



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
GESTIÓN PÚBLICA**

Calidad de Atención y Satisfacción de Proveedores en
Trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima,
2023

**TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Gestión Pública**

AUTORA:

Torres Centeno, Margarita (orcid.org/0000-0002-2083-5334)

ASESORES:

Dr. Prado Lopez, Hugo (orcid.org/0000-0003-4010-3517)

Dra. Carbajal Bautista, Inocenta Marivel (orcid.org/0000-0002-6047-8335)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Políticas Públicas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo Económico, Empleo y Emprendimiento

LIMA, PERÚ

2023

DEDICATORIA

Agradezco a Dios por permitirme llegar y culminar esta etapa, por haberme otorgado la familia maravillosa, quienes me han apoyado en este largo camino de superación y metas.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a la Universidad Cesar Vallejo por brindarme la oportunidad de avanzar en mi carrera profesional, a mis profesores por el apoyo constante, en especial a mi asesor por fomentar la habilidad por la investigación permitiéndome finalizar esta tesis.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, PRADO LOPEZ HUGO RICARDO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Calidad de Atención y Satisfacción de Proveedores en Trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023", cuyo autor es TORRES CENTENO MARGARITA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 27 de Diciembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
PRADO LOPEZ HUGO RICARDO DNI: 43313069 ORCID: 0000-0003-4010-3517	Firmado electrónicamente por: HPRADOLO el 27-12- 2023 16:02:58

Código documento Trilce: TRI - 0709910



Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, TORRES CENTENO MARGARITA estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Calidad de Atención y Satisfacción de Proveedores en Trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
MARGARITA TORRES CENTENO DNI: 40180558 ORCID: 0000-0002-2083-5334	Firmado electrónicamente por: TTORRESCE el 27-12- 2023 20:43:55

Código documento Trilce: TRI - 0709911

INDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
I. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	27
3.1. Tipo y diseño de investigación	27
3.2. Variables y operacionalización	27
3.3. Población, muestra, muestreo	29
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	29
3.5. Procedimientos	30
3.6. Método de análisis de datos	31
3.7. Aspectos éticos	31
IV. RESULTADOS	32
4.1. Resultados Descriptivos	32
4.2. Análisis inferencial	38
IV.DISCUSIÓN	45
VI. CONCLUSIONES	51
VII. RECOMENDACIONES	53
REFERENCIAS	55
ANEXOS	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Cruce de variables Calidad de Atención y Satisfacción de Proveedores	32
Tabla 2	Tabla Cruzada de Elementos Tangibles y Satisfacción de Proveedores	33
Tabla 3	Tabla Cruzada de Fiabilidad y Satisfacción de Proveedores	34
Tabla 4	Tabla Cruzada capacidad de respuesta y Satisfacción de Proveedores	35
Tabla 5	Tabla Cruzada Seguridad y Satisfacción de Proveedores	36
Tabla 6	Tabla Cruzada Empatía y Satisfacción de Proveedores	37
Tabla 7	Pruebas de Normalidad	38
Tabla 8	Correlaciones de la hipótesis general	39
Tabla 9	Explicación del Coeficiente rho de Spearman	39
Tabla 10	Correlaciones de la hipótesis específica 1	40
Tabla 11	Correlaciones de la hipótesis específica 2	41
Tabla 12	Correlaciones de la hipótesis específica 3	42
Tabla 13	Correlaciones de la hipótesis específica 4	43
Tabla 14	Correlaciones de la hipótesis específica 5	44

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue determinar la relación que existe entre la calidad de atención y la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital, Lima, 2023. La investigación fue básica, no experimental, descriptiva, correlacional de corte trasversal con la finalidad de medir las variables calidad de atención y satisfacción de los proveedores, la población fue de 110 proveedores y la muestra de 100 empresas de la Unidad de Contabilidad. En los resultados descriptivos se puede visualizar que el 51%, tiene nivel regular la calidad de atención; igualmente, 31% lo muestran alto. Estableciéndose tendencia regular de la variable calidad de atención en trabajadores de la unidad de contabilidad de un hospital. En cuanto a los resultados inferenciales mostró un valor de ($p= 0,000 < 0,05$), que conduce aceptar la hipótesis alternativa y un coeficiente ($r = 0,695$), que posibilita que se indique, que el análisis efectuado de manera estadística indica la existencia de una correlación moderada entre la calidad de atención y la satisfacción de proveedores.

Palabras clave: Calidad de atención, capacidad de respuesta, empatía, satisfacción de los proveedores.

ABSTRACT

The objective of the research was to determine the relationship between the quality of care on provider satisfaction in workers of the Accounting Unit of a hospital, Lima, 2023. The research was basic, non-experimental, descriptive, cross-sectional correlational with the in order to measure the variables quality of care and provider satisfaction, the population was 110 providers, and the sample was 100 companies from the Accounting Unit. In the descriptive results it can be seen that 51% stated that the quality of care was of a regular level; Likewise, 31% show it as high. Establishing a regular trend of the variable quality of care in workers of the accounting unit of a hospital. Regarding the inferential results, it showed a value of ($p= 0.000 < 0.05$), which leads to accepting the alternative hypothesis, and a coefficient ($r = 0.695$), which allows explaining that there are statistical elements that suggest a moderate correlation between quality of care and provider satisfaction.

Keywords: Quality of care, answer's capacity, empathy, provider satisfaction.

I. INTRODUCCIÓN

La tesis estudio de qué manera se relaciona la calidad de atención con la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima 2023.

A nivel mundial, las organizaciones están ocupadas del bienestar y de programas que procuran mejorar la calidad de los trabajadores, contribuyendo con el mantenimiento e incremento del buen clima laboral (Hernández, 2023). Un estudio de Jipijapa evidencio que una empresa presenta servicios a emprendedores con un 93%, pero la atención que se da al cliente estaba por debajo con un 70.60% (Osejos Vásquez et al., 2020). De la misma forma, en Tailandia fue efectuado un estudio donde 60% de los clientes sostuvieron que se encontraban insatisfechos del servicio que la empresa le daba (Beshley et al., 2023).

A nivel de América Latina, se midió la calidad de servicio por medio de las actividades que realizan los trabajadores y de sus habilidades profesionales (Rolfe et al., 2022). De esa manera, en Ecuador fue comprobado en un estudio que los clientes (43%) indicaron sentirse satisfechos del servicio recibido (Campo et al., 2021). Debido a ello, las empresas realizan inversiones que buscan optimar las distintas habilidades que poseen los trabajadores, para mejorar su desempeño laboral (Wayoi et al., 2021). En este sentido, en México se pudo apreciar que un 42.8% de los colaboradores fue capacitado para que mejoren las funciones que desempeñan en su lugar de trabajo, con lo que se demostró que habían sido incrementadas las capacidades adaptativas en las diferentes formas de laborar (virtual y presencial) durante poco tiempo (Silas & Vázquez, 2020).

En Perú, han centrado sus esfuerzos por comprender la relación que ejerce la capacitación y mejora de los trabajadores, tomando en consideración las diferentes evaluaciones periódicas efectuadas en las pericias y habilidades que tienen los trabajadores (Gabel Shemueli et al., 2021). Lo que ocasiono que emergieran una diversidad de actividades a realizar en la faena laboral, con su respectiva evaluación permanente con el propósito de buscar aumentar la

calidad de servicio que las empresas ofrecen, al igual que para realizar la cualificación de la mano de obra (Tuesta et al. 2021).

A nivel local, en la Unidad de Contabilidad de un Hospital, se observa un desempeño deficiente de los trabajadores, que son producto de la mala comunicación, carencia de empatía, no se da una retroalimentación generando que no sea lograda la meta de la empresa resto a la calidad de atención. Del mismo modo, la carencia de empatía para solucionar las solicitudes y peticiones de los clientes produce una insatisfacción por la incomodidad producida que se manifiesta en el incumplimiento del servicio por parte de los colaboradores de la Unidad de Contabilidad.

Respecto a la justificación teórica, la investigación pretende indagar las teorías existentes referente a las variables calidad de atención y satisfacción de proveedores en beneficio a la atención brindada por la Unidad de Contabilidad de un Hospital generando nuevos conocimientos. Desde el aspecto práctico los resultados permitirán a la Unidad de Contabilidad establecer estrategias de intervención repercutiendo en la satisfacción de los proveedores. Desde aspecto metodológico, los resultados de la investigación podrán ser comparados con otros estudios con características similares, del mismo modo permite constatar que los instrumentos de recolección de datos siguen vigentes de acuerdo con las validaciones y cálculos de fiabilidad.

Ante lo expuesto, se plantea el problema general: ¿De qué manera se relaciona la calidad de atención con la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital, Lima, 2023?, en cuanto a los problemas específicos se puede mencionar: ¿De qué manera se relaciona la fiabilidad con la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital, Lima, 2023? ¿De qué manera se relaciona la capacidad de respuesta con la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital, Lima, ¿2023? ¿De qué manera se relaciona la seguridad con la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital, Lima, ¿2023? ¿De qué manera se relaciona la empatía con la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital, Lima, ¿2023?

Seguidamente, el objetivo general del estudio es: Determinar la relación que existe entre la calidad de atención y la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023. Como objetivos específicos se puede mencionar: Determinar la relación que existe entre los elementos tangibles y la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023. Determinar la relación de la fiabilidad en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023. Determinar la relación que existe entre la capacidad de respuesta con la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023. Determinar la relación de la seguridad en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital, Lima, 2023. Determinar la relación de la empatía en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023.

La hipótesis general es: La calidad de atención se relaciona significativamente con la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023. En cuanto a las hipótesis específicas: Los elementos tangibles se relacionan significativamente en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023. La fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023. La capacidad de respuesta se relaciona significativamente en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023. La seguridad se relaciona significativamente en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023. La empatía se relaciona significativamente en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023.

I. MARCO TEÓRICO

Se inicia el desarrollo teórico, mencionando se las investigaciones que tienen relación con el estudio. En los antecedentes nacionales, se menciona al estudio de Morales (2019) que tuvo como fin comprobar la correlación entre la calidad de atención y la satisfacción del usuario en un centro de salud, realizado con una metodología correlacional, aplicada, no experimental y transversal, la población fue finita y el muestreo de 234 clientes, empleándose la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento bajo el escalamiento de Likert. Las resultas señalaron que el 48,3% de los beneficiarios declararon que la calidad de atención fue media y estaban descontentos con la atención obtenida. Llegándose a la conclusión de la existencia de un rango significativo de $P = 0.000$ en cuanto a calidad de atención y la satisfacción de los usuarios externos de la atención recibida en el centro de salud.

Por su parte, el estudio de Ramos (2021) que tuvo como fin comprobar la satisfacción del usuario y la calidad del cuidado quirúrgico de un hospital. La metodología fue cuantitativa, correlacional, descriptiva, no experimental, la población fue de 157 usuarios y el muestreo censal, el instrumento usado fue la encuesta y los datos se analizaron con SPSS, versión 25.0. Las resultas evidenciaron que del total de los encuestados el 82,2% tuvo buena calidad de atención y satisfacción, el 12, 5% precisó buena calidad de atención y regular nivel de satisfacción y el 2,4% denotó calidad de atención y satisfacción regular. Razón por la que se concluyó que, entre las variables se tiene una correlación significativa de 0,667 y un rango de significancia bilateral de 0,000 ($P < 0,05$).

Asimismo, el estudio de La Torre (2022) el cual tuvo como fin fijar la correlación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario. Tuvo una metodología descriptiva, correlacional, de corte transversal, donde la población estuvo formada por 880 nativos de la ciudad y un muestreo de 196 clientes, la técnica implementada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario aprobado por Huamán (2017), determinado a través del coeficiente de Alfa de Cronbach. Las resultas muestran que, el 57,1% de los consumidores divisaron la calidad de servicio como regular, el 23,5% mala y un 19,4% la observaron buena; mientras que para la satisfacción del usuario el 51.5% revelaron tener

una satisfacción regular, el 24.5% una satisfacción mala y el 24% una satisfacción buena en proporción al servicio ofrecido. Por lo que, se concluyó la existencia de un rango de relación de $r=0.616$, estimada como alta, directa y significativa entre las variables, rechazando la hipótesis nula con un ($p<0,05$).

Además, el estudio de Rodríguez et al. (2023) que busco fijar la correlación existente entre la calidad de servicio con la satisfacción de clientes, tenido una metodología básica, cuantitativa, descriptiva, correlacional y no experimental. La población fue finita y el muestreo de 135 consumidores, empleando la encuesta y el cuestionario bajo la escala tipo Likert. Las resultas evidenciaron que, el para la calidad de servicio se tuvo un rango medio (62%) mientras que la satisfacción del cliente el rango fue medio (57.3%), por lo que se concluyó la existencia de una relación entre las variables de p - valor = 0.000 y $Rho = 0.467$; lo que devela una correlación significativa positiva media.

También, el estudio de Trigos et al. (2023) para fijar la medida de correlación de gestión logística y la calidad del servicio de un instituto. Este estudio tuvo una metodología básica, cuantitativa, no experimental, transversal, descriptiva y correlacional, con población de 135 clientes y el muestreo censal, usando la encuesta y el cuestionario de escala de Likert. Las resultas revelaron que, el rango de ($r=0,282$, $p=0.001$), concluyéndose la existencia de una correlación lineal, baja y directa entre las variables.

A nivel internacional, se localizó la investigación realizada en México Ángel et al. (2020) para analizar la relación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral. La metodología utilizada fue cuantitativa, transversal y correlacional, tuvo como población 215 personas tomando como muestra a 182, aplicándose la encuesta y a los fines de hacer la medición se usó la Escala de Clima Organizacional y el Cuestionario de Satisfacción Laboral S20/23 de Meliá y Peiró. Los resultados inferenciales tenidos fueron ($r_s= 0.205$; $p= 0.05$), indicando tener una correlación significativa moderada entre las variables. Concluyeron que hay distintos factores que influyen la percepción de ambas variables, debido que esta es significativa y moderada; los médicos y enfermeros indicaron percibir una satisfacción laboral muy satisfactoria, pero no ocurrió igual

con los asistentes de los médicos quienes indicaron que ambas estaban por mejorar.

En México por Silva et al. (2021) efectuaron un estudio para identificar la relación entre la calidad en el servicio y satisfacción del cliente. La investigación fue exploratoria, descriptiva y correlacional, teniendo una población de 129 personas con una muestra censal, tomándose la totalidad de la población como muestra, en la que se aplicó el cuestionario Servperf y el modelo Servqual. Como resultados se tuvo ($r = 0.820$) en la CS y SC; del mismo modo se consiguió una relación entre la dimensión aspectos tangibles y las variables SC ($r = 0.910$). Concluyeron que cuando se mejora calidad de atención, se produce una mejor satisfacción, generando mayor rentabilidad empresarial, del mismo modo, pudo precisarse que existe una correlación fuerte entre la variable CS con las dimensiones responsabilidad y confiabilidad.

En Paraguay Samaniego et al. (2022) hicieron un estudio para determinar la relación entre la calidad del sueño y la satisfacción laboral en médicos. La metodología fue cuantitativa, descriptiva, corte transversal y correlacional, en una población de 53, utilizándose una muestra censal, empleándose la encuesta de técnica y de instrumento la escala de Calidad de Sueño de Pittsburg y Satisfacción Laboral S20/23. Los resultados inferenciales indican que calidad de sueño y horas trabajadas tuvieron ($r_p=0,295$; $p=0,032$); igualmente, fue encontrada correlación negativa significativa para la SL y las horas de sueño ($r_p=-0,365$ $p=0,007$). Concluyeron que mientras más horas laboren los médicos se tendrá una mejor calidad de sueño, del mismo modo, se denotó que a mayores horas se labore se tiene mayor insatisfacción laboral.

En Ecuador Paredes y Santos (2022) realizaron un estudio con el objetivo de constatar la calidad del servicio en hospitales del SSS y su influencia en la satisfacción de los asegurados. La metodología utilizada fue cuantitativa, correlacional, la población fue de 1.510.315 personas, utilizándose una muestra de 384 asegurados, aplicándose la encuesta y el modelo SERVPERF y modelo alternativo al SERVQUAL. Tuvo como resultados que la calidad de servicio y la satisfacción del asegurado tiene una correlación positiva fuerte con un valor de ($p= 0,000$; $Rho= 0,880$); en cuanto a la CS y la fiabilidad tuvo 0.788; la calidad

de servicio y capacidad de respuesta 0.740; la calidad de servicio y empatía 0.753, indicando que tienen relación positiva considerable; respecto a la capacidad de respuesta y la satisfacción tuvo un coeficiente de 0,789 y $p= 0,000$, indicando tener una correlación buena. Concluyendo que los asegurados del Seguro Social Ecuatoriano no están totalmente satisfechos por el servicio que reciben, al ser consideradas como ineficientes.

En Cuba Huyhua et al. (2023) realizaron un estudio para estimar la asociación entre la calidad de atención y la satisfacción del usuario de un laboratorio clínico. La metodología fue cuantitativa, correlacional transversal, tuvo una población de la totalidad de usuarios atendidos en el laboratorio clínico y la muestra 220 usuarios, aplicándose la encuesta y el cuestionario elaborado por los autores sobre la CA y para la SU adaptado al modelo SERVPERF. Tuvo como resultado una relación positiva y fuerte entre las variables, al tener ($p < 0,001$; $Rho = 0,767$), del mismo modo, se tuvo correlación positiva y moderada en la dimensión calidad humana ($Rho = 0,691$) y del entorno ($Rho = 0,606$). Concluyeron que la calidad de atención y sus dimensiones se correlacionan con la SU.

En lo sucesivo, es presentado los constructos y teorías que respaldan el presente estudio.

Respecto a la variable calidad de atención, hace referencia al nivel de esmero con que se ofrece un servicio, ya sea a una persona, empresa, organización y/o compañía (Tenesaca & Rodríguez 2022), con la finalidad de generar ganancias elevadas y, además, procurar que el cliente se sienta satisfecho con el servicio y la atención prestada (Tawfik et al., 2019). En otras palabras, es aquella distinción y aptitud que muestran los colaboradores de una empresa durante el desempeño de su labor para atender a quienes reciben el servicio/producto, dándoles un trato acorde, respetuoso, responsable, con ética y mística en su quehacer para personalizar las diferentes solicitudes que les realizan a los fines de lograr complacer con el servicio/producto realizado.

También, la CA es definida como el servicio que se da con cero márgenes de error, para superar las perspectivas que el cliente pueda tener referente al

servicio (Nasution & Syahputra, 2022); y de esta manera lograr posicionarse en el mercado con productos óptimos y de calidad garantizada (Afthanorhan et al., 2019). Los autores citados, indican que el esmero que realizan los colaboradores es impecable, porque con mucho esfuerzo disminuyen cualquier error hasta el punto de erradicarlo, con la finalidad de llegar a superar la expectativa del cliente, quien al obtener mucho más allá de lo esperado ocasiona su fidelización y esta lo lleva a posicionarse en el mercado, por la cantidad de referencias y de recomendaciones que realiza un cliente a otra persona, quien lleva a reconocer la empresa como altamente responsable, capacitada, con personal cualificado que dan servicios/productos elevadamente garantizados.

Así, la calidad de servicio contiene diversas características que la hacen tener distinción entre los demás servicios ofrecidos por otros proveedores, tales como precios moderados; productos sin desperfectos ni deterioros; la atención debe ser cortés y rápida, dejando al cliente conforme con el producto adquirido y presto a realizar nuevas negociaciones y pedidos (McKenzie et al., 2020). Estas características ocasionan que realmente el producto/servicio sea perseguido por los clientes, porque además de obtener de la empresa un producto de elevada calidad, posibilita su obtención a un precio módico y accesible que produce un enganche extra, y que, al ser reforzado con la excelente atención, profesionalismo y elevada calidad conduce a consolidar la empresa en el mercado y que se incremente de forma significativa las negociaciones que vienen realizándose.

Otro de los aspectos que las caracteriza la CA es su eficacia en la que se proporciona un servicio/producto que se sustenta en la satisfacción de la necesidad de quien lo requiere cumpliendo, como se indicó con sus expectativas; seguro, puesto que se realiza libre de riesgos en los que la empresa se asegura de efectuarlo con el debido cuidado, procedimientos, insumos y tecnologías de punta que disminuyen cualquier riesgo tanto para los colaboradores, la organización y los clientes; se centra en la persona, en el entendido que se está dando una atención personalizada, lo que implica ajustar el servicio/producto a las especificaciones que han sido explicadas por el cliente, y que a partir de ello, se construye un programa que contiene todas sus preferencias, para ser

cumplidos a cabalidad, caracterizado por la empatía, profesionalismo, los valores y ética (McKenzie et al., 2020).

Del mismo modo es oportuna, comprendido como aquella intervención o cumplimiento dentro del momento programado e incluso antes, lo que indica que la organización asume el compromiso de adoptar las medidas que sean necesarias, indispensables y coherentes para erradicar la espera innecesaria o cualquier retraso; equitativa, debido a que a pesar de que la atención es personalizada, ello no implica preferencias o discriminación hacia los clientes, sino que el trabajo es realizado con el mismo empeño, disciplina, constancia, dedicación, esmero, profesionalismo, atención, insumos y calidad a todos; integrada, ya que, la atención/servicio va a contener y proporcionar la diversidad de servicios indispensables que dispone la organización para lograr generar una atención en la que se produzca la satisfacción y supere las expectativas; y eficiente, debido a que los recursos se emplean adecuadamente evitando cualquier desperdicio, maximizando los beneficios recíprocos (Afthanorhan et al., 2019).

Por ello, toda organización debe fortalecer elementos indispensables para generar una significativa CA, dentro de ellos se encuentra esforzarse por dar a conocer la multiplicidad de servicios ofrecidos por medio del marketing en todas sus manifestaciones, particularmente dando una atención personal, teniendo a colaboradores altamente capacitados para atender a los usuarios, que posean cualidades como: empatía, respetuoso, responsable, alto sentido perceptivo, comunicativo (con un amplio vocabulario que le permita llegar a todo tipo de personas), disciplinado y paciente, al punto de hacer sentir al cliente cómodo (Nasution & Syahputra, 2022).

De la misma forma, resulta necesario posibilitar una vía que resulte expedita en la que sea posible que toda queja o reclamo de los usuarios sea atendida de forma inmediata por los supervisores o por quienes tengan la capacidad de adoptar decisiones correctivas y responsabilizar a la empresa, para asegurar una adecuada atención, efectuar mejoras dentro de los procesos; siendo importante además, que sea indispensable, que la organización cuente con colaboradores capaces de hacer seguimiento post atención de los usuarios,

a los fines de recoger todas las experiencias necesarias para incorporar innovaciones y hacer mejoras, creando con ello un ciclo y una cultura de amplia mejora permanente (McKenzie et al., 2020).

De esta manera, ofreciendo un servicio de calidad se logra que los clientes valoren cuán satisfechos están con el producto adquirido y el servicio prestado, lo que produce que el producto tenga alta aceptación dentro del mercado y, los compradores siempre van a elegir estos proveedores al momento de necesitar algún bien. Asimismo, recomendarán el producto a otras personas, lo que resultaría que nuevos clientes se interesen en los productos y servicios. Cabe destacar que, es importantísimo existencia de la CA dentro de la misma, puesto que; se debe impresionar al cliente al desempeñarse sus funciones, porque si existe una pésima calidad de atención no se tendrá el éxito y la reputación que se espera tener.

En cuanto a la dimensión elementos tangibles se puede decir que, se refiere a toda la parte física, palpable y perceptible de la empresa, tales como sus equipos; los materiales comunicativos; aspecto de los colaboradores y proveedores y, los métodos y técnicas que se emplean (Tenesaca & Rodríguez 2022). Del mismo modo, los elementos tangibles son todos aquellos factores que se pueden manipular y vislumbrar; que se emplean para la producción de los servicios (Hazan et al., 2021). En otras palabras, es todo aquello que puede ser percibido a través del tacto de las personas, y que, en la actualidad, agregan un valor a la empresa, puesto que, con ella, se genera una impresión en los clientes.

Los elementos tangibles son de significativa importancia, porque a través de éstos se muestra a la clientela las condiciones físicas que la compañía tiene para producir los productos y servicios que ofrece (Heller et al., 2021), por lo tanto, deben ser equipos de alta gama, avanzados y modernos, adaptados a la actualidad y realidad para poder cubrir con las necesidades del comprador ofertando productos de máxima calidad (Gajewska et al., 2020). De manera que, estos al poder ser visualizados por los clientes, crean representación en la psiquis de toda persona que ingresa a la organización, generando una impresión a simple vista que, tiende a favorecer la imagen institucional, pues tal como se indicó anteriormente, ella genera una primera impresión en el cliente que los

conduce a tomar determinadas decisiones; de allí se tiene que toda empresa debe cuidar la imagen que proyecta en los clientes por medio de sus equipos.

De este modo, se debe mostrar al cliente una buena impresión de la tangibilidad para que tenga confianza, sabiendo que obtendrá productos de calidad y máxima eficacia para cubrir las necesidades existentes que éste tenga, por lo que se debe siempre estar actualizando los equipos e instalaciones, con espacios físicos limpios, organizados y en óptimas condiciones de pintura, con un adecuado mobiliario ubicado de forma adecuada en un ambiente cálido; que los trabajadores cuenten con una buena presentación personal, siendo capaces de cumplir con las labores impartidas, teniendo una óptima comunicación con el cliente para que éste se sienta cómodo y satisfecho. Del mismo modo que todo producto ofrecido al usuario sea impecable.

Con relación a la fiabilidad, hace referencia a cómo debe prestarse el servicio para que el cliente sienta confianza (Tenesaca & Rodríguez 2022). Puesto que; la confianza al ser un elemento tan esencial e indispensable que deben fomentar todas las empresas en sus clientes, es indispensable que sean centrados los esfuerzos de la organización para cumplir debidamente con todos los compromisos asumidos, llenar las expectativas e incluso superarlas, dando lo mejor del servicio/producto, de manera que pueda ocasionar la seguridad que la empresa siempre cumple lo ofertado.

También, se dice que es la destreza que se tiene para efectuar el servicio, realizándose de una manera cuidadosa teniendo en cuenta que el cliente deber sentirse confiado y seguro al momento de adquirir el producto (Rivera et al., 2021). Por lo que, se debe tener colaboradores capacitados para que el cliente perciba la preparación que éste tiene, asimismo ser responsables en la entrega del producto, montos acordados, asesorías y todo lo relacionado con las dudas que el comprador pueda tener (Gibadullin et al., 2019). En ese sentido, debe indicarse que crear las destrezas necesarias en los colaboradores ocasiona que las organizaciones realicen inversiones en la capacitación profesional, para que sea posible contar con un personal debidamente cualificado, con las distintas habilidades, aptitudes y destrezas potencializadas, que al ser puestas al servicio de la organización redunden en la obtención de productos de elevada calidad, y

en la que los colaboradores puedan utilizar las distintas tecnologías de punta que potencialicen la productividad.

Del mismo modo, conviene realizar unas precisiones que se consideran de importancia para este estudio, referidos a la fiabilidad; como lo es que los productos/servicios realizados no tendrán averías, puesto que la empresa tiene la capacidad de realizar su producción de forma idónea al punto que sus servicios/productos son excelentes teniendo una durabilidad mucho más allá del tiempo garantizado, por lo que se caracterizan por tener un tiempo de vida útil altamente prolongada, lo que hace que no sea necesaria la realización de intervenciones futuras y que el producto/servicio cumplirá el rendimiento esperado; además de ello, en la fiabilidad se encuentra implícito el rendimiento que deben tener las diferentes actividades desarrolladas por la organización, en el sentido que, son cumplidos de forma cabal los distintos procesos internos tanto de producción, administrativos y financieros de la manera correcta, en la que existe una participación y compromiso de todos los colaboradores de las diferentes áreas para realizar sus actividades de forma eficaz y eficiente.

La fiabilidad es un punto clave en la negociación, ya que; a través de ésta el cliente sentirá la confianza en la organización y sus productos y, los adquirirá con más satisfacción, pues se está cumpliendo y abordando sus expectativas y sabrá que sus necesidades serán cubiertas con el servicio o producto que adquiera.

Con respecto a la capacidad de respuesta, es definida como la actitud de colaborar con los compradores y suministrarles productos de calidad y un servicio diligente (Tenesaca & Rodríguez 2022). Igualmente, está relacionada con el compromiso que se tiene con el cliente (Richey et al., 2022) la disposición de solventar las problemáticas que se puedan presentar (Georgewill, 2021), destacando la rapidez, eficacia y eficiencia a momento de dar respuesta a las incertidumbres, objeciones y dudas que el cliente quiera que le sean aclaradas (Decker et al., 2020). Es aquella aptitud que posee una empresa, que al contar tanto con un recurso humano altamente capacitado, la infraestructura adecuada, el equipamiento necesario y los insumos suficientes, pueden cumplir a cabalidad con todos los compromisos que la empresa tiene, y esto no se trata del solo del

hecho de cumplir por cumplir, sino que, se realizan las distintas actividades con la debida rigurosidad en el sentido de mantener e incluso elevar la calidad del producto/servicio ofrecido, entregándolo dentro del tiempo acordado e inclusive antes con las debidas garantías.

No obstante, para que se tenga una capacidad de respuesta efectiva debe atenderse al cliente al momento que necesite o solicite la ayuda o la asesoría (Sharma et al., 2020), en el menor tiempo posible o en el tiempo convenido y tratando de solventar y dar solución a su requerimiento; para que éste se sienta complacido, satisfecho y gustoso tanto con el servicio recibido como con la atención dada. Siendo la CR un punto clave en la organización, puesto que; el cliente al sentirse satisfecho con la atención será un cliente potencial y servirá de referencia con otros para acrecentar la clientela y la fama dentro del mercado.

En cuanto a la seguridad, se hace mención que se refiere a la inexistencia de conflictos peligrosos y/o perplejidades de parte de la organización hacia los clientes (Tenesaca & Rodríguez 2022), puesto que; los compradores esperan que se le sean solventadas todas sus necesidades, dudas y requerimientos, adquiriendo productos de calidad y la debida atención que se merece y que espera recibir de parte de la organización y sus trabajadores para sentirse complacido (Li et al., 2021). Este es un factor que tiene importancia en la relación cliente-empresa porque toda organización debe tener la suficiente seriedad en la realización de sus actividades, que sea capaz de producir en sus clientes que sus operaciones o negociaciones se realizan de con una elevada mística y rigurosidad que se tiene la certeza que se obtendrá aquello que requiere y ello no representara ningún riesgo para él.

También, es importante resaltar que al ofrecerse seguridad al cliente se está ganando reconocimiento, demostrando ser integra y honesta con la clientela, dándole comodidad y seguridad para realizar las compras o negociaciones con la organización (Nguyen et al., 2020). Y, para que esto suceda debe crearse un lazo de confianza entre los proveedores y los clientes, por lo que es fundamental contar con un personal eficiente, capacitado y experto en la materia, pudiendo responder al cliente con eficacia sin dejar ninguna duda y con disposición de satisfacción. Ese lazo que se crea entre el cliente y la

empresa es la que posibilita una real fidelización profundizado el vínculo que siente el cliente con la organización; que mientras más profundo, permanente y arraigado sea, conducirá a que se mantenga la perdurabilidad de la organización en el tiempo y que sin lugar a duda produce el incremento de nuevas negociaciones, incrementa la productividad y mejora la organización aumentando su capacidad de competencia.

Y por último la empatía, que es conceptualizada como el rango de atención e interés personalizada que se le da al comprador (Tenesaca & Rodríguez 2022). Destacando que, para que se cumpla este elemento deben ponerse en práctica todos los anteriores; tangibilidad, seguridad, fiabilidad y capacidad de respuesta; enfatizando que con la integración de estos se forma o constituye la empatía que se entrelaza entre el cliente, la organización y el proveedor (Ngo et al., 2020). Es pues la empatía la suma de todas las cualidades que la empresa debe tener en el trato hacia el cliente, que se ve manifestada a través de la capacidad que tienen los colaboradores de mostrar interés en la necesidad específica que el cliente indica, para darle un servicio único al estar adaptado a la necesidad concreta que le es requerida y que lo hace ser inigualable.

También, es la forma que se atiende al cliente (Hossain & Rahman, 2022), lo cual implica que se debe procurar darle un trato individualizado, esmerado y apropiado haciéndolos sentir importantes para la empresa, por lo que se genera un vínculo fundamental, ya que; el cliente siempre buscará esta organización para realizar sus compras y adquisición de servicios y productos por lo complacido y satisfecho que se siente.

Cada uno de los aspectos que han sido desarrollados, deben ser atendidos por las empresas, lo que genera que los colaboradores estén constantemente preparándose y capacitándose para dar lo mejor de sí, y que todos en conjunto construyan una cultura organizacional que trasciende fronteras.

En cuanto a la teoría de la satisfacción de los proveedores, debe precisarse que no existe una teoría específica dirigida a los proveedores, sin

embargo; existen teorías que se vinculan directamente a la satisfacción que puede ser aplicado. Como es el caso de la teoría de las expectativas de V.H. Vroom, quien postuló que la motivación de una persona dentro de un contexto laboral influye en que se pueda lograr un resultado esperado, que una vez logrado el resultado debe ser recompensado, lo que genera que la persona se sienta conforme con el esfuerzo realizado (Yayinevi, 2022). En ese sentido, debe indicarse que normalmente las personas acuden a las organizaciones para buscar satisfacer una necesidad, y que, en el caso de los colaboradores, como ser humano, son movidos a buscar empleo a los fines de obtener un beneficio o una recompensa que posibilite la satisfacción de sus necesidades personales.

Por ello la motivación es un factor clave a considerar en una relación entre empresa proveedor, porque la motivación es ese determinado estímulo que tiene todo proveedor para lograr eficazmente la prestación del servicio encomendado o la entrega del bien solicitado (Doğanay, 2022); motivar a los proveedores produce resultados favorables, porque aparte de reforzar los lazos existentes entre la empresa y el, también conduce a que este de lo mejor de sí en el cumplimiento de su rol, y que, al sentirse conforme con que sus esfuerzos son tomados en cuenta y bien retribuidos, constantemente procura fortalecer y comprometerse con la organización.

Además, debe indicarse el resultado que se obtiene son producto de tres factores que deben ser atendidos, que es la valencia, la expectativa y los medios (Courtney, 2002). Por valencia se quiere indicar el valor o la importancia que la empresa le da al proveedor debido a la labor que realiza (Kondala et al., 2022); la expectativa es aquello que espera recibir como contraprestación por los servicios o bienes realizados a la empresa; y los medios, deben ser visto como el que la empresa cuente con distintas perisologías necesarias para realizar los actos de comercio, conforme a lo estipulado por las leyes vigentes y por la serie de requisitos exigidos por el proveedor (Kumar et al., 2023).

En ese sentido, Vroom sostenía que cuando se le daba el valor que tiene toda persona por el esfuerzo realizado, y en el que se conoce con certeza que el esfuerzo realizado tendrá una justa contraprestación, producirá un estímulo que conllevara a que las personas realicen el esfuerzo necesario para que las

actividades que realizan produzcan el resultado que se espera; porque se da una estimulación para obtener una recompensa (Duarte, 2022).

Por lo que, en ese orden de ideas vale indicar, que es fundamental que las empresas estén constante reconocimiento de la labor, esfuerzo, dedicación y esmero que tanto los colaboradores como los proveedores realizan para lograr los objetivos empresariales, dándole una adecuada contraprestación, y estímulos constantes, que ocasionaran el fortalecimiento del vínculo que existe entre la empresa y ellos, que al hacerlos parte de los distintos triunfos y sintiéndose valorados como seres humanos, que un incalculable valor dentro de la organización ocasiona que la persona se sienta motivada a esforzarse cada día más, al sentir que todo el esfuerzo y la dedicación valen la pena, lo que generará muchísimos beneficios recíprocos.

Por otra parte, teoría de la equidad (G. Adams) que se encuentra basada en realizar la comparación de individuos verificando los distintos aportes que realizan, así como los múltiples beneficios recibidos, con las demás personas que se encuentran en igualdad, que son tomados como una referencia (O'Brien y Cooper, 2022). Toda organización tiene un conjunto de individuos que aportan con haciendo sus actividades laborales, y como consecuencia reciben una contraprestación (Okoro, 2022). De manera que cuando compara los resultados obtenidos y los aportes de cada individuo, se realiza la medición por medio de una referencia, para lograr establecer una verdadera equidad verificando que la contraprestación sea justa (Wren y Bedeian, 2020; Fajriyati et al., 2020).

Así las cosas, debe indicarse que el resultado de la comparación puede generar tres formas diferentes, la primera forma es que el proveedor tenga una sensación de equidad entre el resultado de la contraprestación recibida con el aporte que realizó a la empresa, al observar la equivalencia de resultados obtenidos (Schermerhorn et al., 2020); con lo cual la persona ha de sentirse motivada y genera su elevado desempeño en las diversas actividades que debe realizar (Sargeant y George, 2021). La segunda forma como puede manifestarse es la sensación de inequidad negativa, en la que el proveedor puede sentirse sub-retribuido porque su contraprestación es menos a los que reciben otros proveedores que ofrecen los mismos productos/servicios, caso en el cual es

mermada la motivación y en la que el proveedor puede desarrollar comportamientos en los que disminuye sus aportes para buscar compensar sus resultados (Lussier, 2020). La tercera forma es la sensación de inequidad positiva, donde el proveedor visualiza que ha tenido un resultado injusto y a pesar de ello le es favorable, en el que en muchas ocasiones desarrolla un sentimiento de culpa por la manera en la que se realizó la actividad que le fue encomendada (Borkowski y Meese, 2021).

En cuanto a la teoría de la calidad de atención, se hace mención a la teoría de la calidad y servicio, expuesta por Karl Albrecht y Jan Carlzon (Sangüesa et al., 2019). Karl Albrecht propuso en su teoría que al usuario se le debe dar lo que quiere obtener, pues es él quien va a disfrutar del servicio o bien adquirido y, asimismo la organización debe contar con un sistema actualizado capaz de cubrir las necesidades y expectativas de los clientes, amplia disposición y habilidades de servicios; donde el elemento fundamental y más importante sea el usuario, teniendo en cuenta sus necesidades y requerimientos para poder satisfacerlos por completo (González y Ortiz, 2020).

Debe indicarse, además, que es indispensable que las empresas logren la satisfacción de sus clientes, porque, en resumidas cuentas, el cliente es la razón de ser de toda empresa, puesto que gracias a las compras o solicitudes de servicio que realiza el cliente es que la empresa recibe sus ingresos. Mientras se conceda un mejor servicio a una persona mayor será su satisfacción, esto posibilita que la persona se fidelice, reconozca la marca y recomiende todos los productos/servicios de la empresa, haciendo que la empresa se posicione en el mercado y se incremente su rentabilidad.

Por su parte, Jan Carlzon nombra a su teoría momentos de la verdad; la cual se centra en que la organización debe prestar el mejor servicio al cliente, porque éste tiene la necesidad de tener relación con la misma, para poder conocer los productos y servicios que se ofrece y, así adquirirlos (Bryson et al., 2020), ya que; el mismo cliente es quien puede dar las referencias del servicio prestado y los productos ofrecidos, demarcando la calidad o insuficiencia del mismo, dando la oportunidad de perfeccionar y mejorar cada día la calidad del servicio (Falkheimer, 2022).

En esta teoría sus dos precursores entrelazaron sus pensamientos teniendo como pilar fundamental al usuario, teniendo en cuenta su percepción y deseos de adquirir un producto que lo satisfaga, donde en éxito, auge y fama de la organización depende del cliente y del punto de vista que tenga de ésta. Por lo que, para la organización su meta y objetivo debe ser complacer y satisfacer al cliente, ya que; de él depende el futuro y el posicionamiento en el mercado a través de las referencias dadas a otros usuarios.

De acuerdo con la teoría de la equidad, se realiza la comparación de la contraprestación que se da con la que otra organización otorga por el mismo producto o servicio (McKenna, 2020). En ese sentido, resulta fundamental estudiar el mercado competitivo donde se considere la contraprestación que las organizaciones ofrecen a los proveedores/trabajadores para captarlos, a los fines de realizar un ofrecimiento similar e incluso mejorarlo.

En cuanto a la variable satisfacción de los proveedores, resulta prudente indicar que el empleo del término satisfacción es empleado para referirse a aquella medida de gusto o complacencia que se ocasiona a los proveedores, al recibir la contraprestación por el servicio o producto realizado a una empresa (García et al., 2023). Por su parte, el proveedor es una persona que, manteniendo una relación comercial con una empresa, ha adquirido el compromiso de abastecerla de insumos o de realizar la prestación de un servicio vinculado al proceso productivo empresarial.

La satisfacción del proveedor es obtenida cuando han sido cubiertas las expectativas que han sido pactadas en la convención, logrando obtener una buena reputación generando buenos comentarios de la relación comercial surgida, por haberse cumplido adecuadamente la contraprestación en los plazos y términos acordados, que ocasionan sosiego, seguridad y tranquilidad, logrando obtener un estado de bienestar (García et al., 2020). Debe destacarse que, cuando existe la satisfacción del proveedor se genera una relación armónica en la que resultan beneficiadas tanto la empresa como el proveedor, puesto que; son satisfechas las necesidades recíprocas, en la que se alcanzan las expectativas y deseos, que ocasiona una experiencia gratificante y se alcanzan

los objetivos en un ambiente libre de tensiones, agradable y fluido (Pelayo y Ortiz, 2019).

De manera que, la satisfacción de proveedor es uno de los factores de mucha importancia dentro de las diversas relaciones que una empresa debe mantener para su debida subsistencia, porque el proveedor es aquella persona, natural o jurídica, que, a pesar de ser un factor externo, contribuye al proceso productivo empresarial, puesto que; es quien provee a la empresa las materias primas o servicios indispensables para mantener una producción adecuada. Convirtiéndose de esta manera, en una pieza indispensable para la producción, porque al agotarse la materia prima, la producción se paraliza y genera una afectación considerablemente a los ingresos que puede percibir la empresa.

En este contexto, debe indicarse que para lograrlo es inevitable que las organizaciones fortalezcan todo cuanto sea indispensable, por ello, es oportuno indicar que es útil apuntar a la automatización de los diferentes procesos que son realizados en las organizaciones comerciales, al considerar que diariamente puede ser emitidas grandes cantidad de facturas, requerimientos y simultáneamente se efectúan numerosas solicitudes, que generan un retraso en los procesos administrativos, que podrían obstruir la satisfacción de los proveedores, porque ellos requieren que les sean emitidos los distintos recibos/facturas de forma expedita para organizar adecuadamente las cuentas, y que puedan prever todo lo necesario para realizar los diferentes suministros en el tiempo oportuno; y al ampliarse la facilidad para que obtengan los documentos requeridos se producirá una mejor relación comercial (García et al., 2020).

En ese sentido, la automatización permite ahorrar tiempo y esfuerzo en actividades administrativas que puede ser dedicado a atender otros aspectos; y que además produce resultados inmediatos, que al ser agilizado el proceso y la gestión de los distintos documentos potencializa la velocidad otorgándole precisión, la erradicación de errores, incrementa la transparencia y posibilita obtener información en tiempo real de todas las operaciones realizadas; lo que genera un plus importante, que es permitir centrar la atención en una comunicación fluida y directa con el proveedor desembocando en lograr

fidelizarlo debido a la transparencia e inmediatez de atención, aspectos que son de mucho valor (Pelayo y Ortiz, 2019).

En ese sentido, debe indicarse que toda empresa debe desarrollar adecuadamente diversos aspectos, que contribuyen a la satisfacción de los proveedores, como lo es la fiabilidad, la capacidad de respuesta, el profesionalismo, el compromiso y las intenciones futuras, que serán desarrolladas en lo sucesivo para su adecuada comprensión.

La fiabilidad, es la cualidad empresarial de ser fiable, que es lograda por el cumplimiento adecuado y oportuno de los distintos compromisos asumidos, en los que indistintamente sea el tipo de relación tenga la empresa, ella produce el mismo resultado porque tiene una excelente capacidad de cumplimiento (García et al., 2023). Debe señalarse que, la fiabilidad empresarial generalmente se obtiene por el récord de las relaciones satisfechas con los distintos proveedores de la empresa, manifestada a través de la cultura de realizar los pagos oportunos, por medio de los mecanismos internos que posibilitan su efectiva ejecución, sin dilaciones ni ningún tipo de trabas (Mbango, 2019).

Debe destacarse que, el flujo de caja de la empresa se relaciona con la posibilidad que tiene la empresa para realizar los pagos, puesto que; en la medida en la que ésta posee mayores ingresos que egresos, genera su rentabilidad y es lo que generalmente posibilita cumplir debidamente los distintos pagos que debe realizar, por lo que es viable indicar que, la estabilidad posibilita cumplir los compromisos asumidos (Mutiso y Ochiri, 2019). Del mismo modo, el proceso administrativo llevado a cabo por la empresa debe ser expedito, con procesos que le permitan cumplir todos los compromisos asumidos con la debida responsabilidad y seriedad que amerita.

En muchos casos el apalancamiento financiero, contribuye de forma considerable en el cumplimiento de los compromisos de pago mientras que se potencializa la producción de una organización, que posibilita que se emplee el recurso económico propio y ajeno para incrementar la capacidad productiva. Sin embargo, tal medida debe ser asumida con la debida responsabilidad y seriedad que amerita para que realmente posibilite obtener los beneficios esperados

porque de lo contrario podría ser contraproducente, lo que indica que debe ser analizado con la debida rigurosidad (Mbango, 2019).

En definitiva, la fiabilidad conduce a que los proveedores mantengan sus relaciones comerciales con determinada empresa, ya que; es necesario que este sienta la confianza suficiente que la organización cumplirá con los compromisos de pago, y que los realizara sin ninguna dilación. Por ello, normalmente las organizaciones deben analizar el flujo del dinero que perciben, a los fines de medir con precisión el monto que puede disponer para realizar sus pagos a tiempo sin afectar la adquisición de los insumos a fin de garantizar una producción constante y permanente. Del mismo modo, conviene señalar que en algunos casos los apalancamientos son una alternativa viable que puede ser utilizada como mecanismo para el cumplimiento de compromisos adquiridos que estén vinculados directamente a la adquisición de insumos indispensables para la producción que utilizados de forma estratégica posibilita obtener buenos resultados.

En cuanto a la capacidad de respuesta, debe indicarse que es toda aquella disposición que tiene la empresa para entregarle al proveedor todo aquello que ha sido parte del convenio, como contraprestación por el servicio o bien recibido, dándole una respuesta dentro del lapso acordado y aceptable (García et al., 2023). Es sin lugar a duda, la forma de respuesta que la empresa tiene para coadyuvar a que entregue al proveedor las distintas documentaciones indispensables para que realice el traslado de los bienes solicitados, como es el caso de los permisos, guías de movilización y demás documentos que sean solicitados (Agus et al., 2020). Además, debe indicarse que la CR empresarial, está vinculada al establecimiento de pagos acordados, a todo cuanto ha sido solicitado por el proveedor para realizar adecuadamente su actividad, reconociendo las distintas exigencias tanto legales como las aspiraciones que tiene el proveedor (Gu et al., 2021).

Asimismo, de indicarse que se relaciona con los indicadores de desempeño empresarial, entendido como el mecanismo interno para motorizar las operaciones conducentes a llevar a cabo la obtención de permisos, licencias

y autorizaciones indispensables para que el proveedor realice la labor encomendada (Patrón, 2021).

Del mismo modo, la CR posee diversos componentes que van a influir de manera significativa en la organización, tal es el caso de la visión estratégica, que posibilita visualizar a futuro la empresa, que genera que se haya deslindado con precisión las distintas necesidades que van a ser atendidas para satisfacerlas, lo que conduce a la utilización del tiempo y de los recursos de manera adecuada, en la que se considera los aspectos físicos que podrían establecer un techo productivo para ampliarlo (García et al., 2023). Igualmente, la estructura física es otro de los componentes que deben ser evaluados, sobre todo en las organizaciones dedicadas a la producción de bienes, debido a que, este es un factor que podría limitarlos ya que, tanto el almacenamiento como la producción todo bien elaborado generalmente es almacenado ocupando un espacio que está limitado al espacio físico, ello conduce a indicar, que en este aspecto es fundamental que la organización precise con claridad no solo la capacidad de almacenamiento y producción, sino el flujo de salida con lo que podrá ser estimada adecuadamente los tiempos en los que debe adquirir los insumos y considerar aquellos productos que tienen mayor salida, o plantearse la posibilidad de ampliar la infraestructura que posibilite incrementar el almacenamiento y producción, pudiendo crear nuevas sucursales tanto a nivel nacional como internacional (Agus et al., 2020).

En ese sentido, debe indicarse que la CR desde la óptica de satisfacción del proveedor deber vislumbrarse, como una cualidad empresarial para poner a la disposición del proveedor tanto los recursos indispensables para realizar su labor, como obtener los debidos permisos para realizar el traslado de aquella materia prima, que por su naturaleza requiere de autorizaciones emitidas por la administración pública para su traslado, así como, para dar una respuesta oportuna en caso que, el proveedor de un servicio haya solicitado de la empresa algún material, herramienta e inclusive la cooperación de la empresa para poder llevar a cabo determinada actividad.

Por otra parte, *el profesionalismo* es la forma responsable de comportamiento empresarial que le agrega valor a las relaciones, que implica

dar un trato respetuoso, el comportamiento objetivo, ético y con apego al compromiso moral que se manifiesta en los trabajadores y en la gerencia respecto a toda actividad que se desarrolla dentro de la empresa (García et al., 2023).

Vale indicar que el profesional, es aquella persona que ha sido capacitada y que posee los conocimientos fundamentales o especializados para mejorar todos los aspectos vinculados a la labor realizada (Knobloch et al., 2020); sin embargo, cuando se indica profesionalismo, se atribuye no sólo aquellas personas que poseen una formación académica, sino que abarca, a todas aquellas personas que aún sin ser profesionales asumen un comportamiento conforme a los estándares aceptables y que realizan su labor de forma objetiva, transparente y ética durante el desempeño de sus labores (Mena et al., 2023).

Debido a que, es comprendida como una cualidad personal para realizar las actividades laborales de forma efectiva y correcta, dando cumplimiento cabal a lo que se le solicita con un comportamiento ético y en el cumplimiento de una moral impecable (Camm et al., 2020).

Esto implica que el colaborador actúe con un elevado sentido de compromiso, honestidad, responsabilidad y ética que le permitirán distinguirlo como profesional; ello implica que el colaborador cuente con un elevado dominio de las distintas competencias indispensables para realizar su faena laboral, dedicándose de manera permanente en la atención ofrecida a los demás, y desarrollar su vocación. Para ello, es indispensable que el colaborador trabaje ámbitos específicos de su personalidad para potencializarlos, como es ampliar su creatividad, fortalecer la capacidad de adaptación a las distintas situaciones laborales, ser creativo, fomentar la curiosidad e iniciativa, desarrollar un espíritu de colaboración y generar un amplio nivel de resiliencia. Además, es fundamental que el colaborador fortalezca sus capacidades de trabajar en equipo, maneje de manera idónea el idioma reforzando su capacidad de expresión y de comunicarse; e igualmente que adquiera amplias capacidades de inteligencia emocional que lo habilitaran para manejar las distintas situaciones adversas.

En otro sentido, el compromiso, deviene del grado de responsabilidad que asume la empresa para con el proveedor; éste es visto como la responsabilidad que se toma la empresa para realizar los diferentes actos o acciones indispensables para concretar lo acordado en virtud de la obligación asumida (García et al., 2023). En otras palabras, es una cualidad que permite saber que la empresa va a cumplir cabalmente toda obligación adquirida.

Es, además, una capacidad organizacional en la que se asume la conciencia de cumplir con todos los aspectos que fueron concretados durante la contratación, en la que se establecieron parámetros, plazos o acuerdos para llevar a cabo una actividad en la que se establece una obligación recíproca, que es tomada con la debida seriedad para cumplir adecuadamente lo que fue pactado (Fracarolli et al., 2021). De la misma manera, es una capacidad empresarial de hacer frente adecuadamente a todos los compromisos que asumió a través de los representantes de la organización para cumplirlos conforme a las estipulaciones acordadas y que están contenidas en el contrato celebrado, dándole el carácter serio que la convención posee permitiendo que se asegure la plenitud del cumplimiento de las obligaciones (Chang et al., 2021).

Ello permite indicar que, el compromiso es un valor institucional que debe caracterizar a toda empresa u organización, que permite mantener unas relaciones de armonía saludable con el proveedor y, sin la cual, no se lograría satisfacer al proveedor, quien tras cumplir con la prestación del servicio o con proveerle de los insumos, espera que se materialice todo cuanto ha sido establecido en el acuerdo celebrado entre él y la empresa.

Para lograrlo, es necesario que las acciones emprendidas se encuentren armonizadas con los objetivos de la organización, generando que las iniciativas tomadas sean coherentes, en el que se contribuya al éxito organizacional dentro de los que asume un rol importante el proveedor, quien suministrara a la empresa todo insumo; de manera que las decisiones que deban ser tomadas debe ser producto del uso de datos e instrumentos que permitan mantener la objetividad laboral, y que posibilite realizar previsiones respecto a los distintos escenarios que podrían surgir en el desarrollo de la relación empresa proveedor para superar cualquier barrera u obstáculo.

Aunado a lo anterior, vale indicar que el compromiso empresarial, se relaciona en las intenciones futuras; entendiéndose con ello que, en muchos casos se expone al proveedor la posibilidad de que continúe suministrando sus servicios a la empresa, generando pensamientos que lo mueven a tomar determinadas decisiones (García et al., 2023); vale decir que las intenciones son el primer paso para concretar cualquier deseo que tiene la empresa de mejorar y en la que se requiere indispensablemente el servicio o bien de un tercero (Mittal y Gupta, 2021).

Así las cosas, las intenciones futuras están encaminadas en el pensamiento empresarial del crecimiento y la mejora continua de todo servicio que ofrece a los clientes; y en los que para lograrlo ineludiblemente necesitará contar con proveedores satisfechos y comprometidos con la organización para suministrar los insumos necesarios que podría requerir a futuro (Jung, 2021). En ese sentido, toda intención futura que pueda generarse de la relación existente entre un proveedor y una organización, es producto de haber consolidado, concretado una relación comercial seria en la que ambas partes resultaron ganadoras, puesto que, por una parte (empresa) recibió el producto/servicio, por la otra (proveedor) tuvo todo aquello que se le ofreció como contraprestación, sin ningún inconveniente, sino que más bien, ambos resultaron satisfechos, lo que los conduce a plantearse la posibilidad de continuar con negociaciones a tiempo futuro.

En conclusión, la satisfacción de proveedores es fundamental en la empresa, ya que; ello posibilita mantener relaciones de armonía con los diferentes proveedores que de alguna manera contribuyen con el crecimiento de la empresa al proveerle de la materia prima indispensable para la producción o de aquellos servicios necesarios para el mejoramiento de la empresa.

De manera, que la satisfacción podrá ser lograda a través de la fiabilidad que cuenta la empresa porque siempre cumplirá con la contraprestación asumida con el proveedor; del mismo modo, a través de su capacidad de respuesta, profesionalismo y compromiso en la realización de todo el proceso interno llevado a cabo para hacer efectivo los pagos o todo aquello que fue concertado entre la empresa y el proveedor, dentro de un trato objetivo, ético y

con una moral impecable, que conducirá mantener unas excelentes intenciones futuras de relaciones comerciales con los distintos proveedores.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación: Es básico, al buscar comprender y aumentar el conocimiento que existe en un campo específico del saber (Hadi et al., 2023).

3.1.2. Diseño de investigación

- El diseño de la investigación es no experimental, al generarse resultados por medio de la interpretación; lo que indica que toda conclusión no es definitiva y que, además, sus datos no son producto de acciones repetidas en un ambiente controlado (Ruiz y Valenzuela, 2022).
- La investigación es descriptiva al realizarse la recopilación de toda la información útil que posibilita efectuar una descripción de un fenómeno, que se emplea de manera previa a cualquier experimento y que posibilita saber los aspectos concretos que pueden ser manipulados en un experimento (Hadi et al., 2023).
- Correlacional, porque el objetivo es combinar variables calidad de atención y satisfacción de los proveedores utilizando pruebas estadísticas (Ruiz y Valenzuela, 2022).
- De corte transversal, al realizarse la observación de personas y que posibilita realizar la recopilación de información dentro de un tiempo concreto (Hadi et al., 2023).

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Calidad de atención

- **Definición conceptual,** La calidad de servicio a los clientes es aquella impresión que reciben los clientes tras la recepción de un servicio o producto, por medio de la atención recibida y que posibilita su fidelización (Tenesaca-Machúcala y Rodríguez-Pillaga, 2022).

- **Definición operacional**, el instrumento contiene cuatro dimensiones: Elementos tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad, Empatía (Tenesaca-Machúcala y Rodríguez-Pillaga, 2022). Cada dimensión cuenta con indicadores, serán medidas con escala de Likert. El instrumento cuenta con 21 ítems.
- **Indicadores** son, Equipos, Instalaciones físicas, Presentación, Materiales, Tiempo, Interés, Desempeño, Información, Respuesta, Rapidez, Apoyo al cliente, Atención al cliente, Comportamiento, Seguridad, Trato, Conocimiento, Atención, Horario, Cuidado, Necesidades.
- **Escala de medición** para la presente investigación es ordinal de tipo Likert; con alternativas de respuestas: Muy en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), No estoy seguro (3), De acuerdo (4), Muy de acuerdo (5).

Variable 2: Satisfacción de los proveedores

- **Definición conceptual**, la satisfacción del cliente también juega un papel importante y es en estos procesos donde se analizan los comportamientos de los clientes (García-Pascual et al. 2023).
- **Definición operacional**, el instrumento contiene cuatro dimensiones: Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Profesionalismo, Compromiso, Intenciones futuras (García-Pascual et al. 2023). Cada una de ella cuenta con indicadores y éstas serán medidas por la encuesta de tipo Likert. Asimismo, cuenta con 9 ítems responder los objetivos del estudio.
- **Indicadores** son, Confianza, Proceso, Interés, Experiencia, Trato, Información, Flexibilidad, Información, Confianza, Amabilidad, Quejas, Comodidad, Necesidades, Elección, Comprensión, Adsorción, Dedicación, Asistencia, Recomendación.
- **Escala de medición** para la presente investigación es ordinal de tipo Likert.

3.3. Población, muestra, muestreo

3.3.1. Población: La población son todos los elementos comunes que tiene un conjunto y que posibilitan extraer conclusiones en un estudio (Hadi et al., 2023). Por ello, este estudio tiene como población a 110 proveedores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital Lima, 2023.

- **Criterios de inclusión:**

- Proveedores que cuenten con más de un año de servicio

- **Criterios de Exclusión:**

- Proveedores no acepten el consentimiento informado
- Proveedores que no acepten participar en el estudio
- Proveedores que tengan penalidades por incumplimiento de gestiones.

3.3.2. Muestra: La muestra es la representación tomada de una población (Ruiz y Valenzuela, 2022). En ese sentido, la presente investigación se usó la muestra no probabilística compuesta por 100 proveedores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital de Lima.

3.3.3. Muestreo: El muestreo es no probabilístico por conveniencia ya que en el estudio fue elegida de forma arbitraria la cantidad de participantes, utilizándose los siguientes criterios de inclusión: Proveedores que acepten el consentimiento informado, Proveedores que acepten participar en el estudio, Proveedores que cuenten con más de un año de servicio, Proveedores que cuenten con TIC para realizar la encuesta, Proveedores que no tengan sanciones administrativas por incumplimiento de gestiones.

3.3.4 Unidad de análisis: Un proveedor de la Unidad de Contabilidad de un Hospital de Lima.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica empleada fue la encuesta, al ser una herramienta que posibilita que sean recogidos los datos necesarios para el fortalecimiento de las

hipótesis (Ruiz y Valenzuela, 2022). Asimismo, se usó el cuestionario como instrumento, para medir la variable calidad de atención por Tenesaca-Machúcala y Rodríguez-Pillaga, (2022) y la variable satisfacción de proveedores propuesta por García-Pascual et al. (2023).

La validez del instrumento permite que sea medido de forma significativa (Hadi et al., 2023). Para ello fue necesario realizar la validación del instrumento a través del juicio de tres expertos en la materia (anexo), procediendo a medirse la confiabilidad por medio del Alfa de Cronbach. La confiabilidad fue aplicado el instrumento en una población piloto de 10 proveedores con características análogas a la muestra que tiene la investigación. Por ello fue diseñado y enviado un formulario de Google Chrome a los fines de que sean llenados por los participantes y efectuar el procesamiento de los datos con los que se determinó la confiabilidad del instrumento.

Al efectuar la prueba piloto a una población de 10 proveedores de similares características al estudio, la variable calidad de atención mostró un alfa de Cronbach con resultado de 0,947 y para la variable satisfacción de proveedores es 0,932, demostrando una confiabilidad excelente (anexo).

3.5. Procedimientos

Identificadas las variables de estudio, fue realizada la búsqueda de toda la información documental para construir las bases teóricas de la investigación. Luego fue creado el instrumento que posibilita realizar el recojo de la información y se envió a los expertos quienes procedieron a validar su contenido. Seguidamente fue localizada la población piloto (10 proveedores) que tuvieran características análogas a la muestra de la investigación, quienes dieron su respuesta a las preguntas y con el SPSS fue determinada la fiabilidad del instrumento. Por último, se aplicó el instrumento a la población en estudio con las que fueron extraídas las conclusiones y recomendaciones.

3.6. Método de análisis de datos

El método de análisis de datos utilizado fue de estadística descriptiva, lo que condujo a utilizar la base de datos Excel y el SPSS. Realizadas las tablas, fueron analizadas descriptivamente, con la que se contrastó las hipótesis usando la estadística inferencial.

3.7. Aspectos éticos

Los aspectos éticos permiten regular la vinculación con el tratamiento de los participantes, resguardar la información producto de la recolección de datos establecidos previamente (Hadi et al., 2023). Fue tomado en consideración el Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo publicados bajo el Reglamento del Consejo Universitario N.º 0340-2021/UCV, así como las normas APA para redactar el documento, haciendo una adecuada paráfrasis y citado de toda la información documental obtenida respetándose la propiedad intelectual de los autores. Del mismo modo, todo dato personal de los participantes fue considerados confidenciales y se respetó el derecho a participar en la investigación.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados Descriptivos

En lo sucesivo, se presentan las Tablas cruzadas de las variables y dimensiones planteadas en los objetivos

Tabla 1

Cruce de variables Calidad de Atención y Satisfacción de Proveedores

			Satisfacción de proveedores			
			Bajo	Regular	Alto	Total
Calidad de atención	Bajo	n	7	11	0	18
		%	7,0%	11,0%	0,0%	18,0%
	Regular	n	6	29	16	51
		%	6,0%	29,0%	16,0%	51,0%
	Alto	n	0	10	21	31
		%	0,0%	10,0%	21,0%	31,0%
Total	n	13	50	37	100	
	%	13,0%	50,0%	37,0%	100,0%	

En base la Tabla 13, 18% de los proveedores indicaron que hay un nivel bajo de calidad de atención; Asimismo, el 51% lo señalan de nivel regular y el 31% tendió a un nivel alto. En otro sentido, encontramos que el 13% reportaron bajos niveles en satisfacción de proveedores, 50% dijo que son regular y el 37% lo consideran de nivel alto. En el cruce de las variables, se resalta que el 7% de los proveedores consideró la CA bajo, por lo tanto, el nivel de satisfacción del proveedor es bajo; además, el 29% ven la CA de nivel regular, lo que implica que la satisfacción del proveedor sea regular. Finalmente, el 21% de los encuestados indicó como alta la CA, y por el mismo motivo, la satisfacción en proveedores es alta.

Tabla 2*Tabla Cruzada de Elementos Tangibles y Satisfacción de Proveedores*

		Satisfacción de proveedores				
		Bajo	Regular	Alto	Total	
Elementos tangibles	Bajo	n	8	16	5	29
		%	8,0%	16,0%	5,0%	29,0%
	Regular	n	5	24	28	57
		%	5,0%	24,0%	28,0%	57,0%
	Alto	n	0	10	4	14
		%	0,0%	10,0%	4,0%	14,0%
Total	n	13	50	37	100	
	%	13,0%	50,0%	37,0%	100,0%	

Según la Tabla 14, vemos que el 29% de los proveedores entrevistados piensan que los elementos tangibles son de nivel bajo; por otra parte, el 57% lo evalúan de nivel regular y el 14% lo ubican de nivel alto. En el análisis de la diagonal principal, el 8% de los proveedores indicaron un nivel bajo de elementos tangibles, lo que significa que la satisfacción de proveedores se encuentra en un nivel bajo. Además, el 24% de ellos informa un nivel regular de elementos tangibles, y en esta misma cifra la satisfacción de proveedores es regular. por último, el 4% afirma que los elementos tangibles son de nivel alto y por tanto la satisfacción de proveedores también es alta.

Tabla 3*Tabla Cruzada de Fiabilidad y Satisfacción de Proveedores*

			Satisfacción de proveedores			
			Bajo	Regular	Alto	Total
Fiabilidad	Bajo	n	9	15	6	30
		%	9,0%	15,0%	6,0%	30,0%
	Regular	n	4	27	15	46
		%	4,0%	27,0%	15,0%	46,0%
	Alto	n	0	8	16	24
		%	0,0%	8,0%	16,0%	24,0%
Total	n	13	50	37	100	
	%	13,0%	50,0%	37,0%	100,0%	

En la Tabla 15 se muestra que el 30% de los proveedores que respondieron la encuesta afirmaron que la fiabilidad se encuentra en un nivel bajo; Incluso el 46% y el 24% de ellos lo destacan de nivel regular y alto respectivamente. Considerando los resultados de la diagonal primaria, quedó claro que el 9% de los participantes reportaron de nivel bajo la fiabilidad, y esto hace que la satisfacción de proveedores sea de nivel bajo. Por otro lado, la fiabilidad se observó en el nivel regular del 27% y por tanto la satisfacción de proveedores es regular. y el 16% de los encuestados expresan que la fiabilidad está en un nivel alto ubicándolo en nivel alto la satisfacción de proveedores.

Tabla 4*Tabla Cruzada capacidad de respuesta y Satisfacción de Proveedores*

			Satisfacción de proveedores			
			Bajo	Regular	Alto	Total
Capacidad de respuesta	Bajo	n	8	16	2	26
		%	8,0%	16,0%	2,0%	26,0%
	Regular	n	5	24	20	49
		%	5,0%	24,0%	20,0%	49,0%
	Alto	n	0	10	15	25
		%	0,0%	10,0%	15,0%	25,0%
Total	n	13	50	37	100	
	%	13,0%	50,0%	37,0%	100,0%	

En la Tabla 16 se describe que el 26% de los proveedores creen que la CR se encuentra en nivel bajo; así como también, el 49% y el 25% de ellos lo destacan de nivel regular y alto sucesivamente. Evaluando los resultados del cruce de la primera diagonal, se evidencio que el 8% de los participantes reportaron de nivel bajo la CR, y esto hace que la satisfacción de proveedores sea de nivel bajo. De igual manera, la capacidad de respuesta lo posicionan en un nivel regular del 24% y en esa misma cifra la satisfacción de proveedores es de nivel regular. Para finalizar, el 15% de los encuestados expresan que la CR está en un nivel alto y por tanto ubica en nivel alto la satisfacción de proveedores.

Tabla 5*Tabla Cruzada Seguridad y Satisfacción de Proveedores*

			Satisfacción de proveedores			
			Bajo	Regular	Alto	Total
Seguridad	Bajo	n	2	4	0	6
		%	2,0%	4,0%	0,0%	6,0%
	Regular	n	11	29	20	60
		%	11,0%	29,0%	20,0%	60,0%
	Alto	n	0	17	17	34
		%	0,0%	17,0%	17,0%	34,0%
Total	n	13	50	37	100	
	%	13,0%	50,0%	37,0%	100,0%	

Como se aprecia en la Tabla 17, el 6% de los participantes reportaron de nivel bajo la seguridad; Así pues, el 60% lo apuntan de nivel regular y el 34% lo estiman de nivel alto. El estudio de los datos de la diagonal principal, muestra que el 2% indica que la seguridad presenta un nivel bajo, lo que refleja en esa misma proporción un nivel bajo de la satisfacción de proveedores. Por otra parte, el 29% mencionan la seguridad de nivel regular lo que establece que la satisfacción de proveedores sea regular y un 17% sostienen que la seguridad se sitúa en un nivel alto y en esa misma cifra la satisfacción de proveedores es de nivel alto.

Tabla 6*Tabla Cruzada Empatía y Satisfacción de Proveedores*

		Satisfacción de proveedores				
		Bajo	Regular	Alto	Total	
Empatía	Bajo	n	6	27	2	35
		%	6,0%	27,0%	2,0%	35,0%
	Regular	n	5	21	22	48
		%	5,0%	21,0%	22,0%	48,0%
	Alto	n	2	2	13	17
		%	2,0%	2,0%	13,0%	17,0%
Total	n	13	50	37	100	
	%	13,0%	50,0%	37,0%	100,0%	

Se proyecta en la Tabla 18, que 35% indicó un bajo nivel de empatía. El 48% lo estiman de nivel regular y el 17% lo consideran de nivel alto. Los resultados obtenidos de la diagonal primaria, se constata que el 6% perciben la empatía de nivel bajo y por tanto la satisfacción de proveedores es de nivel bajo, de la misma manera, se tiene un 21% de nivel regular en la empatía lo que demuestra que se tenga un nivel regular en la satisfacción de proveedores. Finalmente, hay un nivel alto de empatía con un 13%, y la satisfacción de proveedores también es de nivel alto en esa misma proporción.

4.2. Análisis inferencial

Test de normalidad

Valor-p > 0,05 admite H_0 , cumple con normalidad, paramétrica; Pearson

Valor-p < 0,05 admite H_a , no normales, no paramétrica; Spearman

Tabla 7

Pruebas de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de atención	,094	100	,031
Satisfacción de proveedores	,125	100	,001

Nota. Base de datos SPSS 26

La tabla 19. Posibilita la visualización de haber efectuado el test de normalidad, utilizándose la prueba Kolmogorov Smirnov para analizarla; los valores obtenidos ($p= 0,031$ y $p= 0,001$ son < 0,05), con lo que se realiza la selección de la H_a porque el dato devuelto no es normal. Lo que condujo a utilizar Rho de Spearman.

Contrastación hipótesis general

Tabla 8

Correlaciones de la hipótesis general

			Satisfacción de proveedores
	Calidad de atención	Coefficiente de correlación	,695**
Rho de Spearman		Sig. (bilateral)	,000
		N	100

Se tuvo valor ($p= 0,000 < 0,05$), generando que sea aceptada la hipótesis alterna, y un coeficiente $r = 0,695$, que lleva a sostener que existe correlación moderada entre la calidad de atención y la satisfacción de proveedores.

Tabla 9

Explicación del Coeficiente rho de Spearman

Valor	Significado
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota. Martínez y Campos (2015, p.185)

Contrastación de hipótesis específicas

Tabla 10

Correlaciones de la HE 1

		Satisfacción de proveedores
	Elementos tangibles	de ,457**
Rho de Spearman	Coefficiente correlación	,000
	Sig. (bilateral)	
	N	100

El dato exhibido ($p= 0.000$) que al estar por debajo de <0.05 posibilita que se acepte la H_a . aunado a ello, se obtuvo $r= 0.457$ de coeficiente indicando la relación positiva moderada, lo que conduce a sostener que existe correlación moderada entre los elementos tangibles y la satisfacción de los proveedores.

Tabla 11*Correlaciones de la HE 2*

			Satisfacción de proveedores
	Fiabilidad	Coefficiente correlación	de ,499**
Rho de Spearman		Sig. (bilateral)	,000
		N	100

Puede ser visualizado que se tuvo una devolución ($p = 0.000 < 0.05$) que apoya la H_a , e igual $r = 0.499$, comprobándose la existencia de una relación moderada entre fiabilidad y satisfacción de proveedores.

Tabla 12*Correlaciones de la HE 3*

		Satisfacción de proveedores
	Capacidad de respuesta	,527**
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	,000
	N	100

Se evidencia un valor ($p= 0.000 < 0.05$) que confirma la H_a , así como ($r = 0.527$) es demostrada la relación positiva moderada entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de proveedores.

Tabla 13*Correlaciones de la HE 4*

			Satisfacción de proveedores
	Seguridad	Coefficiente correlación	de ,404**
Rho de Spearman		Sig. (bilateral)	,000
		N	100

Se especifican los datos arrojados de la prueba ($p= 0,000 < 0,05$), que acepta la H_a , y un coeficiente ($r= 0,404$), avalando la relación positiva moderada. Como resultado, se demuestra estadísticamente la validez de una correlación moderada entre la seguridad y la satisfacción de proveedores.

Tabla 14*Correlaciones de la hipótesis específica 5*

			Satisfacción de proveedores
	Empatía	Coefficiente correlación	de ,514**
Rho de Spearman		Sig. (bilateral)	,000
		N	100

En referencia con los datos, se confirmó la hipótesis alterna y se halló evidencia estadística que respalda una correlación moderada ($p= 0,000$; $r= 0,514$) entre la empatía y satisfacción de proveedores.

IV. DISCUSIÓN

La investigación tuvo un conjunto de limitaciones tales como la aplicación del instrumento debido a que los proveedores de la Unidad de contabilidad acuden ocasionalmente al hospital, por tanto, se realizó la solicitud al hospital información a fin de explicarles la investigación, así como las reiteras visitas al hospital en búsqueda de la autorización de realización de la investigación; manejo del software SPSS e interpretación de los datos y el tiempo para la redacción de investigación.

Los resultados descriptivos del OG indica determinar la relación de la calidad de atención en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital, Lima, 2023. Observándose que el 51% de los encuestados afirmó que la calidad del servicio es media. Asimismo, el 31% respondió es alto, mientras que la proporción más pequeña (18%) respondió es bajo.

Respecto a los cálculos inferenciales se puede visualizar que el resultado de p valor resultó 0.000 por lo que se acepta la hipótesis planteada, es decir, la calidad de atención se relaciona significativamente en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital; con un coeficiente de 0.695 evidenciando una correlación moderada entre la calidad de atención y la satisfacción de proveedores.

Resultados que son semejantes al estudio de Rodríguez et al. (2023) como resultado se encontró que la CS se encuentra en el rango medio (62%) y la satisfacción del cliente se encuentra en el rango medio (57.3%), y se concluyó que existe relación entre los coeficientes p - valor resultó 0.000, Rho resultó 0,467; Esto indica una correlación significativa positiva media. Asimismo, la investigación de Huyhua et al. (2023) los resultados mostraron una buena y fuerte relación entre las variables ($p - \text{valor} = 0,001$; $Rho = 0,767$), y una buena y fuerte relación entre los componentes de calidad de la personalidad. Concluyeron que la calidad y el alcance de la atención estaban relacionados con la SC.

De acuerdo con los resultados descriptivos del objetivo específico uno el cual indica determinar la relación de los elementos tangibles en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital, Lima, 2023. Se puede evidenciar que 57% muestran nivel regular en elementos tangibles, así mismo, 29% como nivel bajo. Evidenciándose una tendencia regular de la dimensión elementos tangibles en trabajadores de la unidad de contabilidad de un hospital.

Respecto a los cálculos inferenciales se puede visualizar que el resultado de p valor resultó 0.000 por lo que se acepta la hipótesis planteada, es decir, los elementos tangibles se relacionan significativamente en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital y el coeficiente ($r= 0.457$), evidencia una relación positiva moderada.

Estos resultados son semejantes al estudio de La Torre (2022) que muestra que, el 57,1% calificó la CS como media, el 23,5% como mala y el 19,4% como buena. En cuanto a la satisfacción de los usuarios, el 51,5% se mostró algo satisfecho, el 24,5% se mostró satisfecho con el nivel del servicio y el 24% se mostró insatisfecho. Por lo tanto, se determinó el rango de correlación $r=0,616$ y se rechazó la hipótesis nula por ser alta, precisa y significativa entre las variables, con un valor de $p=0.000$. así como la investigación de Paredes y Santos (2022) el resultado es que la CS y la satisfacción del asegurado se relacionan una correlación positiva fuerte con un valor de ($p= 0,000$; $Rho= 0,880$). La CS y capacidad de respuesta es 0.740; la calidad del servicio y empatía es 0.753, lo que significa que la relación es muy buena.

De acuerdo con los resultados descriptivos del objetivo específico dos el cual indica determinar la relación de la fiabilidad en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital, Lima, 2023. Se puede evidenciar que 46%, indico nivel regular la fiabilidad, luego el valor medio de 30%, perciben un nivel bajo. Generando una tendencia regular en la dimensión fiabilidad en trabajadores de la Unidad de contabilidad de un hospital.

Respecto a los cálculos inferenciales se puede visualizar que el resultado de p valor resultó 0.000 aceptándose la hipótesis planteada, es decir, la fiabilidad se relaciona significativamente en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital; así mismo, indica un coeficiente ($r = 0.499$), que comprueba la existencia de una relación moderada entre fiabilidad y satisfacción de proveedores.

Estos resultados son semejantes al estudio de Morales (2019) los resultados señalaron que el 48,3% de los beneficiarios declararon que la calidad de atención fue media y estaban descontentos con la atención obtenida. Llegándose a la conclusión de la existencia de un rango significativo de $P = 0.000$ en cuanto a calidad de atención y la satisfacción de los usuarios externos de la atención recibida en el centro de salud. así como la investigación de Ángel et al. (2020) los resultados inferenciales tenidos fueron ($r = 0.205$; $p = 0.05$), indicando tener una correlación significativa moderada entre las variables. Concluyeron que existen otros factores que se relaciona en la percepción de ambas variables, debido que esta es significativa y moderada; los médicos y enfermeros indicaron percibir una satisfacción laboral muy satisfactoria, pero no ocurrió igual con los asistentes de los médicos quienes indicaron que ambas estaban por mejorar.

De acuerdo con los resultados descriptivos del objetivo específico tres el cual indica determinar la relación de la capacidad de respuesta en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital, Lima, 2023. Se puede evidenciar que 49%, considera de nivel regular la capacidad de repuesta, también un valor medio de 26%, ubicándolo en nivel regular. Existe orientación de regular categoría en la dimensión capacidad de repuesta en colaboradores de la unidad de contabilidad de un hospital.

Respecto a los cálculos inferenciales se puede visualizar que el resultado de p valor resultó 0.000 aceptándose la hipótesis planteada, es decir, la capacidad de respuesta se relaciona significativamente en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital, con un coeficiente de 0.527. Estableciéndose que demuestra una relación positiva moderada entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de proveedores.

Estos resultados son semejantes al estudio de Trigos et al. (2023) los resultados revelaron que, el rango de ($r=0,282$, $p=0.001$), concluyéndose la existencia de una correlación lineal, baja y directa entre las variables. Así como la investigación de Samaniego et al. (2022), cuyos resultados inferenciales indican que calidad de sueño y horas trabajadas tuvieron ($r_p=0,295$; $p=0,032$); igualmente, fue encontrada correlación negativa significativa ($r_p=-0,365$ $p=0,007$) para la satisfacción laboral y las horas de sueño. Concluyeron que mientras más horas laboren los médicos se tendrá una mejor calidad de sueño, del mismo modo, se denotó que a mayores horas se labore se tiene mayor insatisfacción laboral.

De acuerdo con los resultados descriptivos del objetivo específico cuarto que indica determinar la relación de la seguridad en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital, Lima, 2023. Se puede evidenciar que 60%, confirma de nivel regular la seguridad. Asimismo, el 34% indicaron nivel alto, y otro grupo (el 6%), lo ubicó en nivel bajo. confirmándose una propensión de categoría regular en la seguridad del personal del departamento de contabilidad en un hospital de Lima.

Respecto a los cálculos inferenciales se puede visualizar que el resultado de p valor resultó 0.000 aceptándose la hipótesis planteada, es decir, la seguridad se relaciona significativamente en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital y un coeficiente ($r=0,404$), avalando una relación positiva moderada.

Estos resultados son semejantes al estudio de Ramos (2021) los resultados mostraron que el 82,2% del total de encuestados tuvo buena atención y satisfacción, el 12,5% necesitó CA y satisfacción regular y el 2,4% requirió CA y satisfacción regular. Razón por la cual se concluyó que existe una correlación significativa de 0.667 y un rango significativo bilateral de 0.000 entre las variables.

De acuerdo con los resultados descriptivos del objetivo específico quinto que indica determinar la empatía en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital, Lima, 2023. Se puede

evidenciar que 48%, expresaron un nivel regular en la empatía; el puntaje medio 35% lo consideró bajo. Resultando una tendencia de nivel regular hacia la empatía en trabajadores de contabilidad de un hospital de Lima.

Respecto a los cálculos inferenciales se puede visualizar que el resultado de p valor resultó 0.000 por lo que se acepta la hipótesis planteada, es decir, la empatía influye significativamente en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad Contabilidad de un hospital y se halló evidencia estadística que respalda una correlación moderada ($r= 0,514$)

Estos resultados son semejantes al estudio de Silva et al. (2021) en los resultados se tuvo ($r = 0.820$) en la CS y satisfacción del cliente; del mismo modo consiguió relación entre aspectos tangibles y satisfacción del cliente ($r = 0.910$). Concluyeron que cuando se mejora calidad de atención, se produce una mejor satisfacción, generando mayor rentabilidad empresarial, del mismo modo, pudo precisarse que existe una correlación fuerte entre la variable calidad en el servicio con las dimensiones responsabilidad y confiabilidad.

En cuanto a la metodología utilizada, el estudio fue básico, no experimental, cuantitativa de corte trasversal, midiendo las variables calidad de atención y satisfacción de proveedores el cual permitió determinar la relación de la calidad de atención en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital. Por lo tanto, los resultados de esta investigación podrán ser comparados con los resultados de futuras investigaciones con características similares.

Entre las fortalezas de la metodología de implementación de la investigación se puede señalar que existe información de diversas bases de datos (libros, artículos en revistas indexadas) que brindan respuestas a las variables identificadas en el estudio. Voluntad de los proveedores para responder el instrumento de recolección de datos y firmar un consentimiento informado.

Las debilidades de la metodología utilizada en el estudio son las siguientes: dificultades para encontrar expertos que validen los instrumentos, poco tiempo para completar el estudio, manejo del SPSS.

Relevancia de la investigación hace mención a que la calidad del servicio juega un papel clave en el éxito de cualquier negocio. Darles a los clientes un adecuado servicio genera la satisfacción de todas sus expectativas y necesidades, produciendo además su confianza y fidelidad. Por ello es importante que se implementen estrategias que conduzcan a mejorar la calidad del servicio, en la que se considere la comunicación interna e incluso la personalización, donde puede realizarse las distintas mejoras que posibilitaran distinguirse del mercado competitivo e incrementar su calidad de servicio.

Asimismo, la satisfacción de los proveedores es la sensación que la empresa crea en los consumidores en cuanto entran en contacto con las soluciones encontradas y las comparan con sus expectativas. Comprender los factores que afectan la satisfacción de la audiencia ya no es un diferenciador competitivo y se ha convertido en un factor clave empresarial, porque se relaciona a calidad de la experiencia que ha sido percibida por el usuario/cliente que lo fideliza a la marca. Haciendo que sea indispensable e ineludible que las empresas den un servicio de elevada calidad para asegurar su subsistencia.

VI. CONCLUSIONES

Conforme a los resultados descriptivos e inferenciales obtenidos, se concluye:

Primero:

Existe una relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción de proveedores en los trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital ($p\text{-valor}=0.000$). Esto se demuestra mediante un coeficiente de relación de 0.695, indicando una correlación moderada entre la calidad de atención y satisfacción de proveedores.

Segundo:

Los elementos tangibles se relacionan significativamente en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital y el coeficiente ($p\text{-valor}=0.000$; $r = 0.457$), evidencia una relación positiva moderada.

Tercero:

La fiabilidad se relaciona significativamente en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital; así mismo, indica un coeficiente ($p\text{-valor}=0.000$; $r = 0.499$), en base a estos resultados se comprueba que hay datos estadísticos que avalan la existencia de una relación moderada entre fiabilidad y satisfacción de proveedores.

Cuarto:

La capacidad de respuesta se relaciona significativamente en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital ($p\text{-valor}=0.000$), además muestra el coeficiente de 0.527. En cuanto a los valores obtenidos se establece como respaldo estadístico: que demuestra una relación positiva moderada entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de proveedores.

Quinto:

La seguridad se relaciona significativamente en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital y un coeficiente (p -valor=0.000; $r= 0,404$), avalando una relación positiva moderada.

Sexto:

La empatía se relaciona significativamente en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad Contabilidad de un hospital y se halló evidencia estadística que respalda una correlación moderada (p -valor=0.000; $r= 0,514$)

VII. RECOMENDACIONES

Primero:

Se recomienda a la jefatura de Unidad de Contabilidad realizar un seguimiento continuo a fin de garantizar la calidad de atención monitoreando la constante atención que se brinda a los proveedores con el fin de promover satisfacción en los requerimientos solicitados.

Segundo:

Se recomienda asimismo se realice el mantenimiento físico de las instalaciones donde se encuentran los equipos con los inventarios anuales respectivos en la Unidad de Contabilidad

Tercero:

Se recomienda a los que laboran en la parte operativa de la Unidad de Contabilidad realizar sus tareas administrativas y contables de manera más rápida, y muestren un fuerte compromiso para resolver cualquier problema del proveedor que le permita sentirse seguro con los trámites realizados

Cuarto:

Se recomienda al líder de la Unidad de Contabilidad el seguimiento constante de las funciones que realizan sus colaboradores al brindar la ayuda necesaria a los proveedores para solucionar los requerimientos de sus empresas.

Quinto:

Se recomienda a los colaboradores de la Unidad de Contabilidad tener un trato afable con el proveedor, absolviendo sus interrogantes con asertividad demostrando conocimiento en las diferentes gestiones realizadas.

Sexto:

Se recomienda a los colaboradores realizar gestión personalizada a los a fin de brindar o proporcionar asesoría acorde al requerimiento de la solicitud del proveedor.

REFERENCIAS

- Afthanorhan, A., Awang, Z., Rashid, N., Foziah, H., & Ghazali, P. (2019). Assessing the effects of service quality on customer satisfaction. *Management Science Letters*, 9(1), 13-24. <http://m.growingscience.com/beta/msl/2983-assessing-the-effects-of-service-quality-on-customer-satisfaction.html>
- Agus, P., Ratna Setyowati, P., Arman, H. A., Masduki, A., Innocentius, B., Priyono Budi, S., & Otta Breman, S. (2020). The effect of implementation integrated management system ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000 and ISO 45001 on Indonesian food industries performance. *Test Engineering and Management*, 82(20), 14054-14069. <http://ur.aeu.edu.my/id/eprint/747>
- Ángel Salazar, E. M., Fernández Acosta, C. A. y Santes Bastián, M. C. (2020). Clima organizacional y satisfacción laboral en trabajadores de la salud. *Enfermería universitaria*, 17(3), 273-283. <https://www.redalyc.org/journal/3587/358771731003/358771731003.pdf>
- Borkowski, N., y Meese, K. A. (2021). *Organizational Behavior, Theory, and Design in Health Care*. Estados Unidos: Jones & Bartlett Learning.
- Bryson, J. R., Sundbo, J., Fuglsang, L., & Daniels, P. (2020). *Service Management: Theory and Practice*. Alemania: Springer International Publishing.
- Camm, J. D., Cochran, J. J., Fry, M. J., & Ohlmann, J. W. (2020). *Business analytics*. Cengage AU.
- Chang, C. H., Lin, H. W., Tsai, W. H., Wang, W. L., & Huang, C. T. (2021). Employee satisfaction, corporate social responsibility and financial performance. *Sustainability*, 13(18), 9996. <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/18/9996>
- Courtney, R. (2002). *Strategic Management for Voluntary Nonprofit Organizations*. Reino Unido: Routledge.

- Decker, R. A., Haltiwanger, J., Jarmin, R. S., & Miranda, J. (2020). Changing business dynamism and productivity: Shocks versus responsiveness. *American Economic Review*, 110(12), 3952-3990. <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aer.20190680>
- Doğanay, P. (2022). *International Research in Social, Human and Administrative Sciences VIII*. Pınar Doğanay
- Duarte Santos, J. (2022). *Sales Management for Improved Organizational Competitiveness and Performance*. IGI Global
- Fajriyati, I., Afiff, A. Z., Gayatri, G., & Hati, S. R. H. (2020). Generic and Islamic attributes for non-Muslim majority destinations: application of the three-factor theory of customer satisfaction. *Heliyon*, 6(6). [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(20\)31168-3.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(20)31168-3.pdf)
- Falkheimer, J., Heide, M. (2022). *Strategic Communication: An Introduction to Theory and Global Practice*. Reino Unido: Taylor & Francis.
- Fracarolli Nunes, M., Lee Park, C., & Paiva, E. (2021). Keeping key suppliers alive during the COVID-19 pandemic: artificial supply chain resilience and supplier crisis response strategies. *Continuity & Resilience Review*, 3(3), 282-299. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/CRR-08-2021-0029/full/html>
- Gajewska, T., Zimon, D., Kaczor, G., & Madzík, P. (2020). The impact of the level of customer satisfaction on the quality of e-commerce services. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 69(4), 666-684. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJPPM-01-2019-0018/full/html>
- García Huidobro, F., Willson, M., Sepúlveda, V., Palma, S., y Cabello, P. (2020). Evaluación de satisfacción en la implementación de un nuevo sistema de telemedicina en el Servicio de Otorrinolaringología del Complejo Asistencial Dr. Sótero del Río (CASR) durante la pandemia de COVID-19. *Revista de otorrinolaringología y cirugía de cabeza y cuello*, 80(4), 403-

410. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-48162020000400403&script=sci_arttext&tIng=en

García Pascual, F., Parra Camacho, D., y Aguado Berenguer, S. (2023). Effect of service experience, engagement and satisfaction on the future intentions of customers of a sports services. *Heliyon*, 9, e17850. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844023050582>

Georgewill, I. A. (2021). Structural flexibility and corporate responsiveness in the business environment: A theoretical review. *European Journal of Economic and Financial Research*, 4(4). <https://oapub.org/soc/index.php/EJEFR/article/view/1033>

Gibadullin, A. A., Pulyaeva, V. N., Kharitonova, E. N., & Kharitonova, N. A. (2019). Convergence of the Russian power industry in a period of declining reliability and sustainability of the industry. *In Journal of Physics: Conference Series*, 1399(3), 33-43. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1399/3/033034/meta>

González Ortiz, Ó. C., y Ortiz González, O. C. (2020). *Sistemas de gestión de calidad: teoría y práctica bajo la Norma ISO*. Colombia: Ecoe Ediciones.

Gu, V. C., Zhou, B., Cao, Q., & Adams, J. (2021). Exploring the relationship between supplier development, big data analytics capability, and firm performance. *Annals of Operations Research*, 302, 151-172. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10479-021-03976-7>

Hazan, E., Smit, S, Woetzel, J., Cvetanovski, B., Krishnan, M., Gregg, B., Gregg, B., & Hjartar, K. (2021). Getting tangible about intangible. *McKinsey Global Institute*, 1-33. <http://dln.jaipuria.ac.in:8080/jspui/bitstream/123456789/14247/1/Getting-tangible-about-intangibles-the-future-of-growth-and-productivity.pdf>

Heller, J., Chylinski, M., de Ruyter, K., Keeling, D. I., Hilken, T., & Mahr, D. (2021). Tangible service automation: decomposing the technology-enabled engagement process (TEEP) for augmented reality. *Journal of Service*

- Research*, 24(1), 84-103.
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1094670520933692>
- Hossain, M. S., & Rahman, M. F. (2022). Detection of potential customers' empathy behavior towards customers' reviews. *Journal of retailing and consumer services*, 65, 102881.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698921004471>
- Huyhua De la Cruz, R. A., Valladares Garrido, M. J., Hernández Yépez, P. J. y Pereira Victorio, C. J. (2023). Calidad de atención y satisfacción en un servicio de laboratorio clínico. *Revista cubana de medicina militar*, 52(4):e02303055.
<https://revmedmilitar.sld.cu/index.php/mil/article/view/3055/2234>
- Jung, C. M. (2021). The effects of suppliers' CSR reputation on B2B salesperson burnout. *한국콘텐츠학회논문지*, 21(10), 388-408.
<https://www.dbpia.co.kr/Journal/articleDetail?nodeId=NODE10621330>
- Knobloch-Westerwick, S., Robinson, M. J., Willis, L. E., & Luong, K. T. (2020). Beauty or business queen: How young women select media to reinforce possible future selves. *Communication Research*, 47(3), 323-345.
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0093650215626978>
- Kondala Rao, T., Sekhar Garlapati, C., Raj, P., Sudhakar, K. (2022). *New Era Of Educational Psychology*. Ag Publishing House
- Kumar Mahawar, M., Mungi, A., Raul, H. G., y Kumar Gupta, M. (2023). *Entrepreneurship And Small Business Management*. Academic Guru Publishing House
- La Torre Santos, G. (2022). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario – Municipalidad Distrital Tabaconas, 2019*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Cajamarca].
<https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/4764/Tesis%20Gaddi%20%20La%20Torre.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Li, F., Lu, H., Hou, M., Cui, K., & Darbandi, M. (2021). Customer satisfaction with bank services: The role of cloud services, security, e-learning and service quality. *Technology in Society*, 64, 101-487. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160791X20312902>
- Lussier, R. N. (2020). *Management Fundamentals: Concepts, Applications, and Skill Development*. Estados Unidos: SAGE Publications.
- Mbango, P. (2019). The role of perceived value in promoting customer satisfaction: Antecedents and consequences. *Cogent Social Sciences*, 5(1), 1684229. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/23311886.2019.1684229>
- McKenna, E. (2020). *Business Psychology and Organizational Behaviour*. Reino Unido: Taylor & Francis.
- McKenzie, K., Murray, G., Murray, A., & Martin, R. (2020). The impact of an adult intellectual disability screening questionnaire on service providers and users. *Journal of Applied Research in Intellectual Disabilities*, 33(3), 457-464. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jar.12687>
- Mena Garcia, G., Monroig Suárez, M. C., & Bell Fernández, N. M. (2023). Calidad de la atención estomatológica de urgencia en tiempos de COVID-19. *Medisan*, 27(3). http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1029-30192023000300007&script=sci_arttext
- Mittal, A., & Gupta, P. (2021). An empirical study on enhancing product quality and customer satisfaction using quality assurance approach in an Indian manufacturing industry. *International Journal of Mathematical, Engineering and Management Sciences*, 6(3), 878. https://www.researchgate.net/profile/Ankesh-Mittal/publication/352033224_An_Empirical_Study_on_Enhancing_Product_Quality_and_Customer_Satisfaction_Using_Quality_Assurance_Approach_in_an_Indian_Manufacturing_Industry/links/60be4f6b92851cb13d88a85b/An-Empirical-Study-on-Enhancing-Product-Quality-and-Customer-

Satisfaction-Using-Quality-Assurance-Approach-in-an-Indian-Manufacturing-Industry.pdf

Morales Vargas, S. E. (2019). *Calidad de atención y satisfacción del usuario externo, Consultorio de Estrategia Sanitaria Nacional de Inmunización, Centro de Salud Huarupampa, Huaraz, 2016*". [Tesis de Maestro, Universidad Nacional "Santiago Antunez de Mayolo"]. http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/3415/T033_45603223_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mutiso, U. K., & Ochiri, G. (2019). Influence of supplier evaluation criteria on procurement performance of non-governmental organizations in Kenya. *International Journal of Supply Chain and Logistics*, 3(3), 77-98. <https://carijournals.org/journals/index.php/IJSCL/article/view/326>

Nasution, A. E., & Syahputra, I. (2022). Building Customer Satisfaction Through Promotion And Service Quality To Gojek Service Users In Medan. *In Journal of International Conference Proceedings (JICP)*, 5(2), 535-545. <http://ejournal.aibpmjournals.com/index.php/JICP/article/view/1717>

Ngo, L. V., Nguyen, T. N. Q., Tran, N. T., & Paramita, W. (2020). It takes two to tango: The role of customer empathy and resources to improve the efficacy of frontline employee empathy. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 102141. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S096969891930949X>

Nguyen, D. T., Pham, V. T., Tran, D. M., & Pham, D. B. T. (2020). Impact of service quality, customer satisfaction and switching costs on customer loyalty. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 395-405. <https://pdfs.semanticscholar.org/5882/ef46d972a7afcd43bc81ce95b48206d4230e.pdf>

O'Brien, K. E., y Cooper, C. L. (2022). *Elgar Introduction to Organizational Stress Theories*. Reino Unido: E-Content Generic Vendor.

- Okoro, H. (2022). *Organizational Culture and Performance: The Practice of Sustaining Higher Performance in Business Merger & Acquisition*. Estados Unidos: Hamilton Books.
- Paredes Floril, P. R. y Santos Ortiz, E. D. (2022). Calidad del servicio y satisfacción en hospitales del sistema de seguridad social. *Revista angolana de ciências*, 4(1).
<https://www.redalyc.org/journal/7041/704173394011/704173394011.pdf>
- Pelayo Maciel, J., & Ortiz Villavelazquez, N. V. (2019). La satisfacción en las empresas de logística internacional en Jalisco. *Investigación administrativa*, 48(123), 0-0.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-76782019000100003&script=sci_arttext
- Ramos Moscoso, S. M. (2021). *Satisfacción de los usuarios y la calidad de atención que brinda el personal de salud del Centro Quirúrgico. Hospital Eleazar Guzmán Barrón_ Chimbote, 2021*. [Tesis de Doctorado, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote].
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/25553/SATISFACCION_USUARIOS_RAMOS_MOSCOSO_SARA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Richey, R. G., Roath, A. S., Adams, F. G., & Wieland, A. (2022). A responsiveness view of logistics and supply chain management. *Journal of Business Logistics*, 43(1), 62-91.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jbl.12290>
- Rivera, G., Yunusa Kaltungo, A., & Labib, A. (2021). A hybrid approach for an oil and gas company as a representative of a high reliability organization. *In Safety and Reliability*, 40(3), 130-156.
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09617353.2021.1920299>
- Rodríguez Armijos, D. Y., Arista Huamán., A. M., & Cruz Tarrillo, J. J., (2023). Service quality and its effect on customer satisfaction and loyalty. *Revista San Gregorio*, 1(55), 65-77.

http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2528-79072023000300065&lang=es

Samaniego Ríos, M., Distefano Martínez, J. y Ayala- Servín, N. (2022). Calidad del sueño y satisfacción laboral en médicos residentes. *Medicina Clínica y Social*, 6(1), 26-32. <https://www.redalyc.org/journal/7037/703773702005/703773702005.pdf>

Sangüesa Sánchez, M., Mateo Dueñas, R., y Ilzarbe Izquierdo, L. (2019). *Teoría y práctica de la calidad*. 2a edición revisada y actualizada. España: Ediciones Paraninfo, S.A.

Sargeant, A., y George, J. (2021). *Fundraising Management: Analysis, Planning and Practice*. Reino Unido: Taylor & Francis.

Schermerhorn, J. R., Davidson, P., Woods, P., Factor, A., Junaid, F., McBarron, E. (2020). *Management*, 7th Asia-Pacific Edition. Reino Unido: Wiley.

Sharma, D., Taggar, R., Bindra, S., & Dhir, S. (2020). A systematic review of responsiveness to develop future research agenda: a TCCM and bibliometric analysis. *Benchmarking: An International Journal*, 27(9), 2649-2677. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BIJ-12-2019-0539/full/html>

Silva Treviño, J. G., Macías Hernández, B.A., Tello Leal, E. y Delgado Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2). https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78582021000100085

Tawfik, D. S., Scheid, A., Profit, J., Shanafelt, T., Trockel, M., Adair, K. C., Sexton, B., & Ioannidis, J. P. (2019). Evidence relating health care provider burnout and quality of care: a systematic review and meta-analysis. *Annals of internal medicine*, 171(8), 555-567. <https://www.acpjournals.org/doi/abs/10.7326/m19-1152>

Tenesaca Machúcala, B. L., & Rodríguez Pillaga, R. T. (2022). Quality of service and user satisfaction in financial institutions. *Cienciamatria*, 8(2), 116-135. https://www.researchgate.net/publication/362440072_Calidad_de_servicio_y_satisfaccion_del_usuario_en_instituciones_financieras#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20fue%20de%20enfoque%20cuantitativo%20de%20nivel,eficiente%20para%20un%20buen%20desempe%C3%B1o%20de%20la%20entidad.

Trigoso Vergaray, J., Huamán Espejo, M., Bernedo Moreira, D. H. & Romero Carzas, R. (2023). Hospital logistics management and quality of service of the internal client in times of pandemic. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)*, 8(1), 146-162. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2550-65872023000100146&lang=es

Wren, D. A., y Bedeian, A. G. (2020). *The Evolution of Management Thought*. Reino Unido: Wiley.

Yayinevi, E. (2022). *International Research In Social, Human And Administrative Sciences VI*. Assoc. Prof. Dr. Filiz Tufan Emini

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables					
VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
CALIDAD DE ATENCIÓN	La calidad de servicio a los clientes es algo primordial que debe existir dentro de cada empresa sin importar que proporcione productos o venda servicios, deben de desempeñarse de gran manera en la atención al cliente, ya que es la primera impresión que perciben los clientes, y esto ayuda a que los clientes mantengan una preferencia especial con la empresa (Tenesaca-Machúcala y Rodríguez-Pillaga, 2022).	La calidad del servicio será medida por las dimensiones plateadas en la investigación de Tenesaca-Machúcala y Rodríguez-Pillaga, (2022), cuyas dimensiones son Elementos tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad, Empatía para la realización del instrumento el cual permite recolectar la información en el escenario de estudio.	Elementos tangibles	Equipos	Escala tipo likert Escala Ordinal
				Instalaciones físicas	
				Materiales	
			Fiabilidad	Tiempo	
				Interés	
				Desempeño	
				Información	
			Capacidad de respuesta	Respuesta	
				Apoyo al cliente	
				Atención al cliente	
			Seguridad	Comportamiento	
				Trato	
			Empatía	Conocimiento	
				Atención	
Horario					
Cuidado					
SATISFACCIÓN DE LOS PROVEEDORES	La satisfacción del cliente también juega un papel importante y es en estos procesos donde se analizan los comportamientos de los clientes (García-Pascual et al. 2023)	La satisfacción de los proveedores será medida por las dimensiones plateadas en la investigación de García-Pascual et al. (2023), cuyas dimensiones son Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Profesionalismo, Compromiso, Intenciones futuras para la realización del instrumento el cual permite recolectar la información en el escenario de estudio	Fiabilidad	Confianza	Escala tipo likert Escala Ordinal
				Proceso	
				Interés	
				Experiencia	
				Trato	
			Capacidad de respuesta	Información	
				Flexibilidad	
				Información	
				Confianza	
			Profesionalismo	Amabilidad	
				Quejas	
				Comodidad	
			Compromiso	Necesidades	
				Elección	
Intenciones futuras	Comprensión				
	Adscripción				
	Dedicación				
	Asistencia				
	Recomendación				

Anexo 2: Matriz de consistencia

CALIDAD DE ATENCIÓN Y SATISFACCIÓN DE PROVEEDORES EN TRABAJADORES DE LA UNIDAD DE CONTABILIDAD DE UN HOSPITAL, LIMA 2023						
MATRIZ DE CONSISTENCIA						
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	
¿De qué manera se relaciona la calidad de atención con la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023?	Determinar la relación que existe entre la calidad de atención y la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023.	La calidad de atención se relaciona significativamente con la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023.	VARIABLE INDEPENDIENTE: CALIDAD DE ATENCIÓN	Elementos tangibles	Equipos	Enfoque: Cuantitativo Tipo: Básica Nivel: Correlacional/ causal Alcance: Descriptivo Diseño: No experimental – transversal Población: 110 proveedores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023. Muestra: 100 proveedores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital de Lima. Muestreo: No probabilístico – Censal
					Instalaciones físicas	
Fiabilidad	Materiales					
	Tiempo					
	Interés					
Capacidad de respuesta	Desempeño					
	Información					
	Respuesta					
Seguridad	Apoyo al cliente					
	Atención al cliente					
Empatía	Comportamiento					
	Trato					
	Conocimiento					
	Atención					
¿De qué manera se relacionan los elementos tangibles con la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023?	Determinar la relación de los elementos tangibles en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023	Los elementos tangibles se relacionan significativamente en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023.	VARIABLE DEPENDIENTE: SATISFACCIÓN DE LOS PROVEEDORES	Fiabilidad	Cuidado	
					Necesidades	
					Confianza	
					Proceso	
				Capacidad de respuesta	Interés	
					Experiencia	
					Trato	
					Información	
Profesionalismo	Flexibilidad					
	Información					
¿De qué manera se relaciona la fiabilidad en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023?	Determinar la relación de la fiabilidad en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023.	La fiabilidad se relaciona significativamente en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023.	VARIABLE DEPENDIENTE: SATISFACCIÓN DE LOS PROVEEDORES	Capacidad de respuesta	Confianza	
					Amabilidad	
Quejas						
Comodidad	Comodidad					

¿De qué manera se relaciona la capacidad de respuesta en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023?	Determinar la relación de la capacidad de respuesta en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023.	La capacidad de respuesta se relaciona significativamente en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023.		Compromiso	Necesidades	
¿De qué manera se relaciona la seguridad en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital, Lima, 2023?	Determinar la relación de la seguridad en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023	La seguridad se relaciona significativamente en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023			Elección	
¿De qué manera se relaciona la empatía con la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023?	Determinar la empatía en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023	La empatía se relaciona significativamente en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023			Comprensión	
					Adsorción	
				Dedicación		
				Intenciones futuras	Asistencia	
			Recomendación			



Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO 1

El presente cuestionario es de carácter anónimo y servirá para determinar la relación entre la Calidad de Atención y Satisfacción de Proveedores en Trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023.

VARIABLE 1: CALIDAD DE ATENCIÓN

Alternativas:

Muy en desacuerdo	En desacuerdo	No estoy seguro	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	2	3	4	5

Escriba el número correspondiente a su respuesta.

Dimensión: Elementos tangibles		1	2	3	4	5
1.1	Consideras que se debe realizar inventario de los equipos de la Unidad de Contabilidad.					
1.2	Las instalaciones físicas son adecuadas para la atención de la Unidad de Contabilidad					
1.3	Consideras que las instalaciones de la Unidad de Contabilidad siempre se encuentran limpias					
1.4.	El material impreso proporcionado por la Unidad de Contabilidad es adecuado					
Dimensión: Fiabilidad		1	2	3	4	5
1.5	La Unidad de Contabilidad realiza gestiones administrativas en corto tiempo					
1.6.	El personal de la unidad de contabilidad muestra un sincero interés en solucionar los problemas que se te presentan.					
1.7.	Consideras que el desempeño de la unidad de contabilidad es adecuado					
1.8.	Creas que la información proporcionada por la unidad de contabilidad es confiable					
Dimensión: Capacidad de respuesta		1	2	3	4	5
1.9	Consideras que la respuesta brindada por de la unidad de contabilidad es adecuada					

1.10	Consideras que la respuesta brindada por de la unidad de contabilidad solventa todos tus requerimientos					
1.11	Creer que los colaboradores de la unidad de contabilidad muestran disposición para ayudar a los proveedores					
1.12	Consideras que los colaboradores de la unidad de contabilidad muestran buena disposición en la atención al cliente					
Dimensión: Seguridad		1	2	3	4	5
1.13	Sientes confianza por las gestiones realizadas por los colaboradores de la unidad de contabilidad					
1.14	Los colaboradores de la unidad de contabilidad del hospital siempre lo tratan con cortesía					
1.15	Consideras que los colaboradores de la unidad de contabilidad brindan asesoría acorde realizar una gestión eficaz					
1.16	Los colaboradores de la unidad de contabilidad cuentan con conocimiento para responder todas sus dudas					
Dimensión: Empatía		1	2	3	4	5
1.17	Consideras que los colaboradores de la unidad de contabilidad brindan atención personalizada					
1.19	Consideras que el horario de atención de la unidad de contabilidad acorde para realizar sus gestiones					
1.20	Creer que la gestión del personal de la unidad de contabilidad procura asesora de forma correcta a fin cuidar los intereses de los proveedores					
1.21	Consideras que el personal que labora en la unidad de contabilidad comprende las necesidades que le indicas					



CUESTIONARIO 2

El presente cuestionario es de carácter anónimo y servirá para determinar la relación entre la Calidad de Atención y Satisfacción de Proveedores en Trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023

VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DE PROVEEDORES

Alternativas:

Muy en desacuerdo	En desacuerdo	No estoy seguro	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	2	3	4	5

Escriba el número correspondiente a su respuesta.

Dimensión: Fiabilidad		1	2	3	4	5
1.1	Las gestiones realizadas por los colaboradores de la Unidad de Contabilidad le generan confianza					
1.2.	Consideras que los procesos burocráticos la Unidad de Contabilidad son sencillos de realizar					
1.3.	Consideras que los colaboradores de la Unidad de Contabilidad muestran interés para gestionar los procesos burocráticos en beneficio al proveedor					
1.4.	De acuerdo con su experiencia; los colaboradores de la Unidad de Contabilidad muestran buena experiencia laboral					
1.5.	Consideras que el tratamiento o gestión documental de los colaboradores de la Unidad de Contabilidad es buena					
1.6.	Crees que la información proporcionada por la Unidad de Contabilidad es acorde a sus necesidades					
Dimensión: Capacidad de respuesta		1	2	3	4	5
1.7.	Consideras que la Unidad de Contabilidad ofrece flexibilidad en las gestiones administrativas adaptadas a tus necesidades					
1.8.	Crees que la Unidad de Contabilidad lo mantiene plenamente informado de los diferentes procesos administrativos acorde a su solicitud					
1.9.	Sientes seguridad en todas gestiones administrativas realizadas por el personal que labora en la Unidad de Contabilidad					
1.10	Consideras que el personal que labora en la Unidad de Contabilidad te brindó atención e información con amabilidad la correspondiente.					
1.11	El personal que labora en la Unidad de Contabilidad ingresa y gestiona sus quejas					

Dimensión: Profesionalismo		1	2	3	4	5
1.12	El personal que labora en la Unidad de Contabilidad le hace sentir cómodo mientras realizas las gestiones administrativas					
1.13	El personal de la Unidad de Contabilidad se adapta rápidamente a sus necesidades					
1.14	Eliges a la misma persona para que te apoye en las gestiones realizadas en la Unidad de Contabilidad debido a su destreza y experiencia					
1.15	El personal de la Unidad de Contabilidad comprende sus necesidades					
Dimensión: Compromiso		1	2	3	4	5
1.16	Consideras que ser proveedor del Hospital aumenta el valor de tu empresa					
1.17.	Crees que es importante cumplir cabalmente con los requerimientos solicitados por la Unidad de Contabilidad					
Dimensión: Intenciones futuras		1	2	3	4	5
1.18	De acuerdo con el servicio brindado por la Unidad de Contabilidad, continuarás prestando el servicio hacia el hospital en los próximos años					
1.19	De acuerdo con el servicio brindado por la Unidad de Contabilidad, recomendarías a otras empresas prestar servicio en el hospital					



ANEXO 4: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN" y "CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DE PROVEEDORES" La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez:

Nombre del juez:	Mg. Rodríguez Merino, Juan Carlos
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Administración Pública
Institución donde labora:	Seguro Social de Salud - Essalud
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (x)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	CUESTIONARIO DE OPINION SOBRE CALIDAD DE ATENCION
Autor:	Torres Centeno, Margarita
Procedencia:	Lima- Perú
Administración:	Propia
Tiempo de aplicación:	20 minutos
Ámbito de aplicación:	Unidad de contabilidad de un hospital
Significación:	La variable independiente calidad de atención, está conformada por 5 dimensiones: Elementos tangibles (compuesta por 4 ítems), Fiabilidad (compuesta por 4 ítems), Capacidad de respuesta (compuesta por 4 ítems), Seguridad (compuesta por 4 ítems), Empatía (compuesta por 4 ítems), el cual fue medido mediante el cuestionario. El instrumento tiene como objetivo de determinar la influencia de la calidad de atención en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital, Lima, 2023.

4. VARIABLE: CALIDAD DE ATENCIÓN

4.1 Soporte teórico (describir en función al modelo teórico)

ESCALA/ÁREA	SUBESCALA (DIMENSIONES)	DEFINICIÓN
Calidad de atención Hace referencia al nivel de esmero con que se ofrece un servicio, ya sea a una persona, empresa, organización y/o compañía (Tenesaca & Rodríguez 2022)	Elementos tangibles	Se refiere a toda la parte física, palpable y perceptible de la empresa, tales como sus equipos; los materiales comunicativos; aspecto de los colaboradores y proveedores y, los métodos y técnicas que se emplean (Tenesaca & Rodríguez 2022)
	Fiabilidad	Hace referencia a la forma en que debe prestar el servicio para que el cliente sienta confianza (Tenesaca & Rodríguez 2022).
	Capacidad de respuesta	Es definida como la actitud de colaborar con los compradores y suministrarles productos de calidad y un servicio diligente (Tenesaca & Rodríguez 2022)
	Seguridad	Se hace mención que se refiere a la inexistencia de conflictos peligrosos y/o perplejidades de parte de la organización hacia los clientes (Tenesaca & Rodríguez 2022)
	Empatía	Es el rango de atención e interés personalizada que se le da al comprador (Tenesaca & Rodríguez 2022).



5.- Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario DE OPINIÓN SOBRE CALIDAD DE ATENCIÓN elaborado por Torres Centeno, Margarita en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.



Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintácticasemántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o unamodificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por laordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica dealgunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica conla dimensión o indicador que estámidiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana conla dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (altonivel)	El ítem se encuentra está relacionado con ladimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se veaafectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítempuede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel Tiene alto nivel.



Dimensiones del instrumento 1: CALIDAD DE ATENCIÓN

- **Primera dimensión: Elementos tangibles**
- **Objetivos de la Dimensión:** Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión elementos tangibles respecto a la variable calidad de atención en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMES	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Equipos	Consideras que se debe realizar inventario de los equipos de la Unidad de Contabilidad	4	4	4	
Instalaciones físicas	Las instalaciones físicas son adecuadas para la atención de la Unidad de Contabilidad.	4	4	4	
Presentación	Consideras que las instalaciones de la Unidad de Contabilidad siempre se encuentran limpias	4	4	4	
Materiales	El material impreso proporcionado por la Unidad de Contabilidad es adecuado	4	4	4	

- **Segunda dimensión: Fiabilidad**
- **Objetivos de la Dimensión:** Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión fiabilidad respecto a la variable calidad de atención en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMES	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Tiempo	La unidad de Contabilidad realiza gestiones administrativas en corto tiempo	4	4	4	
Interés	El personal de la Unidad de Contabilidad muestra un sincero interés en solucionar los problemas que se presentan	4	4	4	
Desempeño	Consideras que el desempeño de la Unidad de Contabilidad es adecuado	4	4	4	
Información	Creer que la información proporcionada por la Unidad de Contabilidad es confiable	4	4	4	

- **Tercera dimensión: Capacidad de respuesta**
- **Objetivos de la Dimensión:** Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión capacidad de respuesta respecto a la variable calidad de atención en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMES	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Respuesta	Consideras que la respuesta brindada por la Unidad de Contabilidad es adecuada	4	4	4	
Rapidez	Consideras que la respuesta brindada por la Unidad de Contabilidad solventa todos tus requerimientos	4	4	4	
Apoyo al cliente	Creer que los colaboradores de la Unidad de Contabilidad muestran disposición para ayudar a los proveedores	4	4	4	
Atención al cliente	Consideras que los colaboradores de la Unidad de Contabilidad muestran buena disposición en la atención al cliente	4	4	4	

- **Cuarta dimensión: Seguridad**
- **Objetivos de la Dimensión:** Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión seguridad respecto a la variable calidad de atención en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMES	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Comportamiento	Sientes confianza por las gestiones realizadas por los colaboradores de la Unidad de Contabilidad	4	4	4	
Seguridad	Los colaboradores de la Unidad de Contabilidad del Hospital siempre lo tratan con cortesía.	4	4	4	
Trato	Consideras que los colaboradores de la Unidad de Contabilidad brindan asesoría acorde a realizar una gestión eficaz	4	4	4	
Conocimiento	Los colaboradores de la Unidad de Contabilidad cuentan con conocimientos para responder todas sus dudas	4	4	4	



- **Quinta dimensión: Empatía**
- **Objetivos de la Dimensión:** Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión empatía respecto a la variable calidad de atención en la presente investigación.

INDICADORES	ITEMS	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Atención	Consideras que los colaboradores de la unidad de contabilidad brindan atención personalizada	4	4	4	
Horario	Consideras que el horario de atención de la unidad de contabilidad acorde para realizar sus gestiones.	4	4	4	
Cuidado	Crees que la gestión del personal de la unidad de contabilidad procura asesora de forma correcta a fin cuidar los intereses de los proveedores	4	4	4	
Necesidades	Consideras que el personal que labora en la unidad de contabilidad comprende las necesidades que le indicas	4	4	4	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento es suficiente para ser aplicado en la investigación.

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

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Rodríguez Merino, Juan Carlos DNI: 07920406

Especialidad del Validador: Maestro en Gestión Pública

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

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

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Lima, diciembre 2023.


Firma del Experto validador



4. VARIABLE: SATISFACCIÓN DE LOS PROVEEDORES

4.1 Soporte teórico (describir en función al modelo teórico)

ESCALA/ÁREA	SUBESCALA (DIMENSIONES)	DEFINICION
SATISFACCIÓN DE LOS PROVEEDORES El término satisfacción es empleado para referirse a aquella medida de gusto o complacencia que se ocasiona a los proveedores, al recibir la contraprestación por el servicio o producto realizado a una empresa (García et al., 2023)	La fiabilidad	Es la cualidad empresarial de ser fiable, que es lograda por el cumplimiento adecuado y oportuno de los distintos compromisos asumidos, en los que indistintamente sea el tipo de relación tenga la empresa, ella produce el mismo resultado porque tiene una excelente capacidad de cumplimiento (García et al., 2023).
	Capacidad de respuesta	Es toda aquella disposición que tiene la empresa para entregarle al proveedor todo aquello que ha sido parte del convenio, como contraprestación por el servicio o bien recibido, dándole una respuesta dentro del lapso acordado y aceptable (García et al., 2023)
	Profesionalismo	es la forma responsable de comportamiento empresarial que le agrega valor a las relaciones, que implica dar un trato respetuoso, el comportamiento objetivo, ético y con apego al compromiso moral que se manifiesta en los trabajadores y en la gerencia respecto a toda actividad que se desarrolla dentro de la empresa (García et al., 2023).
	Compromiso	Deviene del grado de responsabilidad que asume la empresa para con el proveedor; éste es visto como la responsabilidad que se toma la empresa para realizar los diferentes actos o acciones indispensables para concretar lo acordado en virtud de la obligación asumida (García et al., 2023).
	Intenciones futuras	En muchos casos se expone al proveedor la posibilidad de que continúe suministrando sus servicios a la empresa, generando pensamientos que lo mueven a tomar determinadas decisiones (García et al., 2023)

5.- Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario de opinión sobre SATISFACCIÓN DE PROVEEDORES elaborado por Torres Centeno, Margarita en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.



Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctico y semántico son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindar sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel Tiene alto nivel.



Dimensiones del instrumento 2: SATISFACCIÓN DE LOS PROVEEDORES

- Primera dimensión: Fiabilidad**

Objetivos de la Dimensión: Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión fiabilidad respecto a la variable satisfacción de proveedores en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMS	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Confianza	Las gestiones realizadas por los colaboradores de la Unidad de Contabilidad le generan confianza	4	4	4	
Proceso	Consideras que los procesos burocráticos de la Unidad de Contabilidad son sencillos de realizar	4	4	4	
Interés	Consideras que el personal de la Unidad de Contabilidad muestran interés para gestionar los procesos en beneficio al proveedor	4	4	4	
experiencia	De acuerdo con su experiencia; los colaboradores de la Unidad de Contabilidad muestran buena experiencia laboral	4	4	4	
Trato	Consideras que el tratamiento o gestión documental de los colaboradores de la Unidad de Contabilidad es buena.	4	4	4	
Información	Creas que la información proporcionada por la Unidad de Contabilidad es acorde a sus necesidades.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Capacidad de respuesta**

Objetivos de la Dimensión: Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión capacidad de respuesta respecto a la variable satisfacción de proveedores en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMS	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Flexibilidad	Consideras que la Unidad de Contabilidad ofrece flexibilidad en las gestiones administrativas adaptadas a tus necesidades	4	4	4	
Información	Creas que la Unidad de Contabilidad lo mantiene plenamente informado de los diferentes procesos administrativos acorde a su solicitud	4	4	4	
Confianza	Sientes seguridad en todas gestiones administrativas realizadas por el personal que labora en la Unidad de Contabilidad	4	4	4	
Amabilidad	Consideras que el personal que labora en la Unidad de Contabilidad te brinda atención e información con amabilidad correspondiente	4	4	4	
Quejas	El personal que labora en la Unidad de Contabilidad ingresa y gestiona sus quejas	4	4	4	

- Tercera dimensión: Profesionalismo**

Objetivos de la Dimensión: Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión profesionalismo respecto a la variable satisfacción de proveedores en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMS	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Comodidad	El personal que labora en la Unidad de Contabilidad le hace sentir cómodo mientras realiza las gestiones administrativas	4	4	4	
Necesidades	El personal de la Unidad de Contabilidad se adapta rápidamente a sus necesidades	4	4	4	
Elección	Eliges a la misma persona para que te apoye en las gestiones realizadas en la Unidad de Contabilidad debido a su destreza y experiencia	4	4	4	
Comprensión	El personal de la Unidad de Contabilidad comprende sus necesidades	4	4	4	



• **Cuarta dimensión: Compromiso**

Objetivos de la Dimensión: Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión compromiso respecto a la variable satisfacción de proveedores en la presente investigación.



Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Adsorción	Consideras que ser proveedor del hospital aumenta el valor de tu empresa	4	4	4	
Dedicación	Crees que es importante cumplir cabalmente con los requerimientos solicitados por la unidad de contabilidad	4	4	4	

• **Quinta dimensión: Intenciones futuras**

Objetivos de la Dimensión: Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión intenciones futuras respecto a la variable satisfacción de proveedores en la presente investigación.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Asistencia	De acuerdo con el servicio brindado por la unidad de contabilidad, continuarás prestando el servicio hacia el hospital en los próximos años	4	4	4	
Recomendación	De acuerdo con el servicio brindado por la unidad de contabilidad, recomendarías a otras empresas prestar servicio en el hospital	4	4	4	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento es suficiente para ser aplicado en la investigación.

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

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Rodríguez Merino, Juan Carlos DNI: 07920406

Especialidad del Validador: Maestro en Gestión Pública

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

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

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Lima, diciembre 2023.

Firma del experto validador

ANEXO 4: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO
EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN" y "CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DE PROVEEDORES" La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez:

Nombre del juez:	Mg. MARCO HERNAN PANTIGOZO LOAIZA
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa (x) Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Docencia Universitaria
Institución donde labora:	Universidad Nacional de Ingeniería
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (x)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	CUESTIONARIO DE OPINIÓN SOBRE CALIDAD DE ATENCIÓN
Autor:	Torres Centeno, Margarita
Procedencia:	Lima- Perú
Administración:	Propia
Tiempo de aplicación:	20 minutos
Ámbito de aplicación:	Unidad de contabilidad de un hospital
Significación:	La variable independiente calidad de atención, está conformada por 5 dimensiones: Elementos tangibles (compuesta por 4 ítems), Fiabilidad (compuesta por 4 ítems), Capacidad de respuesta (compuesta por 4 ítems), Seguridad (compuesta por 4 ítems), Empatía (compuesta por 4 ítems), el cual fue medido mediante el cuestionario. El instrumento tiene como objetivo de determinar la influencia de la calidad de atención en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un hospital, Lima, 2023.

4. VARIABLE: CALIDAD DE ATENCIÓN
4.1 Soporte teórico (describir en función al modelo teórico)

ESCALA/ÁREA	SUBESCALA (DIMENSIONES)	DEFINICIÓN
Calidad de atención Hace referencia al nivel de esmero con que se ofrece un servicio, ya sea a una persona, empresa, organización y/o compañía (Tenesaca & Rodríguez 2022)	Elementos tangibles	Se refiere a toda la parte física, palpable y perceptible de la empresa, tales como sus equipos; los materiales comunicativos; aspecto de los colaboradores y proveedores y, los métodos y técnicas que se emplean (Tenesaca & Rodríguez 2022)
	Fiabilidad	Hace referencia a la forma en que debe prestar el servicio para que el cliente sienta confianza (Tenesaca & Rodríguez 2022).
	Capacidad de respuesta	Es definida como la actitud de colaborar con los compradores y suministrarles productos de calidad y un servicio diligente (Tenesaca & Rodríguez 2022)
	Seguridad	Se hace mención que se refiere a la inexistencia de conflictos peligrosos y/o perplejidades de parte de la organización hacia los clientes (Tenesaca & Rodríguez 2022)
	Empatía	Es el rango de atención e interés personalizada que se le da al comprador (Tenesaca & Rodríguez 2022).



5.- **Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario DE OPINIÓN SOBRE CALIDAD DE ATENCIÓN elaborado por Torres Centeno, Margarita en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintácticas y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel Tiene alto nivel.



Dimensiones del instrumento 1: CALIDAD DE ATENCIÓN

- **Primera dimensión: Elementos tangibles**
- **Objetivos de la Dimensión:** Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión elementos tangibles respecto a la variable calidad de atención en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMES	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Equipos	Consideras que se debe realizar inventario de los equipos de la Unidad de Contabilidad	4	4	4	
Instalaciones físicas	Las instalaciones físicas son adecuadas para la atención de la Unidad de Contabilidad.	4	4	4	
Presentación	Consideras que las instalaciones de la Unidad de Contabilidad siempre se encuentran limpias	4	4	4	
Materiales	El material impreso proporcionado por la Unidad de Contabilidad es adecuado	4	4	4	

- **Segunda dimensión: Fiabilidad**
- **Objetivos de la Dimensión:** Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión fiabilidad respecto a la variable calidad de atención en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMES	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Tiempo	La unidad de Contabilidad realiza gestiones administrativas en corto tiempo	4	4	4	
Interés	El personal de la Unidad de Contabilidad muestra un sincero interés en solucionar los problemas que se presentan	4	4	4	
Desempeño	Consideras que el desempeño de la Unidad de Contabilidad es adecuado	4	4	4	
Información	Creer que la información proporcionada por la Unidad de Contabilidad es confiable	4	4	4	

- **Tercera dimensión: Capacidad de respuesta**
- **Objetivos de la Dimensión:** Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión capacidad de respuesta respecto a la variable calidad de atención en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMES	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Respuesta	Consideras que la respuesta brindada por la Unidad de Contabilidad es adecuada	4	4	4	
Rapidez	Consideras que la respuesta brindada por la Unidad de Contabilidad solventa todos tus requerimientos	4	4	4	
Apoyo al cliente	Creer que los colaboradores de la Unidad de Contabilidad muestran disposición para ayudar a los proveedores	4	4	4	
Atención al cliente	Consideras que los colaboradores de la Unidad de Contabilidad muestran buena disposición en la atención al cliente	4	4	4	

- **Cuarta dimensión: Seguridad**
- **Objetivos de la Dimensión:** Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión seguridad respecto a la variable calidad de atención en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMES	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Comportamiento	Sientes confianza por las gestiones realizadas por los colaboradores de la Unidad de Contabilidad	4	4	4	
Seguridad	Los colaboradores de la Unidad de Contabilidad del Hospital siempre lo tratan con cortesía.	4	4	4	
Trato	Consideras que los colaboradores de la Unidad de Contabilidad brindan asesoría acorde a realizar una gestión eficaz	4	4	4	
Conocimiento	Los colaboradores de la Unidad de Contabilidad cuentan con conocimientos para responder todas sus dudas	4	4	4	



• **Quinta dimensión: Empatía**

Objetivos de la Dimensión: Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión empatía respecto a la variable calidad de atención en la presente investigación.

INDICADORES	ITEMS	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Atención	Consideras que los colaboradores de la unidad de contabilidad brindan atención personalizada	4	4	4	
Horario	Consideras que el horario de atención de la unidad de contabilidad acorde para realizar sus gestiones.	4	4	4	
Cuidado	Creas que la gestión del personal de la unidad de contabilidad procura asesora de forma correcta a fin cuidar los intereses de los proveedores	4	4	4	
Necesidades	Consideras que el personal que labora en la unidad de contabilidad comprende las necesidades que le indicas	4	4	4	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento es suficiente para ser aplicado en la investigación.

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

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Pantigozo Loaliza, Marco Hernán DNI: 31039238

Especialidad del Validador: Maestro en Derecho Penal

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

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

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Lima, diciembre 2023.



Firma del experto validador



4. VARIABLE: SATISFACCIÓN DE LOS PROVEEDORES

4.1 Soporte teórico (describir en función al modelo teórico)

ESCALA/ÁREA	SUBESCALA (DIMENSIONES)	DEFINICIÓN
SATISFACCIÓN DE LOS PROVEEDORES El término satisfacción es empleado para referirse a aquella medida de gusto o complacencia que se ocasiona a los proveedores, al recibir la contraprestación por el servicio o producto realizado a una empresa (García et al., 2023)	La fiabilidad	Es la calidad empresarial de ser fiable, que es lograda por el cumplimiento adecuado y oportuno de los distintos compromisos asumidos, en los que indistintamente sea el tipo de relación tenga la empresa, ella produce el mismo resultado porque tiene una excelente capacidad de cumplimiento (García et al., 2023).
	Capacidad de respuesta	Es toda aquella disposición que tiene la empresa para entregarle al proveedor todo aquello que ha sido parte del convenio, como contraprestación por el servicio o bien recibido, dándole una respuesta dentro del lapso acordado y aceptable (García et al., 2023)
	Profesionalismo	es la forma responsable de comportamiento empresarial que le agrega valor a las relaciones, que implica dar un trato respetuoso, el comportamiento objetivo, ético y con apego al compromiso moral que se manifiesta en los trabajadores y en la gerencia respecto a toda actividad que se desarrolla dentro de la empresa (García et al., 2023).
	Compromiso	Deviene del grado de responsabilidad que asume la empresa para con el proveedor; éste es visto como la responsabilidad que se toma la empresa para realizar los diferentes actos o acciones indispensables para concretar lo acordado en virtud de la obligación asumida (García et al., 2023).
	Intenciones futuras	En muchos casos se expone al proveedor la posibilidad de que continúe suministrando sus servicios a la empresa, generando pensamientos que lo mueven a tomar determinadas decisiones (García et al., 2023)

5.- Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario de opinión sobre SATISFACCIÓN DE PROVEEDORES elaborado por Torres Centeno, Margarita en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintácticay semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindarnos sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel Tiene alto nivel.

DIMENSIONES DEL INSTRUMENTO 2: SATISFACCIÓN DE LOS PROVEEDORES

- Primera dimensión: Fiabilidad**

Objetivos de la Dimensión: Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión fiabilidad respecto a la variable satisfacción de proveedores en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMS	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Confianza	Las gestiones realizadas por los colaboradores de la Unidad de Contabilidad le generan confianza	4	4	4	
Proceso	Consideras que los procesos burocráticos de la Unidad de Contabilidad son sencillos de realizar	4	4	4	
Interés	Consideras que el personal de la Unidad de Contabilidad muestran interés para gestionar los procesos en beneficio al proveedor	4	4	4	
experiencia	De acuerdo con su experiencia; los colaboradores de la Unidad de Contabilidad muestran buena experiencia laboral	4	4	4	
Trato	Consideras que el tratamiento o gestión documental de los colaboradores de la Unidad de Contabilidad es buena.	4	4	4	
Información	Creer que la información proporcionada por la Unidad de Contabilidad es acorde a sus necesidades.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Capacidad de respuesta**

Objetivos de la Dimensión: Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión capacidad de respuesta respecto a la variable satisfacción de proveedores en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMS	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Flexibilidad	Consideras que la Unidad de Contabilidad ofrece flexibilidad en las gestiones administrativas adaptadas a tus necesidades	4	4	4	
Información	Creer que la Unidad de Contabilidad lo mantiene plenamente informado de los diferentes procesos administrativos acorde a su solicitud	4	4	4	
Confianza	Sientes seguridad en todas gestiones administrativas realizadas por el personal que labora en la Unidad de Contabilidad	4	4	4	
Amabilidad	Consideras que el personal que labora en la Unidad de Contabilidad te brindo atención e información con amabilidad correspondiente	4	4	4	
Quejas	El personal que labora en la Unidad de Contabilidad ingresa y gestiona sus quejas	4	4	4	

- Tercera dimensión: Profesionalismo**

Objetivos de la Dimensión: Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión profesionalismo respecto a la variable satisfacción de proveedores en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMS	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Comodidad	El personal que labora en la Unidad de Contabilidad le hace sentir cómodo mientras realiza las gestiones administrativas	4	4	4	
Necesidades	El personal de la Unidad de Contabilidad se adapta rápidamente a sus necesidades	4	4	4	
Elección	Eliges a la misma persona para que te apoye en las gestiones realizadas en la Unidad de Contabilidad debido a su destreza y experiencia	4	4	4	
Comprensión	El personal de la Unidad de Contabilidad comprende sus necesidades	4	4	4	

- **Cuarta dimensión: Compromiso**

Objetivos de la Dimensión: Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión compromiso respecto a la variable satisfacción de proveedores en la presente investigación.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Adsorción	Consideras que ser proveedor del hospital aumenta el valor de tu empresa	4	4	4	
Dedicación	Crees que es importante cumplir cabalmente con los requerimientos solicitados por la unidad de contabilidad	4	4	4	

- **Quinta dimensión: Intenciones futuras**

Objetivos de la Dimensión: Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión intenciones futuras respecto a la variable satisfacción de proveedores en la presente investigación.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Asistencia	De acuerdo con el servicio brindado por la unidad de contabilidad, continuarás prestando el servicio hacia el hospital en los próximos años	4	4	4	
Recomendación	De acuerdo con el servicio brindado por la unidad de contabilidad, recomendarías a otras empresas prestar servicio en el hospital	4	4	4	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento es suficiente para ser aplicado en la investigación.

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

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Pantigozo Loaiza, Marco Hernán DNI: 31039236

Especialidad del Validador: Maestro en Derecho Penal

Lima, diciembre 2023.

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

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

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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


Firma del experto validador



ANEXO 4: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

ANEXO 4: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN" y "CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DE PROVEEDORES" La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez:

Nombre del juez:	Mg. Munarriz Palomino, Rene Jesús
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social (<input checked="" type="checkbox"/>) Educativa () Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Derecho y Desarrollo y Defensa Nacional
Institución donde labora:	Actualmente Asesoría Jurídica Independiente
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	

2. **Propósito de la evaluación:** Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. **Datos de la escala** (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	CUESTIONARIO DE OPINION SOBRE "CALIDAD DE ATENCION
Autor:	Torres Centeno, Margarita
Procedencia:	Lima- Perú
Administración:	Propia
Tiempo de aplicación:	20 minutos
Ambito de aplicación:	Unidad de contabilidad de un hospital
Significación:	La variable independiente calidad de atención, está conformada por 4 dimensiones: elementos tangibles (compuesta por 4 ítems), fiabilidad (compuesta por 4 ítems), capacidad de respuesta (compuesta por 4 ítems), seguridad (compuesta por 4 ítems), empatía (compuesta por 4 ítems), el cual fue medido mediante el cuestionario. El instrumento tiene como objetivo de determinar la influencia de la calidad de atención en la satisfacción de proveedores en trabajadores de la Unidad de Contabilidad de un Hospital, Lima, 2023.

4. VARIABLE: CALIDAD DE ATENCIÓN

4.1 Soporte teórico (describir en función al modelo teórico)

ESCALA/ÁREA	SUBESCALA (DIMENSIONES)	DEFINICIÓN
Calidad de Atención Hace referencia al nivel de esmero con que se ofrece un servicio, ya sea a una persona, empresa, organización y/o compañía (Tenesaca & Rodríguez 2022)	Elementos tangibles	Se refiere a toda parte física palpable y perceptible de la empresa tales como sus equipos; los materiales comunicativos; aspecto de los colaboradores y proveedores, así como los métodos y técnicas que se emplean (Tenesaca & Rodríguez 2022)
	Fiabilidad	Hace referencia a la forma en que debe prestar el servicio para que el cliente sienta confianza (Tenesaca & Rodríguez 2022)
	Capacidad de respuesta	Es definida como la actitud de colaborar con los comprobantes y suministrarles productos de calidad y un servicio diligente (Tenesaca & Rodríguez 2022)
	Seguridad	Es el rango de atención e interés personalizada que se le da al comprador (Tenesaca & Rodríguez 2022)
	Empatía	Es el rango de atención e interés personalizada que se le da al comprador (Tenesaca & Rodríguez 2022)



5.- Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario DE OPINIÓN SOBRE CALIDAD DE ATENCIÓN elaborado por Torres Centeno, Margarita en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintácticay semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel Tiene alto nivel.

DIMENSIONES DEL INSTRUMENTO 1: CALIDAD DE ATENCIÓN

- **Primera dimensión: Elementos tangibles**
- **Objetivos de la Dimensión:** Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión elementos tangibles respecto a la variable calidad de atención en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMES	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Equipos	Consideras que se debe realizar inventario de los equipos de la Unidad de Contabilidad	4	4	4	
Instalaciones físicas	Las instalaciones físicas son adecuadas para la atención de la Unidad de Contabilidad.	4	4	4	
Presentación	Consideras que las instalaciones de la Unidad de Contabilidad siempre se encuentran limpias	4	4	4	
Materiales	El material impreso proporcionado por la Unidad de Contabilidad es adecuado	4	4	4	

- **Segunda dimensión: Fiabilidad**
- **Objetivos de la Dimensión:** Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión fiabilidad respecto a la variable calidad de atención en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMES	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Tiempo	La unidad de Contabilidad realiza gestiones administrativas en corto tiempo	4	4	4	
Interés	El personal de la Unidad de Contabilidad muestra un sincero interés en solucionar los problemas que se presentan	4	4	4	
Desempeño	Consideras que el desempeño de la Unidad de Contabilidad es adecuado	4	4	4	
Información	Creas que la información proporcionada por la Unidad de Contabilidad es confiable	4	4	4	

- **Tercera dimensión: Capacidad de respuesta**
- **Objetivos de la Dimensión:** Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión capacidad de respuesta respecto a la variable calidad de atención en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMES	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Respuesta	Consideras que la respuesta brindada por la Unidad de Contabilidad es adecuada	4	4	4	
Rapidez	Consideras que la respuesta brindada por la Unidad de Contabilidad solventa todos tus requerimientos	4	4	4	
Apoyo al cliente	Creas que los colaboradores de la Unidad de Contabilidad muestran disposición para ayudar a los proveedores	4	4	4	
Atención al cliente	Consideras que los colaboradores de la Unidad de Contabilidad muestran buena disposición en la atención al cliente	4	4	4	

- **Cuarta dimensión: Seguridad**
- **Objetivos de la Dimensión:** Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión seguridad respecto a la variable calidad de atención en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMES	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Comportamiento	Sientes confianza por las gestiones realizadas por los colaboradores de la Unidad de Contabilidad	4	4	4	
Seguridad	Los colaboradores de la Unidad de Contabilidad del Hospital siempre lo tratan con cortesía.	4	4	4	
Trato	Consideras que los colaboradores de la Unidad de Contabilidad brindan asesoría acorde a realizar una gestión eficaz	4	4	4	
Conocimiento	Los colaboradores de la Unidad de Contabilidad cuentan con conocimientos para responder todas sus dudas	4	4	4	



• Quinta dimensión: Empatía

Objetivos de la Dimensión: Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión empatía respecto a la variable calidad de atención en la presente investigación.

INDICADORES	ITEMS	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Atención	Consideras que los colaboradores de la unidad de contabilidad brindan atención personalizada	4	4	4	
Horario	Consideras que el horario de atención de la unidad de contabilidad acorde para realizar sus gestiones.	4	4	4	
Cuidado	Crees que la gestión del personal de la unidad de contabilidad procura asesora de forma correcta a fin cuidar los intereses de los proveedores	4	4	4	
Necesidades	Consideras que el personal que labora en la unidad de contabilidad comprende las necesidades que le indicas	4	4	4	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento es suficiente para ser aplicado en la investigación.

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

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Munarriz Palomino, Rene Jesús DNI: 43296275

Especialidad del Validador: Maestro en Desarrollo y Defensa Nacional

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

Lima, diciembre 2023.

Firma del experto validador

4. VARIABLE: SATISFACCIÓN DE LOS PROVEEDORES

4.1 Soporte teórico (describir en función al modelo teórico)

ESCALA/AREA	SUBESCALA (DIMENSIONES)	DEFINICIÓN
SATISFACCIÓN DE LOS PROVEEDORES El término satisfacción es empleado para referirse a aquella medida de gusto o complacencia que se ocasiona a los proveedores, al recibir la contraprestación por el servicio o producto realizado a una empresa (García et al., 2023)	La fiabilidad	Es la cualidad empresarial de ser fiable, que es lograda por el cumplimiento adecuado y oportuno de los distintos compromisos asumidos, en los que indistintamente sea el tipo de relación tenga la empresa, ella produce el mismo resultado porque tiene una excelente capacidad de cumplimiento (García et al., 2023).
	Capacidad de respuesta	Es toda aquella disposición que tiene la empresa para entregarle al proveedor todo aquello que ha sido parte del convenio, como contraprestación por el servicio o bien recibido, dándole una respuesta dentro del lapso acordado y aceptable (García et al., 2023)
	Profesionalismo	es la forma responsable de comportamiento empresarial que le agrega valor a las relaciones, que implica dar un trato respetuoso, el comportamiento objetivo, ético y con apego al compromiso moral que se manifiesta en los trabajadores y en la serencia respecto a toda actividad que se desarrolla dentro de la empresa (García et al., 2023).
	Compromiso	Deviene del grado de responsabilidad que asume la empresa para con el proveedor; éste es visto como la responsabilidad que se toma la empresa para realizar los diferentes actos o acciones indispensables para concretar lo acordado en virtud de la obligación asumida (García et al., 2023).
	Intenciones futuras	En muchos casos se expone al proveedor la posibilidad de que continúe suministrando sus servicios a la empresa, generando pensamientos que lo mueven a tomar determinadas decisiones (García et al., 2023)

5.- Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario de opinión sobre SATISFACCIÓN DE PROVEEDORES elaborado por Torres Centeno, Margarita en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.



Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintácticay semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brínde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel Tiene alto nivel.



• **Primera dimensión: Fiabilidad**

Objetivos de la Dimensión: Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión fiabilidad respecto a la variable satisfacción de proveedores en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMS	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Confianza	Las gestiones realizadas por los colaboradores de la Unidad de Contabilidad le generan confianza	4	4	4	
Proceso	Consideras que los procesos burocráticos de la Unidad de Contabilidad son sencillos de realizar	4	4	4	
Interés	Consideras que el personal de la Unidad de Contabilidad muestran interés para gestionar los procesos en beneficio al proveedor	4	4	4	
experiencia	De acuerdo con su experiencia; los colaboradores de la Unidad de Contabilidad muestran buena experiencia laboral	4	4	4	
Trato	Consideras que el tratamiento o gestión documental de los colaboradores de la Unidad de Contabilidad es buena.	4	4	4	
Información	Crees que la información proporcionada por la Unidad de Contabilidad es acorde a sus necesidades.	4	4	4	

• **Segunda dimensión: Capacidad de respuesta**

Objetivos de la Dimensión: Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión capacidad de respuesta respecto a la variable satisfacción de proveedores en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMS	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Flexibilidad	Consideras que la Unidad de Contabilidad ofrece flexibilidad en las gestiones administrativas adaptadas a tus necesidades	4	4	4	
Información	Crees que la Unidad de Contabilidad lo mantiene plenamente informado de los diferentes procesos administrativos acorde a su solicitud	4	4	4	
Confianza	Sientes seguridad en todas gestiones administrativas realizadas por el personal que labora en la Unidad de Contabilidad	4	4	4	
Amabilidad	Consideras que el personal que labora en la Unidad de Contabilidad te brindo atención e información con amabilidad correspondiente	4	4	4	
Quejas	El personal que labora en la Unidad de Contabilidad ingresa y gestiona sus quejas	4	4	4	

• **Tercera dimensión: Profesionalismo**

Objetivos de la Dimensión: Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión profesionalismo respecto a la variable satisfacción de proveedores en la presente investigación.

INDICADORES	ÍTEMS	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIÓN
Comodidad	El personal que labora en la Unidad de Contabilidad le hace sentir cómodo mientras realiza las gestiones administrativas	4	4	4	
Necesidades	El personal de la Unidad de Contabilidad se adapta rápidamente a sus necesidades	4	4	4	
Elección	Eliges a la misma persona para que te apoye en las gestiones realizadas en la Unidad de Contabilidad debido a su destreza y experiencia	4	4	4	
Comprensión	El personal de la Unidad de Contabilidad comprende sus necesidades	4	4	4	



- **Cuarta dimensión: Compromiso**
- **Objetivos de la Dimensión:** Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión compromiso respecto a la variable satisfacción de proveedores en la presente investigación.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Adsorción	Consideras que ser proveedor del hospital aumenta el valor de tu empresa	4	4	4	
Dedicación	Crees que es importante cumplir cabalmente con los requerimientos solicitados por la unidad de contabilidad	4	4	4	

- **Quinta dimensión: Intenciones futuras**
- **Objetivos de la Dimensión:** Lograr obtener los resultados de la implementación del instrumento de recolección de datos de la dimensión intenciones futuras respecto a la variable satisfacción de proveedores en la presente investigación.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Asistencia	De acuerdo con el servicio brindado por la unidad de contabilidad, continuarás prestando el servicio hacia el hospital en los próximos años	4	4	4	
Recomendación	De acuerdo con el servicio brindado por la unidad de contabilidad, recomendarías a otras empresas prestar servicio en el hospital	4	4	4	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento es suficiente para ser aplicado en la investigación.

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

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Munarriz Palomino Rene Jesús DNI: 43296275

Especialidad del Validador: Maestro en Desarrollo y Defensa Nacional

Lima, diciembre 2023.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

Firma del experto validador

Anexo 5: Cálculo de fiabilidad

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Resultado

- Registro
- Fiabilidad
 - Título
 - Notas
 - Conjunto de datos
 - Escala: ALL VARI/
 - Título
 - Resumen de Estadísticas
- Registro
- Fiabilidad
 - Título
 - Notas
 - Escala: ALL VARI/
 - Título
 - Resumen de Estadísticas

procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,947	20

RELIABILITY
 /VARIABLES=P21 P22 P23 P24 P25 P26 P27 P28 P29 P30 P31 P32 P33 P34 P35 P36 P37 P38 P39
 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
 /MODEL=ALPHA.

→ **Fiabilidad**

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

Casos	Válido	N	
		N	%
	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,932	19

Anexo 6: Bases de datos resultados

Archivo	Inicio	Insertar	Disposición de página	Fórmulas	Datos	Revisar	Vista	Automatizar	Ayuda	Comentarios	Compartir																																								
Pegar	Arial 10	N K S	A^ A^	General	Formato condicional	Dar formato como tabla	Estilos de celda	Insertar	Eliminar	Formato	Complementos	Analizar datos																																							
Portapapeles	Fuente	Alineación	Número	Estilos	Celdas	Edición	Complementos																																												
Al62	3																																																		
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AO	AP	AQ	AR	AS	AT	AU	AV	AW	AX	AY	AZ
Nº	P1	P2	P3	P4	SUMA_V1.D1_Elemen tox tan	P5	P6	P7	P8	SUMA_V1.D2_Fiabilidad	P9	P10	P11	P12	SUMA_V1.D3_Capaci dad d	P13	P14	P15	P16	SUMA_V1.D4_Seguri dad	P17	P18	P19	P20	SUM A.V1_D5_E moat	SUMATO RIA.V1_C alidad_d e Atenci	P21	P22	P23	P24	P25	P26	V2.D1_Fiabilidad	P27	P28	P29	P30	P31	V2.D2_Cap acida d da	P32	P33	P34	P35	V2.D3_Profesi onalis mo	P36	P37	V2.D4_Co mpromis o	P38	P39	V2.D5_In tencione s_futura s	S
1	3	3	3	3	12	3	3	2	2	10	3	3	3	3	12	1	3	3	1	8	3	3	3	2	11	53	1	3	3	1	1	3	12	2	1	3	3	2	11	3	3	3	3	12	3	2	5	3	4	7	
2	3	4	2	3	12	3	2	3	3	11	3	3	2	3	11	1	4	4	1	10	4	3	3	2	12	56	1	3	4	1	4	4	17	4	4	4	3	2	17	4	3	3	5	15	2	4	6	2	3	5	
3	4	3	4	2	13	3	3	4	4	14	3	4	3	3	13	1	4	4	2	11	3	3	4	2	12	63	2	3	4	3	2	4	18	5	3	3	2	4	17	4	4	4	4	16	3	3	6	4	3	7	
4	4	4	3	3	14	3	3	4	4	14	3	3	3	4	13	4	3	3	1	11	4	4	4	2	14	66	4	3	3	1	3	4	18	3	3	3	3	4	16	4	4	5	3	16	3	4	7	4	3	7	
5	4	3	3	4	14	3	4	3	2	12	3	3	2	4	12	4	2	4	2	12	4	3	4	2	13	63	4	1	4	2	3	3	17	4	2	1	2	4	13	2	3	4	3	12	3	2	5	4	4	8	
6	3	3	3	3	12	4	3	2	3	12	2	3	3	4	12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	13	61	2	4	3	3	3	4	19	4	4	2	3	4	17	3	3	4	4	14	3	4	7	5	3	8	
7	4	4	4	3	15	4	4	3	15	4	3	4	4	4	15	5	4	4	3	16	3	3	3	12	73	4	3	3	3	3	5	21	4	2	1	2	4	13	4	4	3	3	14	4	4	8	4	5	9		
8	4	2	3	5	14	4	4	4	4	16	4	5	3	5	17	5	4	3	4	16	3	3	2	13	74	4	3	3	1	4	4	19	5	2	2	1	5	15	4	4	5	3	16	4	4	8	3	5	8		
9	3	3	4	4	14	5	5	4	4	18	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	3	3	4	3	11	78	5	3	3	3	1	5	20	5	2	2	2	3	14	4	4	4	4	16	4	4	8	4	4	8	
10	2	3	2	3	10	4	4	3	4	15	4	4	3	4	15	4	4	3	4	15	4	4	4	3	15	70	4	4	4	2	1	4	19	5	2	2	1	4	14	4	4	5	4	17	4	4	8	5	4	9	
11	3	4	5	5	17	4	5	5	4	18	5	4	4	4	17	4	4	4	2	14	3	4	4	3	14	80	5	4	4	2	1	5	21	5	2	4	4	19	4	4	4	5	17	4	4	8	5	4	9		
12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	2	3	4	12	3	4	5	4	16	4	4	4	3	15	67	4	4	4	1	2	3	18	5	4	3	3	4	19	4	4	5	17	4	4	8	4	4	8		
13	4	4	2	4	14	2	3	3	3	11	4	2	3	3	12	4	5	2	16	4	3	4	3	14	67	3	4	4	2	2	3	18	4	4	4	3	4	20	3	3	3	4	13	4	2	6	4	4	8		
14	4	5	5	5	19	4	4	3	4	15	3	4	3	4	13	4	4	3	4	15	5	5	4	4	18	80	4	5	4	4	4	25	4	4	2	4	3	17	4	4	4	4	16	4	3	7	3	4	7		
15	5	3	5	5	18	5	4	5	4	18	2	5	4	3	16	5	3	4	4	16	5	5	4	3	17	85	4	4	5	3	3	4	23	5	4	4	3	4	20	4	4	3	4	15	4	4	8	4	4	8	
16	4	4	3	3	14	4	4	4	4	16	2	5	3	4	14	3	4	4	3	14	3	4	4	3	14	72	3	4	3	4	4	4	22	3	1	1	1	4	10	3	3	4	3	13	3	4	7	4	4	8	
17	4	5	5	4	18	4	5	4	18	4	5	3	3	4	15	4	4	4	5	17	5	5	5	3	18	86	4	5	5	4	2	4	24	3	2	3	2	5	15	3	4	3	13	4	2	6	4	4	8		
18	3	3	3	3	12	5	3	5	5	18	3	4	3	3	13	3	4	5	5	17	5	5	5	3	18	78	3	3	3	3	4	19	4	3	1	2	4	14	3	4	4	3	14	2	4	6	4	4	8		
19	3	4	3	3	13	4	4	5	3	16	3	5	2	4	14	4	3	4	4	15	3	4	4	3	15	73	4	5	4	1	2	4	20	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	15	4	4	8	4	3	7	
20	3	4	4	4	14	4	5	4	4	17	4	5	3	4	16	4	5	5	4	18	4	4	3	14	79	4	3	4	2	3	4	20	4	1	1	1	4	11	4	3	4	3	14	4	4	8	4	4	8		
21	4	5	4	5	18	3	5	5	4	17	4	3	3	4	14	4	4	3	4	15	4	5	3	15	79	3	3	4	1	4	4	19	4	3	4	4	3	18	3	3	4	3	13	4	4	8	5	4	9		
22	5	3	5	4	17	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12	2	4	4	4	14	3	2	3	2	10	66	3	3	3	2	2	3	16	3	4	2	3	4	16	3	3	1	3	10	4	4	8	4	5	9	
23	3	3	3	3	12	3	4	3	2	12	3	2	3	4	12	4	4	5	2	15	2	3	3	2	10	61	4	1	2	3	1	2	13	3	3	3	2	3	14	4	4	3	3	14	4	4	8	3	3	6	
24	3	3	3	3	12	4	5	5	3	17	3	3	3	3	12	3	3	4	4	14	5	4	4	2	13	69	4	4	4	3	3	4	22	4	3	3	3	5	18	5	4	3	3	15	4	4	8	5	4	9	
25	4	3	3	4	14	5	3	4	5	17	5	2	3	5	15	4	4	3	4	15	4	4	3	2	13	74	3	3	4	2	1	4	17	4	4	3	3	2	4	17	3	4	4	3	14	4	2	6	5	4	9
26	4	4	5	5	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	4	3	4	14	4	3	3	2	12	68	2	3	3	1	3	2	14	3	1	4	4	3	15	4	5	3	5	17	4	5	9	2	3	5	
27	5	5	5	5	20	3	3	3	3	12	5	4	4	4	17	3	4	4	3	14	4	3	3	2	12	75	5	5	5	1	3	4	23	3	3	2	2	4	14	5	3	3	5	16	4	5	9	4	2	6	
28	5	4	3	2	14	4	3	4	5	16	4	3	3	4	14	3	3	5	5	16	4	5	3	2	14	74	4	3	4	4	4	23	4	2	2	2	3	13	4	4	4	3	15	4	5	9	3	3	6		
29	3	4	4	5	16	4	4	5	5	18	5	4	4	4	17	3	3	5	4	15	4	5	3	2	14	80	4	3	3	4	4	22	4	4	3	2	4	17	3	4	3	4	14	4	3	7	5	4	9		
30	3	4	5	4	16	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18	5	3																																		

Nº	P1	P2	P3	P4	SUMA_V1.D1_Elemen tos tan				SUMA_V1.D2_Fiabilid ad				SUMA_V1.D3_Capaci dad d				SUMA_V1.D4_Seguri dad				SUMA_V1.D5_maat				SUMA_V1.D6_Atenci on				SUMA_V1.D7_Cap aci da d de				SUMA_V1.D8_Profesi onalis mo				SUMA_V1.D9_Cap aci da d de				SUMA_V1.D10_Profesi onalis mo				SUMA_V1.D11_Cap aci da d de				SUMA_V1.D12_Profesi onalis mo				SUMA_V1.D13_Cap aci da d de				SUMA_V1.D14_Profesi onalis mo				SUMA_V1.D15_Cap aci da d de				SUMA_V1.D16_Profesi onalis mo				SUMA_V1.D17_Cap aci da d de				SUMA_V1.D18_Profesi onalis mo				SUMA_V1.D19_Cap aci da d de				SUMA_V1.D20_Profesi onalis mo			
					P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38	P39	P40	P41	P42	P43	P44	P45	P46	P47	P48	P49	P50	P51	P52	P53	P54	P55	P56	P57	P58	P59	P60	P61	P62	P63	P64	P65	P66	P67	P68	P69	P70	P71	P72	P73	P74	P75	P76	P77	P78	P79	P80	P81	P82	P83	P84
42	41	3	4	4	4	15	4	3	4	5	16	4	3	3	3	13	4	4	4	5	17	4	4	4	3	4	15	76	3	4	5	1	2	5	20	5	1	1	1	5	13	4	4	3	5	16	4	4	8	5	5	10																																
43	42	4	4	3	3	14	4	4	3	3	14	4	5	3	5	17	3	4	4	4	15	5	4	3	4	16	76	4	4	4	2	2	4	20	4	1	1	1	4	11	4	4	4	5	17	4	5	9	4	5	9																																	
44	43	3	3	4	5	15	3	3	4	4	14	4	2	4	2	12	3	4	3	3	13	4	3	3	4	14	68	4	2	3	1	4	3	17	2	4	1	4	2	13	1	2	1	4	8	4	5	9	4	4	8																																	
45	44	3	3	4	5	15	3	4	4	2	13	2	4	3	2	11	4	5	4	2	15	3	3	2	2	10	64	4	2	3	1	1	3	14	3	1	1	4	2	11	2	2	4	3	11	4	4	8	3	3	6																																	
46	45	3	3	4	5	15	4	4	3	4	15	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16	4	4	3	2	13	73	4	4	4	1	1	4	18	4	4	1	1	3	13	3	4	4	3	14	4	4	8	5	5	10																																	
47	46	3	3	3	3	12	3	3	5	3	14	3	3	4	2	12	3	3	3	3	12	3	4	3	2	12	62	2	3	4	4	4	4	21	3	2	3	3	3	14	4	3	3	3	13	4	3	7	4	5	9																																	
48	47	4	4	4	4	16	3	3	5	3	14	3	4	3	2	12	4	5	3	4	16	3	4	3	2	12	70	2	3	4	3	4	4	20	4	3	4	4	3	18	5	3	4	3	15	3	4	7	4	5	9																																	
49	48	3	4	3	4	14	3	3	5	3	14	3	3	2	2	10	3	5	3	4	15	3	4	3	2	12	65	3	3	4	1	4	4	19	4	3	2	2	3	14	4	4	4	3	15	3	4	7	3	3	6																																	
50	49	4	4	3	4	15	4	4	5	3	16	2	2	3	2	9	3	5	3	4	15	3	4	4	2	13	68	2	3	5	4	3	4	21	3	3	3	4	3	16	1	3	3	4	11	3	2	5	3	3	6																																	
51	50	3	2	3	4	12	4	4	4	2	14	2	4	3	2	11	3	2	3	3	11	3	3	3	2	11	59	2	3	5	2	4	3	19	2	3	3	2	3	13	1	3	5	3	12	3	4	7	2	4	6																																	
52	51	4	2	2	4	12	3	4	4	2	13	2	2	3	2	9	4	4	3	4	15	3	4	4	2	13	62	2	3	5	2	2	3	17	2	1	4	4	3	14	3	4	3	3	13	3	4	7	4	3	7																																	
53	52	5	2	2	3	12	4	4	4	2	14	2	4	3	2	11	2	4	3	4	13	3	3	3	2	12	62	4	3	5	4	1	4	21	4	2	1	2	3	12	2	4	4	3	13	3	4	7	4	3	7																																	
54	53	5	2	2	3	12	3	2	4	2	11	4	2	4	2	12	2	4	3	5	14	3	3	3	2	12	61	4	5	5	3	1	4	22	4	3	2	1	4	14	3	4	5	3	15	3	4	7	3	3	6																																	
55	54	5	3	3	3	14	4	2	4	2	12	4	2	5	3	14	4	4	2	5	15	4	5	4	3	16	71	3	4	4	2	4	4	21	4	4	4	4	3	19	2	3	4	4	13	4	4	8	4	3	7																																	
56	55	5	3	3	3	14	5	2	3	2	12	4	4	3	3	14	4	4	2	5	15	4	5	4	4	17	72	3	2	3	2	3	3	16	4	1	1	1	3	10	2	3	3	3	11	3	3	6	4	3	7																																	
57	56	5	4	4	4	17	5	2	3	2	12	5	2	3	3	13	3	3	3	3	12	4	5	4	3	16	70	3	5	4	4	4	4	24	4	2	2	3	13	2	4	5	4	15	3	4	7	5	5	10																																		
58	57	5	2	3	2	12	5	3	3	1	12	5	3	3	3	14	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	66	3	3	2	1	4	2	15	1	4	4	4	3	16	3	3	3	2	11	3	3	6	4	4	8																																	
59	58	3	2	5	2	12	5	3	3	1	12	3	3	2	2	10	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	62	3	5	3	4	4	3	22	1	4	4	4	3	16	3	2	2	4	11	3	4	7	5	5	10																																	
60	59	3	3	3	3	12	5	3	3	1	12	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	4	4	3	4	15	64	3	5	3	2	1	4	18	2	2	3	3	13	3	2	3	4	12	3	4	7	4	3	7																																		
61	60	4	3	3	3	13	5	2	2	4	13	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	4	4	4	4	16	67	3	4	3	3	4	4	21	2	3	2	3	13	3	4	4	5	16	3	4	7	3	3	6																																		
62	61	3	3	4	3	13	4	5	5	4	18	4	3	3	3	13	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16	74	5	4	3	4	4	5	25	3	3	3	2	4	15	4	4	4	5	17	3	3	6	3	4	7																																	
63	62	3	5	4	2	14	3	3	4	13	4	4	3	3	14	4	4	4	4	4	16	5	3	4	4	16	73	5	4	3	4	4	5	25	4	3	3	4	17	4	4	4	4	16	4	5	9	4	4	8																																		
64	63	3	5	4	4	16	4	4	4	3	15	4	3	5	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	15	78	5	4	4	3	3	5	24	4	3	3	2	3	15	3	4	3	5	15	4	3	7	5	5	10																																	
65	64	2	5	3	4	14	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16	5	4	4	3	14	74	4	4	4	4	3	5	24	3	4	4	3	17	3	3	4	5	15	3	3	6	5	5	10																																		
66	65	2	5	4	4	15	3	5	2	3	13	3	5	4	4	16	3	3	3	2	11	5	3	3	2	13	68	4	4	4	4	2	5	23	2	1	1	1	2	7	4	3	4	5	16	3	3	6	4	3	7																																	
67	66	2	4	4	3	13	3	5	4	3	15	3	5	4	4	16	4	3	4	2	13	5	3	3	2	13	70	4	4	4	4	3	5	24	3	1	2	3	2	11	4	3	4	5	16	3	3	6	3	2	5																																	
68	67	2	4	2	3	11	2	5	4	3	14	3	5	2	3	13	4	4	2	2	12	5	3	3	3	14	64	4	3	4	4	2	5	22	3	1	2	2	4	12	4	3	3	3	13	3	4	7	3	3	6																																	
69	68	3	4	2	3	12	2	5	4	2	13	3	3	4	3	13	4	4	4	2	14	4	4	3	3	14	66	4	2	3	2	3	3	17	3	2	1	2	4	12	4	4	4	3	15	3	3	6	3	4	7																																	
70	69	3	3	3	3	12	2	4	3	4	13	2	3	2	4	11	3	3	3	3	12	4	2	4	3	13	61	4	2	3	3	1	3	16	4	2	4	3	4	17	4	3	4	4	15	3	3	6	3	3	6																																	
71	70	3	3	2	3	11	2	4	3	3	12	2	3	3	3	11	3	3	3	3	12	4	2	4	3	13	59	2	2	3	2	3	3	15	2	4	4	1	4	15	2	5	5	4	16	3	3	6	3	4	7																																	
72	71	4	3	3	3	13	3	4	3	4	14	2	3	4	4	13	2	3	4	4	13	4	4	4	4	14	67	2	3	3	3	2	3	16	3	3	4	4	18	3	3	3	2	11	3	4	7	3	3	6																																		
73	72	4	3	4	2	13	3	4	3	4	14	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	13	69	3	3	3	2	3	17	3	4	3	3	4	17	3	3	3	3	12	3	3	6	4	4	8																																		
74	73	4	3	4	4	15	4	3	3	4	14	3	3	4	4	14	2	3	4	4	13	4	4	5	5	18	74	3	3	2	2	3	2	15	4	2	2	1	4	13	3	4	4	2	13	3	4	7	3	5	8																																	
75	74	4	4	3	4	15	4	3	3	2	12	4	5	3	4	16	2	3	3	5	13	4	4	2	3	13	69	4	4	4	4	1	4	21	4	3	3	2	4	16	5	4	4	5	18	3	4	7	4	4	8																																	
76	75	4	4	4	4	16	4	3	2																																																																											