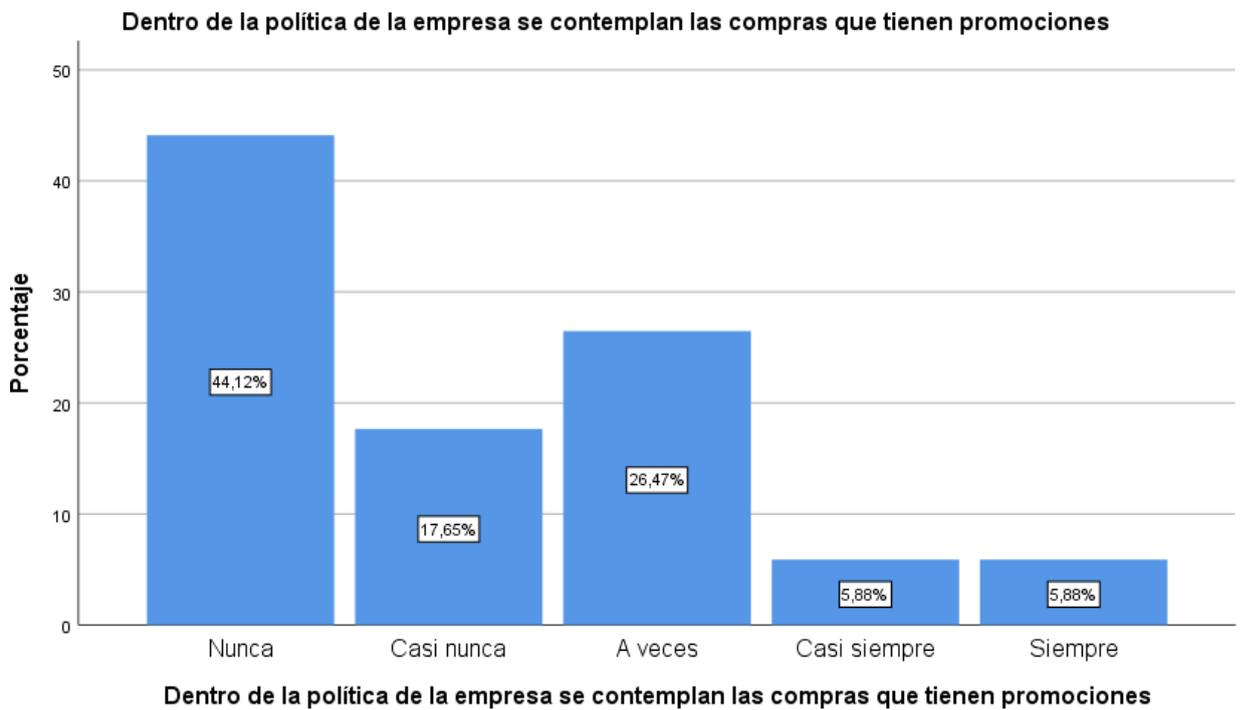
En la tabla 29, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (5,88%), casi nunca (38,24%), a veces (35,29%), casi siempre (8,82%) y siempre (11,76%).

Tabla 30: Pregunta 10 gestión de compras

Dentro de la política de la empresa se contemplan las compras que tienen promociones

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 15 | 44,1 | 44,1 | 44,1 |
| | Casi nunca | 6 | 17,6 | 17,6 | 61,8 |
| | A veces | 9 | 26,5 | 26,5 | 88,2 |
| | Casi siempre | 2 | 5,9 | 5,9 | 94,1 |
| | Siempre | 2 | 5,9 | 5,9 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 18: Pregunta 10, gestión de compras



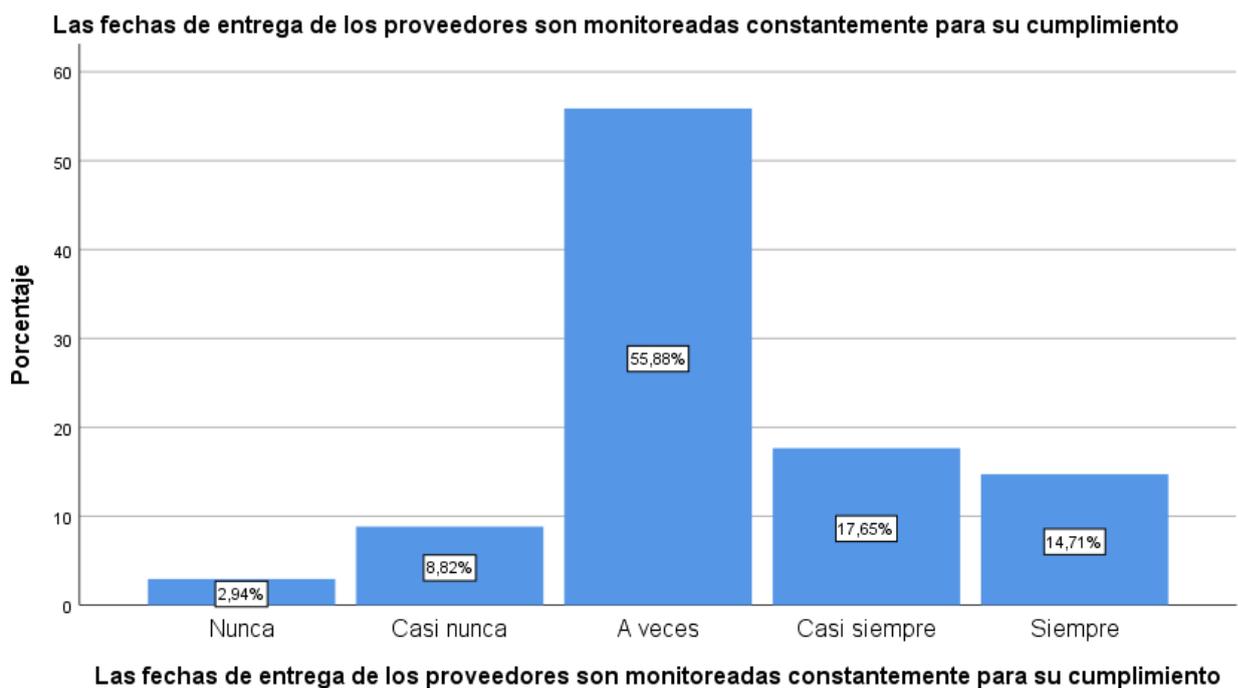
En la tabla 30, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (44,12%), casi nunca (17,65%), a veces (26,47%), casi siempre (5,88%) y siempre (5,88%).

Tabla 31: Pregunta 11 gestión de compras

Las fechas de entrega de los proveedores son monitoreadas constantemente para su cumplimiento

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 1 | 2,9 | 2,9 | 2,9 |
| | Casi nunca | 3 | 8,8 | 8,8 | 11,8 |
| | A veces | 19 | 55,9 | 55,9 | 67,6 |
| | Casi siempre | 6 | 17,6 | 17,6 | 85,3 |
| | Siempre | 5 | 14,7 | 14,7 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 19: Pregunta 11, gestión de compras



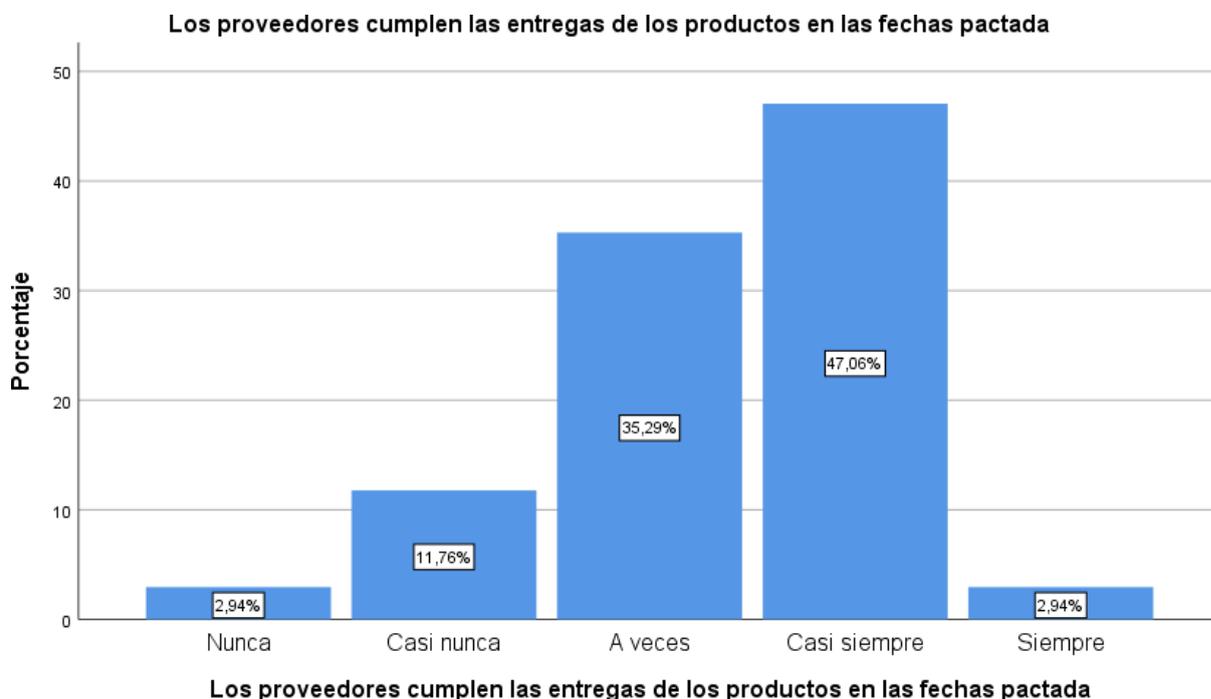
En la tabla 31, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (2,94%), casi nunca (8,82%), a veces (55,88%), casi siempre (17,65%) y siempre (14,71%).

Tabla 32: Pregunta 12 gestión de compras

Los proveedores cumplen las entregas de los productos en las fechas pactada

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 1 | 2,9 | 2,9 | 2,9 |
| | Casi nunca | 4 | 11,8 | 11,8 | 14,7 |
| | A veces | 12 | 35,3 | 35,3 | 50,0 |
| | Casi siempre | 16 | 47,1 | 47,1 | 97,1 |
| | Siempre | 1 | 2,9 | 2,9 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 20: Pregunta 12, gestión de compras



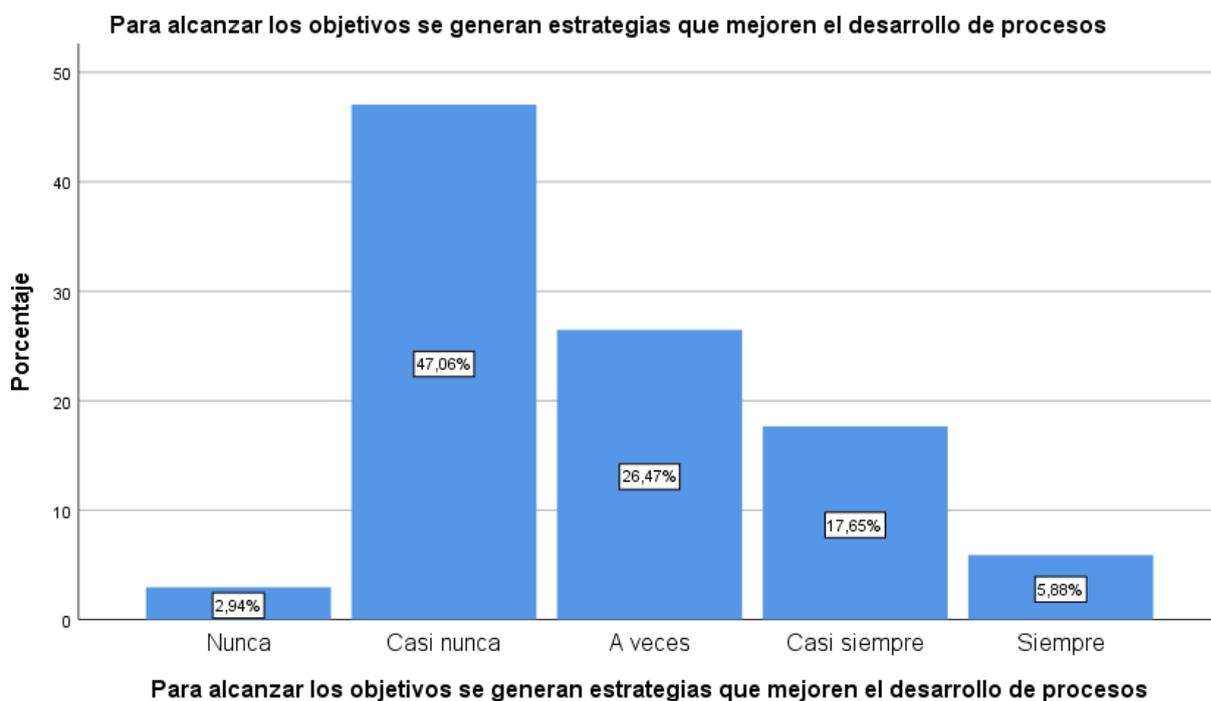
En la tabla 32 de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (2.94%), casi nunca (46,06%), a veces (26.47%), casi siempre (17,65%) y siempre (5,88%).

Tabla 33: Pregunta 1 toma de decisiones

Para alcanzar los objetivos se generan estrategias que mejoren el desarrollo de procesos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 1 | 2,9 | 2,9 | 2,9 |
| | Casi nunca | 16 | 47,1 | 47,1 | 50,0 |
| | A veces | 9 | 26,5 | 26,5 | 76,5 |
| | Casi siempre | 6 | 17,6 | 17,6 | 94,1 |
| | Siempre | 2 | 5,9 | 5,9 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 21: Pregunta 1, toma de decisiones



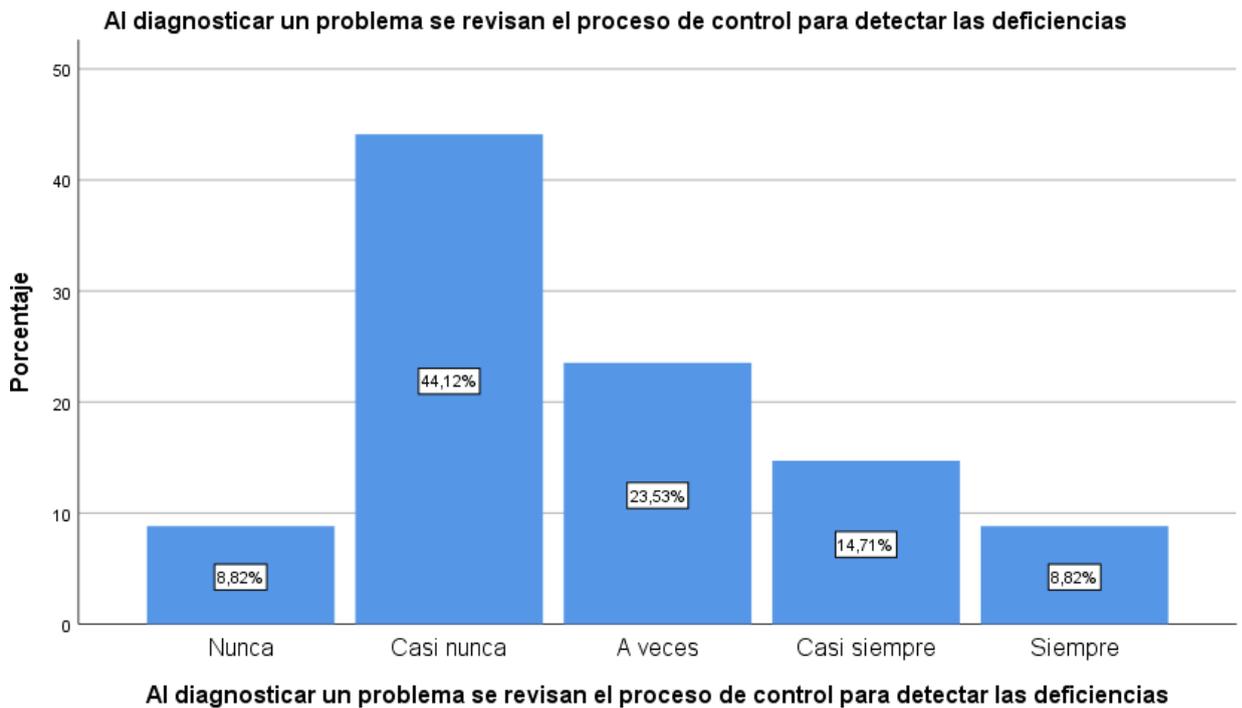
En la tabla 33 de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (2.94%), casi nunca (46,06%), a veces (26.47%), casi siempre (17,65%) y siempre (5,88%).

Tabla 34: Pregunta 2 toma de decisiones

Al diagnosticar un problema se revisan el proceso de control para detectar las deficiencias

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 3 | 8,8 | 8,8 | 8,8 |
| | Casi nunca | 15 | 44,1 | 44,1 | 52,9 |
| | A veces | 8 | 23,5 | 23,5 | 76,5 |
| | Casi siempre | 5 | 14,7 | 14,7 | 91,2 |
| | Siempre | 3 | 8,8 | 8,8 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 22: Pregunta 2, toma de decisiones



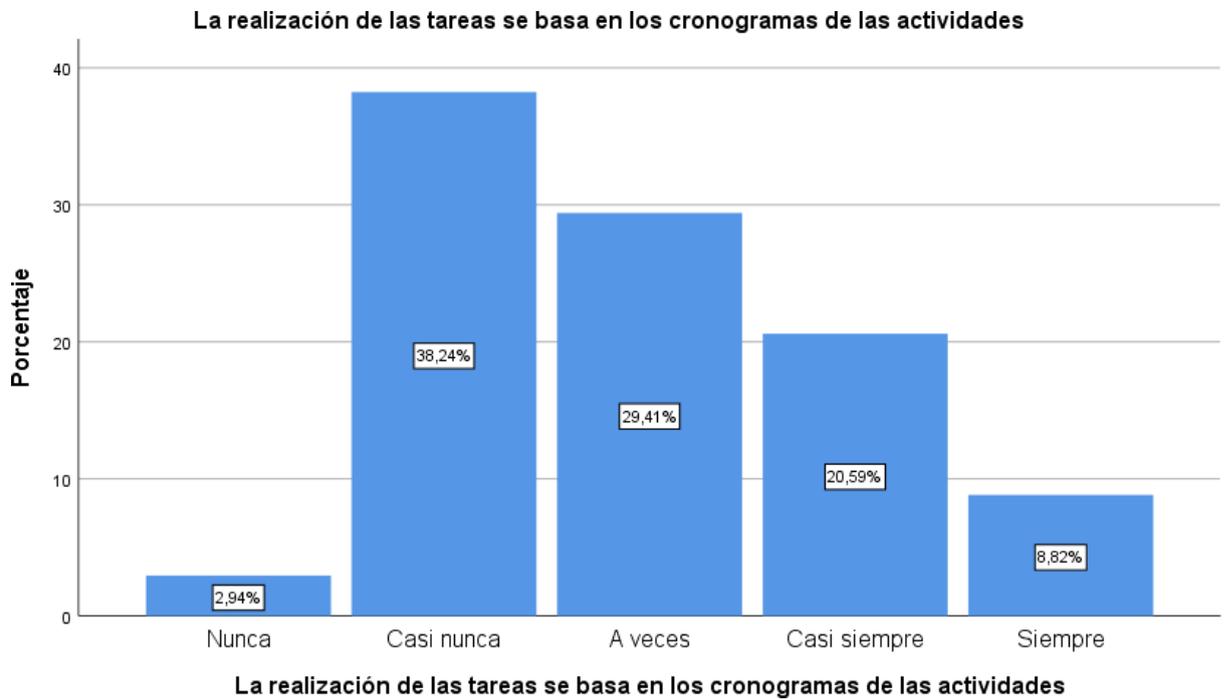
En la tabla 34, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (8,82%), casi nunca (44,12%), a veces (23,53%), casi siempre (14,71%) y siempre (8,82%).

Tabla 35: Pregunta 3 toma de decisiones

La realización de las tareas se basa en los cronogramas de las actividades

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 1 | 2,9 | 2,9 | 2,9 |
| | Casi nunca | 13 | 38,2 | 38,2 | 41,2 |
| | A veces | 10 | 29,4 | 29,4 | 70,6 |
| | Casi siempre | 7 | 20,6 | 20,6 | 91,2 |
| | Siempre | 3 | 8,8 | 8,8 | 100,0 |
| | Total | | 34 | 100,0 | 100,0 |

Figura 23: Pregunta 3, toma de decisiones



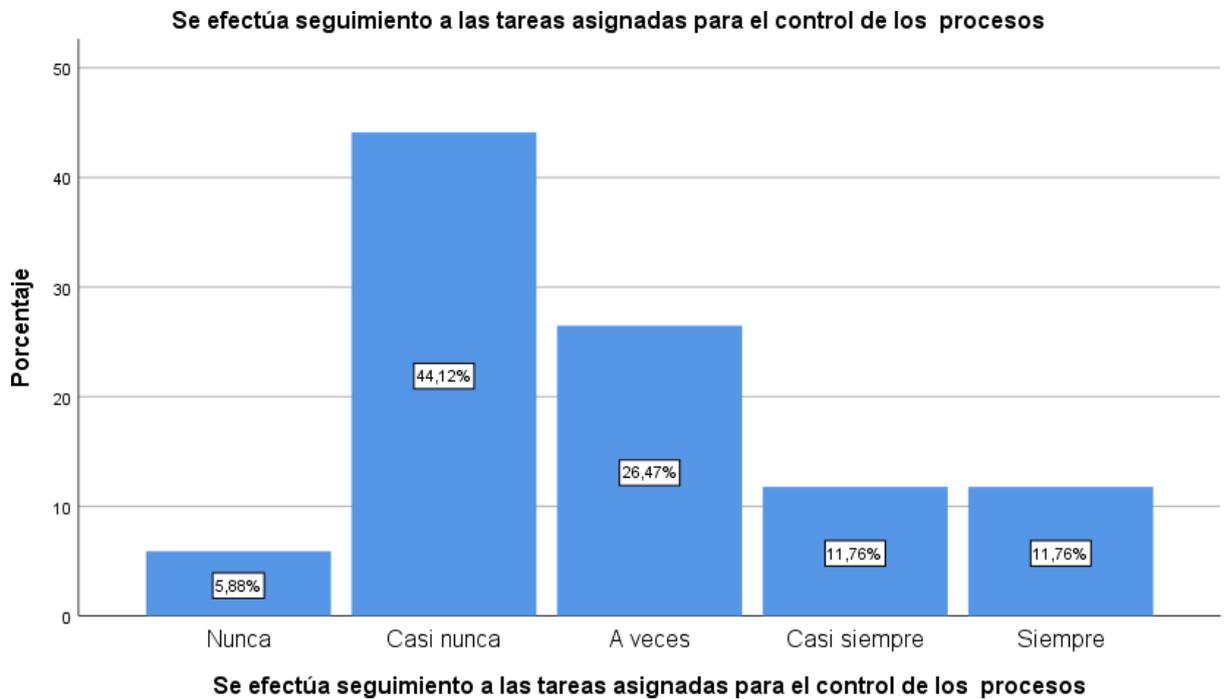
En la tabla 35, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (2,94%), casi nunca (38,24%), a veces (29,41%), casi siempre (20,59%) y siempre (8,82%).

Tabla 36: Pregunta 4 toma de decisiones

Se efectúa seguimiento a las tareas asignadas para el control de los procesos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 2 | 5,9 | 5,9 | 5,9 |
| | Casi nunca | 15 | 44,1 | 44,1 | 50,0 |
| | A veces | 9 | 26,5 | 26,5 | 76,5 |
| | Casi siempre | 4 | 11,8 | 11,8 | 88,2 |
| | Siempre | 4 | 11,8 | 11,8 | 100,0 |
| | Total | | 34 | 100,0 | 100,0 |

Figura 24: Pregunta 4, toma de decisiones



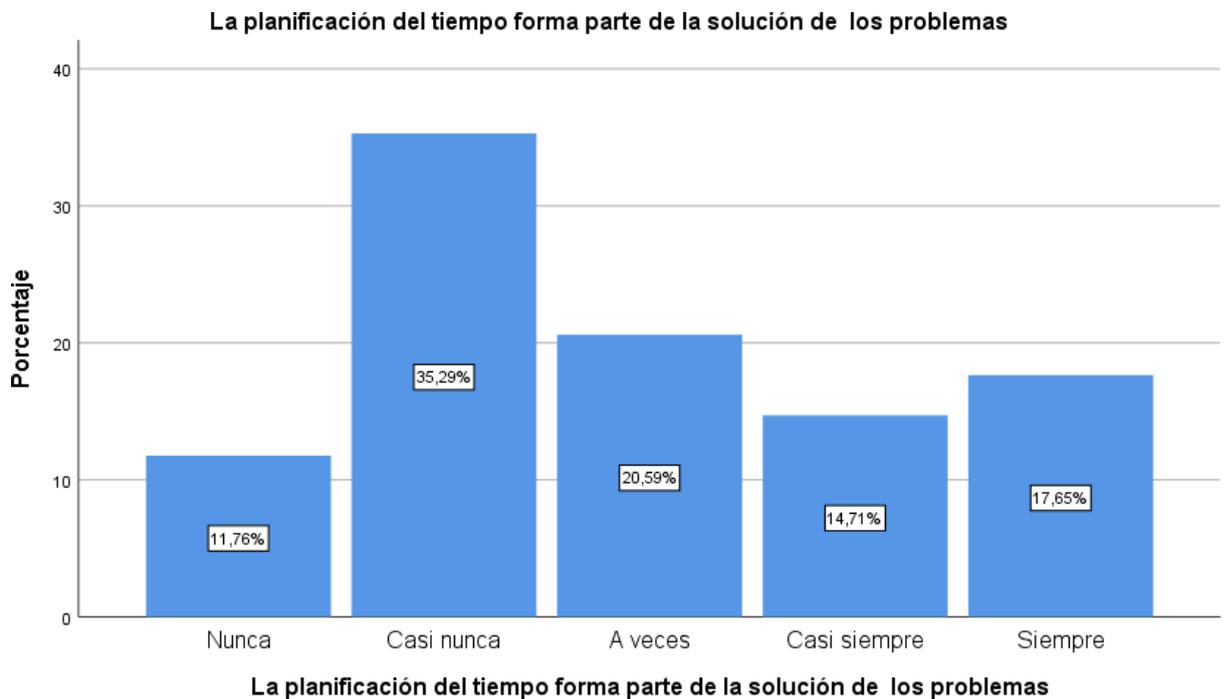
En la tabla 36, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (5,88%), casi nunca (44,12%), a veces (26,47%), casi siempre (11,76%) y siempre (11,76%).

Tabla 37: Pregunta 5 toma de decisiones

La planificación del tiempo forma parte de la solución de los problemas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 4 | 11,8 | 11,8 | 11,8 |
| | Casi nunca | 12 | 35,3 | 35,3 | 47,1 |
| | A veces | 7 | 20,6 | 20,6 | 67,6 |
| | Casi siempre | 5 | 14,7 | 14,7 | 82,4 |
| | Siempre | 6 | 17,6 | 17,6 | 100,0 |
| | Total | | 34 | 100,0 | 100,0 |

Figura 25: Pregunta 5, toma de decisiones



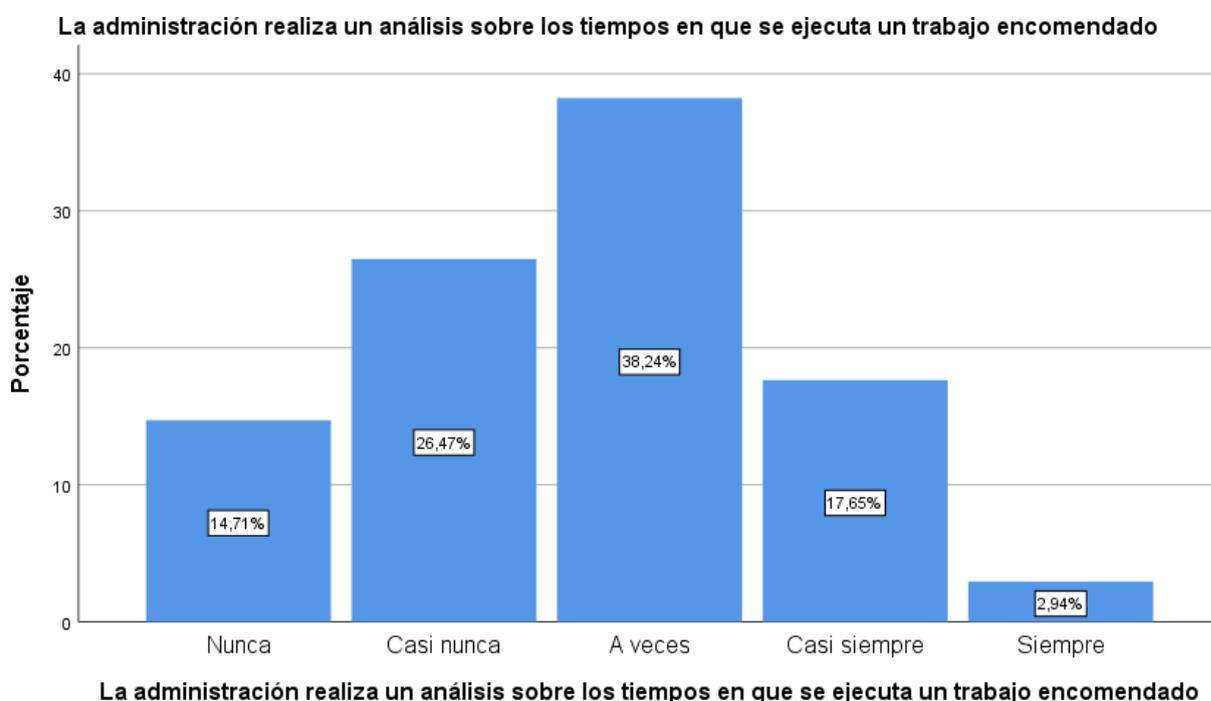
En la tabla 37, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (11,76%), casi nunca (35,29%), a veces (20,59%), casi siempre (14,71%) y siempre (17,65%).

Tabla 38: Pregunta 6 toma de decisiones

La administración realiza un análisis sobre los tiempos en que se ejecuta un trabajo encomendado

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 5 | 14,7 | 14,7 | 14,7 |
| | Casi nunca | 9 | 26,5 | 26,5 | 41,2 |
| | A veces | 13 | 38,2 | 38,2 | 79,4 |
| | Casi siempre | 6 | 17,6 | 17,6 | 97,1 |
| | Siempre | 1 | 2,9 | 2,9 | 100,0 |
| | Total | | 34 | 100,0 | 100,0 |

Figura 26: Pregunta 6, toma de decisiones



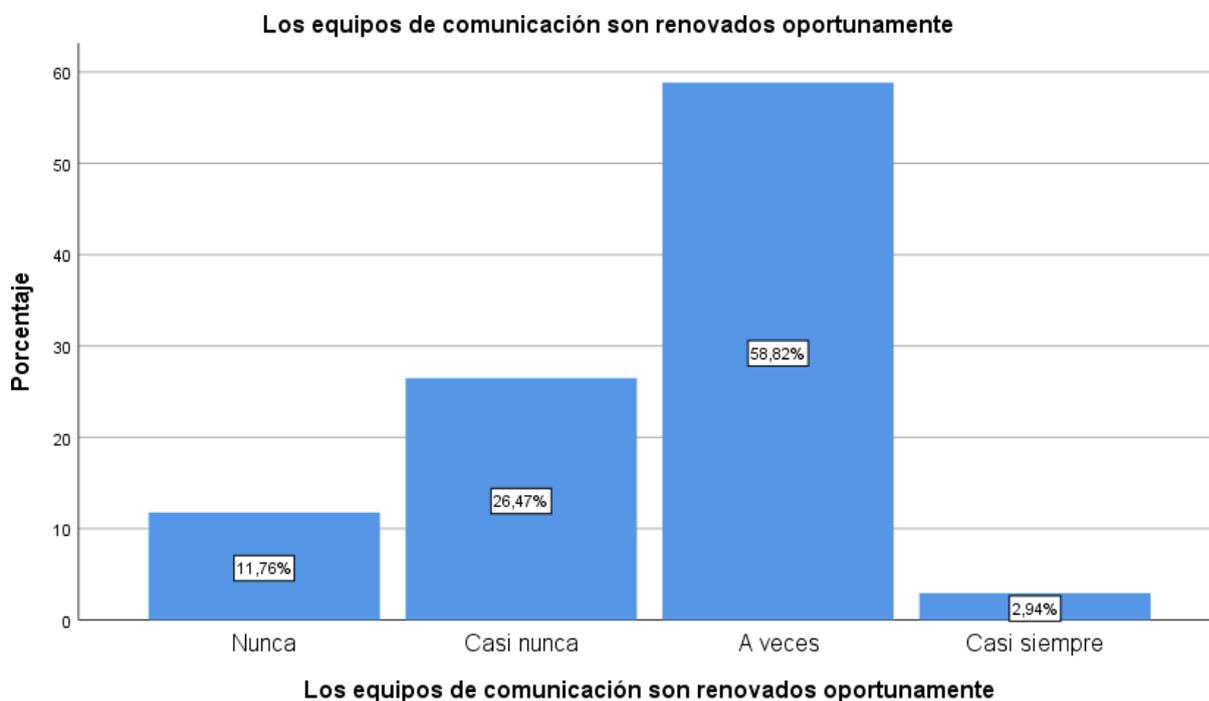
En la tabla 38, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (14,71%), casi nunca (26,47%), a veces (38,24%), casi siempre (17,65%) y siempre (2,94%).

Tabla 39: Pregunta 7 toma de decisiones

Los equipos de comunicación son renovados oportunamente

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 4 | 11,8 | 11,8 | 11,8 |
| | Casi nunca | 9 | 26,5 | 26,5 | 38,2 |
| | A veces | 20 | 58,8 | 58,8 | 97,1 |
| | Casi siempre | 1 | 2,9 | 2,9 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 27: Pregunta 7, toma de decisiones



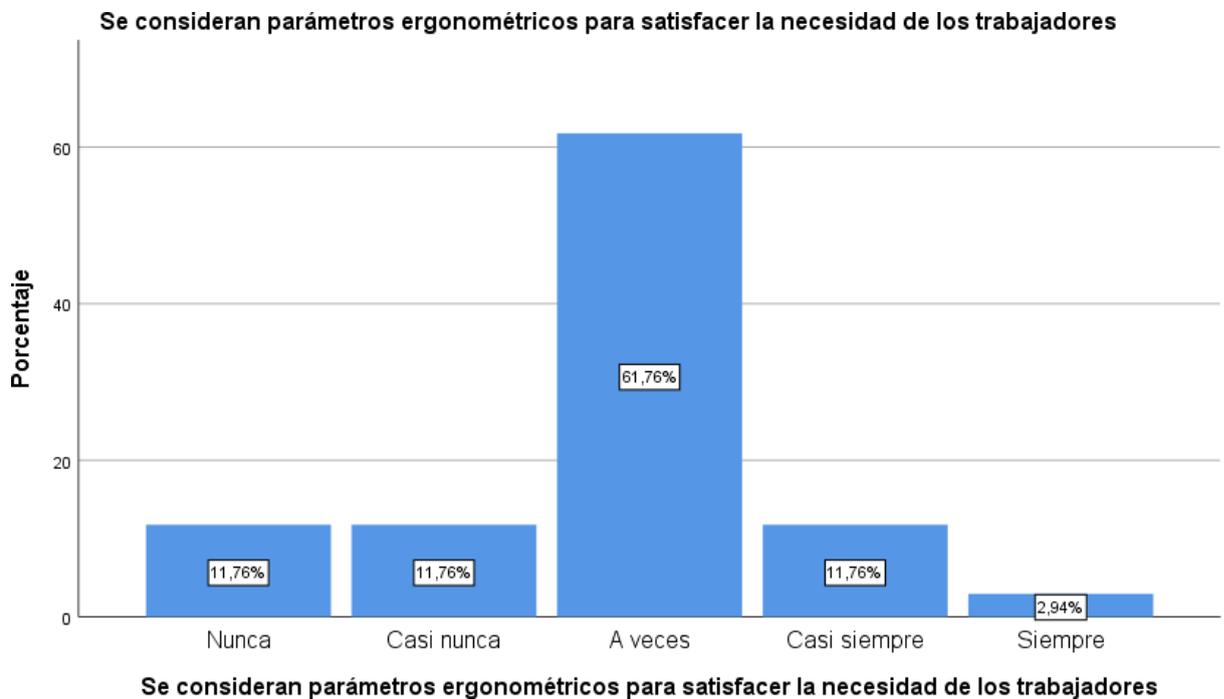
En la tabla 39, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (11,76%), casi nunca (26,47%), a veces (58,82%) y casi siempre (2,94%).

Tabla 40: Pregunta 8 toma de decisiones

Se consideran parámetros ergonómicos para satisfacer la necesidad de los trabajadores

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 4 | 11,8 | 11,8 | 11,8 |
| | Casi nunca | 4 | 11,8 | 11,8 | 23,5 |
| | A veces | 21 | 61,8 | 61,8 | 85,3 |
| | Casi siempre | 4 | 11,8 | 11,8 | 97,1 |
| | Siempre | 1 | 2,9 | 2,9 | 100,0 |
| | Total | | 34 | 100,0 | 100,0 |

Figura 28: Pregunta 8, toma de decisiones



En la tabla 40, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (11,76%), casi nunca (11,76%), a veces (61,76%), casi siempre (11,76%) y siempre (2,94%).

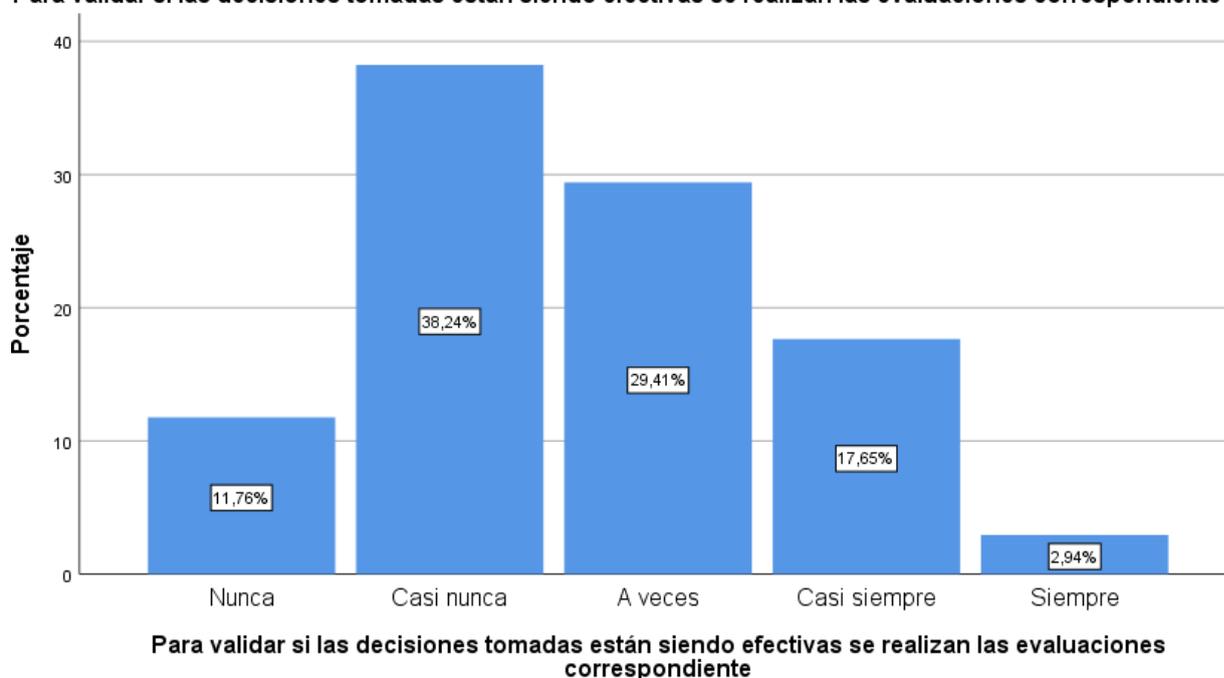
Tabla 41: Pregunta 9 toma de decisiones

Para validar si las decisiones tomadas están siendo efectivas se realizan las evaluaciones correspondientes

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 4 | 11,8 | 11,8 | 11,8 |
| | Casi nunca | 13 | 38,2 | 38,2 | 50,0 |
| | A veces | 10 | 29,4 | 29,4 | 79,4 |
| | Casi siempre | 6 | 17,6 | 17,6 | 97,1 |
| | Siempre | 1 | 2,9 | 2,9 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 29: Pregunta 9, toma de decisiones

Para validar si las decisiones tomadas están siendo efectivas se realizan las evaluaciones correspondiente



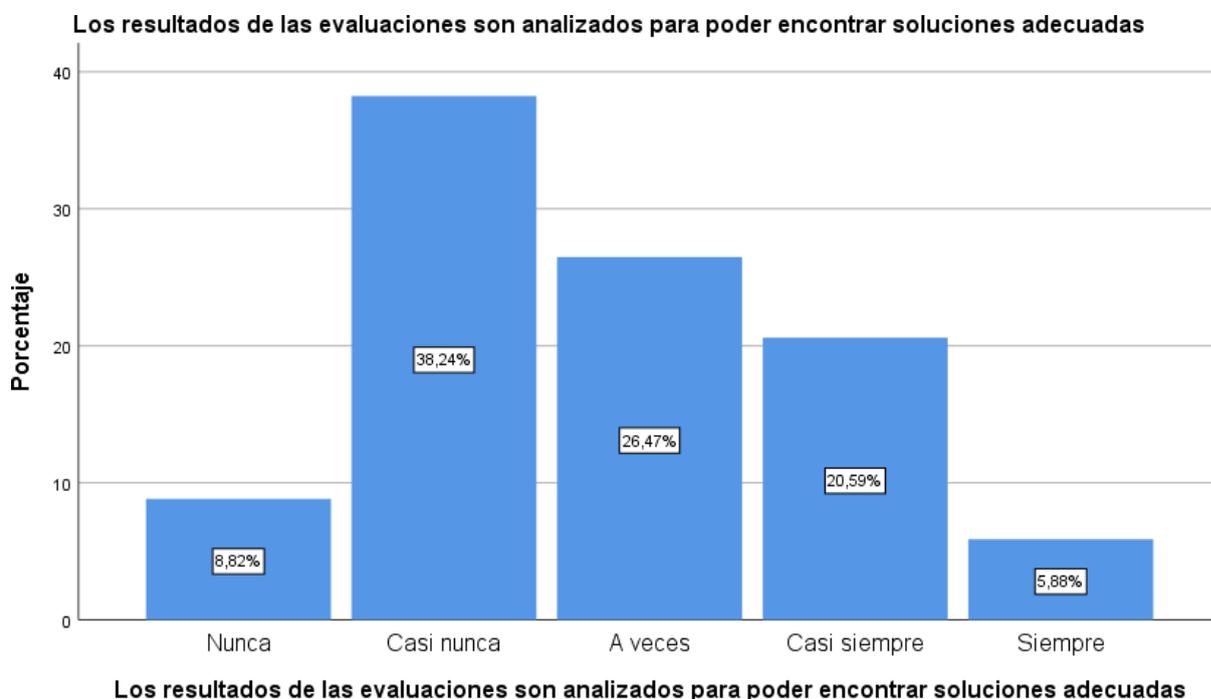
En la tabla 41, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (11,76%), casi nunca (38,24%), a veces (29,41%), casi siempre (17,65%) y siempre (2,94%).

Tabla 42: Pregunta 10 toma de decisiones

Los resultados de las evaluaciones son analizados para poder encontrar soluciones adecuadas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 3 | 8,8 | 8,8 | 8,8 |
| | Casi nunca | 13 | 38,2 | 38,2 | 47,1 |
| | A veces | 9 | 26,5 | 26,5 | 73,5 |
| | Casi siempre | 7 | 20,6 | 20,6 | 94,1 |
| | Siempre | 2 | 5,9 | 5,9 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 30: Pregunta 10, toma de decisiones



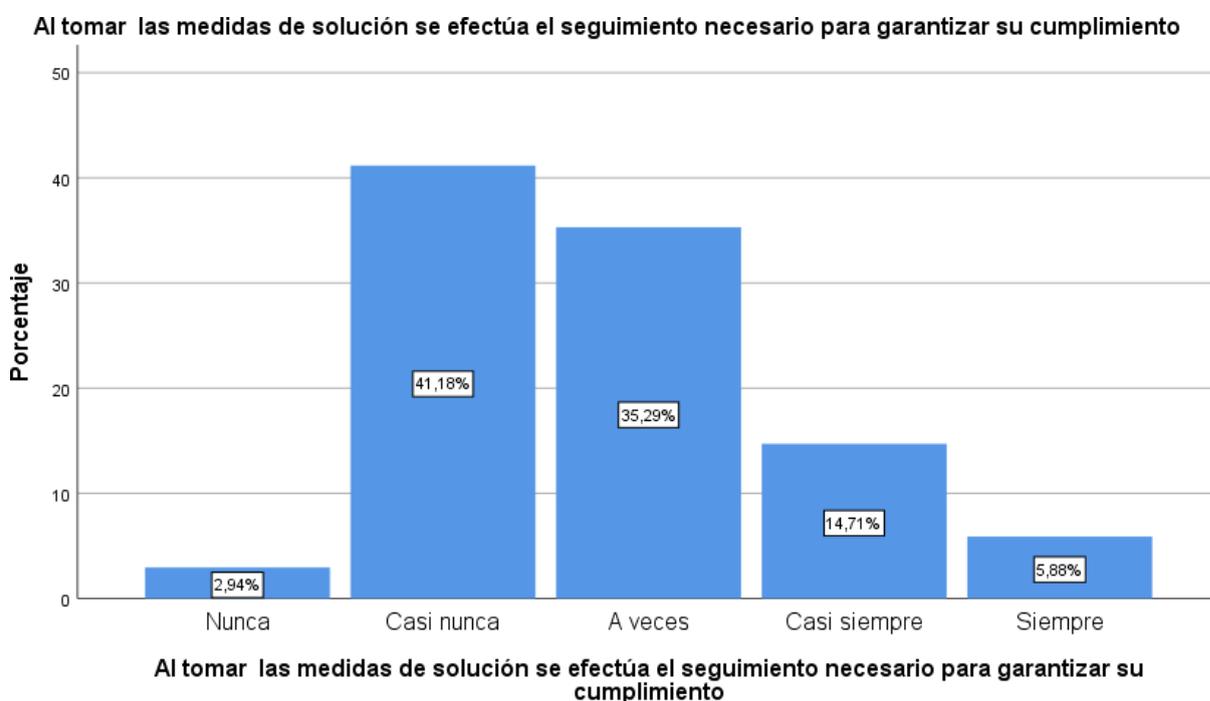
En la tabla 42, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (8,82%), casi nunca (38,24%), a veces (26,47%), casi siempre (20,59%) y siempre (5,88%).

Tabla 43: Pregunta 11 toma de decisiones

Al tomar las medidas de solución se efectúa el seguimiento necesario para garantizar su cumplimiento

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 1 | 2,9 | 2,9 | 2,9 |
| | Casi nunca | 14 | 41,2 | 41,2 | 44,1 |
| | A veces | 12 | 35,3 | 35,3 | 79,4 |
| | Casi siempre | 5 | 14,7 | 14,7 | 94,1 |
| | Siempre | 2 | 5,9 | 5,9 | 100,0 |
| | Total | 34 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 31: Pregunta 11, toma de decisiones



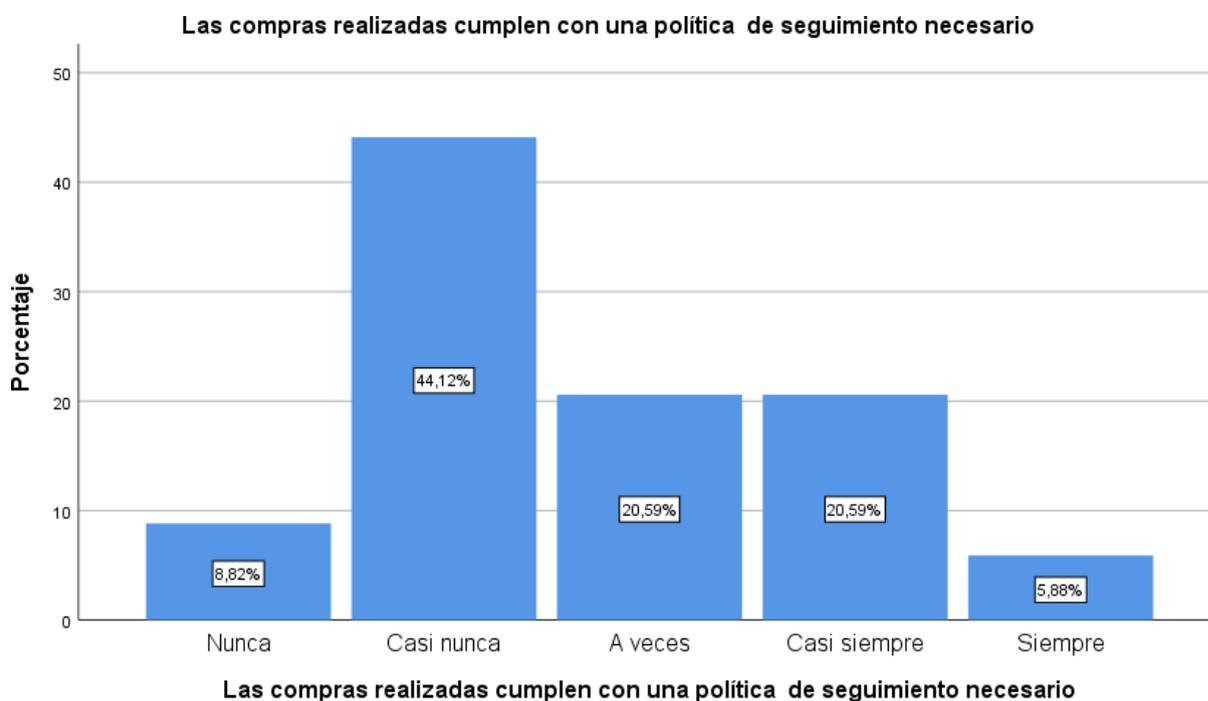
En la tabla 43, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (2,94%), casi nunca (41,18%), a veces (35,29%), casi siempre (14,71%) y siempre (5,88%).

Tabla 44: Pregunta 12 toma de decisiones

Las compras realizadas cumplen con una política de seguimiento necesario

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 3 | 8,8 | 8,8 | 8,8 |
| | Casi nunca | 15 | 44,1 | 44,1 | 52,9 |
| | A veces | 7 | 20,6 | 20,6 | 73,5 |
| | Casi siempre | 7 | 20,6 | 20,6 | 94,1 |
| | Siempre | 2 | 5,9 | 5,9 | 100,0 |
| | Total | | 34 | 100,0 | 100,0 |

Figura 32: Pregunta 12, toma de decisiones



En la tabla 44, de treinta y cuatro (34) encuestados, respondieron a la pregunta de la siguiente manera: nunca (8,82%), casi nunca (44,12%), a veces (20,59%), casi siempre (20,59%) y siempre (5,88%).



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MAURTUA GURMENDI LUZMILA GABRIELA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Gestión de compras y toma de decisiones en una empresa de servicios de limpieza, Surquillo, 2022.", cuyos autores son OLASCOAGA PORTOCARRERO DEYSI, NAVARRETE MOREY ALBERTO OFRE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, 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, 22 de Noviembre del 2022

| Apellidos y Nombres del Asesor: | Firma |
|--|--|
| MAURTUA GURMENDI LUZMILA GABRIELA DNI: 07379211 ORCID: 0000-0002-0812-3473 | Firmado electrónicamente por: LMAURTUA el 01-12- 2022 16:55:03 |

Código documento Trilce: TRI - 0450496