



Universidad César Vallejo

ESCUELA DE POSGRADO

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

Gestión de proceso de compras y los indicadores de gestión en una
empresa comercializadora de Durán. Ecuador 2022

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

AUTOR:

Macias Garcia, Marjorie Mariela (orcid.org/0000-0002-0891-5817)

ASESOR.

Dr. Mendivez Espinoza, Yván Alexander (orcid.org/0000-0002-7848-7002)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelo y Herramientas Gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento.

PIURA – PERÚ

2022

DEDICATORIA

Al padre celestial, mis padres, sobrinos, hermanos y a mi mejor amiga.

A Dios, quien ilumina mis pasos diariamente dándome fortaleza para seguir avanzando en lo que me propongo, mis padres Napoleón y Marisol quienes me enseñaron a no desmayar, luchar y no rendirme, a mis sobrinos a quienes deseo inspirar en la vida y a mis hermanos por sus consejos, compañía y apoyo incondicional, a mi mejor amiga Yajaira, por su amistad sincera y ser quien me motivó a empezar este desafío.

AGRADECIMIENTO

Mi infinito agradecimiento a mi madre quien nunca dudo de mis capacidades para conseguir esta maestría. A mi asesor Dr. Yván Méndez quien fue mi guía en la realización de mi tesis, a la Universidad César Vallejo por brindarme conocimientos y permitirme ser parte de la institución. Y por último a la Msc. Belén Elizalde por su apoyo y asesoría.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
Índice de Tablas.....	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I.INTRODUCCIÓN	1
II.MARCO TEÓRICO.....	4
III.METODOLOGÍA.....	14
3.1. Tipo y diseño de la investigación	14
3.1.1 Tipo de investigación.....	14
3.1.2 Diseño de la investigación.....	14
3.2. Variables y operacionalización	14
3.3. Población, muestra y muestreo	15
3.3.1 Población	15
3.3.2 Muestra	16
3.3.3 Muestreo	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	16
3.5 Procedimiento	18
3.6. Métodos de análisis de datos	18
3.7. Aspectos éticos	18
IV. RESULTADOS	19
Tabla 1 Distribución de frecuencias según niveles de la variable gestión de proceso de compra (n=70).....	19
Tabla 2 Distribución de frecuencias según niveles de la variable indicadores de gestión (n=70)	20
Tabla 3 Correlación entre gestión de proceso de compras e indicadores de gestión (n=70)	21
Tabla 4 Correlación entre la dimensión calidad e indicadores de gestión (n=70)	22
Tabla 5 Correlación entre la dimensión sistematización e indicadores de gestión (n=70).....	23
Tabla 6 Correlación entre la dimensión almacén e indicadores de gestión (n=70)	24
Tabla 7 Correlación entre la dimensión selección de proveedores e indicadores de gestión (n=70)	25
Tabla 8 Puntos de corte según distribución de rangos para el instrumento de gestión de proceso de compra	26

Tabla 9 Puntos de corte según distribución de rangos para el instrumento indicadores de gestión
26

V. DISCUSIÓN.....	27
VI. CONCLUSIONES.....	33
VII. RECOMENDACIONES.....	34
REFERENCIAS.....	35
ANEXOS	40
TABLA DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	40
I. Información General	42
Cuestionario para medir la Gestión de Proceso de Compras	42
Instrucciones	44
Lea atentamente cada ítem y responda marcando según su opinión:	44
II. Información General	44
Cuestionario para medir los indicadores de gestión	44

Índice de Tablas

Tabla 1 Distribución de frecuencias según niveles de la variable gestión de proceso de compra (n=70).....	19
Tabla 2 Distribución de frecuencias según niveles de la variable indicadores de gestión (n=70).....	20
Tabla 3 Correlación entre gestión de proceso de compras e indicadores de gestión (n=70).....	21
Tabla 4 Correlación entre la dimensión calidad e indicadores de gestión (n=70).	22
Tabla 5 Correlación entre la dimensión sistematización e indicadores de gestión (n=70).....	23
Tabla 6 Correlación entre la dimensión almacén e indicadores de gestión (n=70)	24
Tabla 7 Correlación entre la dimensión selección de proveedores e indicadores de gestión (n=70).....	25
Tabla 8 Puntos de corte según distribución de rangos para el instrumento de gestión de proceso de compra	26
Tabla 9 Puntos de corte según distribución de rangos para el instrumento indicadores de gestión.....	26

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tuvo como objetivo general: determinar la relación que existe entre la gestión de proceso de compras y los indicadores de gestión de una empresa comercializadora de Durán. Ecuador 2022, con la finalidad de revisar que los indicadores de gestión estén alineados al giro del negocio y de la gestión de proceso de compras, los mismos que generen información relevante que contribuya a la mejora continua del procedimiento. El cumplimiento del objetivo general ha sido posible gracias a revisión de información relacionada con el problema presentado en la empresa y fundamentado en la teoría de las variables.

El diseño de estudio fue no experimental de tipo correlacional asociativo bajo enfoque cuantitativo; se tomó en cuenta a una población y una muestra de 70 trabajadores de las áreas operativas y administrativas de la empresa a quienes se les aplicó un cuestionario para medir cada variable. Los resultados de las encuestas evidenciaron la falta de indicadores que controlen la eficiencia del proceso de compras.

Como conclusión, existe una correlación positiva entre gestión de proceso de compras y los indicadores de gestión, se alcanzó un Rho Spearman $r = .551$ es decir, que existe una relación entre las dos variables.

Palabras clave: Indicadores, compras, objetivos, gestión, calidad.

ABSTRACT

The present research project had as a general objective: to determine the relationship that exists between the management of the purchasing process and the management indicators of a trading company in Durán. Ecuador 2022, in order to review that the management indicators are aligned with the line of business and the management of the purchasing process, which generate relevant information that contributes to the continuous improvement of the procedure. The fulfillment of the general objective has been possible thanks to the review of information related to the problem presented in the company and based on the theory of variables.

The study design was non-experimental of the associative correlational type under a quantitative approach; A population and a sample of 70 workers from the operational and administrative areas of the company were considered, to whom a questionnaire was applied to measure each variable. The results of the surveys evidenced the lack of indicators that control the efficiency of the purchasing process.

In conclusion, there is a positive correlation between purchasing process management and management indicators, a Rho Spearman $r = .551$ was reached, that is, there is a relationship between the two variables.

Keywords: Indicators, purchases, objectives, management, quality.

I.INTRODUCCIÓN

Las organizaciones sean estas grandes, medianas o pequeñas, a nivel mundial para elaborar y comercializar productos, insumos o materiales, así como para prestar servicios de excelente calidad, requieren comprar materias primas producidas por otras industrias, por lo que ameritan realizar actividades de adquisición.(Pérez, 2021) Indica que la comunicación del responsable de las compras con los miembros de la empresa es un aspecto muy importante para el buen funcionamiento del propio departamento y de la empresa, como menciona (Castro, 2021) cuando las empresas gestionan las compras correctamente, pueden generar importantes ahorros, lo que por su parte mejora la rentabilidad de la compañía. Referente a la realidad problemática internacional muchas organizaciones han estado buscando formas de mejorar este proceso a través de varios esfuerzos, para (Northon & González, 2021) en el actual proceso de globalización económica, las administraciones públicas también tratan de mejorar su funcionalidad aprendiendo a perfeccionar la capacidad de los gobiernos con resultados efectivos y creación de riqueza y desarrollo, por tal motivo (Silva, 2021) indica que por eso la principal importancia de estos indicadores es valorar el éxito de la implementación de la planificación estratégica en todas las organizaciones. (Monroy & Simbaqueba, 2017) es necesario tener una información directa para tomar decisiones, incluso antes de que apareciera la moneda en la historia humana el comercio ya existía, los nómadas tenían que obtener productos y alimentos que no tenían a la mano a través del trueque y la negociación. Todas estas métricas facilitan la toma de decisiones conociendo el estado de las actividades de adquisiciones inevitablemente afectan el resultado final de la organización (Pardo et al. 2020), así como también brindan a los administradores objetivos claros a cumplir y medir el desempeño. (Pérez, 2021) Los indicadores se consideran impulsores del negocio, ya que apuntan a la dirección en la que desea que se muevan las cosas, para (Mahecha, 2022) a través del tiempo, la gestión de adquisiciones ha evolucionado de un proceso puramente operativo a un proceso estratégico. Por tanto (Fornos, 2020), en la revista KPMG Tendencias, este desafío actual es un ejemplo de cómo se puede obtener una descripción específica de las operaciones y la cadena de suministro y, además, la relevancia de desarrollar relaciones de colaboración sostenibles, (Mideros, 2020) debido a

que los modelos de gestión van experimentando cambios en la economía nacional e internacional. Según (Fernández, 2020) una de las principales limitaciones está relacionada con la forma en que se mide el rendimiento del procedimiento, especialmente porque brindan información cualitativa y cuantitativa útil sobre el estado real y el comportamiento de las áreas o departamentos que afectan directamente la actividad de la empresa, desde la perspectiva de (Sánchez, 2018) es importante brindar a los empresarios una guía estratégica que les permita controlar las actividades comerciales y administrativas, de tal manera tomar decisiones firmes que deben minimizar los costos (Quiala, 2018) garantizar la calidad y aportar mayor valor a los servicios mejorando constantemente la eficacia y eficiencia de cada proceso, para lograr una mayor satisfacción del cliente. En base a esto (Laje, 2018) resalta que las actividades de compras han dejado de ser una tarea más, para transformarse en un factor decisivo para el logro de los procesos organizacionales, (Keyancloud, 2017) indica que llevar un proceso de compras automatizado evita tiempo teniendo un equilibrio, escatimando recursos, por tal motivo, (Flores & Rezzoagli, 2017) enfatizan en la importancia de normar, unificar y organizar el comportamiento de toda organización. La presente investigación está dirigida a revisar los indicadores de desempeño en los procesos institucionales de compras ya que es inevitable, porque una vez implementados, (Alcaraz, 2017) brindarán información para determinar las debilidades de los procedimientos, las actividades generadoras de valor y dónde se pueden mejorar. Sin duda, todo ello evitará la aparición de errores.(Múltipeer, 2017) en su artículo menciona que la manera en que una empresa mide su gestión, puede ayudar a la administración con el levantamiento de datos, ya que muestra cómo se llevan a cabo las acciones. (Da Silva, 2020) Los tipos de indicadores son muchos y, diferente para cada empresa por tal motivo resulta interesante medir profundamente algunos de ellos. (Pérez, 2020) La importancia de estos procesos radica en la magnitud en que las compras afectan directamente la rentabilidad y operación de la mayoría de las organizaciones. Por tal motivo (Manrique et al. 2019) dicen que las organizaciones poseen necesidades de manera interna, tales como abastecimiento de materiales, y externas, como la necesidad de cumplir al cliente en tiempo, cantidad y precio. De acuerdo a lo descrito anteriormente surge el

siguiente problema ¿De qué manera se relacionan los indicadores de gestión y la gestión de procesos de compra en una empresa comercializadora de Duran? Ecuador 2022. El presente estudio se justifica de forma teórica, dado que nos permitirá conocer el nivel de asociación entre las dos variables en la gestión de proceso de compras y la gestión de indicadores, en definitiva, será necesario que los trabajadores estén informados y a la vez motivados y tengan la predisposición para integrar la investigación. De manera práctica servirá para que los empleados de la empresa mejoren sus productividad siendo más ágiles y confiables optimizando recursos, lo que conllevará al logro de los objetivos, de esta manera los individuos se encontrarán satisfechos con procesos claros, en este sentido se consideró la gestión de compras como uno de los principales procesos para funcionalidad de la empresa asegurando que la calidad de las compras garanticen que los estándares de los servicios y productos sean los necesarios, también se consideró a los indicadores de gestión parte importante para medir los procesos ya que son necesarios para la funcionalidad de la empresa, esta investigación será de utilidad posteriormente apoyando a quien se interese en ahondar en la misma. Ahora bien, se considerará como objetivo general: Determinar la relación que existe entre la gestión de proceso de compras y los indicadores de gestión de una empresa comercializadora de Durán de Ecuador 2022. Por lo tanto, los objetivos específicos son: Determinar la relación entre los indicadores de gestión y la calidad de una empresa comercializadora de Durán. Ecuador 2022. Determinar la relación entre la dimensión sistematización y los indicadores de gestión de una empresa comercializadora de Durán. Ecuador 2022. Determinar la relación entre la dimensión almacén y los indicadores de gestión de una empresa comercializadora de Durán. Ecuador 2022. Determinar la relación entre la dimensión selección de proveedores y los indicadores de gestión de una empresa comercializadora de Durán. Ecuador 2022. La hipótesis alterna es: Existe relación entre la gestión de proceso de compras y los indicadores de gestión de una empresa comercializadora de Durán. Ecuador 2022. La hipótesis nula es: No existe relación entre la gestión de proceso de compras y los indicadores de gestión de una empresa comercializadora de Durán. Ecuador 2022.

II.MARCO TEÓRICO

En cuanto a antecedentes internacionales que hacen relación al estudio están:

Gustavson (2021), en su propuesta para mejorar el proceso de adquisición y gestión del inventario de los equipos deportivos de la región ANPPERU. Con la información recolectada en sus encuestas mediante un enfoque cuantitativo. Consultó en diferentes bibliografías dedicadas a la gestión de compras, también le permitió dar sugerencias que faciliten el proceso de compras, documentos debidamente ordenados y la gestión de stock a favor de ANPPERÚ para los deportistas. Los datos recabados en su investigación, le permitió comprender el estado actual de la asociación por medio de las actividades realizadas, tales como la valoración y observación de cada formato aplicado a las áreas y diagnosticó acciones de mejora.

Málaga (2021), en su investigación sobre la eficacia de la guía de la gestión de compras del programa interno Qali Warma - Cajamarca, cuyo propósito fue conocer el efecto del tipo de gestión de compras en la eficacia del procedimiento. Metodológicamente, se combinaron métodos cuantitativos y cualitativos en la investigación debido al análisis de la precisión de la información y la interpretación relativa de los resultados 64,4% la evaluación de almacenes no es adecuada, el 63,3 la gestión de proveedores no es adecuados el 66,7 no se ejecuta la contratación adecuada de proveedores. El diseño del estudio fue no experimental y predictivo, en vista de que se realizaron predicciones sobre los resultados que daría la aplicación de la propuesta al problema en estudio. También indicó que el recurso de recopilación de datos se apoyó en el análisis documental de información oficial del estado y organismos especializados que consideró muy confiables. Manifestó que los resultados mostraron que las principales razones del problema de adquisiciones es la complejidad del proceso de compras, lo que genera demoras en la concesión de licencias a los proveedores y la entrega oportuna de productos a las escuelas beneficiarias, así como las habilidades del personal para mantener los insumos adecuados y la infraestructura en instituciones educativas para la preparación y servicio de alimentos. Finalmente, se reconoció que las características de una propuesta de solución abordan las

causas del problema y desarrollan planes de trabajo integrales para sustentar la propuesta de solución.

Londoño (2020), en su investigación denominada indicadores de gestión en una extensión universitaria: realizado en Institutos Superiores en Colombia periodo 2018, tuvo como objetivo valorar la gestión de los servicios de la universidad, mediante un estudio cualitativo y descriptivo para identificar los indicadores de gestión de la extensión universitaria a nivel regional y nacional. Se realizó una encuesta de autoevaluación en las diferentes áreas de las universidades por lo que describe los resultados de un análisis de evaluación de los indicadores de gestión, calidad e impacto de la extensión universitaria básicamente la eficiencia y eficacia en tres facultades de la asociación universitaria colombiana ASCUN (IES). Expresó que los indicadores formulados por los entes de educación superior cuya tarea es en medir la gestión de servicios, los objetivos y la realización de los productos que se ofrecen en los diversos campos académicos. Se han formulado pocos indicadores para calcular los resultados e impacto de las actividades y servicios brindados. En un promedio 72 colegios cuentan con un sistema de indicadores para evaluar la actividad que se genera en cada área, que difiere el esquema exigido por (SNIES) Sistema Nacional de Información de la Educación Superior Colombia.

Santos & Trejo (2020), con su investigación: Una mejor gestión de compras reduce los costos de servicio de una tienda de comestibles. La metodología utilizada en la investigación se aplicó con enfoque cuantitativo, también de nivel descriptivo-explicativo así mismo de diseño no experimental. Se utilizó una encuesta con una confiabilidad de 0.86 por el alfa de Cronbach como medio de recolección de datos y medición de las estimaciones del efecto; luego se obtuvo el resultado esperado. Los resultados obtenidos fueron un 79.17% de ahorro en el proceso de compra adicional y en comparación con el proceso de compra normal se redujo el costo en un 73.3 %, lo que demuestra que el costo del servicio se puede reducir en S/.16,185.0 que es la suma total un ahorro del 75,97%.

María & Rivera (2019), en su trabajo para el sector de la construcción, un plan para mejorar la gestión de compras en una pyme (RivCel S.A.). Una sociedad constructora dedicada a brindar excelentes servicios de mantenimiento,

construcción y administración de infraestructura. El enfoque de investigación que utilizó fue cuantitativo, el estudio se realizó por medio de la recolección de datos generados mediante entrevistas al personal de compras, en el mismo se obtuvo información específica de las cualidades y datos generales de una forma excelente que valdrá para que el procedimiento de compras se ponga en marcha de forma organizada, más probable y conveniente mediante un plan de mejora para los procesos de compra en la empresa mediante indicadores.

Moreno (2019), que tuvo como objetivo enfocar y desarrollar indicadores de gestión en el área de RRHH de Sophos Solutions SAS. Su propósito fue elaborar una propuesta de métricas de gestión que orienten la implementación de la gestión de talento humano, asegurando el alcance y competencia de los requerimientos de acuerdo a las necesidades del personal. Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo, debido a que la propuesta pretende dar respuesta a la necesidad de monitoreo del campo aplicando herramientas e instrumentos lo más rápido posible para obtener resultado desde la recolección de datos por medio del proceso de cálculo y análisis, el estudio fue descriptivo, porque permitió determinar directamente las variables relacionadas con el proceso de medición y analizar los datos en base a fórmulas y métodos de desarrollo, por lo que condujo a la necesidad de implementar medidas preventivas de mejora y correctivas para todos los indicadores. contextualizar lo que se debe hacer si no se cumple la meta o continuar tomando acciones de mejora dentro de cada proceso.

Alzate (2017), en su trabajo de investigación para una empresa del sector de la construcción, reingeniería y producción denominada propuesta de mejoramiento en el área de compras (C.R.P). S.A.S., tuvo como objetivo del proyecto dar respuesta a un problema detectado en el proceso, ya que mejorando la gestión de compras se asegura la entrega de insumos o materias primas.

Utilizó un método cuantitativo, recolectó información por medio de entrevistas a profundidad dirigidas al jefe de compras y los residentes de obra. La población de la investigación se conformó por los empleados que laboran en la empresa construcción, reingeniería y producción. La muestra utilizada fue 29 empleados de

la empresa. Propuso un nuevo proceso de compras y un plan de mejora para que pueda reducir riesgos operativos y de gestión.

En las investigaciones nacionales tenemos:

Barén & Cantos (2021), trabajaron en los efectos financieros de la implementación del sistema de gestión de calidad y el efecto actual en la reputación de la empresa en una floricultora, cuyo propósito fue analizar los efectos financieros de la implementación del KVS y su impacto en la reputación de la empresa, por ejemplo la contribución de una ventaja competitiva en el mercado. La reputación debe ser un valor intangible de la empresa, un valor básico de gestión, también tiene conexiones con la identidad, la imagen y la marca. La metodología utilizada en relación con lo antes mencionado consiste en encuestas realizadas a través de formularios en línea de Google Forms, para la evaluación estadística utilizando el programa SPSS y así determinar el coeficiente de correlación de Pearson entre variables. Fue posible conocer cómo sí influyen entre sí; y reconoce la relación existente entre dirección y planificación en la rentabilidad empresarial; y entre la gestión, la planificación, el apoyo, las operaciones, la evaluación del desempeño y la mejora continua del negocio de flores. El impacto de la implementación y certificación del sistema de calidad se entiende porque, como muestran las correlaciones, las reducciones y aumentos según la norma ISO: 9001 también se reflejan en la actividad económica. Al medir la situación financiera y el control de calidad del negocio de las flores, supo cómo se afectan entre sí; ahora se reconoce que existe un vínculo entre la gestión, la planificación y los resultados en la rentabilidad empresarial; contexto organizativo y solvencia de la empresa; y entre la gestión, la planificación, el soporte, las operaciones, la evaluación del desempeño y la mejora en el desempeño comercial en el mercado de las flores.

Laura et. al (2020), en su trabajo la gestión de abastecimiento enfatiza que es una rama del saber logístico moderno, su investigación nació de las diversas necesidades específicas de la industria, consideró la zona del Ecuador número 3, que se encuentra en constante crecimiento productivo, a partir de rubros: 1) bebidas; 2) productos de hardware; 3) calzado y 4) productos farmacéuticos, el

objetivo fue analizar y resaltar los principales lineamientos del tema en relación a la gestión de proveedores. Se utilizaron tres fuentes para su respectivo análisis, ellas son: 1) Investigación trascendente; 2) investigación dirigida al diagnóstico competitivo en la gestión de inventarios en el campo mencionado y 3) análisis descriptivo de los resultados. La metodología utilizada en este estudio es descriptiva con una caracterización de primer nivel, ya que se utilizó un diseño transversal con una muestra sectorizada. El resultado de la gestión de proveedores debe basarse en varios aspectos, tales como: encontrar, elegir, negociar y gestionar la compra de los productos necesarios para cada categoría de tiendas, logrando así una ventaja competitiva en términos de calidad y entrega al comprar los bienes.

Cornejo (2019), Mediante su trabajo investigativo: Estrategias hacia la calidad de Servicio, del Banco General Rumiñahui. Por medio de encuestas que realizó a los clientes y la recepción de reclamos en los años 2017 y 2018, identificó índices de satisfacción y tipos de los reclamos más recurrentes que definieron la aplicación de un modelo de proceso analítico y jerárquico que le permitió identificar criterios y alternativas para la evaluación del desempeño de los prestadores de servicios. Con base en los criterios definidos para la evaluación, la oferta de servicios y sus proveedores fueron evaluados objetivamente al inicio de cada cálculo; el cumplimiento de las normas, prácticas y procedimientos establecidos y cómo los resultados obtenidos permitieron la elaboración de planes de mejora continua. Se elaboraron planes de acción y contingencia utilizando el método propuesto para la reducción de riesgos. Cuyos resultados fueron tiempo 11,33 calidad 7,33 cumplimiento 1,81 Gestión 7,33 el análisis para la toma de decisiones y mediante este levantar los posibles factores de evaluación a los proveedores.

Espinoza (2018), En su trabajo el análisis de la gestión de adquisiciones, se permitió elaborar un proyecto de indicadores de gestión los cuales permitan perfeccionar los procesos en el ámbito de las compras. Su objetivo general fue estudiar el estado de la gestión de compras de una organización fabricante de empaques en actualidad y de esta manera proponer indicadores de gestión específicos de la industria que produzcan información importante y promueva

mejorar continuamente los procesos. Mediante la realización del objetivo general indicado, fue posible debido a la revisión de información destacada del problema presentado en la empresa investigada, también con búsqueda de teorías relacionadas al procedimiento de contratación y los indicadores de gestión, un enfoque investigativo cualitativo, y una investigación cuantitativa y estudio descriptivo. Aplicó metodologías partiendo del análisis del proceso con encuestas a la empresa objeto de estudio y sus proveedores. Los resultados de las mismas mostraron que las compras no se miden y guían por indicadores, por lo que se propuso una investigación sobre teoría y métodos de indicadores, la misma que consistió en diseñar indicadores de gestión que miden la eficacia, eficiencia y rentabilidad de las compras. En su propuesta brinda a la organización un conjunto de indicadores que producen información estadística relevante y confiable para que sus gerentes puedan tomar decisiones basadas en hechos e información real que muestren exactamente qué partes del proceso necesitan ser implementadas y una mejora continua de los procedimientos para hacerlos más eficientes y fiables. Asegurando la sostenibilidad de la empresa estudiada tanto en el mercado como en el tiempo.

Se revisaron las teorías de las variables, sustentando los procesos de compras y los indicadores de gestión.

Serna (2005, como se citó en, Espacios, 2019), los indicadores son la medida del estado y desempeño de un macroproceso, proceso o actividad, en un momento determinado e indican el grado en que se están logrando los objetivos. (Stevens, 1951) citado por Kanashiro (2017), conforme a la conceptualización del término tradicionalmente difundido, dice medir es asignar números, valores o simbología a las propiedades de objetos o eventos cumpliendo las reglas.

(Tumbaco et al.,2020), Un indicador es una medida de gestión que sirve para evaluar la eficacia de una empresa en relación con sus objetivos, metas y responsabilidades de acuerdo a los grupos de referencia (por ejemplo, empleados, proveedores, accionistas, clientes, comunidad, directorio).

Coronado (2021), Por otra parte, en la teoría, manifiesta, que se denomina indicador a una comparación de datos para una medición cuantitativa o una observación cualitativa.

Monroy & Simbaqueba (2017), Resalta que todas las actividades se pueden medir por parámetros, por lo tanto, para tomar decisiones se necesita estas señales para el seguimiento de la gestión, que aseguran que las actividades avanzan en la dirección correcta y permiten que la gestión evalúe sus resultados en relación con metas, objetivos y responsabilidades. (Pérez, 2019), Estas señales se conocen como indicadores de control, los mismos que se han convertido en una herramienta básica para las empresas porque ayuda a medir costos y procesos, tal como se demuestra en la teoría de Deming (1989) que ha referenciado a la gestión de la calidad manifestando que no se puede mejorar ni evaluar lo que no se mide, desde esta perspectiva se han generado un sinnúmero de estudios y teorías los mismos que influyen de forma directa sobre el uso y evolución de los indicadores de gestión.

Mejía (2020), La única constante es el cambio, que crea una interacción especial en las industrias y compañías, el sistema de indicadores de gestión debe ser visto a nivel de las metas, estrategias y procesos de la empresa. El conocimiento del sistema es esencialmente importante para respaldar que las operaciones se desarrollen de manera continua y para hacer aquellos ajustes resultantes del monitoreo continuo del mismo dentro de la empresa. Para (Pincay, 2020), la mejora continua significa aumentar el valor que la implementación de indicadores de gestión aporta a los usuarios; el objetivo es ejecutarlo más preciso, más flexible, más exacto, más fiable y más fácil. Un aspecto importante fue la observación de que muchas empresas no son conscientes del alcance de la gestión de la calidad del servicio y utilizan estrategias poco seguras para evaluar la productividad de sus colaboradores, igualmente carecen de experiencia previa en procesos de gestión empresarial.

A partir de estas teorías, se diseñan estrategias de planificación y previsión para mejorar los servicios y procesos y se consideran cuatro dimensiones generales:

Dimensión 1: Eficacia, Dimensión 2: Eficiencia, Dimensión 3: Calidad Dimensión 4: Economía. Es importante que las dimensiones proporcionadas estén directamente relacionadas con el nivel de logro de la meta, cada uno con sus respectivos indicadores: Eficacia: costo-beneficio, eficiencia: tiempo de ciclo de compras, calidad: satisfacción al cliente y confiabilidad. Economía: Ahorro total en costos.

En la parte de eficacia (Roncancio, 2021) indica que la cultura organizacional es muy primordial para el desempeño general de cualquier empresa, ya que una cultura que apoya y alienta a la totalidad está destinada a superar a la que no lo hace. Eficiencia, para Fernández-Rios & Sánchez (1997) como cita Espacios (2019), se trata de la capacidad que posee una organización para lograr los objetivos, incluyendo a los factores de su entorno de manera eficiente y la calidad evalúa el nivel de satisfacción percibido por el cliente.

Las teorías para entender la gestión de proceso de compras:

Quiroa (2022), Se entiende que la gestión de compras es la adquisición que realiza una empresa de bienes y servicios destinados a garantizar su propio proceso productivo. Según Emilio Martínez Moya (1999), abastecimientos es comprar del exterior de la empresa, los materiales, productos y servicios necesarios para su funcionamiento, estableciendo cantidades y plazos, certificando niveles de calidad básicos y al menor precio que se encuentren en el mercado.

EAE Business School (2022), En los últimos años, lograr la eficiencia y ser competitivo es en una necesidad obligatoria para las instituciones que operan en un entorno operativo en constante cambio afectando significativamente sus operaciones. La gestión de proveedores se está volviendo cada vez más importante para el correcto funcionamiento de las organizaciones en todo el mundo.

La gestión del proceso de compras, es un proceso relacionado con la adquisición de todo tipo de servicios y bienes, su objeto es la ejecución de los procesos: productivos, comerciales y administrativos, en cuanto a sus dimensiones

tenemos: Dimensión 1: Calidad: es el origen de la producción, por las preferencias del cliente o las condiciones que éste desea. Dimensión 2: Sistematización: Es el punto de partida para la operación ya que revisa el precio, garantía, y como se encuentran disponibles son formas básicas para el cliente, que influyen en la toma de decisiones. Dimensión 3: Almacén: Aquí empieza la determinación de los costos iniciales y diversos factores, inventarios, espacios de almacenaje y vencimientos. Dimensión 4: Selección de proveedores, aquel proceso en el que se define un proveedor de todos los que han licitado. Por tal motivo, es importante resaltar que todas las técnicas que se usan para evaluar proporcionan porcentajes para la decisión y sus indicadores, Calidad: Eficiencia y productividad. Sistematización: Mejor alternativa, buena comunicación. Almacén: Recepción e inventario, Selección de proveedores: precios y garantía.

Álvarez (2021), Una correcta selección de proveedores ayuda a lograr una adecuada gestión de los procesos de compra en las organizaciones, el cual es parte importante para mantener socios sostenibles y seguros, no solo significan recursos de calidad y la capacidad de proporcionar buenos productos, sino también la posibilidad de costos bajos o la certeza de que siempre tenemos los mismos productos cuando se necesitan. Por lo tanto, al seleccionar a los proveedores, se debe tomar un tiempo para evaluar cuidadosamente las diversas opciones disponibles, porque es muy importante conseguir que los bienes y servicios sean óptimos ya que influyen directamente en la operatividad de la organización, así mismo las materias primas utilizadas en el proceso de producción, y así poder satisfacer las necesidades de la organización y del usuario final.

Liñán (2019), La relación de la gestión de compra y los valores operacionales por medio de la interacción de instrumentos de planificación, es fundamental, pues de ello depende ser competitivo en el mercado, considerando que actualmente los consumidores son exigentes y cambiantes. De tal manera se indica que el procedimiento de compra y los costes logísticos van evolucionado de acuerdo al cambio en el mercado, con la intención que los artículos manufacturados lleguen en el momento oportuno, en el lugar indicado y a un valor justo, entre los

principales objetivos de esta gestión es obtener el producto o servicio al precio más bajo que se ajuste a las necesidades de calidad, los diferentes procesos de adquisiciones permiten un funcionamiento adecuado, pagando un precio justo, considerando que las compras de materiales y materia prima no afectan la calidad del producto.

Taquire et. al., (2018) En cuanto al crecimiento y desarrollo de las empresas, manifiesta que estas requieren de un desempeño mejor en cada área para seguir cumpliendo con las expectativas de un mundo globalizado y de constante innovación, indica que una de ellas es el área de compras porque es parte principal del negocio, el esfuerzo de las organizaciones por responsabilizarse por la obtención de materiales y productos de proveedores a precios accesibles y de calidad que la empresa está segura de alcanzar las metas planteadas para los clientes externos e internos. Por otra parte, hoy en día, los desafíos de la gestión de compras son muy exigentes y se convierte en un elemento estratégico porque debe asegurar la disponibilidad de proveedores que entreguen productos de calidad a precios accesibles y con un buen servicio.

III.METODOLOGÍA

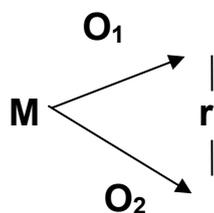
3.1. Tipo y diseño de la investigación

3.1.1 Tipo de investigación

Se utilizará para el presente trabajo el tipo de investigación básica, plantea Rodríguez (2018), que la investigación básica, busca información para promover una sociedad día a día más avanzada, se basa en la realidad o los fenómenos naturales para responder mejor a los desafíos del mundo, y es de enfoque cuantitativo.

3.1.2 Diseño de la investigación.

A su vez se identifica que será un diseño no experimental, correlacional asociativo y transversal. En el presentes estudio no se manipularán las variables, siendo una investigación no experimental y busca la medición de las variables en su entorno natural.



En Dónde:

M	Empresa comercializadora Durán. Ecuador 2022.
O_x	Gestión de proceso de compras
O_y	Indicadores de gestión
r	Relación de las variables

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1

Gestión del proceso de compras

Definición conceptual: Se entiende que la gestión de compras es la adquisición que realiza una la empresa de bienes y servicios destinados a garantizar su propio proceso productivo. (Quiroa 2022).

Definición operacional: La variable se medirá a través de cuestionario en la ficha donde se evaluarán las cuatro dimensiones: Calidad, sistematización, almacén, selección de proveedores.

Indicadores: Calidad: Eficiencia y productividad. Sistematización: Precios y garantía. Almacén: Recepción e inventario. Selección de proveedores: Mejor alternativa, buena comunicación.

Escala de medición: Es ordinal. Categorizando sus respuestas; Nunca (1). con frecuencia (2), Siempre (3).

Variable 2

Indicadores de gestión

Definición conceptual:

Los indicadores son la medida del estado y desempeño de un macroproceso, proceso o actividad, en un momento determinado e indican el grado en que se están logrando los objetivos. Serna (2005, como se citó en, Espacios, 2019)

Definición operacional: La variable estará medida por medio de cuestionario el mismo que tendrá por referencia las dimensiones: Calidad, Eficiencia, Eficacia y Economía.

Indicadores: Eficacia: costo-beneficio, eficiencia: tiempo de ciclo de compras, calidad: satisfacción al cliente y confiabilidad. Economía: Ahorro total en costos, Presupuesto

Escala de medición: Ordinal. Con sus categorías de respuesta. Siempre (3), con frecuencia (2), Nunca (1).

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

La población del estudio está constituida por los elementos participantes definidos y delimitados en el análisis del problema de investigación (personas, objetos, organismos, historia). La población es una característica investigable, medida y

determinada y elementos existentes o unidades de análisis que pertenecen al dominio particular en el que se realiza el estudio.

La población estará compuesta por 70 trabajadores de diferentes áreas involucradas en compras.

Trabajadores	Cantidad
Administrativos	38
Operativos	32
Total	70

Fuente: Registro de trabajadores administrativos y operativos empresa comercializadora Durán. Ecuador.

3.3.2 Muestra

Se conformó por 70 trabajadores, de tal manera la muestra y la población son de la misma proporción.

3.3.3 Muestreo

No se aplicó muestreo porque la muestra y la población tienen el mismo volumen siendo una población censal. (Ozten & Manterola , 2017).

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Se utiliza la encuesta como técnica. Como expresan (Silvestre & Huamán, 2019), estos son instrumentos diversos que manipula el investigador con la intención de tener resultados de acuerdo al enfoque en las diversas etapas del estudio con los recursos disponibles y tangibles que son evaluadas por investigadores para sistematizar sus valoraciones de varios aspectos de un estudio. Los instrumentos de investigación son los recursos que el investigador usa para encontrar problemas y fenómenos y obtener información de ellos. (De la Lama et. al., 2021).

Los resultados de La gestión de proceso de compras serán calificados a través de un cuestionario, el misma que estará conformada por dieciséis ítems, que determinará las dimensiones: Calidad, Selección de proveedores, Sistematización, Cantidad.

La variable indicadores de gestión, de la misma manera se medirá mediante unas preguntas en cuestionario, que lleva los siguientes ítems por dimensión: economía eficacia, eficiencia economía.

Validez

La validez del instrumento es la confirmación en que una variable puede mide los factores que se están revisando, los instrumentos se validan y definen en función de los criterios de los profesionales de acuerdo a las variables investigadas. Los mismos examinarán y darán apreciaciones de cada componente del instrumento de medición. El primer validador es el Msc. Manuel Antonio Rodas Pérez, director del proyecto: Investigación de diseño y desarrollo de la marca indígena KACHAPUNKO, participante del V Congreso internacional para el desarrollo local, sociedad del conocimiento, retos y perspectivas, con especialidad en comunicación estratégica y marketing, la Msc. Mery Lisbeth Ibarra García, con especialidad en Gerencia y administración hospitalaria, creadora del programa para hemodinamia de la clínica Alcivar, conferencista de mejora continua de procesos en el manual de seguridad y atención a la paciente replicada en las mejores clínicas de Ecuador y la Msc. Ana Belén Elizalde Ruíz, especialista en Derecho y Negocios internacionales, coordinadora de Importaciones de una empresa multinacional alemana, capacitadora en liderazgo con su folleto las negociaciones y el trabajo en equipo replicado en agentes de aduana, con varios artículos en revistas institucionales.

Confiabilidad

Según, (Santos, 2017) La confiabilidad es la determinación de la medida en que las respuestas de un instrumento administrado a un grupo de personas son estables, independientemente de quien lo use o cuándo se lo administre.

Los dos instrumentos se sometieron a la medición de Alfa de Cronbach, para ver su confiabilidad

Debido a que hay mucha información sobre posibles errores en el proceso de investigación, los expertos deben reducir las variables involucradas en la medición para poder confiar en los resultados y conclusiones de la investigación.

En la gestión de proceso de compras se obtuvo un índice de 0,872 y en los indicadores de gestión resultó el 0,832, por lo tanto indica que es un nivel bueno, para ser trabajado en la prueba piloto.

3.5 Procedimiento

Se procederá a la realización de actividades de forma práctica inherentes a la investigación, se pidió aprobación a la empresa en la cual se ejecutará el estudio, se socializó con los trabajadores capacitándolos en lo necesario posterior a la aplicación de los instrumentos, estos instrumentos los mismos que son revisados por expertos aplicando la prueba de confiabilidad mediante una prueba piloto hecha a trabajadores (20), en una empresa con la misma actividad económica que la que se va a estudiar.

Con finalidad estadística, los datos de serán tabulados en una matriz de Excel.

3.6. Métodos de análisis de datos

El presente estudio utiliza tablas de frecuencia en el análisis descriptivo y el software IBM. SPSS (Statistical Package for Social Sciences) en el análisis inferencial para calcular la relación entre las variables estudiadas. En cambio, el coeficiente Rho de Spearman para el análisis inferencial como prueba no paramétrica, el mismo que es usado para revisar la relación de las variables en que -1 nos indica una relación negativa (Coello, 2017) si no existe relación 0 y +1 manifiesta una relación positiva.

3.7. Aspectos éticos

Entre los aspectos éticos que resaltaremos en el trabajo indico que este trabajo se realizó, previa aprobación de los entes que intervienen en la misma. La investigación realizada es de mi responsabilidad, he citado a cada teórico de manera respectiva, los individuos que intervinieron, fueron espontáneos y abordados con consideración y autonomía. Las normas APA séptima edición se consideraron al citar y referenciar, también la guía 110-2022-VI-UCV utilizada por la Universidad Cesar Vallejo para productos académicos

IV. RESULTADOS

Análisis descriptivo

Tabla 1 Distribución de frecuencias según niveles de la variable gestión de proceso de compra (n=70)

Nivel	Variable		Dimensiones							
	Gestión de proceso de compras		Calidad		Sistematización		Almacén		Selección de proveedores	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Alto	0	.00	4	5.71	0	.00	6	8.57	0	.00
Medio	46	65.71	29	41.43	8	11.43	40	57.14	26	37.14
Bajo	24	34.29	37	52.86	62	88.57	24	34.29	44	62.86
Total	70	100.00	70	100.00	70	100.00	70	100.00	70	100.00

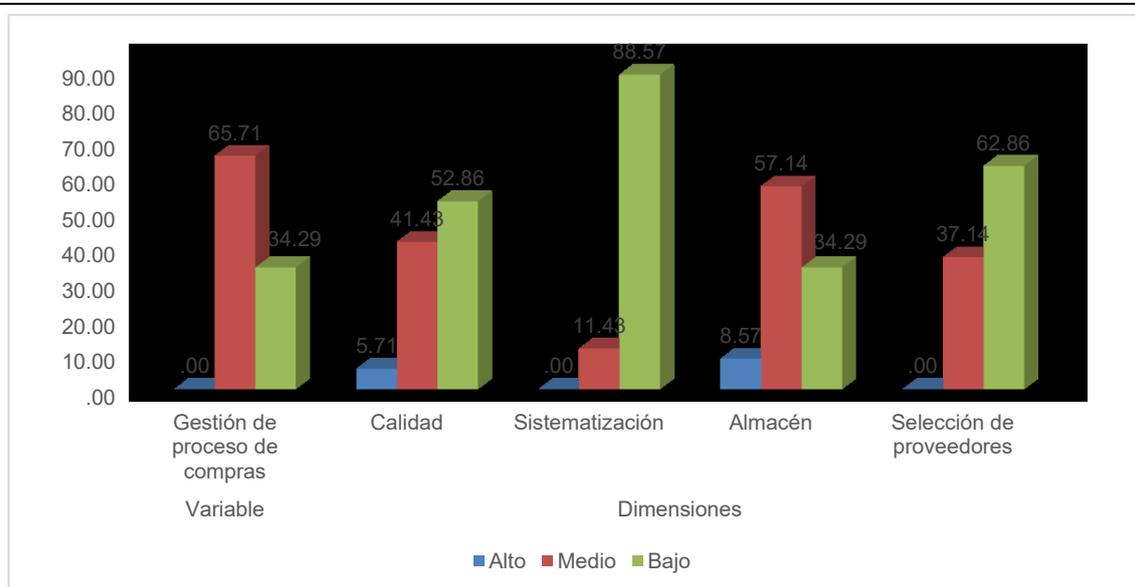


Figura 1. Distribución de porcentajes de la variable gestión de proceso de compras y sus dimensiones.

En la tabla 1 y figura 1, se analizaron las evidencias descriptivas de la variable gestión de procesos de compra y cada uno de sus factores subyacentes, de tal manera que, para el constructo general la distribución de los participantes se concentro en su mayoría en el nivel medio (65.71%) seguido del nivel bajo (34.29%), en las dimensiones calidad, sistematización y selección de proveedores prevalece el nivel bajo (52.86% a 88.57%) seguido del nivel medio (37.14% a 41.43%), y en la dimensión almacén predomina el nivel medio (57.14%) seguido del nivel bajo (34.29%).

Tabla 2 Distribución de frecuencias según niveles de la variable indicadores de gestión (n=70)

Nivel	Indicadores de gestión	
	f	%
Alto	0	.00
Medio	42	60.00
Bajo	28	40.00
Total	70	100.00

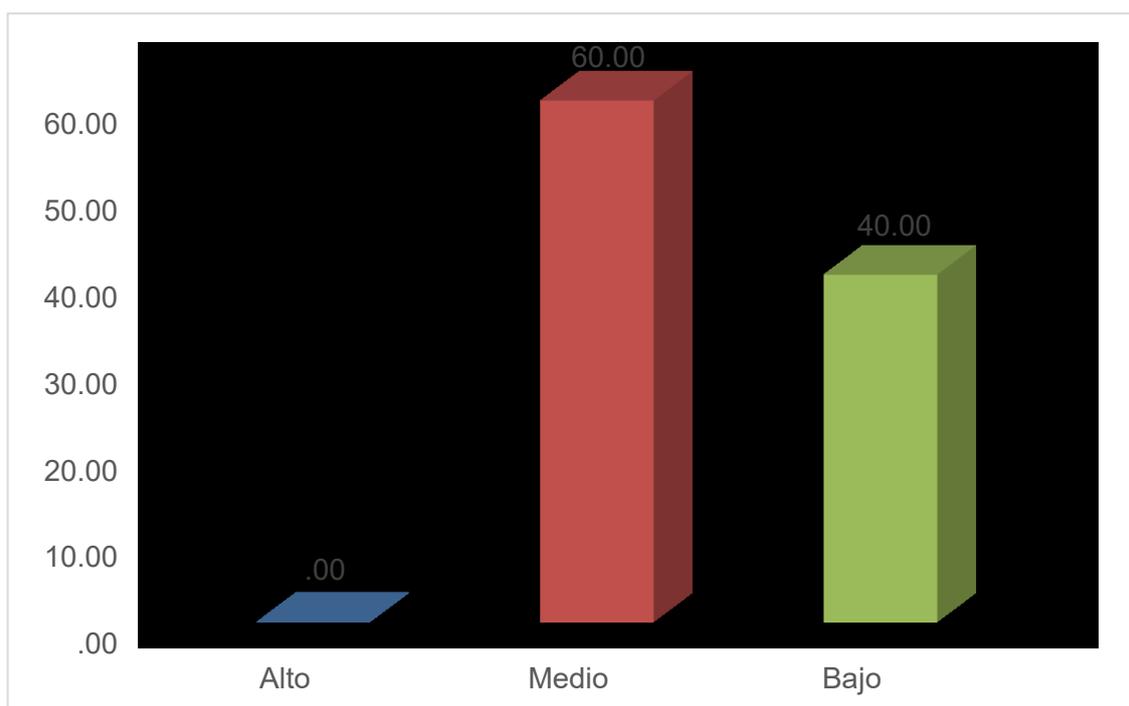


Figura 2. Distribución de porcentajes de la variable indicadores de compra

En la tabla 2 y figura 2, se aprecia que los participantes en la variable indicadores de gestión se distribuyeron en mayor medida en el nivel medio con un 60%, seguido del nivel bajo con un 40%, en tanto, en el nivel alto ningún participante se ubica.

Análisis de correlación

Tabla 3 Correlación entre gestión de proceso de compras e indicadores de gestión (n=70)

		Gestión de procesos de compras		Total	Chi cuadrado	
		Bajo	Medio			
Indicadores de gestión	Medio	Recuento	9	33	42	X ² =7,704; p=.006
		% dentro de Gestión de procesos de compras	37.5%	71.7%	60.0%	
	Bajo	Recuento	15	13	28	
		% dentro de Gestión de procesos de compras	62.5%	28.3%	40.0%	
Total		Recuento	24	46	70	
		% dentro de Gestión de procesos de compras	100.0%	100.0%	100.0%	

Correlación de Spearman=,551**, P=.000, r²=.304

En la tabla 3, se analizó la asociación entre la variable gestión de proceso de compras con indicadores de gestión, de tal manera que, hay presencia de significancia estadística (X²=7.704, p<.05) en dicha asociación, asimismo, se aprecia que el total de participantes que se ubicaron en el nivel bajo en gestión de proceso de compras (24) el 62.5% (15) también se ubicaron en el nivel bajo en indicadores de gestión y, de quienes se ubicaron en el nivel medio en gestión de proceso de compras (46) el 60% (33) se ubicaron en el nivel alto en indicadores de gestión. Dicha evidencia se corroboró en el análisis de correlación a través del coeficiente de Spearman donde hay presencia de correlación positiva y significativa (rho=.551**), explicando la gestión de proceso de compras a los indicadores de gestión en un 30.4% (r²=.304).

Tabla 4 Correlación entre la dimensión calidad e indicadores de gestión (n=70)

			Calidad			Total	Chi cuadrado
			Bajo	Medio	Alto		
Indicadores de gestión	Medio	Recuento	21	17	4	42	X ² =2.852; p=.240
		% dentro de Calidad	56.8%	58.6%	100.0%	60.0%	
	Bajo	Recuento	16	12	0	28	
		% dentro de Calidad	43.2%	41.4%	0.0%	40.0%	
Total	Recuento	37	29	4	70		
	% dentro de Calidad	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		

Correlación de Spearman= ρ =.197, p =.102, r^2 =.039

En la tabla 4, se observó la asociación entre la dimensión calidad de gestión de proceso de compras con la variable indicadores de gestión, de tal manera que dicha asociación no es significativa ($X^2=2.85$, $p>.05$), a su vez se aprecia que en la dimensión calidad del total de participantes que se ubican en el nivel bajo (37) el 56.8% (21) se ubica en el nivel medio en indicadores de gestión, de modo similar de quienes se ubican en el nivel medio en calidad (29) el 58.6% (17) se muestran en nivel medio en indicadores de gestión, finalmente, los que se ubican en el nivel alto en calidad (4) todos refieren presentar un nivel medio en indicadores de gestión. Dicha evidencia guarda semejanza con los hallazgos reportados por el coeficiente de correlación de Spearman donde la evidencia muestra ausencia de correlación significativa entre las variables (ρ =.197, p =.102), donde la dimensión calidad solo explica el 3.9% a los indicadores de gestión.

Tabla 5 Correlación entre la dimensión sistematización e indicadores de gestión (n=70)

		Sistematización		Total	Chi cuadrado	
		Bajo	Medio			
Indicadores de gestión	Medio	Recuento	34	8	42	X ² =6.022; p=.014
		% dentro de Sistematización	54.8%	100.0%	60.0%	
	Bajo	Recuento	28	0	28	
		% dentro de Sistematización	45.2%	0.0%	40.0%	
Total	Recuento	62	8	70		
	% dentro de Sistematización	100.0%	100.0%	100.0%		

Correlación de Spearman=.406**, p=.000, r²=.165

En la tabla 5, se aprecia la asociación entre la dimensión sistematización con la variable indicadores de gestión, donde se apreció presencia de correlación significativa (X²=6.022, p=.014), donde se muestra que del total de participantes que se ubican en el nivel bajo en sistematización (62) el 45.2% (28) se ubica en el nivel medio en indicadores de gestión, y de los 8 participantes que se ubican en el nivel medio en sistematización todos (100%) se ubican también en el nivel medio en indicadores de gestión. Dichas evidencias se corroboraron con el reporte del coeficiente de correlación de Spearman (rho=.406, p<.01), donde la sistematización explica en un 16.5% (r²=.165) a los indicadores de gestión.

Tabla 6 Correlación entre la dimensión almacén e indicadores de gestión (n=70)

			Almacén			Total	Chi cuadrado
			Bajo	Medio	Alto		
Indicadores de gestión	Medio	Recuento	12	25	5	42	X ² =2.465; p=.292
		% dentro de Almacén	50.0%	62.5%	83.3%	60.0%	
	Bajo	Recuento	12	15	1	28	
		% dentro de Almacén	50.0%	37.5%	16.7%	40.0%	
Total	Recuento	24	40	6	70		
	% dentro de Almacén	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		

Correlación de Spearman=,169, p=.161, r²=.029

En la tabla 6, se aprecia la asociación entre la dimensión almacén con los indicadores de gestión, donde no hay presencia de relación significativa (X²=2.465, p=.292), se evidenció que del total de participantes que se muestran en el nivel bajo en la dimensión almacén (24) el 50% (12) se ubica en el nivel alto y el otro 50% (12) en el nivel medio, de quienes se distribuyen en el nivel medio en almacén (40) el 62.5% se muestran en el nivel medio de indicadores de gestión, y de los 6 participantes que se ubican en el nivel alto en almacén 5 de ellos se ubican en el nivel medio de indicadores de gestión. Los hallazgos guardan similitud con lo reportado por el coeficiente de correlación de Spearman (rho=.169, p=.161), explicándose en un 2.9% los indicadores de gestión a partir de la dimensión almacén.

Tabla 7 Correlación entre la dimensión selección de proveedores e indicadores de gestión (n=70)

			Selección de proveedores		Total	Chi cuadrado
			Bajo	Medio		
Indicadores de gestión	Medio	Recuento	22	20	42	X ² =4.936; p=.026
		% dentro de Selección de proveedores	50.0%	76.9%	60.0%	
	Bajo	Recuento	22	6	28	
		% dentro de Selección de proveedores	50.0%	23.1%	40.0%	
Total	Recuento		44	26	70	
	% dentro de Selección de proveedores		100.0%	100.0%	100.0%	

Correlación de Spearman=,278*, p=.020, r²=.077

En la tabla 7, se aprecia la asociación entre la dimensión selección de proveedores con los indicadores de gestión, donde la asociación es significativa (X²=4.936, p=.026), denotando que de los participantes que se distribuyen en el nivel bajo en selección de proveedores (44) el 50% se también se distribuyen en el nivel bajo en indicadores de gestión, y de los 26 participantes que se ubican en el nivel medio en selección de proveedores el 76.9% (20) también se ubican en el nivel medio en indicadores de gestión; dicha evidencia se corroboró con lo reportado por el coeficiente de correlación de Spearman (rho=.278, p<.05), donde la selección de proveedores explica en un 7.7% los indicadores de gestión.

Tabla 8 Puntos de corte según distribución de rangos para el instrumento de gestión de proceso de compra

Nivel	Dimensiones												Gestión de procesos de compras		
	Calidad			Sistematización			Almacén			Selección de proveedores					
Alto	10	-	12	10	-	12	10	-	12	10	-	12	38	-	48
Medio	8	-	9	8	-	9	8	-	9	8	-	9	28	-	37
Bajo	4	-	7	4	-	7	4	-	7	4	-	7	16	-	27

Tabla 9 Puntos de corte según distribución de rangos para el instrumento indicadores de gestión

Nivel	Indicadores de gestión		
Alto	38	-	48
Medio	28	-	37
Bajo	16	-	27

V. DISCUSIÓN

Tomando en cuenta el objetivo general que indica como requerimiento, determinar si existe relación entre la gestión de proceso de compras y los indicadores de gestión de una empresa comercializadora ubicada en Durán, Ecuador 2022. Donde se pudo corroborar con análisis de correlación a través del coeficiente de Spearman que hay presencia de correlación positiva y significativa dando resultado ($\rho=.551^{**}$) y una significancia de 0.000 inferior a 1 %, en estos resultados del estudio se determinó que existe relación entre la gestión de compras y los indicadores de gestión en la organización estudiada, lo que guarda relación teóricamente con Emilio Martínez Moya (1999), que indica que la gestión de compras es la adquisición de bienes y servicios que realiza una empresa con la finalidad de garantizar su propio proceso de producción, lo que permitirá el abastecimiento oportuno y preciso, concordando también que abastecer es comprar fuera de las empresa, los insumos necesarios para que pueda funcionar, atendiéndolo en cantidades y plazos, tomando en cuenta los indicadores de calidad y económicos dentro del mercado, de la misma manera concuerda con (Tumbaco et al.,2020), quien hace mención de la importancia de los indicadores de gestión en una empra ya que sirven para la evaluación de la eficacia con que se logran los objetivos en los diferentes departamentos. Estos hallazgos de igual manera coinciden con lo indicado por Mejía (2020), donde dice que la única que es importante el cambio, lo que permite una interrelación dentro dinámica dentro de las organizaciones, determina que es importante que los indicadores de gestión deben ser visto a nivel de las metas, estrategias y procesos de la empresa. El mismo que manifiesta que conocer el sistema es muy importante para verificar que todas las operaciones se hagan de manera continua y para obtener resultados positivos se debe monitorear continuamente los procesos y entre ellos la gestión de compras.

Examinada la relación entre las variables de gestión del proceso de compras y los indicadores de gestión, se constató en esta parte la presencia de significancia estadística de ($\chi^2=7.704$, $p<.05$) en tal asociación, Con dicha evidencia se reitera el análisis de correlación a través del coeficiente de Spearman donde hay

presencia de correlación positiva y significativa ($\rho=.551^{**}$), explicando la gestión de proceso de compras a los indicadores de gestión en un 30.4% ($r^2=.304$), lo que guarda semejanza según los resultados con la investigación Moreno (2019), quien se enfocó en desarrollar indicadores de gestión dentro de un procedimiento, corroborando que la elaboración de métricas dentro de una gestión orientan a una mejor desarrollo de los departamentos dentro de la organización, garantizando el alcance y competencia de los requerimientos de acuerdo a las necesidades del personal, en su investigación indica que el monitoreo da respuestas significativas, por lo tanto, la necesidad de implementar medidas de mejora preventivas y correctivas dentro de las organizaciones es importante en resumen contextualizar lo que se debe hacer si no se cumple la meta o tomar acciones correctivas en cada proceso

Para, Monroy & Simba (2017), consecuentemente todas las actividades se pueden medir por parámetros, por lo tanto, para la toma de decisiones se necesita estas señales para el seguimiento de los procesos, que garantizan que las actividades sigan el camino correcto permitiendo que la gestión evalúe sus resultados en relación a sus metas también con los objetivos y responsabilidades. En relación a lo antes expuesto (Pérez, 2019) indica que estas señales tienen el nombre de indicadores de control o gestión, los cuales se han convertido en una herramienta principal para las empresas, porque ayudan a evaluar costos y procedimientos, de la misma manera se relaciona con la teoría de Deming (1989) que ha indicado que la gestión de calidad si no es medida no se puede mejorar ni evaluar, desde este punto de vista se corrobora los resultados de la tabla 2, Distribución de frecuencias según niveles de la variable indicadores de gestión se apreció que los participantes en la variable indicadores de gestión se distribuyeron en gran medida en el nivel medio, guardando concordancia con Gustavson (2021) ya que en los resultados de su investigación resaltó que depende del estado de la organización lo que permite que por medio de las actividades realizadas entre ella los indicadores y valoración e implementación de formatos aplicados a las áreas se pueden tomar acciones de mejora. Estos resultados también tienen afinidad con lo que indica Londoño (2020), en sus resultados de su análisis de evaluación de los indicadores de gestión, calidad e impacto expresó que los mismo tienen

como objetivo medir la gestión de los diferentes servicios, así también con los objetivos y la realización de los productos que se ofrecen, así mismo indica que los indicadores sirven para evaluar los resultados de una gestión dentro de la empresa.

Según Serna (2005, como se citó en, Espacios, 2019), estos indicadores miden el desempeño de diferentes actividades, en un momento y nos dan a notar como se están cumpliendo los objetivos en porcentajes determinados. Se relaciona al igual con (Stevens, 1951) citado por Kanashiro (2017), quien indica que conforme a los conceptos tradicionales: medir es asignar números, valores o simbología a las propiedades de objetos o eventos cumpliendo las reglas. En esta línea se relaciona a lo expuesto por (Tumbaco et al.,2020), un indicador es una medida de gestión que sirve para evaluar la eficacia de una empresa en relación con sus objetivos, metas y responsabilidades de acuerdo a los grupos de referencia (por ejemplo, empleados, proveedores, accionistas, clientes, comunidad, directorio), de la misma manera Coronado (2021), por otra parte, manifiesta, que se denomina indicador a una comparación de datos para una medición cuantitativa o una observación cualitativa.

En cuanto al análisis del primer objetivo específico, determinar la relación entre los indicadores de gestión y la calidad de una empresa comercializadora de Durán. Ecuador 2022, en la tabla 4, se observó la asociación entre la dimensión calidad de gestión de proceso de compras con la variable indicadores de gestión, de tal manera que dicha asociación no es significativa ($X^2=2.85$, $p>.05$), a su vez se aprecia que en la dimensión calidad del total de participantes que se ubican en el nivel bajo (37) el 56.8% (21) se ubica en el nivel medio en indicadores de gestión, de modo similar de quienes se ubican en el nivel medio en calidad (29) el 58.6% (17) se muestran en nivel medio en indicadores de gestión, finalmente, los que se ubican en el nivel alto en calidad (4) todos refieren presentar un nivel medio en indicadores de gestión, los hallazgos reportados por el coeficiente de correlación de Spearman donde la evidencia muestra ausencia de correlación significativa entre las variables ($\rho=.197$, $p=.102$), donde la dimensión calidad solo explica el 3.9% a los indicadores de gestión no concordando con los

resultados de Cornejo (2019), en su trabajo investigativo: Estrategias hacia la calidad de Servicio, del Banco General Rumiñahui. Por medio de encuestas que realizó a los clientes y la recepción de reclamos en los años 2017 y 2018, observó que los índices de satisfacción y tipos de los reclamos más recurrentes que definieron la aplicación de un modelo de proceso analítico y jerárquico que le permitió identificar criterios y alternativas para la evaluación del desempeño de los prestadores de servicios. Se elaboraron planes de acción y contingencia utilizando el método propuesto para la reducción de riesgos. Cuyos resultados fueron tiempo 11,33 calidad 7,33. Con base en los criterios definidos para la evaluación, la oferta de servicios y sus proveedores fueron evaluados objetivamente al inicio de cada cálculo; el cumplimiento de las normas, prácticas y procedimientos establecidos y cómo los resultados obtenidos permitieron la elaboración de planes de mejora continua en cuanto a calidad, entonces para (Pincay, 2020), la mejora continua significa aumentar el valor que la implementación de indicadores de gestión aporta a los usuarios; el objetivo es ejecutarlo más preciso, más flexible, más exacto, más fiable y más fácil. Un aspecto importante fue la observación de que muchas empresas no son conscientes del alcance de la gestión de la calidad del servicio y utilizan estrategias poco seguras para evaluar la productividad de sus colaboradores, igualmente carecen de experiencia previa en procesos de gestión empresarial.

Referente al segundo objetivo específico, determinar la relación entre la dimensión sistematización y los indicadores de gestión de una empresa comercializadora de Durán. Ecuador 2022. Los resultados obtenidos correlación de Spearman= $.406^{**}$, $p=.000$, $r^2=.165$ como se observa en la tabla 5, se aprecia la asociación entre la dimensión sistematización con la variable indicadores de gestión, donde se apreció presencia de correlación significativa ($X^2=6.022$, $p=.014$), dichas evidencias se corroboraron con el reporte del coeficiente de correlación de Spearman ($\rho=.406$, $p<.01$), donde la sistematización explica en un 16.5% ($r^2=.165$) a los indicadores de gestión. Teniendo relación con Liñán (2019), donde se nota que la gestión de compra y los valores operacionales por medio de la interacción de instrumentos de planificación, es fundamental, pues de ello depende ser competitivo en el mercado, considerando que actualmente

los consumidores son exigentes y cambiantes. De tal manera se indica que el procedimiento de compra y los costes logísticos van evolucionado de acuerdo al cambio en el mercado, con la intención que los artículos manufacturados lleguen en el momento oportuno, en el lugar indicado y a un valor justo, entre los principales objetivos de esta gestión es obtener el producto o servicio al precio más bajo que se ajuste a las necesidades de calidad, los diferentes procesos de adquisiciones permiten un funcionamiento adecuado, pagando un precio justo, considerando que las compras de materiales y materia prima no afectan la calidad del producto.

Respecto al tercer objetivo determinar la relación entre la dimensión almacén y los indicadores de gestión de una empresa comercializadora de Durán. Ecuador 2022. Los resultados obtenidos denotan que no hay presencia de relación significativa la asociación entre la dimensión almacén con los indicadores de gestión, donde no hay presencia de relación significativa ($\chi^2=2.465$, $p=.292$), los hallazgos guardan similitud con lo reportado por el coeficiente de correlación de Spearman ($\rho=.169$, $p=.161$), explicándose en un 2.9% los indicadores de gestión a partir de la dimensión almacén. Aquí empieza la determinación de los costos iniciales y diversos factores, inventarios, espacios de almacenaje y vencimientos.

Para Gustavson (2021), resalta la importancia de una gestión del inventario de los equipos dentro de una organización porque conjunto a la gestión de compras facilita los procedimientos y permite tener los documentos debidamente en orden y poder tener mapeado el stock lo que resulta favorable para la empresa de la misma manera permite comprender el estado actual por medio de inventarios para implementar acciones de mejora.

En cuanto, al objetivo determinar la relación entre la dimensión selección de proveedores y los indicadores de gestión de una empresa comercializadora de Durán. Ecuador 2022. En los resultados encontrados se aprecia la asociación entre la dimensión selección de proveedores Correlación de Spearman= $.278^*$, $p=.020$, $r^2=.077$ entre la dimensión selección de proveedores con los indicadores

de gestión, donde la asociación es significativa coincidiendo con el estudio de Laura et. al (2020), en su trabajo la gestión de abastecimiento enfatiza que es una rama del saber logístico moderno, donde resaltó los principales lineamientos del tema en relación a la gestión de proveedores debe basarse en varios aspectos, tales como: encontrar, elegir, negociar y gestionar la compra de los productos necesarios para cada categoría de tiendas, logrando así una ventaja competitiva en términos de calidad y entrega al comprar los bienes. La gestión de proveedores se está volviendo cada vez más importante para el correcto funcionamiento de las organizaciones en todo el mundo. EAE Business School (2022).

Asimismo, Álvarez (2021), sustenta que una correcta selección de proveedores conlleva a lograr una acertada gestión de los procesos de compra en las empresas, el cual es parte esencial para mantener socios sostenibles y seguros, no solo son recursos de calidad y la capacidad de proporcionar buenos productos, sino también la posibilidad de costos bajos o la certeza de que siempre tenemos los mismos productos en el momento en que necesitan. De tal manera que, al seleccionar proveedores, se debe considerar un tiempo para evaluar detenidamente las diversas opciones disponibles, porque es importante conseguir que los bienes y servicios sean óptimos ya que influyen de manera directa la operación de la empresa, de la misma manera las materias primas utilizadas en el proceso de producción, y cumplir con las expectativas de la empresa y el usuario final.

VI. CONCLUSIONES

1. De acuerdo al objetivo general, se concluye que existe relación entre la gestión de proceso de compras y los indicadores de gestión en una empresa ubicada en Duran. Ecuador 2022; teniendo una relación positiva alta ($r = .551$) y un nivel de significancia ($p = 0.000 < 0.01$), llevando a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis general.
2. Respecto a la relación entre la dimensión calidad y los indicadores de gestión se determinó que dicha asociación no es significativa en un nivel bajo, ($\rho = .197$, $p = .102$) y ($p > .05$) comprobando que no hay relación entre ellas.
3. En cuanto a la relación de dimensión sistematización con la variable indicadores de gestión, donde se apreció presencia de correlación significativa de Spearman ($\rho = .406$) y un nivel de significancia ($p = 0.000 < 0.01$); afirmando que existe relación de la sistematización y los indicadores de gestión de una empresa ubicada en Durán. Ecuador.
4. En cuanto a la relación entre la dimensión almacén con los indicadores de gestión, se aprecia que no hay presencia de relación significativa Los hallazgos de correlación de Spearman ($\rho = .169$) y nivel de significancia ($p = .161$), por lo que no existe relación entre almacén y los indicadores de gestión
5. Se culmina que existe relación entre la dimensión selección de proveedores con los indicadores de gestión teniendo una correlación de Spearman ($\rho = .278$) y un nivel de significancia ($p = 0.000 < 0.01$), comprobando que hay una relación estadística muy significativa y directa entre la variable y la dimensión de estudio.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la Gerencia General, idear un plan de capacitación para los colaboradores que les permita dar a conocer la metodología de indicadores de gestión, con la finalidad de disminuir tiempos en los procesos considerados críticos y que deben ser mejorados de forma continua dentro de la empresa.

Se recomienda a los mandos medios, revisar los indicadores de la empresa con la finalidad de que la información que se obtenga sea confiable para que los trabajadores que la reciben usen estos datos para implementar mejoras.

Se recomienda a los jefes departamentales generar mayor interacción con los empleados creando ambientes colaborativos y participativos, utilizando métodos que motiven a tener una excelente comunicación y organización de sus solicitudes de pedidos ayudando a la gestión de compras lo que permitirá el logro conjunto de los objetivos de la empresa.

A la jefatura de almacén se recomienda revisar el procedimiento con sus operarios, mediante una comunicación asertiva estimulando a tener nuevos métodos para poder medir su gestión implementando tecnologías que permitan manejar el stock de una forma rápida y segura generando altas expectativas en ellos.

Al área de compras se recomienda realice permanentemente entrevistas a los proveedores con el propósito de tener su opinión sobre los pedidos y estén pendiente de las necesidades de la empresa y mantener una relación estable del proceso de compras manteniendo estrategias que le permitan lograrlo.

Se recomienda a la comunidad científica considerar los resultados del presente trabajo para nuevas investigaciones que utilicen las variables de gestión de compras y los indicadores de gestión, llevándolo a un diseño experimental en la población que se ha tomado en el contexto de estudio.

REFERENCIAS

- Alcaraz, M. (2017). Actividades de la Cadena de Valor. Obtenido de <https://www.getbillage.com/es/blog/actividades-cadena-valor>
- Álvarez Ojeda, V. (2021). Selección de proveedores, factor de éxito en la gestión de compras del producto restauración. Revista Científica Arbitrada De Investigación En Comunicación, Marketing Y Empresa. doi:<https://doi.org/10.46296/rc.v4i7.0022>
- Alzate Cristina, B. J. (2020). Debilidad simétrica en los indicadores gestión. ECONOMÍA Y LA EMPRESA. Obtenido de <file:///C:/Users/mmacias/Downloads/3720-Texto%20del%20art%C3%ADculo-16789-3-10-20200430.pdf>
- Barén Sabando , C., & Cantos Loor, G. (2021). Impacto financiero de la implementación de un sistema de Gestión de Calidad y la incidencia actual respecto a la reputación corporativa en una empresa florícola. Calceta. Obtenido de <https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1516/1/TTAE31D.pdf>
- Castro, J. (2021). 6 Consejos para aumentar la rentabilidad de una empresa. Mexico: Corponet. Obtenido de <https://blog.corponet.com/6-consejos-para-aumentar-la-rentabilidad-de-tu-empresa>
- Cerem, C. (2022). TENDENCIAS EN LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS PARA EL AÑO 2022. Obtenido de <https://www.cerem.es/blog/tendencias-en-la-gestion-de-recursos-humanos-para-el-ano-2022>
- Coello Guaman, G. M. (2017). Legislation applicable to the processes of acquisition and contracting of goods and services in the public and private sectors. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/10874>
- Cornejo Vega, J. (2019). Diseñar un modelo de indicadores KPI de la gestión de calidad del servicio para evaluar a los proveedores en una Institución Financiera del Área de Canales y su impacto final al cliente. Quito. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/17043/TESIS%20JAMIL%20CORNEJO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Coronado Mondragón, O. (2021). Hablemos de básicos en indicadores. Obtenido de <https://www.linkedin.com/pulse/hablemos-de-b%C3%A1sicos-en-indicadores-omar-abisa%C3%AD-coronado-mondrag%C3%B3n/?originalSubdomain=es>
- Da Silva, D. (2020). Tipos de indicadores de desempeño: 9 KPIs clave para empresas. Obtenido de Web Content & SEO Associate: <https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-indicadores-desempeno/>
- De la Lama Zubirán, P., De la Lama Zubirán , M., & De la Lama García, A. (2021). The Instruments of Scientific Research. Towards a Theoretical Platform that Clarifies and Gratifies. doi:<https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2020.18.403>
- Espinoza Ugarte, C. (2018). Análisis del proceso de compras para diseñar una propuesta de indicadores de gestión que permita mejorar los procesos del área de compras. Guayaquil. Obtenido de

- <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11016/1/T-UCSG-POS-MAE-187.pdf>
- Fernández, A. J. (2020). INDICADORES DE GESTIÓN PARA MEDIR EL DESEMPEÑO DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN EN LAS UNIVERSIDADES ECUATORIANAS. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v16n75/1990-8644-rc-16-75-334.pdf>
- Flores, M. d., & Rezzoagli, B. (2017). Compras y corrupción en el sector privado. Aplicación de las herramientas de la calidad a la gestión de adquisiciones de una organización educativa y propuestas de mejora. Santa Fé. Obtenido de <https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar/publicaciones/index.php/CE/article/view/6898>
- Fornos, G. (2020). Un desafío para las compras y la gestión del riesgo en la cadena de suministro. España: KPMG Tendencias. Obtenido de <https://www.tendencias.kpmg.es/2020/03/covid-19-cadenas-de-suministro/>
- Garzón, D. M. (2017). DESARROLLO DE INDICADORES DE GESTION, COMO MEDIO. Bogotá. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/15836/EspitiaGarzonDanielMauricio2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gustavson. (2021). Administración de procesos. Lima. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12867/4912>
- Huaire Inacio, E. (2019). Hipótesis y variables. doi:<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.
- Kanashiro Catañeda, C. (2017). LAS NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA, Y SU INCIDENCIA EN EL INFORME DE LA AUDITORÍA FINANCIERA, DE LAS EMPRESAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA EN LAPROVINCIADE HUÁNUCO, 2014. Obtenido de <https://docplayer.es/222038423-Universidad-nacional-hermilio-valdizan-escuela-de-posgrado.html>
- Keyancloud. (2017). Planificar la gestión compras, clave para optimizar recursos. Barcelona. Obtenido de <https://www.keyandcloud.com/planificar-la-gestion-compras-clave-optimizar-recursos/>
- Laje. (2018). 3 pasos para evaluar el departamento de compras. Obtenido de <https://www.laje.com.mx/blog/tres-pasos-para-evaluar-el-departamento-de-compras>
- Laura Chiluisa, M., Chaluisa Chaluisa, S., & Mancheno Saá, M. (2020). Gestión de proveedores un ramal de conocimiento de la logística moderna. Ambato. doi:10.23857/fipcaec.v5i5.186
- Liñán Guerra, R. (2019). EL PROCESO DE COMPRAS Y LOS COSTOS. Obtenido de <https://hdl.handle.net/11537/21619>
- Londoño Trujillo, Á. (2020). Los indicadores de gestión en la extensión universitaria: un estudio en Instituciones de Educación Superior de Colombia durante el 2018. Obtenido de <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/20994/LondonoTrujillo-AngelaMaria-2020-%281%29.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Mahecha, A. (2022). Funciones de la gestión de compras en una organización. Obtenido de <https://www.studocu.com/co/document/universidad-nacional-abierta-y-a-distancia/gestion-de-compras-e-inventarios/funciones-de-la-gestion-de-compras-en-una-organizacion/25530613>

- Málaga Espejo, R. (2021). Modelo de gestión de adquisiciones para la efectividad del proceso de compras del Programa Nacional Qali Warma - Cajamarca. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/85887>
- Manrique Nugent , M., Teves Quispe, J., Taco Llave, A., & Flores Morales, J. (2019). Gestión de cadena de suministro: una mirada desde la perspectiva teórica. San Marcos. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29062051009/html/>
- María, & Rivera. (2019).
- Maslach, C., Jackson, S., & Leiter, M. (1996). Maslach Burnout Inventory. New York: Consulting Psychologists Press. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Christina_Maslach/publication/277816
- Mata Solís, L. (2019). Diseños de investigaciones con enfoque cuantitativo de tipo no experimental. Investigalia. Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/disenos-de-investigaciones-con-enfoque-cuantitativo-de-tipo-no-experimental/>
- MéndezMatovelle, Barros, Q., Velecela, C., & Ortega, J. (2020). Gestión de compras como estrategia competitiva de las organizaciones. Cuenca. Obtenido de [file:///C:/Users/mmacias/Downloads/Dialnet-GestionDeComprasComoEstrategiaCompetitivaDeLasOrga-7608913%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/mmacias/Downloads/Dialnet-GestionDeComprasComoEstrategiaCompetitivaDeLasOrga-7608913%20(2).pdf)
- Mideros Mora, A. (2020). Desafíos para el desarrollo del Ecuador. Primicias. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/firmas/desafios-para-el-desarrollo-del-ecuador/>
- Monroy González , L. L., & Simbaqueba Prieto, N. (2017). La importancia de los indicadores de gestión en las. Bogotá. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=2476&context=administracion_de_empresas#:~:text=El%20objetivo%20de%20los%20indicadores,de%20aprendizaje%20en%20la%20organizaci%C3%B3n
- Monroy González, L., & Simbaqueba Prieto, N. (2017). La importancia de los indicadores de gestión en las. Bogotá. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=2476&context=administracion_de_empresas
- Moreno Plata, L. (2019). PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE INDICADORES DE GESTIÓN. Bogotá. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24476/1/Propuesta%20de%20implementaci%C3%B3n%20de%20indicadores%20de%20gesti%C3%B3n%20para%20el%20%C3%A1rea%20de%20gesti%C3%B3n%20humana%20de%20la%20empres.pdf>
- Multipeer. (2017). La importancia de la gestión de indicadores para su empresa. Obtenido de <https://multipeers.itpeers.com/es/2017/05/26/importancia-gestao-de-indicadores-empresa/>
- Northon, A. D., & González, D. E. (2021). Barcelona, España. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/1213>
- Ozten, T., & Manterola , C. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. Universidad de Tarapacá, Arica, Chile., Arica. Obtenido de <https://www.scielo.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Pardo , L., Farroñan, E., & Lozada , J. (2020). *Financial management and its incidence in the making of financial decisions*.

- Párraga Franco, S., Pinargote Vázquez, N., García Álava, C., & Zamora Sornoza, J. (2021). Indicadores de gestión financiera en pequeñas y medianas empresas en Iberoamérica: una revisión sistemática. *Dilema Contemporáneos*. Obtenido de <https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/2610/2646>
- Pérez Carmona, A. (2020). La importancia de la Función de Compras. *Meetlogistic*. Obtenido de <https://meetlogistics.com/cadena-suministro/funcion-de-compras/>
- Pérez Jaramillo, C. (2019). *Los indicadores de gestión*. Obtenido de <https://www.visionadministrativa.info/biblioteca/control/indicadores/losindicadoresdegestion.pdf>
- Pérez, A. (2021). Departamento de compras: qué es y funciones. *OBS*. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/departamento-de-compras-que-es-y-funciones>
- Pérez, M. M. (2021). *¿Cómo analizar los indicadores de tu negocio para tomar mejores decisiones?* kawak.net. Obtenido de https://blog.kawak.net/mejorando_sistemas_de_gestion_iso/como-analizar-los-indicadores-para-tomar-mejores-decisiones
- Pincay Morales, Y. (2020). *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras*. Obtenido de [file:///C:/Users/mmacias/Downloads/Dialnet-GestionDeLaCalidadEnElServicioAlClienteDeLasPYMES-7539747%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/mmacias/Downloads/Dialnet-GestionDeLaCalidadEnElServicioAlClienteDeLasPYMES-7539747%20(2).pdf)
- Quijala, T. (2018). *Una nueva visión en la gestión de la logística de aprovisionamientos en la industria biotecnológica cubana*. La Habana, Cuba: scielo. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-028X2018000300003
- Quiroa, M. (2022). Gestión de compras. *Econopedia*.
- Rodríguez, D. (2018). Investigación básica: características, definición, ejemplos. *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-basica/>
- Roncancio, G. (2021). *¿Qué son indicadores de gestión o desempeño (KPI) y para qué sirven?* Obtenido de <https://gestion.pensemos.com/que-son-indicadores-de-gestion-o-desempeno-kpi-y-para-que-sirven>
- Sánchez, C. &. (2018). *Toma de decisiones en empresas pequeñas que combinan varias actividades económicas*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/unem/v21n37/2145-4558-unem-21-37-228.pdf>
- Santos Chipana, D., & Trejo Becerra, N. (2020). *Mejora de la gestión de compras para reducir los costos de servicio de un concesionario de alimentos*. Lima. Obtenido de <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/3739>
- Santos Sanchez, G. (2017). Validez y confiabilidad del cuestionario del cuestionario calidad de vida SF-36 en mujeres con Lupus. Obtenido de <https://www.fcfm.buap.mx/assets/docs/docencia/tesis/ma/GuadalupeSantosSanchez.pdf>
- Schol, E. B. (2022). *Cuáles son los principales objetivos del departamento de compras*. Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/cuales-son-los-principales-objetivos-de-los-departamentos-de-compras/>

- Silva, D. d. (2021). *¿Qué son los indicadores de gestión y cómo impactan en la atención al cliente?* Content & SEO Associate. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/indicadores-gestion/>
- Silvestre Miraya, I., & Huamán Nahula, C. (2019). *Pasos para elaborar la investigación y la redacción de la tesis universitaria*. Universidad Tecnológica de los Andes. Obtenido de <http://repositorio.utea.edu.pe/handle/utea/195>
- Taquire, E. G. (2018). *Gestión de compras en la empresa distribuidora MOLI S.A.C., San Juan de Lima*. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34919/ROMERO_TE%2C%20SALAZAR_BE.pdf?sequence=1
- Taquire, R. y. (2018). *Gestión de compras en la empresa distribuidora MOLI S.A.C., San Juan de Lima*. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34919/ROMERO_TE%2C%20SALAZAR_BE.pdf?sequence=1
- Tumbaco Ponce , A., Sánchez Briones , A., & Plaza Macías, N. (2020). *Indicadores de gestión de los procesos en la Corporación Nacional*. Obtenido de <file:///C:/Users/mmacias/Downloads/Dialnet-IndicadoresDeGestionDeLosProcesosEnLaCorporacionNa-7659380.pdf>
- Valentina, T. (2021). *MODELO DE INDICADORES DE GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y LAS LAS*. Bogotá . Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/58721/TG%20VALENTINA%20TAFUR%20FINAL%20-%20Documento%20final%20radicado%20Enero%202024.pdf?sequence=1>

ANEXOS

TABLA DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Gestión de proceso de compras

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de proceso de compras	Se entiende que la gestión de compras es la adquisición que realiza una la empresa de bienes y servicios destinados a garantizar su propio proceso productivo. (Quiroa 2022).	Se medirá la variable a través de un cuestionario para evaluar las cuatro dimensiones: Calidad, Selección de proveedores, Almacén, Negociación.	Calidad Sistematización Almacén Selección de proveedores	Eficiencia y productividad. Precios y garantía Recepción e inventarios Mejor alternativa, buena comunicación.	Ordinal

Indicadores de gestión

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Indicadores de gestión	<p>Los indicadores son la medida del estado y desempeño de un macroproceso, proceso o actividad, en un momento determinado e indican el grado en que se están logrando los objetivos.</p> <p>Serna (2005, como citó Espacios, 2019)</p>	<p>Se medirá la variable a través de un cuestionario para evaluar los cuatro indicadores:</p> <p>Calidad</p> <p>Eficiencia</p> <p>Eficacia</p> <p>Economía.</p>	<p>Calidad</p> <p>Eficiencia</p> <p>Eficacia</p> <p>Economía</p>	<p>satisfacción al cliente y confiabilidad.</p> <p>tiempo de ciclo</p> <p>costo-beneficio, de compras,</p> <p>Economía: Ahorro total en costos</p>	Ordinal

INSTRUMENTO 01

FICHA DE OBSERVACIÓN PARA MEDIR LA GESTIÓN DE PROCESO DE COMPRAS

La presente ficha tiene por objetivo, medir la gestión de proceso de compras a través de sus dimensiones entre los trabajadores de una empresa comercializadora en la ciudad de Durán; información que permitirá, la medición de la variable, para una tesis de Maestría en la Universidad "César Vallejo".

Lee cuidadosamente cada uno de los enunciados y marca la respuesta que mejor describa tu opinión, recuerda que no hay respuestas correctas ni incorrectas.

La escala utilizada es:

Instrucciones

Lea atentamente cada ítem y responda marcando según su opinión:

(1)	(2)	(3)
Nunca	Con frecuencia	Siempre

Se le agradece responder con la verdad que amerite, el cuestionario es anónimo.

I. Información General

1. Sexo: M () F ()

II: Información investigativa

Cuestionario para medir la Gestión de Proceso de Compras

DIMENSIÓN	N°	ÍTEM(s)	Calificación		
			1	2	3
Calidad					
Indicadores Eficiencia Productividad	1	Las compras cumplen las especificaciones técnicas y de calidad.			
	2	Realiza compras sin el cumplimiento del debido flujo aprobación gerencial			
	3	Cuenta con un alto número de solicitudes de compra sin procesar			

	4	Confía en la calidad de productos que adquiere la empresa			
Sistematización					
Indicadores Precio Garantía	5	Se establecen contratos o licitaciones con proveedores			
	6	Considera que los productos son adquiridos al precio justo			
	7	Conoce si los que los productos comprados tienen garantía			
	8	Utiliza garantía por algún producto			
Almacén					
Indicadores Recepción Inventario	9	Recibe órdenes de compra con faltantes o sobrantes de ítems			
	10	Cuenta con un control para medir los reclamos en la recepción de la orden de compra			
	11	Llena formularios de entrada y salida de productos en su bodega			
	12	Conoce el stock de sus productos			
Selección de proveedores					
Indicadores Mejor alternativa Buena comunicación	13	Se realizan evaluaciones periódicas a proveedores			
	14	Los proveedores son calificados			
	15	Llena la matriz de selección del proveedor			
	16	Utiliza la lista de proveedores activos			

INSTRUMENTO 02

FICHA DE OBSERVACIÓN PARA MEDIR LOS INDICADORES DE GESTIÓN

La presente ficha tiene por objetivo, medir los indicadores de gestión en una empresa comercializadora en Durán; información que permitirá, la medición de la variable, para una tesis de Maestría en la Universidad "César Vallejo".

Lee cuidadosamente cada uno de los enunciados y marca la respuesta que mejor describa tu opinión, recuerda que no hay respuestas correctas ni incorrectas.

La escala utilizada es:

Instrucciones

Lea atentamente cada ítem y responda marcando según su opinión:

(1)	(2)	(3)
Nunca	Con frecuencia	Siempre

Se le agradece responder con la verdad que amerite, el cuestionario es anónimo.

II. Información General

1. Sexo: M () F ()

II: Información investigativa

Cuestionario para medir los indicadores de gestión

DIMENSIÓN	N°	ÍTEM(s)	Calificación		
			1	2	3
Calidad					
Indicadores Satisfacción de cliente	1	Recibe buen trato de la persona de compras			
	2	Existe facilidad para contactar a la persona responsable de la compra			
	3	Conoce usted la Política de Compras			
Confiability					

	4	Sus reclamos son atendidos oportunamente			
Eficacia					
Indicadores Cantidad de reclamos Agilidad de atención	5	Recibo respuestas inmediatas a mis pedidos.			
	6	Recibo respuestas oportunas a mis inquietudes			
	7	Existe inconformidad en los productos que recibo			
	8	Realizo quejas formales acerca de mi inconformidad			
Eficiencia					
Indicadores Tiempo de ciclo de compras	9	Se cumple con los tiempos de su solicitud			
	10	Recibe productos sin orden de compra			
	11	Realizo mis pedidos con anticipación			
	12	Considera que el producto recibido satisface sus necesidades			
Economía					
Indicadores Ahorro de costos Presupuesto.	13	Considera que el precio del producto que recibe es el adecuado			
	14	Controla el ahorro de su compra vs. su presupuesto			
	15	Utiliza su presupuesto anual por completo			
	16	Solicita aumento de presupuesto			



Universidad César Vallejo

ESCUELA DE POSGRADO

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

Validación de los instrumentos de
investigación

AUTOR:

Macías García, Marjorie Mariela (Orcid.org/ 0000-0002-0891-5817)

ASESOR:

Dr. Mendivez Espinoza, Yván Alexander (Orcid.org/ [0000-0002-7848-7002](https://orcid.org/0000-0002-7848-7002))

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor (a):
Msc. Mery Ibarra
PRESENTE

Asunto: Validación de instrumento de investigación a través de juicio de experto.

Presente:

Es muy grato dirigirme a usted para expresarle mi saludo cordial; asimismo, hacer de su conocimiento que, en calidad de estudiante de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, en la filial Piura, promoción 2022, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré información necesaria para poder desarrollar mi investigación y optar el título profesional de Maestría en Administración de Negocios – MBA.

El título de la investigación es “Gestión de proceso de compras y los indicadores de gestión en una empresa comercializadora de Durán. Ecuador 2022” y es imprescindible contar con la aprobación de los instrumentos por parte de profesionales especializados a fin de aplicarlos posteriormente; por ello, se ha considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas relacionados a la línea de investigación, evaluación y aprendizaje.

El expediente de validación contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operación de las variables.
- Instrumentos.
- Certificado de validez de contenido.

Quedando agradecido por la atención a la presente.

Atentamente,



Marjorie Macías García

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor (a):
Msc. Belén Elizalde Ruíz
PRESENTE

Asunto: Validación de instrumento de investigación a través de juicio de experto.

Presente:

Es muy grato dirigirme a usted para expresarle mi saludo cordial; asimismo, hacer de su conocimiento que, en calidad de estudiante de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, en la filial Piura, promoción 2022, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré información necesaria para poder desarrollar mi investigación y optar el título profesional de Maestría en Administración de Negocios – MBA.

El título de la investigación es “**Gestión de proceso de compras y los indicadores de gestión en una empresa comercializadora de Durán. Ecuador 2022**” y es imprescindible contar con la aprobación de los instrumentos por parte de profesionales especializados a fin de aplicarlos posteriormente; por ello, se ha considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas relacionados a la línea de investigación, evaluación y aprendizaje.

El expediente de validación contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operación de las variables.
- Instrumentos.
- Certificado de validez de contenido.

Quedando agradecido por la atención a la presente.

Atentamente,



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor (a):
Msc. Manuel Rodas P.
PRESENTE

Asunto: Validación de instrumento de investigación a través de juicio de experto.

Presente:

Es muy grato dirigirme a usted para expresarle mi saludo cordial; asimismo, hacer de su conocimiento que, en calidad de estudiante de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, en la filial Piura, promoción 2022, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré información necesaria para poder desarrollar mi investigación y optar el título profesional de Maestría en Administración de Negocios – MBA.

El título de la investigación es "Gestión de proceso de compras y los indicadores de gestión en una empresa comercializadora de Durán. Ecuador 2022" y es imprescindible contar con la aprobación de los instrumentos por parte de profesionales especializados a fin de aplicarlos posteriormente; por ello, se ha considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas relacionados a la línea de investigación, evaluación y aprendizaje.

El expediente de validación contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operación de las variables.
- Instrumentos.
- Certificado de validez de contenido.

Quedando agradecido por la atención a la presente.

Atentamente,



Marjorie Macías García

VALIDADOR 1

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA GESTION DE PROCESO DE COMPRAS

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia 1		Relevancia 2		Claridad 3		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Dimensión 1: Calidad	Si	No	Si	No	Si	No	
1	Las compras cumplen las especificaciones técnicas y de calidad.	X		X		X		
2	Realiza compras sin el cumplimiento del debido flujo aprobación gerencial.	X		X		X		
3	Cuenta con un alto número de solicitudes de compra sin procesar.	X		X		X		
4	Confía en la calidad de productos que adquiere la empresa.	X		X		X		
	Dimensión 2: Sistematización	Si	No	Si	No	Si	No	
5	Se establecen contratos o licitaciones con proveedores.	X		X		X		
6	Considera que los productos son adquiridos al precio justo.	X		X		X		
7	Conoce si los que los productos comprados tienen garantía.	X		X		X		
8	Utiliza garantía por algún producto	X		X		X		
	Dimensión 3: Almacén	Si	No	Si	No	Si	No	
9	Recibe órdenes de compra con faltantes o sobrantes de ítems.	X		X		X		
10	Cuentan con un control para medir los reclamos en la recepción de la orden de compra.	X		X		X		
11	Llena formularios de entrada y salida de productos en su bodega.	X		X		X		
12	Conoce el stock de sus productos.	X		X		X		
	Dimensión 4: Selección de proveedores	Si	No	Si	No	Si	No	
13	Se realizan evaluaciones periódicas a proveedores.	X		X		X		
14	Los proveedores son calificados.	X		X		X		
15	Llena la matriz de selección de proveedor.	X		X		X		
16	Utiliza la lista de proveedores activos	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento muestra suficiencia en relación a las dimensiones e ítems.

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

Apellidos y nombres del juez validador: Rodas Pérez Manuel Antonio C.I.: 091505104-9

Especialidad del validador: Mgs. Comunicación estratégica 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

Guayaquil, 12 octubre 2022



Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LOS INDICADORES GESTION

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Dimensión 1: Calidad								
1	Recibe un buen trato de la persona de compras	X		X		X		
2	Existe facilidad para contactar a la persona responsable de la compra	X		X		X		
3	Conoce la política de compras	X		X		X		
4	Sus reclamos son atendidos oportunamente	X		X		X		
Dimensión 2: Eficacia								
5	Recibo respuestas inmediatas a mis solicitudes	X		X		X		
6	Recibo respuestas oportunas a mis inquietudes	X		X		X		
7	Existe inconformidad en los productos que recibo	X		X		X		
8	Realizo quejas formales acerca de mi inconformidad	X		X		X		
Dimensión 3: Eficiencia								
9	Se cumple con los tiempos de su solicitud	X		X		X		
10	Recibo productos sin orden de compra	X		X		X		
11	Realizo mis pedidos con anticipación	X		X		X		
12	Considera que el producto recibido satisface sus necesidades	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Economía								
13	Considera que el precio del producto que recibe es el adecuado	X		X		X		
14	Controla el ahorro de su pedido vs. presupuesto	X		X		X		
15	Utiliza su presupuesto anual por completo	X		X		X		
16	Solicita aumento de presupuesto	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento muestra suficiencia en relación a las dimensiones e ítems.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable [] Guayaquil, 12 octubre 2022

Apellidos y nombres del juez validador: Rodas Pérez Manuel Antonio C.I.: 091505104-9

Especialidad del validador: Mgs. Comunicación estratégica 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



MANUEL
ANTONIO RODAS
PEREZ

Firma del Experto Informante

VALIDADOR 2

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LOS INDICADORES GESTION

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Dimensión 1: Calidad							
1	Recibe un buen trato de la persona de compras	X		X		X		
2	Existe facilidad para contactar a la persona responsable de la compra	X		X		X		
3	Conoce la política de compras	X		X		X		
4	Sus reclamos son atendidos oportunamente	X		X		X		
	Dimensión 2: Eficacia							
5	Recibo respuestas inmediatas a mis solicitudes	X		X		X		
6	Recibo respuestas oportunas a mis inquietudes	X		X		X		
7	Existe inconformidad en los productos que recibo	X		X		X		
8	Realizo quejas formales acerca de mi inconformidad	X		X		X		
	Dimensión 3: Eficiencia							
9	Se cumple con los tiempos de su solicitud	X		X		X		
10	Recibo productos sin orden de compra	X		X		X		
11	Realizo mis pedidos con anticipación	X		X		X		
12	Considera que el producto recibido satisface sus necesidades	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Economía							
13	Considera que el precio del producto que recibe es el adecuado	X		X		X		
14	Controla el ahorro de su pedido vs. presupuesto	X		X		X		
15	Utiliza su presupuesto anal por completo	X		X		X		
16	Solicita aumento de presupuesto	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento muestra suficiencia en relación a las dimensiones e ítems.

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

Guayaquil, 12 octubre 2022

Apellidos y nombres del juez validador: Mery Lisbeth Ibarra García C.I.: 0953988284

Especialidad del validador: Mgs. En Gerencia y Administración de Servicios de Salud

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


Firma del Experto Informante

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

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia 1		Relevancia 2		Claridad 3		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Dimensión 1: Calidad							
1	Las compras cumplen las especificaciones técnicas y de calidad.	X		X		X		
2	Realiza compras sin el cumplimiento del debido flujo aprobación gerencial.	X		X		X		
3	Cuenta con un alto número de solicitudes de compra sin procesar.	X		X		X		
4	Confía en la calidad de productos que adquiere la empresa.	X		X		X		
	Dimensión 2: Sistematización							
5	Se establecen contratos o licitaciones con proveedores.	X		X		X		
6	Considera que los productos son adquiridos al precio justo.	X		X		X		
7	Conoce si los que los productos comprados tienen garantía.	X		X		X		
8	Utiliza garantía por algún producto	X		X		X		
	Dimensión 3: Almacén							
9	Recibe órdenes de compra con faltantes o sobrantes de ítems.	X		X		X		
10	Cuentan con un control para medir los reclamos en la recepción de la orden de compra.	X		X		X		
11	Llena formularios de entrada y salida de productos en su bodega.	X		X		X		
12	Conoce el stock de sus productos.	X		X		X		
	Dimensión 4: Selección de proveedores							
13	Se realizan evaluaciones periódicas a proveedores.	X		X		X		
14	Los proveedores son calificados.	X		X		X		
15	Llena la matriz de selección de proveedor.	X		X		X		
16	Utiliza la lista de proveedores activos	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento muestra suficiencia en relación a las dimensiones e ítems.

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

Guayaquil, 12 octubre 2022

Apellidos y nombres del juez validador: IBARRA GARCIA MERY LISBETH

C.I.: 0953988284

Especialidad del validador: Mgs. En Gerencia y Administración de Servicios de Salud

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


 Firma del Experto Informante

VALIDADOR 3

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

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia 1		Relevancia 2		Claridad 3		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Dimensión 1: Calidad								
1	Las compras cumplen las especificaciones técnicas y de calidad.	X		X		X		
2	Realiza compras sin el cumplimiento del debido flujo aprobación gerencial.	X		X		X		
3	Cuenta con un alto número de solicitudes de compra sin procesar.	X		X		X		
4	Confía en la calidad de productos que adquiere la empresa.	X		X		X		
Dimensión 2: Sistematización								
5	Se establecen contratos o licitaciones con proveedores.	X		X		X		
6	Considera que los productos son adquiridos al precio justo.	X		X		X		
7	Conoce si los que los productos comprados tienen garantía.	X		X		X		
8	Utiliza garantía por algún producto	X		X		X		
Dimensión 3: Almacén								
9	Recibe órdenes de compra con faltantes o sobrantes de ítems.	X		X		X		
10	Cuentan con un control para medir los reclamos en la recepción de la orden de compra.	X		X		X		
11	Llena formularios de entrada y salida de productos en su bodega.	X		X		X		
12	Conoce el stock de sus productos.	X		X		X		
Dimensión 4: Selección de proveedores								
13	Se realizan evaluaciones periódicas a proveedores.	X		X		X		
14	Los proveedores son calificados.	X		X		X		
15	Llena la matriz de selección de proveedor.	X		X		X		
16	Utiliza la lista de proveedores activos	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento muestra suficiencia en relación a las dimensiones e ítems.

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

Guayaquil, 12 octubre 2022

Apellidos y nombres del juez validador: Elizalde Ruiz Ana Belén C.I.: 092040891-1

Especialidad del validador: Mgs. Derecho y Negocios Internacionales

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


Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA LOS INDICADORES GESTION

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Dimensión 1: Calidad							
1	Recibe un buen trato de la persona de compras	X		X		X		
2	Existe facilidad para contactar a la persona responsable de la compra	X		X		X		
3	Conoce la política de compras	X		X		X		
4	Sus reclamos son atendidos oportunamente	X		X		X		
	Dimensión 2: Eficacia							
5	Recibo respuestas inmediatas a mis solicitudes	X		X		X		
6	Recibo respuestas oportunas a mis inquietudes	X		X		X		
7	Existe inconformidad en los productos que recibo	X		X		X		
8	Realizo quejas formales acerca de mi inconformidad	X		X		X		
	Dimensión 3: Eficiencia							
9	Se cumple con los tiempos de su solicitud	X		X		X		
10	Recibo productos sin orden de compra	X		X		X		
11	Realizo mis pedidos con anticipación	X		X		X		
12	Considera que el producto recibido satisface sus necesidades	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Economía							
13	Considera que el precio del producto que recibe es el adecuado	X		X		X		
14	Controla el ahorro de su pedido vs. presupuesto	X		X		X		
15	Utiliza su presupuesto anal por completo	X		X		X		
16	Solicita aumento de presupuesto	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento muestra suficiencia en relación a las dimensiones e ítems.

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

Guayaquil, 12 octubre 2022

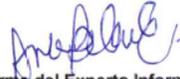
Apellidos y nombres del juez validador: Elizalde Ruíz Ana Belén C.I.: 092040891-1

Especialidad del validador: Mgs. Derecho y Negocios Internacionales

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


Firma del Experto Informante

Análisis de confiabilidad Gestión de proceso de compras

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,872	16

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	28,5000	31,316	,816	,851
VAR00002	28,6500	31,608	,754	,854
VAR00003	28,4500	32,261	,478	,866
VAR00004	28,5500	32,471	,516	,864
VAR00005	28,4500	32,155	,629	,859
VAR00006	28,5000	32,789	,711	,858
VAR00007	28,3500	30,450	,788	,850
VAR00008	28,7000	32,326	,616	,859
VAR00009	28,4500	32,892	,523	,864
VAR00010	28,7000	33,905	,389	,869
VAR00011	28,7000	33,905	,389	,869
VAR00012	28,2500	33,566	,730	,860
VAR00013	28,7000	33,379	,464	,866
VAR00014	28,6500	32,239	,502	,865
VAR00015	28,4000	35,305	,147	,882
VAR00016	28,7500	37,145	-,038	,885

Análisis de confiabilidad Indicadores de Gestión

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,832	16

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	28,1000	27,253	,653	,817
VAR00002	28,5500	26,576	,492	,820
VAR00003	28,5000	25,632	,515	,818
VAR00004	28,2500	26,408	,415	,825
VAR00005	28,4000	24,779	,789	,802
VAR00006	28,5000	25,737	,657	,810
VAR00007	28,2500	26,197	,444	,823
VAR00008	28,4000	26,884	,440	,823
VAR00009	28,2000	25,116	,638	,810
VAR00010	28,5000	27,421	,376	,826
VAR00011	28,5000	28,368	,225	,834
VAR00012	28,4000	27,621	,325	,829
VAR00013	28,3500	26,555	,647	,814
VAR00014	28,5000	29,211	,095	,841
VAR00015	28,5000	26,895	,394	,826
VAR00016	28,6000	29,095	,130	,838



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MENDIVEZ ESPINOZA YVAN ALEXANDER, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis Completa titulada: "GESTIÓN DE PROCESO DE COMPRAS Y LOS INDICADORES DE GESTIÓN EN UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE DURÁN. ECUADOR 2022", cuyo autor es MACIAS GARCIA MARJORIE MARIELA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 14.00%, 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 Completa 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.

PIURA, 06 de Enero del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MENDIVEZ ESPINOZA YVAN ALEXANDER DNI: 19188655 ORCID: 0000-0002-7848-7002	Firmado electrónicamente por: MENDIVEZ el 10-01- 2023 07:39:58

Código documento Trilce: TRI - 0510884