



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**La gestión de compras y la calidad de servicio de la empresa
Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L, Chimbote, 2022**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORA:

Jaen Diaz, Karin Vanessa (ORCID: [0000-0003-1215-7868](https://orcid.org/0000-0003-1215-7868))

ASESOR:

Msc. Urbina Suasnabar, Cristian (ORCID: [0000-0002-9127-1636](https://orcid.org/0000-0002-9127-1636))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

CHIMBOTE – PERÚ

2022

Dedicatoria

Este trabajo lo realicé especialmente para mi querido papito Jacinto a quien le debía este logro, a mi mamita Lelia cuyo amor siempre fue incondicional, a mi amada mamá María quien es mi fuerza para seguir adelante, a mi padre quien me enseñó a tener coraza, a mis queridos hermanos con quienes formo el triángulo perfecto. También, a mi compañero de vida Jaime quien siempre me ha apoyado en todo lo que hago y me sigue motivando a alcanzar todas mis metas.

Agradecimiento

A Dios por concederme una segunda oportunidad de vida para lograr cumplir con esta meta postergada.

A mi asesor Cristian Urbina por el apoyo constante en este proceso de elaboración de mi Tesis.

A la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L. por las facilidades y apoyo brindado.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I.INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	23
3.1 Tipo y diseño de investigación	23
3.2 Variables y operacionalización	23
3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	25
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	27
3.5 Procedimientos.....	27
3.6 Método de análisis de datos.....	27
3.7 Aspectos éticos.....	28
IV.RESULTADOS.....	30
V.DISCUSIÓN	40
VI.CONCLUSIONES	45
VII.RECOMENDACIONES	48
REFERENCIAS	50
ANEXOS	59

Índice de Tablas

Tabla 1: <i>Correlación de Gestión de Compra y Calidad de Servicio en la Empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022</i>	30
Tabla 2: <i>Nivel de la Gestión de Compra de la Compañía Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022</i>	31
Tabla 3: <i>Nivel de las Dimensiones de Gestión de Compra en Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022</i>	32
Tabla 4: <i>Nivel de la Calidad de Servicio de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022</i>	33
Tabla 5: <i>Nivel de Dimensiones de la Calidad de Servicio en la Empresa de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022</i>	34
Tabla 6: <i>Resultados de la Evaluación de la Normalidad de los Datos</i>	35
Tabla 7: <i>Correlación entre la Solicitud de Compra y la Calidad de Servicio en Empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022</i>	36
Tabla 8: <i>Correlación entre la Evaluación y Selección del Proveedor con la Calidad de Servicio de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L.</i>	37
Tabla 9: <i>Correlación entre las Negociaciones de Compra y Calidad de Servicio en Empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022</i>	38
Tabla 10: <i>Correlación entre Seguimiento y Recepción de la Mercancía y Calidad de Servicio de Ingeniería Y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022</i>	39

Índice de gráficos y figuras

Figura 1: <i>Nivel de Gestión de Compras de la Empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L.</i>	31
Figura 2: <i>Nivel de Dimensiones de la Gestión de Compras de la Empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022</i>	32
Figura 3: <i>Nivel de la Calidad de Servicio de la Empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022</i>	33
Figura 4: <i>Nivel de Dimensiones de la Calidad de Servicio de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022</i>	34

|

Resumen

El presente estudio fue del tipo aplicada, a nivel descriptivo y correlacional, enfoque cuantitativo y con diseño no experimental, con la población de 100 colaboradores. Con la finalidad de demostrar la confiabilidad se realizó la validación de instrumento mediante juicio de expertos y Alfa de Cronbach en donde se obtuvo 0.879 para la gestión de compras y 0.814 para calidad de servicio, se manejó como técnica la encuesta y el instrumento se realizó por cuestionario.

La finalidad fue precisar la relación entre gestión de compras y calidad de servicio en la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L. Chimbote 2022, obteniendo como resultados mediante la prueba de Rho Serman (Rho)= 0.801 y Sig. (bilateral) = 0,000 el cual expresa que la correlación es positiva alta y que si existe relación significativa entre las 2 variables de estudio.

Finalmente, el presente trabajo concluye como en la empresa del rubro construcción, en su departamento encargado del proceso de compra debe estructurar sus diferentes procedimientos para lograr una mejora significativa al entregar los diversos proyectos ejecutados, alcanzando niveles óptimos en la calidad del servicio.

Palabras clave: Gestión, Servicio, Compra, Calidad

Abstract

The present study was of applied type, correlational descriptive level, quantitative approach and non-experimental design with a population of 100 employees. In order to demonstrate the reliability, the instrument was validated by expert judgment and Cronbach's Alpha where 0.879 was obtained for purchasing management and 0.814 for the quality of Service, the survey unique and the instrument was carried out by questionnaire.

The purpose was to determine the relationship between purchasing management and quality of service in the company Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L. Chimbote 2022 obtaining as results through the Rho Spearman (Rho)=0.801 and Sig. (bilateral) = 0,000 test which expresses that the correlation is positive high and that if there is a significant relationship between the 2 study variables.

Finally, the present work concludes how in the construction company its department in charge of the purchase process must structure its different stages to achieve a significant improvement by delivering the project reaching optimal levels in the quality of service.

Keywords: Management, Service, Purchasing, quality

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, en este mundo globalizado y lleno de retos para la humanidad, tales como la pandemia, el cambio climático, entre otros nos empujó a buscar soluciones en todos los aspectos de nuestras vidas, en tal sentido darle el punto de inicio sobre la gestión de compras y calidad de servicio.

Según el estudio realizado por la transnacional Marsh, el sector construcción este transformará en un eje global para el desarrollo postpandemia a nivel económico. Hace un año, este sector generó 10.7 billones de dólares y esperando que crezca cerca al 42% o 4.5 billones de dólares entre 2020 al 2030.

Para este año, la documentación de Marsh proyecta un fuerte restablecimiento postpandemia, con un incremento del producto bruto interno (PBI) a nivel mundial de la construcción del 6.6%. (Lozano, 2022)

También cabe destacar que los temas logísticos se encuentran en plena disrupción y que están siendo diversificados para satisfacer las diferentes necesidades de su cadena de valor. Este nuevo entorno obliga a disponer de unas instalaciones logísticas que permitan atender la demanda de las nuevas dinámicas de los consumidores.

En Perú, el sector construcción ha sido uno de que se han recuperado raudamente a pesar de la pandemia y la inestabilidad política. Según números para la Cámara Peruana de la Construcción (CAPECO), el sector remató el año con un crecimiento del 35%, pese a los factores internacionales que vienen elevando el precio de los materiales de obra. (La Cámara de Comercio, 2021)

Cabe mencionar que, si se habla del costo de materiales de construcción, por ejemplo, el precio del acero de importación continúa impactando el valor final de un inmueble. Por otro lado, está la tarifa de los contenedores y la crisis que actualmente se vive a nivel mundial respecto a este tema.

Este estudio se desarrolló en rubro del sector construcción, el cual contribuye a mejorar el nivel social y económico de un país, al brindar empleo y a las personas beneficiadas; en tal sentido, se indagó la relación en el entre Gestión de Compras y Gestión del Servicio en la compañía INGENIERIA Y CONSTRUCCIONES VICTORIA E.I.R.L. ya que se cuenta con el acceso de información y el interés para

conocer oportunidades de mejora en sus procesos de abastecimiento y gestión de servicio.

INGENIERIA Y CONSTRUCCIONES VICTORIA E.I.R.L., es una empresa dedicada a la edificación e infraestructura desde el año 2017, brindando los servicios Diseño, Obras Civiles, Construcciones en Seco, Obras de Saneamiento e Implementación de Oficinas dentro del sector construcción, tanto en obras privadas como públicas.

Actualmente se identificó que en el servicio de proyectos existe una deficiencia en la adquisición de materiales para las obras que se realizan, generando costos no considerados en el presupuesto de obra, originando en algunas ocasiones la paralización de los trabajos afectando los tiempos de procura al no contar con los materiales.

Del mismo modo, la falta de procesos para realizar una dinámica gestión de compra de materiales y demás y al no contar con un mecanismo establecido de requerimientos, como por ejemplo un horario para solicitar los materiales, genera en algunas ocasiones la dificultad de ejecutar las metas diarias del proyecto en curso.

En relación a los proveedores Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L. no cuenta con un proceso de Homologación de los mismos lo cual significa que no existen criterios básicos como calidad, tiempo y precio del producto; disminuyendo la posibilidad de líneas de crédito como proveedores identificando como consecuencias que:

El proveedor no homologado incumpla los contratos o la lista de precios.

Diferencias en las ordenes de compras para el abastecimiento; así como, un plan de entrega de los materiales.

También dificultad en la recepción, control de calidad en cuanto a las especificaciones de los materiales homologados.

En tal sentido, lo descrito se fundamenta en la falta de planificación en los tiempos de requerimientos para los materiales, así como, la ausencia de políticas o lineamientos para la administración del inventario de materiales.

Los aspectos señalados impactan sobre la gestión de compras de materiales del área de Logística, ocasionando deficiencia en la ejecución de los proyectos, limitando la competitividad, así como la imagen institucional.

Considerando que estos aspectos puedan estar relacionados con la gestión de servicio que reciben los clientes:

Por todo ello, se enunció el problema ¿Cómo se relaciona la gestión de compras y calidad del servicio en Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022? El investigador evidencio como consecuencia el aumento de costos para la ejecución del proyecto lo cual generaría atrasos, perdidas, multas o disolución de contrato, así como la pérdida de la confianza de nuestros clientes.

Respecto a la justificación, puedo explicarlo a través de 4 criterios: Teóricamente, porque el presente se sustentó en indagación, formal, científica y teórica como entrevistas, libros, estudios, informes, materias que son necesarias para para una sólida y eficiente investigación. Práctico, porque este estudio permitió que se conozcan con detalle los problemas encontrados que manifiestan en la organización, que pueden ocasionar costos elevados e innecesarios, baja productividad, pérdida de tiempo y el decrecimiento de la demanda de los consumidores atendidos, Metodológica, porque se transfirió validez y confiabilidad a los instrumentos, que permitieron medir la administración de compras y la calidad del servicio en el marco metodológico del trabajo de investigación. Por estos motivos, se justificó realizar la investigación utilizando el método científico que ayudó a que la gestión de adquisiciones y la relación con la calidad de servicio sea efectiva para los clientes, y socialmente, ya que dicho trabajo no es solo para la empresa. Ha desarrollado toda una organización que tiene actividades similares o relacionadas. El principal beneficio que se obtuvo al final de este informe de estudio fue fortalecer procesos y las técnicas de gestión de compras en la compañía, minimizar costas, reducir tiempos de entrega, perfeccionar la entrega del producto y monitorear la demanda de los clientes atendida con el objetivo de acrecentar la productividad de la compañía.

El objetivo general condujo a puntualizar la relación de gestión de compras y la calidad del servicio de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022.

En tal sentido, sus objetivos específicos fueron:

Especificar la gestión de compras de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022.

Describir a la calidad de servicio en Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022.

Analizar cuál es la relación de la solicitud para compra y calidad del servicio en Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022.

Especificar qué relación hay entre evaluación y selección del proveedor con la calidad de servicio de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L.

Identificar la relación de las negociaciones de compra y la calidad de servicio en Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022.

Detallar la relación de la seguimiento y recepción de la mercancía y la calidad de servicio de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022.

En otro sentido, esta investigación cuantitativa tuvo una hipótesis formulada de la siguiente manera: Primeramente, H1: La gestión de compras si se relaciona significativamente con la calidad del servicio en los clientes de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L, Chimbote, 2022. Y segundo, H0: La Gestión de compras no está relacionada significativamente con la calidad del servicio en los clientes de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L, Lima, 2022.

El estudio se enfocó en un factor para mejorar de la gestión de compras, entendiendo que este desarrollo constituye uno de los pilares de la cadena de valor y contribuyen a la gestión de servicio mejorando la competitividad del sector.

En conclusión, el estudio se concentró en la relación de acciones de gestión de compras como un proceso clave de la compañía lo cual permita comprender su relevancia para determinar los aspectos cruciales, a fin de evitar posibles duplicidades o retrasos en la adquisición de los materiales; así como evidenciar lo que representa para la gestión de servicio hacia los clientes.

II. MARCO TEÓRICO

En el caso de gestión de compras tenemos los siguientes antecedentes:

Salazar, et al. (2018) en el artículo científico, la frecuencia de la adquisición online de Chile con el fin de analizar los diversos factores que determinan la compra del comercio a través de redes chilenas. En este caso ejecutando un análisis general con más de 10 dimensiones relacionadas con la disposición a adquisición. La derivación, reafirmó el señalizador de mecánica de búsqueda en el sentido de empresas, lo que generó más opciones de las empresas. Asimismo, la relevancia de esta investigación nos ha ayudado a desarrollar nuevos ofrecimientos de progreso para que los clientes opten por realizar una adquisición informada, aunque debido a la situación actual, la pluralidad de las personas optan por un sistema de red por limitaciones de tiempo, que no siempre son seguros porque hay individuos hackeando tu información personal por el abuso que les dan y de ahí que el descontento de los usuarios sea aún mayor, cuando no hallan una réplica grata a su problema más adelante y ese el punto que lleva a las personas desconfiar del sistema.

Roseta, et al. (2020) en el artículo científico Los determinantes en la compra y en las etapas del contexto de ecoturismo, fue identificar en los contextos donde el ecoturismo es dominante, los determinantes en los sistemas de las tomas de decisiones, de la mano con la metódica que siguió, investigación cualitativa a fin para comprender el comportamiento del ecoturista. El estudio trata empíricamente el modelo conceptual ofrecido para las imágenes del destino y en el temple después de la adquisición de insumos. En marketing se crea una mayor conexión entre entidades hoteleras y los turistas, a su vez, estas debiendo crear un vínculo afectivo con el turista, ya que se trata de una obra multidimensional. Promoción y ampliación de la proximidad entre huésped y empresa. Demostración post compra donde el consumidor está satisfecho por la proximidad al servicio. La importancia de este trabajo presenta la evolución de las decisiones de compra en la compra de paquetes de turismo sustentable con ecoturismo y muestra la importancia de comercializar creando un vínculo emocional entre personas y lugares.

Espinoza (2018) en su memoria en la localidad de Ecuador, concluyó que los resultados obtenidos representan la base para sugerir medidas para implementar

mejoras, de lo que se concluye que la administración de las compras repercute decisivamente en la utilidad de la compañía investigada.

Tamayo (2019) En su estudio “El proceso de la compra y venta de materias primas, y su impacto en la utilidad de las empresas recicladoras del norte de Guayaquil”. El objetivo fue: Análisis del ciclo de la compra y venta de materias primas e incidencia en la utilidad de las recicladoras de la ciudad de Guayaquil, desarrollado a modo de investigación documental con enfoque cuantitativo y descriptiva de campo, utilizando como herramienta la encuesta que recopilaron la información y al comprobar que no tienen un procedimiento establecido para realizar las compras, se dejan llevar por su expertise, es decir lo hacen de forma empírica esto lleva a una disminución de la rentabilidad seguido de que no hay control de este rubro que es el más importante debido a que de esta depende la recuperación de su inversión. Calle (2020) en su memoria en la localidad de Trujillo, dedujo que la gestión de las compras en la compañía tiene una influencia positiva en la utilidad, sin embargo, al no tener una planificación o proyección formal de compras, esto acarrea compras innecesarias originando mermas, en tal sentido se muestra que, aunque las ratios de rentabilidad presentan aumento, estos no den ser considerados aislados ya que dependen de elecciones tomadas por la dirección, las mismas que están más relacionadas con la gestión de compras sin efecto óptimo, se registran como una baja rotación lo que evidencia un potencial problema y de valoración de la compañía.

Caicedo y De la Cruz (2020) en su memoria en la localidad de Lambayeque, dedujo que, durante el tiempo de la investigación la gestión de las compras de los exportadores de leguminosas de Lambayeque es insuficiente, debido a que el abastecimiento tiene como base un 70% en la compra a los recolectores y un 30% a los productores, asociando a un alto costo de la materia prima, debido a que los colectores se caracterizan por suministrar pequeñas cantidades en grado de pureza.

Anaya, et al. (2017) en su memoria en la localidad de Lima, según la investigación del autor, utilizando razonamiento de contratos el modelo de compras estratégicas evidenciada en esta investigación presenta 137 formas de multiplicar para las compañías del rubro con similitudes particulares y requerimientos de adquisiciones tienen como objetivo mejorar gestión de compras desde un proceso adecuado de

proveedores, logrando múltiples beneficios para la compañía en sus procesos y aumento de rentabilidad según la mejora continua.

Espino (2016) en su argumento en la localidad de Lima, dedujo que la principal causa de los problemas en el ciclo de compras es la mala gestión al reducir el costo de los materiales adquiridos y reducir el tiempo necesario para incrementar la productividad de la compañía, resultando en ahorros más de S/. 10,000.00 desde la puesta en marcha.

Melgar (2017) en su memoria en la localidad de Lima, concluyó que designar al autor del estudio, la administración de compras aumenta la calidad de la prestación en SEGEM S.A.C., la administración de compras aumenta la veracidad de la compañía y aumenta la confiabilidad.

Bautista (2017) en su memoria en la localidad de Lima, concluyó que la gestión de adquisiciones está muy ligada al desarrollo de las Mypes, por lo que es importante ejecutar un buen plan en el ciclo de compras para conseguir el aumento de las Mypes.

Castañeda y Díaz (2016) en su memoria en la localidad de Trujillo, concluyeron que las pautas de compra que faltan deben implementarse para tratar de acelerar el registro reduciendo las actividades que no generan valor.

Ysla y Torres (2017) en su memoria en la plaza de Trujillo, concluyó que se analizaron los procesos de compras intrínsecos y externos que se realizan actualmente, los cuales deben ser implementados y recomendados en su operación al momento de evaluar a los proveedores para los cuales se ha concluido la implementación de una tarifa de proceso de distribución en base a la evaluación.

Aranda (2016) en su memoria en la localidad de Huamachuco, concluyó que los resultados obtenidos forman la base de propuestas de medidas para implementar mejoras, de los cuales se concluye que el reinado de las compras tiene una influencia significativa en la rentabilidad de la compañía investigada.

Cabanillas (2017) en su memoria en la localidad de Trujillo, se llegó a la conclusión que la propuesta de gestión de adquisiciones para el proceso de adquirentes será muy útil, lo que resultará en un uso eficiente de los recursos materiales.

Machuca (2017) en su juicio en la localidad de Lima, dedujo que el entrenamiento de compras no cuenta con factores que logren disminuir la Variabilidad. Los factores no considerados son: fichas técnicas para revisiones y distinciones para

evitar los supuestos de adquisiciones, la política, estructuración de funciones y reglamentos. En tal sentido esto afecta la menor durabilidad de los bienes comprados, conduciendo a compras frecuentes y aumentando el costo.

Méndez (2017) en su memoria en la localidad de Lima, concluyó que el departamento de compras al tratar términos de compra con los proveedores que perfeccionan el proceso para lograr lo que se necesita: entrega puntual y precios justos sin extralimitarse en los costos, se reduce además la carga operativa, se aumenta la eficiencia operativa de los componentes. Los ahorros aumentaron en un 4% y por compras reducidas a poco más de 20% respecto al año anterior.

Gamarra (2017) en su memoria en la localidad de Lima, se llegó a la conclusión que la gestión de la compra cumple la función de dar sostén a las distintas operaciones como el mantenimiento, conocer la política de compras de las diferentes áreas, que conduce a un incremento en la calidad del servicio. También ofrece un procedimiento de compras y una evaluación de los proveedores, para ganar ventajas competitivas y del mismo modo reducir el indicador de reclamaciones de ambos clientes, por lo que conviene estudiar mejor pedido y asegurar el stock mínimo por insumo.

Hilario (2018), comenta la tesis: “Administración de compras y la creación de valor en Hydromatic Perú S.A.C., La Victoria - 2018”, Según su estudio que tuvo como fin establecer un enlace entre las variables, se tomó un ejemplar de 30 dependientes, la metódica que se uso fue aplicada, no experimental y enfoque cuantitativo, transversal. La Correlación de la primera con la segunda variable resulto aplicable y confiable, se dedujo la existencia de asociación entre las variables con resultado $Rho = 0,728$. En tal sentido se demuestra la correlación positivamente alta con significancia (bilateral) 0,000 obteniendo como resultado que la conjetura nula se inadmite y se confirma la intermitente.

Roca (2018) presentó el trabajo “Gestión de adquisiciones y rentabilidad en la unidad de negocios de materiales para construcción de San Jorge Corp. E.I.R.L., Ate 2018”, con el objeto universal de decretar la relación que se halla entre las variables, utilizó una muestra de 45 funcionarios. La metódica de tipo aplicada, diseño no empírico, enfoque transversal, enfoque cuantitativo y grado de correlación, los resultados sobre la primera variable obtenida y la segunda se concluye que existe una asociación entre las variables ya que el resultado $Rho =$

0,314. Por lo que se comprueba que existe una idoneidad positiva débil y signada (bilateral)=0,036, y se desestima la hipótesis nula y aceptando alternativa.

Román (2019) informa en su propuesta: “La administración de compras y su influencia en la rentabilidad de constructora Novo Home S.A.C., San Borja, Lima-2019”, Para establecer el efecto de la gestión de las compras en la utilidad de la compañía, se realizó una encuesta en el departamento de compras usando a 40 colaboradores, aplicando una metodología no empírica, transversal con un enfoque cuantitativo. Se utilizó cuestionarios, el resultado de las variables con el uso del instrumento mostraron alta confiabilidad. En este caso se encontró coherencia entre las variables, y se obtuvo Pearson= 0,772, respectivamente indicando que existe alta correlación real y una significancia bilateral. Inadmitiendo la conjetura nula y se reconoce la conjetura alternativa.

Ogorevc, et al. (2020) con el objetivo de investigación, identificar los aspectos y factores que determinan la decisión de adquisición de alimentos orgánicos. Para garantizar el crecimiento continuo de la industria alimentaria, es importante comprender completamente qué influye en la adquisición de suministros. Por tanto, la muestra de estudio de 14000 personas de 15 países diferentes coincide en que determinantes psicosociales más importantes de las decisiones de adquisición son los valores, las actitudes, las normas sociales, el control sobre el comportamiento percibido, etc. por lo que se deben tomar en cuenta el plan de marketing y con ello se puede lograr el éxito de las estrategias comerciales de la compañía.

Choque (2018) En su estudio “La Administración de compras y la mejora de la rentabilidad en LM Conceptos S.A.C año 2017.” Su objetivo universal fue: establecer como la administración de compras aumentar la utilidad de LM Conceptos S.A.C. Su aumento de su utilidad se verá reflejado, en base al pronóstico de compras anuales, la creación de reservas para la organización, la reducción del costo y la excesiva duración del almacenamiento, esto mejorará el movimiento de existencias con un gran análisis para elegir a su proveedor, precio de compra, calidad entre otras ventajas que ofrecen los proveedores y que deben respetar para ser elegidos.

Coba. (2017), en el estudio “Gestión de Inventarios y su relación eficiente con la Administración de Compras de comercializadora Jhampier SAC Cercado de Lima 2017”. Su propósito determina la existencia de una conexión entre la administración

de mercancías y la gestión de las compras. El autor empleó una encuesta como herramienta. Los resultados fueron que, existe una conexión entre la administración de mercancías y la gestión de las compras.

Salirrosas (2016) en su memoria en la población de La Libertad, dedujo que el departamento responsable no realizó ningún pedido según lo programado en la tabla de requisitos, creando un desorden y dañando presupuestos en los diferentes departamentos, del mismo modo se crea presupuestos en cada centro de costos. Se evidenció que al no contar con un manual de procedimientos en el cual esta especificado los próximos pasos para generar requerimientos de compra, por otro lado, las diferentes áreas usuarias no cuentan contemplan leyes y normas de contratación estatales y otras normas a considerar por lo que origina una deficiente planeación en los requerimientos.

Florián (2019) en su memoria en la plaza de Trujillo, dedujo que existe una relación causal positivo la cual fue revelador entre la transparencia pública y administración de las compras públicas ambas variables tuvieron significancia, eso quiere decir que, si la valoración de eficiencia de la transparencia estatal incrementa, la tasación de la administración de compras públicas también aumentará. Dicho resultado servirá para la mejora de la difusión, promoción y capacitación de la transparencia publica y administración de las compras en el establecimiento red de servicio de salud de Trujillo.

Gulc (2017) en su artículo científico como resultado la mayoría de autores miden la calidad del servicio logístico desde la posición del consumidor generalmente de forma metódica como SERVQUAL o SERVPERF. Por otro lado, la descripción general de la literatura ha mostrado nuevas tendencias de investigación sobre calidad de servicio y LSQ.

Según Pallares R. (2021) identificó que la gestión de compras es un área responsable de la correcta estructura del desempeño de las acciones de compras. La gerencia del área de compras asegura que los bienes, servicios y stock requeridos para la operación del comercio estén ordenados y a tiempo en el almacén de cualquier compañía. Además, entre sus atributos se encuentran los niveles de inventario y debe poder negociar bien con los proveedores.

En cuanto a bases teóricas de estudio, el fundamento de la primera variable gestión de compras está basada en las aportaciones de algunos autores:

Según Mora (2016) Cuando se trata de administrar y controlar las operaciones del flujo de componentes físicos, la adquisición es el paso inicial de la cadena de suministro. En consecuencia, el comienzo de esta importante transición depende de los requisitos de materia prima y material de empaque de su proceso de producción. Esta autorización de actividad es el resultado de la planificación y previsión de la demanda realizada por la empresa en particular.

Afirma Carreño (2018) Compras es el campo de actividad de la empresa, responsable de adquirir los materiales necesarios para las operaciones de la empresa en la cantidad requerida, en el momento y lugar adecuados, con la calidad adecuada y al mejor precio; asegurando así la continuidad del negocio. (p.178)

Según Pérez (2020) determinó que un adecuado manejo de las funciones de compras y aprovisionamiento puede generar un incremento en las utilidades de la compañía. En un gran número de compañías industriales, la compra promedio, representa el 50% del valor de los artículos vendidos (este porcentaje se altera según el tipo de compañía considerada). Ahora podemos entender que la correcta gestión de compra representa el dinero que es importante para la compañía y también un grave condicionante para la calidad del resultado final, ya que se deben disponer de suficientes materias primarias y auxiliares, respecto al correcto funcionamiento y producción eficiente. La significación de la función de las compras, radica en su capacidad de aportar al director general de la organización, alineado sus objetivos con la política de la compañía y en sus propias particularidades internas, además características propias internas, dado que el empleo es la etapa de inicio de comercio de cualquier obra.

Finalmente, Escrivá et. al (2014) nos define que la gestión de compras consiste en encontrar el origen de abastecimiento y conseguir los bienes suficientes para el progreso de las actividades empresariales, para satisfacer la demanda.

Bajo las dimensiones tenemos a las principales fases del ciclo de compra que son:
Primera Dimensión: La Solicitud de compra es que, si un departamento se localiza el requisito de adquisición para el desenvolvimiento de la actividad, que produce un requerimiento de compra siendo el documento interno transmitido desde el proyecto que requiere el departamento de logística.

Segunda Dimensión: Negociación de condiciones de compra, si procedemos a la negociación después de la selección de la oferta adecuada, es una fase cuyo objeto

es precisar y acercar una postura en los puntos donde el proveedor y el comprador ocupan actitudes equidistantes, en un acuerdo que beneficia a ambas partes.

Tercera Dimensión: Evaluación y selección de los proveedores, cuando el área de adquisiciones está revisando los requerimientos de compra y comenzando indagar que proveedor adaptado lógicamente a las especificaciones. Se obtiene datos de proveedores con condiciones económicas más favorables (precio, costos, descuentos, etc.), de crédito (forma de pago, intereses) y demás restricciones (tiempo de entrega, calidad, etc.).

Cuando algunas propuestas efectuadas por diversos proveedores, pasan por proceso de valuación, se selecciona la que mejor se ajuste a los requerimientos de las especificaciones técnicas estipulados por la organización.

Cuarta Dimensión: Seguimiento de pedidos, cuando se envía un pedido a un proveedor, el realiza un seguimiento del pedido (a través de tecnología de comunicación o personal) para saber cómo se está desarrollando la preparación de los productos en progreso o si se está cumpliendo los tiempos pactados de entrega.

Quinta Dimensión: Recepción de las mercancías, es cuando se realiza el pedido de la mercancía en el área de solicitud de la compañía compradora, se realiza un conteo verificando la cantidad y calidad de los suministros cumplen con lo expuesto en el pedido solicitado (check list de los materiales). Si es correcto proceder con el pedido de ingreso al almacén, caso contrario quedará registrado en el correspondiente documento físico denominado No conformidad (Nc).

Sexta Dimensión: Recepción de la factura de la compra se produce cuando finaliza el ciclo de esa compra y se recibe el documento denominado factura, que es emitido por el proveedor como constancia de la venta de los relativos bienes adquiridos, así como de los precios.

Por otro lado, si bien la gestión de compras era una función necesaria, no se sabía que fuera un elemento crítico para mejorar el desempeño general de una compañía es una parte fundamental que atribuye un desarrollo empresarial eficiente. Del mismo modo, revisar y bajar los precios de adquisición se ha convertido en un hecho fundamental para incrementar la rentabilidad y el beneficio final de las compañías.

Bonilla, V. y Montero, M. (2020). El manual de gestión de procesos de adquisiciones es una herramienta que contiene un conjunto de lineamientos y procesos que la

organización y las funciones correspondientes que deben desarrollar para mantener el orden en su función operativa y mejorar la eficiencia en los procesos. Oyervide, G. y Solórzano, F. (2018) La gestión de adquisiciones es una de actividad muy extendida en cualquier organización y se vuelve esencial y estratégica para completar una compra que la organización necesita para asegura que cumple con todos los parámetros requeridos por el área de fabricación. La gestión de adquisiciones eficiente necesita la planificación y coordinación de los requisitos de la organización, teniendo en cuenta que los proveedores y productos deben adquirirse de acuerdo con los criterios de la empresa a costos asequibles.

Wehrle, M. et. al (2021) En su estudio llena este vacío al considerar el aumento de la digitalización y su impacto en el papel futuro de PSM en la gestión de compras e innovación. Llevar productos innovadores al mercado es fundamental para hacer negocios, especialmente en un entorno competitivo. Uno de los impulsores del desarrollo exitoso de nuevos productos (NPD) es la incorporación de características que son parte del proceso, como compras y gestión de la cadena de suministro (PSM). Si bien ha habido una amplia investigación sobre el papel de las adquisiciones en el impulso de la innovación, ha habido poca investigación sobre el papel futuro de PSM en NPD.

El Portal BID Down (2020) argumenta que las adquisiciones tienen un gran impacto en los resultados de una empresa, ya que afectan directamente las fuerzas que impulsan los resultados y que hay dos: costos y los ingresos adoptados por la organización. Se cree que la gestión de compras es uno de los beneficios más poderosos para una empresa propuesta para ser competitiva y alcanzar la excelencia. Así mismo nos dice que es relevante señalar que esto también está relacionado con la satisfacción del comprador. La calidad del producto, los costos pactados y la transferencia puntual son los indicadores que conducen a una mayor satisfacción. Entonces si la calidad es conveniente y los costos a un precio justo, los ahorros benefician incluso al cliente que se beneficia de ellos

Y en el modelo de gestión de compras tenemos: Matriz Kraljic. Al perfeccionar la gestión de compras primero se debe catalogar ¿qué comprar? utilizando un parámetro de clasificación con una matriz Kraljic.

Según Kraljic (1983) citado por Gómez (2013), señala que "Es un modelo en el que los materiales adquiridos en la organización se agrupan según dos parámetros:

Impacto de las compras en los resultados de la organización. Riesgo en la entrega de estos insumos." (p.59). En función del efecto en el resultado y de la cantidad de proveedores se establecen cuatro cuadrantes:

Productos apalancados: Abarcan elevado porcentaje de las utilidades, cuenta con diversos proveedores.

Productos estratégicos: Especiales para el desarrollo u operación comercial porque son especiales en el ciclo de compra, pero hay una oferta mínima en el mercado donde se celebra un acuerdo a largo plazo de compra de hardware de selección de proveedores para obtener suministro.

Productos rutinarios: Simples para adquirir, al no ser artículos decisivos lo esencial en este cuadrante es disminuir costos.

Productos de atascamiento (cuello de botella): Solamente obtenidos de un proveedor o a escasos proveedores y tiene un efecto relativamente bajo en la utilidad.

Matriz Kraljic, equivalente a una curva ABC, desglosando productos en función del costo y la calidad que compra la compañía. Pero esta matriz es relativamente mejor al centra el proceso de aprovisionamiento y el uso de depósitos. Kraljic se educa y se mide en dos; cuáles son los riesgos de abastecimiento e impactos financieros cuando estas mediciones son imprecisas y no toman en cuenta aspectos, ya que no es posible identificar e instaurar posibles alianzas y tácticas con proveedores, pero teniendo en cuenta las limitaciones, esta matriz es la más frecuente que utilizan compañías para realizar compras. Al fin y al cabo, las empresas de compra de bienes tecnológicos tienen que adaptar sus sistemas de compras a los requerimientos del sector logístico, estas compras se pagan al final del producto terminado para ver lo que se recomienda para crear un análisis de costos. Además, la planificación basada en la escasez de la producción del sistema, la disposición también analiza el tiempo de personal y maquinas Gadde & Håkansson (1994)

Diagrama de Ishikawa, llamado también "espina de pescado" cuyo propósito original es detectar gráficamente los posibles efectos y causas de una dificultad y fue ejecutado en 1953 por el Dr. Kaoru Ishikawa.

Diagrama de Pareto. Diferentes y diversas categorías de datos se representa gráficamente y se presentan en orden descendente mediante dibujos de barras de derecha a izquierda con la información recolectada para valuar las causas,

facultando una secuencia de prioridades; usando este flujo los problemas más importantes pueden identificarse y determinarse aplicando el diagrama de Pareto, 80% y 20%; ya que existe diversas dificultades sin consideración delante de solo unos muy destacados” (Wilfredo Pareto).

Metodología FIFO Actualmente se hallan varios procedimientos de gestión o valoración de un inventario, sin embargo, se utilizan la pluralidad. FIFO es utilizado principalmente por 25 compañías industriales, quienes igualmente utilizan el sistema para evaluar precios y costos, ya que las entradas y salidas fueron controladas por primera vez por Gadde & Håkansson (1994). Otro método es PEPS que rastrea el flujo de mercancías en función del movimiento de la demanda en el almacén; este método se utiliza para gestionar insumos que son perecederos o no tienen fecha de caducidad, ya que, si estos productos no son utilizados en el periodo especificado, se producirán pérdidas de inventario, lo que se interpreta en un incremento de los costes Gadde & Håkansson (1994).

En el caso de Calidad de Servicio tenemos los siguientes antecedentes:

Sakyi (2020) en su revista científica nos dice que el estudio revela que, en general, todos los puertos marítimos seleccionados estudiados tienen una mala calidad de servicio. Este resultado exige instituir medidas eficaces para perfeccionar la calidad de servicio en puertos marítimos de la CEDEAO. Estos resultados indican que las autoridades portuarias de la CEDEAO deben trabajar muy duro en las dimensiones de garantía, confiabilidad y empatía de calidad del servicio para aprovechar todos los beneficios del comercio en el desempeño económico y los resultados de bienestar social.

Sricharoenpramong (2018) en su artículo científico nos dice que se halló que la calidad del servicio de los dependientes de tierra era moderada. La dimensión más alta de la realización de la calidad del servicio fueron los tangibles, seguidos sucesivamente por la empatía, la seguridad, la confiabilidad y la capacidad de respuesta. La percepción de los pasajeros sobre el personal de tierra La calidad del servicio varió según el género y el grupo de edad. Se propusieron lineamientos para aumentar la calidad del servicio del personal de tierra en DMK en base a los hallazgos.

Shafii, et al. (2016) en su revista científica habla que se identificaron seis dimensiones, incluidas la seguridad, la capacidad de respuesta, garantía, los

elementos tangibles, la comunicación de salud y la orientación del paciente, que afectan la dirección de la calidad de los servicios hospitalarios, entre los cuales, la seguridad y los elementos tangibles obtuvieron la mayor y menor importancia respectivamente (0.25406, 0.06883). Los resultados también revelaron que en el hospital A, las salas de ortopedia y oftalmología obtuvieron la puntuación más alta en términos de calidad, mientras que el departamento de cardiología obtuvo la clasificación más baja.

Ramzi, et al. (2022) en el artículo científico su resultado fue que en general, la satisfacción de los estudiantes con relación al desempeño de la calidad del servicio de IAU se calificó como 'aceptable'. Además, no hay una diferencia de género significativa en la satisfacción general de los estudiantes con respecto al cumplimiento de la calidad del servicio de IAU. Las tres subescalas en la escala CUL-HEdPERF modificada se asociaron sustancialmente con la satisfacción general de los alumnos y se observa que todos son predictores significativos de los factores que impactan en la satisfacción general de los estudiantes con respecto al desempeño de la calidad del servicio de IAU. Con base en estos hallazgos, este estudio sugiere que los formuladores de políticas podrían utilizar la subescala de la cultura del Golfo para incluirla en la escala de desempeño de la calidad de servicio para evaluar la satisfacción de los alumnos con respecto al rendimiento de la calidad de servicio de las IES en la región del Golfo.

Gregory et al. (2022) en su revista científica los resultados de la investigación en este documento proporcionan implicaciones pragmáticas. En primer lugar, los hallazgos indican que la calidad del servicio en un entorno de resort de casino es un concepto multidimensional. Se recomienda que los gerentes de los casinos usen múltiples factores, en lugar de un solo aspecto, para evaluar los resultados del servicio en sus propiedades. En particular, este estudio demuestra que tanto los servicios de juego como los que no son de juego son fundamentales para el éxito del servicio al cliente general en el entorno de los casinos.

Olaniran (2021) en su artículo científico, nos dice que, por lo tanto, este estudio contribuye al cuerpo de conocimiento existente al examinar la calidad de servicio y la complacencia con los servicios de taxis en Abeokuta, Nigeria. Los hallazgos sirven como origen para la comprensión de la calidad del servicio de taxis en Nigeria. Además, los hallazgos refuerzan que existe insatisfacción en la calidad de

los servicios de taxis en el área de estudio por parte de los usuarios. Por lo tanto, los proveedores de servicios de taxis deben tomar las medidas adecuadas para mejorar el grado de satisfacción en la calidad del servicio de taxis. Se espera que la evidencia y las recomendaciones proporcionadas en el documento arrojen algo de luz a los operadores de servicios de taxi en la ciudad, para perfeccionar la calidad del servicio al cliente a fin de aumentar la satisfacción de los viajeros, lo que conducirá a una mayor rentabilidad a los proveedores de servicios.

Yomara & Aguilar (2018) realizaron una investigación: Relación entre la calidad de servicio percibida y la satisfacción del cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito CREDICOOP, Arequipa, para determinar la relación entre la calidad de servicio percibida y la satisfacción del cliente. Con un total de 301 clientes, los cuestionarios y encuestas utilizados como herramientas muestran que la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente es importante y directa.

Torres y Luna (2017) en su revista científica nos muestra que su investigación consiguió su objetivo que fue averiguar la sensación de los consumidores sobre calidad del servicio en los bancos particularmente en la zona de Oaxaca. Así mismo, se ha confirmado que la percepción es positiva a nivel macro y micro en la ciudad. También cabe mencionar que, en la hipótesis aprobada, los resultados enseñan que el nivel de satisfacción presentado con los servicios suministrados en una escala de 0 a 10 es eminente, debido a que en la calificación es levemente superior a 9 por banco., con resultado Banamex de 9.2 y Bancomer 8.9.

Jemes, et al. (2018) en su reseña científica nos dice que los 13 artículos seleccionados que contaban con los criterios de inclusión, 10 alcanzaron la calificación de “buenos” o “razonables” en la escala COSMIN. Sin embargo, aun siendo importante, aún no existe un consenso de los autores de como cuantificar la calidad del servicio en la AT. Usualmente, la parentela de los niños seguidos en AT es la población sobre los que se realizan estudios, así también la mirada de los profesionales es útil e integra la información.

Benavente (2018), en la tesis en la ciudad de Puno, dedujo que la calidad del servicio incide en la comodidad del consumidor. Por lo tanto, debe enfocarse en establecer la calidad de servicio para la comodidad de la clientela.

Según Huentelicán (2017) entendida como un criterio que depende de las expectativas e impresiones de los consumidores que han experimentado. Las

impresiones de los consumidores son mayores que sus expectativas. Además, ahora mezclan mucho el nexo entre precio y calidad, cabe señalar que hay más factores que intervienen, es decir, los consumidores siempre quieren estar contentos y lo más importante, necesitan tener autoestima para poder tener una gran experiencia en el sector de servicios también interfiere en gran medida con el factor calidad humana, en cuanto a la atención mide que tan receptiva es el primer toque del siguiente consumidor.

En cuanto a las definiciones de estudio, el fundamento de la segunda variable que es calidad del servicio se fundamenta en las aportaciones de algunos autores Rogel Villacis José L. (2018) a partir de Zeithaml y Bitner (2002) la gestión de la calidad del servicio se ha convertido en la estrategia preferida, mejorarla para garantizar que la calidad del servicio mejore continuamente. Las organizaciones juegan un papel protagónico en la creación de cambios y la planificación de acciones para desarrollar nuevas estrategias para no verse abrumadas por las nuevas necesidades del mercado. Mejora continua e implicación de todos los empleados en el mismo ámbito de sus funciones.

Polyakova, Olga y Mirza, Mohammed (2015) a partir de Zeithaml, Parasuraman y Berry, (1990), definir un enfoque orientado al cliente para la calidad del servicio percibida es un paso importante, ya que es un concepto antiguo en la investigación de la calidad del servicio. El concepto de calidad del servicio como una construcción abstracta y elusiva ha estimulado el surgimiento de muchas escuelas de pensamiento diferentes sobre la percepción de la calidad del servicio.

Según Prieto y Tapia (2018) es un proceso en el que los diversos elementos que interaccionan en un servicio son mejorados por la contribución de los consumidores, quienes pueden proteger la calidad del servicio solo por la terminación y la aceptación del servicio de los consumidores por su cuidado, simpatía y trato en general, los consumidores dicen que están complacidos con los productos que ofrecen los locales de servicios, pero no con la atención que brindan, como el trato, el autor menciona que no enfatiza la calidad del servicio, porque la calidad no se puede medir, también se menciona que la calidad es no un producto de lujo, en que el producto cuesta tiene un precio más bajo, la calidad es la consecuencia final, entonces no hay relación con alguien sino que todos son consumidores y eso se torna intangible y efímero, como esto es una compañía hay

un triángulo de servicio, sistemática y estratégica, porque el servicio es perecedero por lo que corresponde a cada compañía aplicarlo en la práctica y sobre todo continuar capacitando a los empleados de acuerdo a diferentes tácticas.

Según García (2018) la calidad del servicio es un compromiso entre las necesidades de los consumidores, más adecuadas mayor calidad y menos adecuadas menor calidad, afecta el entorno que brindan y la disparidad que hay entre las probabilidades o deseos de los consumidores y su significado quiere ser atendido de manera óptima, pero la diferencia se entiende como las necesidades o deseo los consumidores, ya que depende de la percepción y sin embargo se utiliza con el servicio brindado, también se da con los clientes que ven las experiencias vividas anteriormente. Esto da lugar a dos grandes variables después del precio y la calidad ya que esta última es notoria y beneficioso para toda la empresa ya que ver aumentos en las utilidades en forma de atención a toda la organización contribuiría a un crecimiento rentable.

Es otras palabras, todo lo que han mencionado estos autores podemos decir que la calidad del servicio se adapta a los problemas y deseos de los clientes para crear y mantener clientes. Por tanto, se proponen medidas para evaluar la calidad aparente y la calidad esperada.

Entre las dimensiones de calidad del servicio citado por Gonzales y Huanca (2020) considera que las dimensiones propuestas por autores Cronin & Taylor (1994)

Primera dimensión es Confiabilidad: puede entregar lo prometido con seguridad y precisión.

Segunda dimensión es Aseguramiento: el conocimiento y la cortesía de los empleados, así como su capacidad para inspirar confianza.

Tercera dimensión es Tangibles: instalaciones y equipos, y la apariencia del personal. Las ventajas físicas incluyen espacios atractivos, personal vestido apropiadamente y formularios bien diseñados que son fáciles de leer y entender.

Cuarta dimensión es Empatía: nivel de cuidado personal y atención brindada a los clientes.

Quinta dimensión es Capacidad de respuesta: listo para ayudar a los clientes y el servicio de manera oportuna.

Por otro lado, entre las teorías o modelos de calidad del servicio tenemos:

Modelo de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) denominado SERVQUAL. Podría decirse que este es el enfoque más utilizado por los académicos hasta la fecha, adecuado a la proliferación de ensayos en el campo que utilizan su progresión. Parasuraman et al. (1988), citados por Piattini (2019) partieron de un modelo de no validación, como Grönroos, para desarrollar una herramienta para cuantificar la calidad del servicio notada. Después de algunas indagaciones y evaluaciones, basadas en la teoría de calidad del servicio advertida, desarrollaron una herramienta para calcular la calidad de servicio y obtuvo el nombre SERVQUAL. Esta herramienta les permite abordar la medición evaluando por separado las probabilidades y apreciación de los clientes, en función de los comentarios de los compradores en el estudio. Las anotaciones señalan 10 dimensiones instituidas por los autores y la significancia relativa que reclaman, según el tipo de servicio y/o grupo de clientes. En un inicio identificaron diez factores que determinan la calidad del servicio: 1. Factores tangibles: Forma de las instalaciones, materiales, equipos y personal. 2. Confiabilidad: La capacidad de ejecutar el servicio ofrecido de manera completa y confiable. 3. La capacidad de respuesta: Idoneidad de asistir a los compradores y brindar un servicio oportuno. 4. Profesionalidad: Poseer las habilidades y conocimientos requeridos del desarrollo de asistencia del servicio. 5. La Cortesía: El cuidado, respeto y consideración del personal de contacto. 6. Credibilidad: Honestidad, convicción y honradez en el servicio prestado. 7. Seguridad: Sin peligro, riesgo o sospecha. 8. Accesibilidad: Fácil de contactar y accesible. 9. Comunicación: Proporcionar información a los compradores, utilizar un argot que puedan comprender, así como atenderlos. 10. Compresión al cliente: Esforzarse por entender a los consumidores y sus requerimientos.

Después de recibir censura, afirmaron que las 10 dimensiones no son indudablemente independientes entre sí (Parasuraman et al 1988 p.26), y realizaron análisis estadísticos, hallando correlaciones para los tamaños originales a partir de los cuales se pueden reducir a cinco. 1. Confianza o empatía: Expresa el cuidado y preocupación individual que las compañías tienen por sus consumidores (combinando los criterios anteriores de accesibilidad, comunicación, etc. 2. Fiabilidad: Capacidad de realizar de manera confiable y completa el servicio prometido. 3. Rendición de cuentas o Responsabilidad: La seguridad, el conocimiento y cuidado de los colaboradores y su capacidad para infundir

credibilidad (incorporando aspectos anteriores de profesionalismo, cortesía, reputación y seguridad). 4. Capacidad de respuesta: Voluntad de asistir a los clientes y materiales de comunicación. 5. Tangibilidad: Similitud de las instalaciones, personal y medios. Por medio de métodos estadísticos, agrupan las variables y permiten una alta generalización del modelo y una mayor representatividad.

Al estimar la calidad advertida se proponen estas dimensiones generales que establecen que dicha apreciación es consecuencia de la diferencia para los consumidores entre lo que se espera y lo que se percibe. No obstante, también inician del planteamiento de encontrar una serie de lagunas, desequilibrios en el desarrollo. Estos afectan la apreciación del consumidor y son objeto de análisis cuando se quiere aumentar la calidad distinguida. Por lo tanto, la sensación general de calidad del servicio afectada por estas deficiencias se da en las organizaciones de prestación de servicios. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, p. 44) precisa a la brecha como un conjunto de incompatibilidades o deficiencias existentes en relación con las apreciaciones de los gerentes sobre calidad del servicio y las responsabilidades agrupadas con el servicio a los clientes. SERVQUAL, con el estudio de las cinco desviaciones, examina las causas principales de las diferencias que conducen al fracaso de la política de calidad. La consecuencia es el modelo que muestra cuatro deficiencias identificadas por autores como la raíz de los problemas de calidad de servicio.

El modelo SERVPERF, podemos decir que hay existe una serie de factores asociados a la provisión de una administración social, es decir está relacionado con la estructurara de una herramienta de análisis de la calidad de servicios que permita conocer lo positivo y negativo que puede tener el proceso de selección. Para cuantificar la calidad de los servicios ofrecidos existen gran cantidad de modelos, pero entre los más importantes destacan los monitores SERVQUAL y SERVPERF. Es decir, SERVPERF obtuvo su nombre debido a la consideración selectiva de las pruebas de ejecución. Esta revisión muestra que, en 1985, para la gestión de la calidad, depende encontrar respuestas a las direcciones identificadas con la gestión y mejorarla, ese es un acuerdo realizado por la Universidad de Texas presentado a Parasuraman, Zeithaml y Berry. Para responder a los cuestionamientos, los científicos mencionados anteriormente realizaron investigaciones subjetivas y

cuantitativas con clientes en diferentes organizaciones, como bancos, medios de comunicación, comerciantes, etc. En 1992, utilizando métodos de prueba dentro de la estimación de una escala compacta, considerando el rendimiento y teniendo en cuenta directamente a Cronin y Taylor (1994) construyeron otro modelo que llamaron SERVPERF, a diferencia de SERVQUAL, destaca las impresiones de los clientes sobre la autoridad que se les otorga. La demo de SERVPERF se utiliza para que sirva para hacer valer una plataforma o un derecho administrativo, asegurando la viabilidad en lo que necesita para marcar la diferencia. Con ello, se puede eliminar la posibilidad de que los clientes o usuarios utilicen los servicios gestionados expresen su valoración sobre la calidad del servicio.

El modelo VERISM. La IFDC (International Foundation for Digital Competences), creada en 2017 con el fin de desarrollar y promocionar estándares abiertos para el desarrollo de profesionales en la era digital, ha propuesto un nuevo modelo para la gestión de servicios denominado VeriSM (Value-Driven, Evolving, Responsive, Integrated Service Managemet), dirigido por valor, evolutivo, receptivo e integrado, pensado para las organizaciones actuales que se enfrentan al resto de la transformación digital. VeriSM está orientado a toda la organización, no solo al departamento de tecnologías, de manera que se utilicen todas las capacidades de la organización para entregar valor.

III.METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

Tal como lo expresa en su libro Hernández et. Al, (2014) la perspectiva cuantitativa es secuencial, usa recolecciones, se plantean preguntas como hipótesis y se establecen variables, se miden, se analizan numéricamente los resultados obtenidos precisos, respecto al comportamiento de la población objeto de investigación (p. 4).

En este estudio se utilizó una investigación aplicada. Según el problema planteado y el objetivo que se formuló, fue no experimental, ya que se observó y describió el comportamiento de las variables sin afectarlas.

Diseño de investigación

Según, Hernández (2014), el diseño de investigación se caracteriza porque el hecho de que el investigador actúa conscientemente hacia el sujeto de investigación procesado en el estudio.

El diseño que se utilizó en este estudio fue: descriptivo correlacional, propositivo (si al final el investigador propone algo) y correlacional porque se estableció la asociaciones o relaciones entre variables; y Transversal, ya que los datos se recopilaban en un momento, sin cambiar las condiciones existentes. (ver anexos)

3.2 Variables y operacionalización:

Variable

Según, Monje C. (2011) Una variable es una característica o atributo de la realidad que puede variar entre individuos o grupos. cualquier aspecto de la realidad que puede adquirir significado, es decir, cambiar de un observable a otro, de un punto del tiempo a otro dentro del mismo observable.

Núñez (2007) Una variable es una estructura, propiedad o característica que toma diferentes valores. Es un símbolo o una representación, y por tanto una abstracción que adquiere un significado no permanente. Estos son los componentes de la estructura de la hipótesis, es decir, la proposición de la hipótesis, establecida por su relación.

Operacionalización

Según, Núñez (2007) Actividad es establecer el significado de las fechas de una investigación y establecer actividades o situaciones observables bajo las cuales algo debe ser clasificado en cierta categoría o medido en cierto aspecto. es un procedimiento para traducir conceptos y convertirlos en indicadores medibles.

Variable Independiente

Para Núñez (2007), es una característica o una propiedad asumida en un fenómeno previo o investigado. La variable manipulada por el investigador también se conoce como variable experimental.

La variable será Gestión de Compras

Definición conceptual

Según López (2014) determinó que la tarea principal de compras tiene es satisfacer las demandas de materias primas, componentes y suministros de las compañías. Por lo tanto, este requisito se cumple adecuadamente (p.6), en todo caso cabe señalar que la gestión de las comprar bienes para la empresa de modo que los materiales estén siempre disponibles cuando otras áreas lo necesiten.

Definición operacional

La gestión de compras se orienta concretamente al cumplimiento de las necesidades de la compañía, factores a ello, sutil incremento en el valor del capital invertido (criterios económicos) pero debe corresponder a este propósito de corto plazo, el aporte del área de compra en relación con los demás departamentos directos de la compañía, con el fin de lograr un buen resultado objetivo, beneficiosos, competitivo y estratégico para la empresa. La variable se evaluó en las siguientes dimensiones: Solicitud de compra, Evaluación y selección del proveedor, Negociaciones de compra y Seguimiento- Recepción de la mercancía. Así mismo para Solicitud de compra con los siguientes indicadores: Conocer toda la información del producto, información de la solicitud (fecha de emisión, lugar de entrega, cantidad), firmas autorizadas, para Evaluación y selección del proveedor con los siguientes indicadores: Puntualidad en la entrega, cotización de precios, cantidad de producto, en las Negociaciones de compra con los siguientes indicadores: Forma de pago y precio finalmente Seguimiento- Recepción de la mercancía con los siguientes indicadores: Cantidad - calidad y almacenamiento – distribución.

Variable Dependiente

Efectos esperados, cambios esperados o provocados por la variable independiente, resultado de la existencia o manipulación de la variable independiente.

Variable es Calidad del Servicio

Definición conceptual

Según García (2018) la calidad del servicio es un compromiso entre las necesidades de los consumidores, las más adecuadas, de mayor calidad y las menos adecuadas de menor calidad, afecta el entorno que brindan y la disparidad que hay entre las probabilidades o deseos de los consumidores y su significado quiere ser atendido de manera óptima, pero la diferencia se entiende como las necesidad o deseo los consumidores, ya que depende de la percepción y sin embargo se utiliza con el servicio brindado, también se da con los clientes que ven las experiencias vividas anteriormente.

Definición operacional

La calidad del servicio es un factor clave para cualquier tipo de compañía, lo que conduce a un desempeño empresarial que puede acrecentar la competitividad.

Esta variable se evaluó por medio de las siguientes dimensiones: Fiabilidad, Seguridad, Capacidad de respuesta, y Empatía. Así mismo para Fiabilidad con los siguientes indicadores: Cumplimiento del servicio, desempeño del personal y eficiencia, para Seguridad con los siguientes indicadores: Garantía, honestidad y conocimiento del servicio, también Capacidad de respuesta con los siguientes indicadores: Presentación, trato y velocidad del servicio y finalmente Empatía con los siguientes indicadores: Cercanía al cliente e interés por el cliente.

3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

Población

Arias-Gómez et. al (2016) Una población de estudio es un conjunto de casos definido, limitado y disponible que proporciona la base para el muestreo y cumple con un conjunto predefinido de criterios. Cabe aclarar que, al referirse a la población objeto de estudio, el término se refiere no solo a humanos, sino que también puede referirse a animales, especímenes, registros, hospitales, instalaciones, familia, organización, etc.; para este último, un término similar puede ser más apropiado, como universo exploratorio.

Se conformó por 100 colaboradores en la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022.

Criterios de inclusión

Arias-Gómez et. al (2016) Todas aquellas particularidades de las que debe formar parte una materia o tema de estudio

investigación. Esas características pueden incluir, entre otras: edad, sexo, clase, nivel socioeconómico, entre otros.

Según los criterios: se incluyó a los colaboradores de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022.

Criterios de exclusión

Arias-Gómez et. al (2016) se refiere a las condiciones o características que representan los participantes y está sujeta a cambios o cambiar los resultados, haciéndolos inaceptables para la investigación. Por lo general, estos criterios de exclusión están relacionados con la edad, el origen étnico, entre otros. Cabe señalar que estas características no cumplen los criterios de inclusión "inversos".

Se excluyó a los clientes de la compañía Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022.

Muestra:

Según Hernández, et. al (2014) Una muestra es esencialmente un subconjunto de un conjunto. Asumiendo que es un subconjunto de los elementos de un conjunto definido en sus propiedades, lo llamamos conjunto.

Las actuales condiciones y particularidades de la pandemia limitaron la utilización del número total de la población 100 colaboradores.

Muestreo: Se consideró al muestreo no probabilístico.

Unidad de análisis:

Estuvo integrado por los colaboradores de la compañía Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L.

3.4 Técnicas e instrumentos de la recolección de datos

Técnica

Según Monje (2011) Se ha argumentado que el método de recopilación de datos es el medio por el cual el investigador recopila información relevante sobre la realidad de los sujetos de investigación.

Se utilizó un cuestionario cuya conformación está diseñada para recabar datos de los componentes de estudio basado en la matriz de operacionalización.

Instrumento

Para Monje (2011) el investigador tamiza y recoge información como: ensayos, encuestas o manuales, de forma semióticamente; Likert, Guttman, Checklist, también la lista de referencia protegidas (gestión de inventarios SDS), entre otras. Se utilizó un cuestionario de preguntas, con una estructura valida de que las preguntas se utilizaron para recolectar datos sobre las variables de estudio.

Validez del instrumento

American Educational Research Association et al (2018) La relevancia es la cualidad que las pruebas miden su importancia para medir. Las pruebas deben medir las propiedades específicas de las variables para las que están diseñadas. Las pruebas sin valor son inútiles. La relevancia también se conoce como veracidad, precisión, certeza o fuerza de la evidencia.

Se comprobó la confiabilidad, a través del Alfa de Cronbach y para la validez del instrumento se utilizó "Juicio de Expertos"

3.5 Procedimientos

La recopilación de información de la investigación, en primera instancia se procedió con él envió de una carta de autorización dirigida a la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., donde se solicitó la colaboración de los colaboradores de dicha empresa y a la vez el permiso por el cual el investigador procedió con el instrumento del cuestionario hacia los colaboradores.

3.6 Método de análisis de datos

Para Monje (2011) es un conjunto de procedimientos para observar y describir o registrar eventos en formas previamente desarrolladas. La calidad del análisis realizado depende en gran medida de este conjunto, ya que es posible

malinterpretar y analizar mal la situación en caso de que no se recopile la información.

La información se transformó en el software SPSS, versión 21. Los resultados de este desarrollo se tabularon, analizaron e interpretaron a través de tablas y estadísticas estructuradas; así mismo se apoyó en el programa Microsoft Excel, para su presentación. Estas figuras y tablas permitieron sacar conclusiones y hacer recomendaciones relevantes.

3.7 Aspectos éticos

Según Barroso (2020) “La ética es una ciencia filosófico-normativa y teórico-práctica que estudia los aspectos individuales y sociales del hombre como consecuencia de las acciones morales humanas de tal manera que el conocimiento humano, la escritura y la honestidad de cada uno de ellos chocan con el fin común de alcanzar.

Porque en la investigación, la ética es más que el respeto por las personas y las consideraciones reflejadas en el diseño metodológico, muchas veces tratadas superficialmente.

Resolución de Consejo Universitario (N° 0262-2020/UCV) Promover la integridad científica de las investigaciones realizadas dentro de la Universidad Cesar Vallejo, con los más altos estándares de rigor científico, responsabilidad y honestidad, asegurando la integridad del conocimiento científico, protegiendo los derechos y el bienestar de los participantes e investigadores de la investigación. y propiedad intelectual.

La Universidad Cesar Vallejo valora la originalidad en la investigación. El plagio es el delito de presentar parte o la totalidad del trabajo, trabajo o ideas de otro como propios, en parte o en su totalidad. Para evitar esto, los investigadores deben citar con precisión las referencias en su trabajo, siguiendo los estándares internacionales de publicación o según lo requiera la Universidad Cesar Vallejo.

Para ello, se pone a disposición de la comunidad universitaria un software que permite determinar métricas de similitud con otras fuentes de asesoramiento.

En cuanto a los principios generales se consideran: Autonomía, Competencia profesional y científica, Integridad humana, justicia, Libertad, No Maleficencia, Probidad, Beneficencia, Respeto a la propiedad intelectual, Responsabilidad, Cuidado del medio ambiente, Transparencia y Precaución.

IV. RESULTADOS

Para la elaboración de la investigación se realizó una encuesta a 100 colaboradores de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote 2022

Objetivo General:

Determinar la relación de gestión de compras y la calidad del servicio de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022.

H1: La gestión de compras si está relacionada significativamente con la calidad del servicio en los clientes de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L, Chimbote, 2022.

H0: La Gestión de compras no está relacionada significativamente con la calidad del servicio en los clientes de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L, Lima, 2022.

Tabla 1

Correlación de Gestión de Compra y Calidad de Servicio en la Empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022.

		Correlaciones		
			Gestión de Compras	Calidad del Servicio
Rho Spearman	Gestión de Compras	Coeficiente correlación	1,000	,801 ^a
		Sig. (bilateral)		,000
	Calidad del Servicio	N	100	100
		Coeficiente correlación	,801 ^{**}	1,000
	Sig. (bilateral)	,000		
		N	100	100

Nota. Se presenta la correlación de las variables

^a Según la tabla 2 se exhibe que hay suficiente certeza para desestimar la hipótesis nula ($0.000 < 0.05$), y asegurar que tiene efecto altamente significativo de la gestión de compras con la calidad de servicio en Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L. Asimismo, el de Rho Spearman de 0.801 indica que existe entre las variables una correlación positiva alta.

A nivel descriptivo:

Objetivo Específico 1: Especificar el nivel de gestión de compra de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022.

Tabla 2

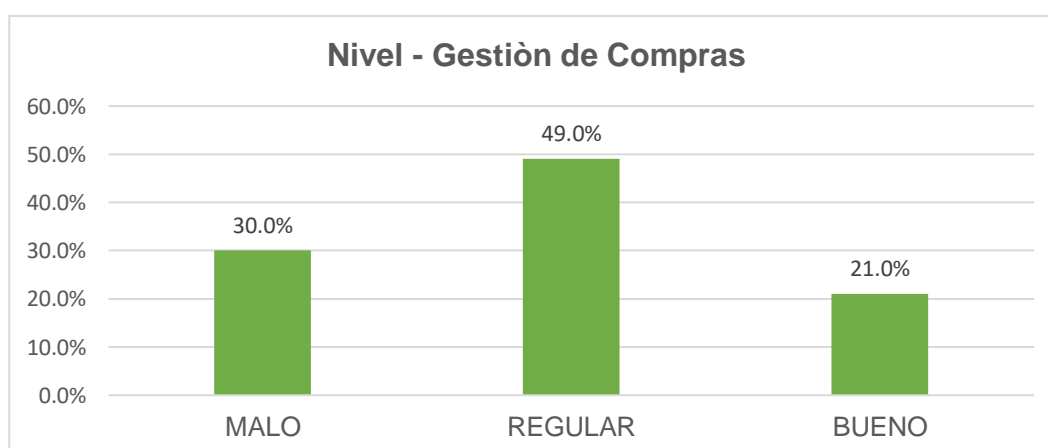
Nivel de la Gestión de Compra de la Compañía Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022

Niveles	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Malo	30	30,0%	79,0
Regular	49	49,0	49,0
Bueno	21	21,0	100,0
Total	100	100	

Nota. Se presenta los niveles de gestión de compra

Figura 1

Nivel de Gestión de Compras de la Empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L.



Nota. El grafico representa información de Tabla 2

^a Del grafico de la figura 1 de la tabla 2, el 49% de los colaboradores encuestados de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria EIRL, Chimbote, opinaron que la gestión de compras es de nivel regular, el 30% opinaron que es de nivel malo y el 21% restante opinaron que es bueno.

Tabla 3

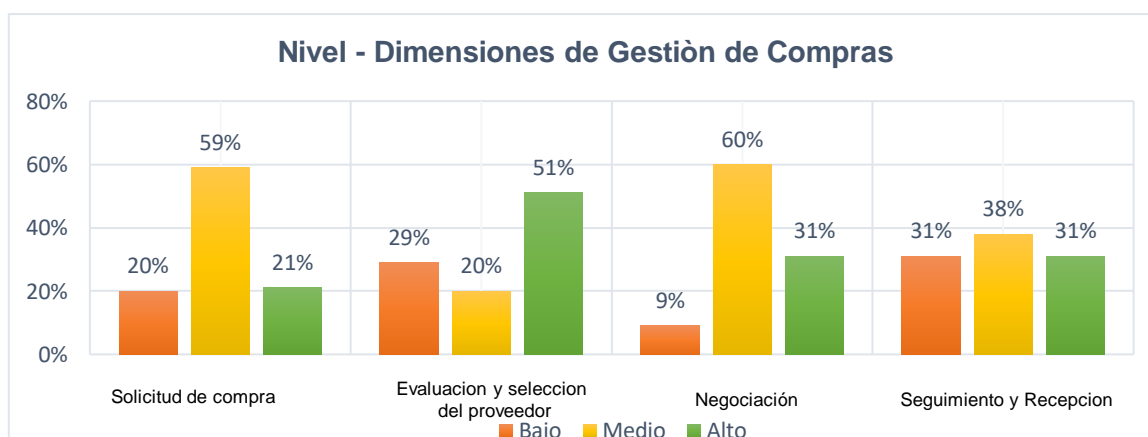
Nivel de las Dimensiones de Gestión de Compra en Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022

Puntaje	Solicitud de compra		Evaluación y selección del proveedor		Seguimiento del pedido		Recepción de la mercancía	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Bajo	20	20%	29	29%	9	9%	31	31%
Medio	59	59%	20	20%	60	60%	38	38%
Alto	21	21%	51	51%	31	31%	31	31%
Total	100	100%	100	100%	100	100%	100	100%

Nota. Se presenta los niveles de dimensiones de gestión de compra

Figura 2

Nivel de Dimensiones de la Gestión de Compras de la Empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022



Nota. El grafico representa información de Tabla 3

^a Según el grafico de la figura 2 de la tabla 3, las dimensiones de gestión de compras presentan un nivel variado, es así, que los niveles de evaluación y selección del proveedor y recepción de la mercancía son de nivel bajo según percepción del 29% y 31% respectivamente de los colaboradores de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria EIRL. También se aprecia que los niveles de solicitud de compra y seguimiento del pedido son de nivel medio, según percepción del 59% y 60% de los colaboradores de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria EIRL.

Objetivo específico 2: Especificación del nivel de calidad de servicio, según sus dimensiones de la empresa de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022.

Tabla 4

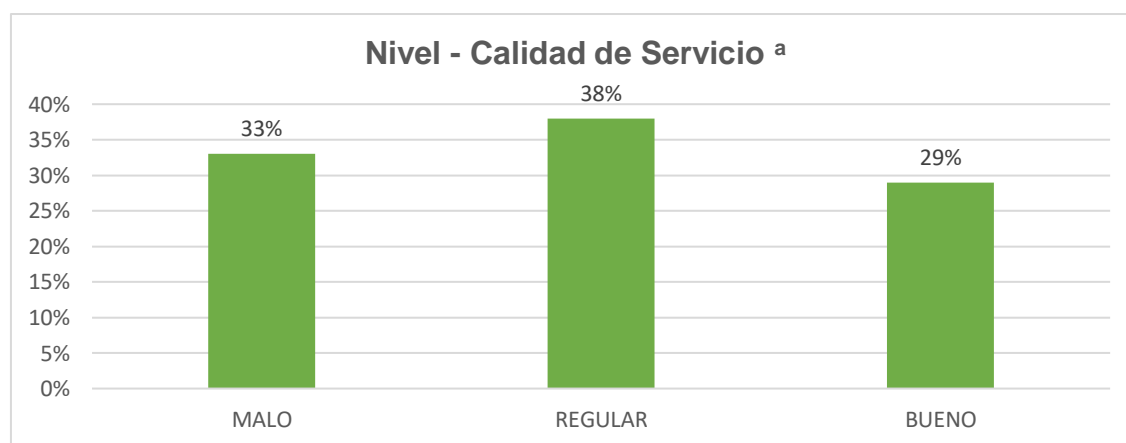
Nivel de la Calidad de Servicio de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022

Niveles	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Malo	33	33,0	33,0
Regular	38	38,0	71,0
Bueno	29	29,0	100,0
Total	100	100	

Nota. Se presenta los niveles de calidad de servicio

Figura 3

Nivel de la Calidad de Servicio de la Empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022



Nota. Información según Tabla 4

^a Del grafico de la figura 3, el 38% de los trabajadores encuestados de Ingeniería y Construcciones Victoria EIRL, Chimbote, opinaron que la calidad de servicio tiene nivel regular, así también el 33% opinaron que tiene de nivel malo y el 29% restante opinaron que es bueno.

Tabla 5

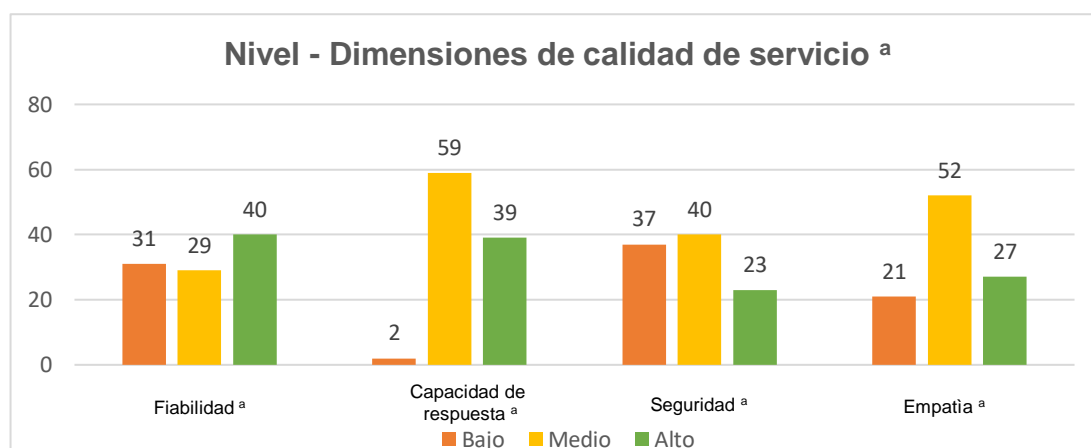
Nivel de Dimensiones de la Calidad de Servicio en la Empresa de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022

Puntaje	Fiabilidad		Capacidad de respuesta		Seguridad		Empatía	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Bajo	31	31,0	2	2,0	37	37,0	21	21,0
Medio	29	29,0	59	59,0	40	40,0	52	52,0
Alto	40	40,0	39	39,0	23	23,0	27	27,0
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

Nota. Se presenta los niveles de dimensiones de calidad de servicio

Figura 4

Nivel de Dimensiones de la Calidad de Servicio de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022



Nota. Información según Tabla 5

^a Según el gráfico de la figura 4, las dimensiones de la calidad de servicio presentan nivel variado, es así, que los niveles de fiabilidad y seguridad son de nivel bajo según percepción del 31% y 37% respectivamente de los colaboradores de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria EIRL. También se aprecia que los niveles de capacidad de respuesta y empatía son de nivel medio, según percepción del 59% y 52% de los colaboradores de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria EIRL.

A nivel inferencial:

Tabla 6

Resultados de la Evaluación de la Normalidad de los Datos.

Variables/Dimensiones	Pruebas de normalidad		
	Kolgomorov Smirnov		
	Estadístico	Gl	Sig.
Gestión de compras ^a	0,141	100	0,000
Solicitud de compra	0,190	100	0,000
Evaluación y selección del proveedor	0,173	100	0,000
Negociaciones de compra	0,297	100	0,000
Recepción de la mercancía	0,212	100	0,000
Calidad de servicio ^a	0,201	100	0,000
Fiabilidad	0,215	100	0,000
Capacidad de respuesta	0,245	100	0,000
Seguridad	0,174	100	0,000
Empatía	0,152	100	0,000

Nota. Se presenta los resultados de la normalidad de variables

^a Según tabla 6, visualizamos que en la prueba de Kolmogorow Smirnov (prueba de bondad de ajuste), en muestras mayores de 50 ($n > 50$) que se usa para la prueba la normalidad en los datos de variables de investigación, donde se examina que los niveles de significancia para las variables gestión de compras y calidad de servicio son inferiores a 5% ($p < 0.05$), demostrándose que los datos no se reparten de manera normal; en tal sentido al correlacionar la gestión de compras y/o dimensiones con la calidad de servicio es indispensable destinar la prueba no paramétrica Rho de Spearman, para fijar la correlación entre las variables de investigación.

Contrastación de hipótesis:

Objetivo Específico 3: Analizar la relación de solicitud de compra y calidad de servicio en la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022.

Tabla 7

Correlación entre la Solicitud de Compra y la Calidad de Servicio en Empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022.

Correlaciones				
		Solicitud de Compra		Calidad del Servicio
Rho		Coeficiente correlación	1,000	,696 ^a
Spearman	Solicitud de Compra	Sig. (bilateral)		,000
		N	100	100
	Calidad de Servicio	Coeficiente correlación	,696	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	100	100

Nota. Se presenta correlación entre dimensión y variable

^a Así mismo, en esta tabla 7 se puede demostrar que el coeficiente de Rho de Spearman es 0.696, lo que significa que entre la dimensión solicitud de compra y la calidad de servicio, existe una correlación positiva moderada.

Objetivo Específico 4: Especificar qué relación hay entre evaluación y selección del proveedor con la calidad de servicio de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022

Tabla 8

Correlación entre la Evaluación y Selección del Proveedor con la Calidad de Servicio de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L.

			Correlaciones	
			Evaluación y Selección del Proveedor	Calidad de Servicio
Rho de Spearman	Evaluación y Selección del Proveedor	Coeficiente correlación	1,000	,737 ^a
		Sig. (bilateral)		,000
	Calidad de Servicio	N	100	100
		Coeficiente correlación	,737	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
			N	100
			100	100

Nota. Se presenta correlación entre dimensión y variable

^a Así mismo, en esta tabla 8 se puede demostrar que el Rho de Spearman es 0.737, lo que significa que, entre la dimensión de evaluación y selección del proveedor y la calidad de servicio, existe una correlación positiva alta.

Objetivo Especifico 5: Identificar la relación de las negociaciones de compra y la calidad de servicio en Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022

Tabla 9

Correlación entre las Negociaciones de Compra y Calidad de Servicio en Empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022.

			Correlaciones	
			Negociaciones de Compra	Calidad de Servicio
Rho Spearman	Negociaciones De Compra	Coeficiente correlación	1,000	,533 ^a
		Sig. (bilateral)		,000
	Calidad De Servicio	N	100	100
		Coeficiente correlación	,533	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	100	100

Nota. Se presenta correlación entre dimensión y variable

^a Así mismo, en nuestra tabla 9 se puede demostrar que el coeficiente de correlación es 0.533, lo que significa que entre la dimensión negociaciones de compra y la calidad de servicio, existe una correlación positiva moderada.

Objetivo Especifico 6: Detallar la relación de la recepción de la mercancía y la calidad de servicio de Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022.

Tabla 10

Correlación entre Seguimiento - Recepción de la Mercancía y Calidad de Servicio de Ingeniería Y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022

			Correlaciones	
			Recepción de la mercancía	Calidad de servicio
Rho Spearman	Recepción de la Mercancía	Coeficiente	1,000	,694a
		Correlación		,000
		Sig. (Bilateral)		
	Calidad de Servicio	N	100	100
		Coeficiente	,694	1,000
		Correlación		
		Sig. (Bilateral)	,000	
		N	100	100

Nota. Se presenta correlación entre dimensiones y variables

^a Así mismo, en nuestra tabla 10 se puede demostrar según el coeficiente de correlación de 0.694, que entre la dimensión seguimiento y recepción de la mercancía y la calidad de servicio, existe una correlación positiva moderada en la compañía Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Chimbote, 2022.

V. DISCUSIÓN

Esta investigación distingue información de nivel descriptivo-correlacional que resultó de describir Gestión de Compra y Calidad de Servicio según resultados estadísticos en la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., nos faculta para comparar los precedentes de forma clara y puntual.

Del objetivo general según resultados conseguidos en la tabla 1 se muestra certeza que se aceptó de la hipótesis alternativa y se desestimó la hipótesis nula ($0.000 < 0.05$), en tal sentido, se afirma que la gestión de compras tiene efecto altamente significativo con la calidad de servicio en Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L. Asimismo, el Rho 0.801 denota la correlación positiva alta entre las variables de la investigación. Este resultado coincide con Juárez (2021) donde se evidenció que el Rho de Spearman es de $p = 0,390$ y el valor es menor a 0,05, para las variables sobre la gestión de compras y calidad de servicio. Sobre el particular se infirió que: La gestión de compras si se relaciona con la variable mejora de calidad de los servicios del Miraflores Colon Hotel. Rechazando la hipótesis nula (H_0) de no asociación y aceptando la hipótesis alternativa (H_1) de variables asociadas.

En tal sentido, debido a que estas son actividades internas de la compañía y que son invisibles para los clientes de la organización, estos pueden reconocerlas y distinguir las en función de la condición física del bien o servicio que se presta.

Del primer objetivo específico según el grafico de la figura 1 de la tabla 2, el 49% de los colaboradores encuestados de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria EIRL, opinaron que la gestión de compras es de nivel regular, el 30% opinaron que es de nivel malo y el 21% restante opinaron que es bueno, lo cual evidenció que en general el nivel tiene tendencia regular a mala, brindando como oportunidad que se mejoren los aspectos de esta variable. Estos resultados que coinciden parcialmente con Cabrera (2018) donde compararon la gestión de compras en 03 empresas constructoras y demostró que existía una semejanza en el nivel bajo de rangos de 19% y 20%, el nivel moderado detectó diferencias con

valores entre 40% y 50% y el nivel alto demostró diferencias de 30% y 40%. Por lo tanto, concluyó que las 03 compañías se distinguen por una correcta gestión de las compras en cuanto a la eficacia del servicio o producción, por amplitud económica de la compañía, maniobras previas a la compra, selección y búsqueda de proveedores potenciales, solicitud y evaluación de ofertas, negociación de la adquisición, ejecución del pedido, el seguimiento y control.

Cabe mencionar que una correcta gestión de las dimensiones de esta variable puede brindar resultados ventajosos para la organización de estudio y acercarse mas al autor con el que se establece nuestra discusión.

Para el segundo objetivo específico el grafico con figura 3 de la tabla 4, el 38% de los colaboradores encuestados de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria EIRL, Chimbote, opinaron que la calidad de servicio tiene nivel regular, el 33% opinaron que es de nivel malo y el 29% restante opinaron que es bueno. En tal sentido se observó que esta variable tiene una tendencia de media a alta evidenciando que para la organización el servicio brindado a los clientes es un factor relevante. Los resultados que coinciden parcialmente con los de Alzola y Benites (2018) donde explica que el nivel de la calidad de servicio recibido por los consumidores de la empresa Kevin Car Repuesto Trujillo, donde se obtuvo como resultado un nivel de calidad de servicio medio con un 57%.

En este sentido podemos determinar que la calidad de servicio es apreciada como un valor significativo por los clientes en cuanto a las dimensiones de esta variable

Del tercer objetivo específico en esta tabla 7 se demostró que el coeficiente de Rho de Spearman es 0.696, lo que significó que entre la dimensión solicitud de compra (planificación de compra) y la calidad de servicio, existe una correlación positiva moderada. Este resultado coincide parcialmente con Castillo (2020) donde el comprobó la correlación entre la planificación de las compras (solicitud de compra) que se relaciona de manera significativa ($\text{Sig.}=0.000<0.05$) con la productividad de las adquisiciones obteniendo una correlación positiva ($r=0.626$).

En este sentido se determinó que una planificación o solicitud de una adquisición puede interferir en los tiempos, lo que es un factor relevante debido a que se manifestó que los retrasos en las solicitudes de compra afectan la planificación de pedidos porque la compra lleva más tiempo de lo proyectado.

Cabe mencionar que las necesidades de recursos surgen solo durante la fase de inicio del proyecto es así que el tiempo de entrega es un indicador importante que afecta los tiempos de procura.

Como cuarto objetivo específico en la tabla 8 se puede demostrar que el Rho de Spearman es 0.737, lo que significa que, entre la dimensión de evaluación y selección del proveedor y la calidad de servicio, existe una correlación positiva alta en la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L. Los resultados sintonizan parcialmente con Calderón y Sánchez (2020) quienes concluyeron que la relación entre selección de proveedores y satisfacción de cliente en la compañía de ferretería de la región Ucayali, indagada usando el Rho Spearman donde observaron que existe correlación alta positiva y directa entre selección de proveedores y satisfacción del cliente ($r = .815$, $N = 100$ y $p\text{-valor} < .05$) es decir que si una compañía selecciona correctamente a sus proveedores conseguirá los mejores precios logrando la calidad en el servicio.

Además, en algunos casos, los proveedores suelen perder el tiempo de entrega debido a una mala gestión de la logística interna y también pierden el tiempo debido a que la fecha de inicio del proyecto cambia de acuerdo con las necesidades económicas y al mismo tiempo obligando a la empresa a cambiar los términos del contrato original; así mismo esta situación brinda una oportunidad de realizar mejoras en la selección existente.

Los proveedores del sector de la construcción han asignado carteras por la variedad de productos y servicios que brindan a las organizaciones para la realización de sus proyectos. Las clases de proveedores también se identifican por el tipo de materiales y/o servicios que brindan a las empresas constructoras.

Del quinto objetivo específico según a la tabla 9 se puede demostrar que el coeficiente de correlación es 0.533, tiene una connotación, qué entre la dimensión negociaciones de compra y la calidad de servicio, existe una correlación positiva moderada en Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., El resultado mencionado guarda relación parcial con Cardenas (2019) donde la negociación de compra, tiene una relaciona significativa con la comunicación interna en una municipalidad del cono norte, de acuerdo al Rho Spearman de ,930 acontece una correlación positiva muy alta entre la dimensión y la variable y sig. = 0,000 siendo altamente significativo, aceptando la relación positiva con la negociación de compra y la comunicación interna.

En este sentido se evidencia que se pueden realizar acciones de mejora para este proceso que involucra beneficios para la empresa en cuanto a los precios y ciertas condiciones en las adquisiciones de la compañía.

Además, Martinez (2014) en su libro nos detalla que la negociación de condiciones de compra, si procedemos a la negociación después de la selección de la oferta adecuada, es una fase cuyo objeto es precisar y acercar una postura en los puntos donde el proveedor y el comprador ocupan actitudes equidistantes, en un acuerdo que beneficia a ambas partes.

Con el sexto objetivo específico en la tabla 10 se puede demostrar que el Rho es 0.694, lo que evidencia que entre la dimensión seguimiento y recepción de mercancía y la calidad del servicio, hay una correlación positiva moderada. Estos datos fueron comparados con Castillo (2020) según el análisis de correlación, el seguimiento y control con la productividad es positiva ($r=0.504$), señala también que la relación es directa.

De este modo se constató que la mejora en el seguimiento y control de las adquisiciones en la compañía, rinde aumentos significativos en la mejora continua teniendo en cuenta todas las especificaciones en cuanto a calidad, cantidad, almacenamiento y distribución, considerando poner énfasis estos procesos ya son

un factor importante en la entrega del proyecto final asegurando la fecha de entrega y evitando penalidades.

Se enfatiza la importancia de realizar mejoras continuas como un factor fundamental ya que no hay control sobre lo que no se mide excepto verificar las especificaciones antes de la compra. También supervisa el seguimiento y control de los pedidos para garantizar el suministro de material justo a tiempo.

VI. CONCLUSIONES

1. Con valores de 0.801 y sig. 0,000 (bilateral) se puede expresar que existe correlación positiva alta para la gestión de compras y calidad de servicio, evidenciando que ambas variables se relacionan, concluyendo de acuerdo al nivel que la empresa maneje en cuanto a desarrollo de la gestión de compras este será un factor relevante para la calidad del servicio que se proporciona a los clientes. La eficiencia óptima de la gestión de adquisiciones y el reconocimiento de que este aspecto se puede mejorar colocándolo en la columna central de la rampa de eficiencia del proceso muestra que hay mucho margen para mejora. (Tabla 1)

2. Cabe destacar que para el nivel de Gestión de Compras se concluye que la empresa luego del análisis tiene un nivel medio siendo sus puntos a trabajar en cuanto a sus dimensiones ya que en cuanto a la solicitud la información puede no transmitirse siempre de manera correcta u oportuna; del mismo modo, en cuanto a la negociación presenta ciertas deficiencias debido a circunstancias de externas como ubicación del proyecto entre otras y en cuanto al seguimiento y recepción lo puntos débiles para controlar la trazabilidad e ingreso de materiales. Por otro lado, la Evaluación de proveedores presentan un nivel en tendencia alta debido a la red de contactos que se viene generando. (Tabla 2 y Tabla 3)

3. También debemos mencionar que en cuanto al nivel de la Calidad de servicio y sus dimensiones hemos concluido que se evidencia un nivel medio; es decir, que se necesita identificar la causa raíz de los problemas. En ese sentido, allanar el camino para contribuir al desarrollo de enfoques que conduzcan a mejoras o medidas preventivas que conlleven a fortalecer la Fiabilidad y la Capacidad de respuesta ante eventualidades; así como, para Seguridad y Empatía que representa las debilidades de esta variable (Tabla 4 y Tabla 5)

4. Cabe mencionar que en la empresa existe entre la dimensión, solicitud de compra y la calidad de servicio una correlación positiva moderada ($\rho=0.696$) es posible que la empresa subestime la gestión de las áreas usuarias como las oficinas de producción o de ingeniería, quienes hacen pedidos o tienen dificultad por no

estar familiarizados con el proceso, no parecen tener suficiente información detallada para ordenar. sin contribuir y comprometer el ahorro de tiempo y el cumplimiento de los mismos, en tal sentido donde podemos concluir que, si la empresa esquematiza de manera adecuada los parámetros para solicitar los insumos, al entregar un servicio o producto permitirá a la empresa brindar una calidad de servicio optima y según las aspiraciones del cliente. (Tabla 7)

5. Del mismo modo, puede demostrar entre la dimensión de evaluación y selección del proveedor y la calidad de servicio ($\rho=0.737$), se halla una correlación positiva alta, esto quiere decir que, si la empresa amplia los criterios para los proveedores los insumos que se compren aseguran la calidad de los mismo, desarrollando así una mejora en la calidad de servicio brindado. Para seleccionar mejor un proveedor, debe tener en cuenta las necesidades de su empresa desde el principio. La empresa puede alcanzar la calidad de servicio esperada si seleccionan a los proveedores adecuados. (Tabla 8)

6. Así mismo, al establecer la correlación entre negociaciones de compra y la calidad de servicio obtuvimos como resultado que es positiva moderada ($\rho=0.533$), A pesar de ser razonablemente negociable, esto requiere un alto nivel de inversión y competitividad para llevar a cabo proyectos a largo plazo y cumplir con los estándares regulatorios, independientemente sea el público o el sector privado la fuente de financiamiento. Si el contrato expira, se imponen sanciones económicas que reducen la rentabilidad del proyecto, lo que requiere una retroalimentación inmediata del proveedor. Esto enfatiza la importancia de las relaciones con los proveedores para minimizar el riesgo de eventos inesperados que pueden ocurrir durante la implementación de un proyecto. (Tabla 9)

7. Por último, los resultados nos conducen a concluir que seguimiento y recepción de la mercancía y la calidad de servicio tienen una correlación positiva moderada ($\rho=0.694$); en tal sentido, los criterios empleados en la recepción, seguimiento y control de la compra son óptimos estos lograrán que la calidad esperada de los insumos resulte palpable en la entrega de los proyectos ejecutados logrando así la calidad de servicio que los clientes merecen. Este aspecto enfatiza la importancia

del control de calidad de los materiales al recibir el producto, cuando se requieren procedimientos de inspección y devolución, y las relaciones con los proveedores son fundamentales, se entiende que este momento es muy importante para el desarrollo del proyecto y que el proceso de compra debe estar enfocado a construir alianzas estratégicas y mantener buenas relaciones con el proveedor. (Tabla 10)

VII. RECOMENDACIONES

1. Los resultados evidencian el alto grado de relación entre gestión de Compras y calidad de servicio, en tal sentido se sugiere al área de Logística que, para desarrollar una cadena de suministro eficiente y alcanzar sus metas, objetivos, así como fortalecer sus procedimientos para brindar servicios de manera eficiente y rentable debe considerar organizar o participar de actividades comerciales como empresa constructora para mejorar el flujo de las compras, según criterios en función a la organización y control de las decisiones de compra las cuales serán reflejadas principalmente en calidad del servicio brindado. En este sentido, las actividades que conducen a la contratación, licitación, evaluación, negociación, seguimiento y gestión deben ser más dinámicas.

2. Los responsables de Logística - área de compras necesitan mantener una buena coordinación y comunicación con las diversas áreas encargadas de solicitar los suministros con la finalidad de que la compra se realice de manera eficiente de acuerdo a la documentación donde están consignadas las especificaciones técnicas, evitando que se utilice horas hombre en una compra mal ejecutada. En tal sentido se deben programar capacitaciones periódicas y antes de inicio de un proyecto reforzar alineándolo al mismo, para llevar a cabo un negocio de interés para la empresa.

3. Se recomienda al área de logística unificar los criterios para realizar una correcta evaluación y selección de proveedores independientemente del lugar de ejecución del proyecto a ejecutar aun tomando en cuenta que este aspecto es importante; en este sentido, deben investigar y seleccionar proveedores concurriendo a demostraciones o capacitaciones patrocinados por empresas relacionadas con la industria de la construcción, de esta manera se podrá tener un mejor panorama de las mejores opciones. Para lograr un estándar en cuanto a este proceso la empresa podría utilizar un semáforo de eficiencia de procesos donde estén consignada las actividades e indicadores, esto servirá de parámetro para buscar proveedores en otros lugares con estándares mínimos.

4. Teniendo en cuenta que la Negociación es un aspecto clave en el departamento de logística; deben existir personas asignadas para conocer sobre técnicas de negociación, debido a que en esta etapa se verán las condiciones reales de la compra que se desea realizar obteniendo los mejores beneficios sin sacrificar la calidad que se debe brindar a los clientes al entregar los proyectos; en tal sentido, la empresa tendría que tomar en cuenta la naturaleza del recurso para determinar su postura hacia el proveedor según el límite de capacidad y conseguir un contrato más rentable. Restar importancia a esta etapa limita las contingencias con otras alternativas que nos privan de nuestro poder de negociación.

5. Capacitar al área encargada dentro del departamento de logística de la seguimiento y recepción de los materiales no solo en el almacén sino también en el campo con la finalidad de se verifique de manera correcta que los productos cumplan con las especificaciones técnicas solicitadas (hojas de seguridad, certificados de calibración, certificados de calidad, fichas técnicas, etc.) de esta manera obtendremos la calidad que se requiere para entregar un proyecto de calidad, considerando que si se presentan inconsistencias debe ser informado a la brevedad al jefe de área. Así mismo, la empresa debería tener como opción usar un sistema denominado e-buyplace con el fin de integrar la información como la trazabilidad y confirmación de materiales.

REFERENCIAS

- Alzola Cabrera Cesar A. y Benites Marquina Leyter M. (2018) “Calidad de Servicio y su Correlación en la Decisión de Compra del Consumidor de la Empresa Repuestos Kevin Car, Trujillo- 2018” <https://hdl.handle.net/11537/22344>
- American Educational Research Association, American Psychological Association & National Council on Measurement in Education. 2018. *Estándares para pruebas educativas y psicológicas* (M. Lieve, Trans.). American Educational Research Association. Original work published 2014.
- Anaya, M., Navarro, B., & Cahuin, Z. (2017). Gestión de compras empresariales a partir del modelo de abastecimiento estratégico. Estudio de la inteligencia del mercado para el producto “plancha metálica” de una empresa de carrocería. Lima: PUCP.
- Aranda, V. (2016) “Influencia de la gestión de compras en la rentabilidad de la empresa de transportes Caipo S.R.L. de la ciudad de Huamachuco” Universidad Nacional de Trujillo – Perú
- Arias-Gómez, Jesús; Villasís-Keever, Miguel Á. Miranda Novales, María G. (2016) El protocolo de investigación III: la población de estudio <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Barroso. (27 de mayo de 2020). Formación sociocultural. Obtenido de <https://www.periodicodigitalgratis.com/13775/5-definiciones-de-etica-y-moral-de-diferentes-autores-con131873>
- Bautista, F. (2017) La Gestión de Compras y su Relación con El Crecimiento de Las Mypes del Distrito San Juan de Miraflores, Año 2017 Repositorio Institucional Universidad Cesar Vallejo Lima - Perú <https://hdl.handle.net/20.500.12692/9045>
- Benavente, J. C. (2018). “*Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Servicios al Contribuyente SUNAT Puno*”.
- BidDown. (2020, 2 de septiembre). La importancia de la gestión de compras. [BidDown. https://biddown.com/la-importancia-de-la-gestion-de-compras/](https://biddown.com/la-importancia-de-la-gestion-de-compras/)
- Bonilla Fuentes, V.V. y Montero Cervantes, M. C. (2020). Diseño de un manual para la gestión de compras en la empresa la cosecha tropical SAS [tesis de grado,

- Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio institucional <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/16592>
- Cabanillas, G. (2017) "Propuesta en la gestión de compras para el proceso de selección del área de abastecimiento de la Universidad Privada Antenor Orrego - Trujillo – 2017" Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, Cajamarca – Perú
- Cabrera Maceda Carlos E. (2018) Gestión de compras en empresas constructoras
- Caicedo, B. y De La Cruz, I. (2020) Gestión de compras para la competitividad en las empresas agroexportadoras de leguminosas de grano del Departamento de Lambayeque 2018 Repositorio Institucional Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo – Lambayeque <https://hdl.handle.net/20.500.12893/9043>
- Calderón Lazo, Abel y Sánchez Peña, Miller A. (2020) Gestión de compras y satisfacción del cliente en una empresa de ferretería, Ucayali – 2019. Universidad Cesar Vallejo <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/3059>
- Calle, R. (2020) La gestión de compras y su influencia en la rentabilidad de la empresa Agro veterinaria Rabanal Catacaos E.I.R.L en el año 2020 Universidad Privada Antenor Orrego, Repositorio Institucional – Piura <https://hdl.handle.net/20.500.12759/6974>
- Cárdenas Jaime Catherine (2019) Gestión de compras y comunicación interna en una municipalidad del cono norte, 2019. Universidad Cesar Vallejo <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/48448>
- Carreño, A. (2018) Cadena de Suministro y Logística Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial.
- Castañeda, R., & Díaz, E. (2016). Propuesta de mejora en el proceso de gestión de compras, para incrementar la productividad en la empresa agroindustrial Casa Grande S.A. (Tesis de Pregrado), Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú.
- Castillo Ocaña, Lourdes Maribel Gestión de compras y su relación en la productividad de las adquisiciones de la Eps Grau S.A, Piura 2019 <https://hdl.handle.net/20.500.12692/59303>

- Choque L. (2018) La Gestión De Compras y La Mejora de la Rentabilidad de LM Conceptos S.A.C. en el Año 2017 Repositorio Universidad Privada del Norte, Lima – Perú <https://hdl.handle.net/11537/14294>
- Coba, G. (2017) gestión de inventarios y su relación eficiente con la gestión de compras en la comercializadora Jhampier SAC Cercado de Lima año 2017 Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú <https://hdl.handle.net/20.500.12692/3135>
- Cronin, J. & Taylor, S. (1994): Servperf versus Servqual: Reconciling performance based and perceptions-minus- expectations measurement of service quality. Journal of Marketing. (58)
- Escriva, J. Savall, V. Martinez, A (2014) Gestión de Compras McGraw-Hill
- Espino Acevedo, E. J. (2016). Implementación de mejora en la gestión compras para incrementar la productividad en un concesionario de alimentos. (Tesis de Pregrado), Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.
- Espinoza, C. (2018) “Análisis del proceso de compras para diseñar una propuesta de indicadores de gestión que permita mejorar los procesos del área de compras”, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Ecuador
- Florián, G. (2019) Transparencia pública en la gestión de compras estatales de la Red de Servicios de Salud UTE N° 6 de Trujillo 2018 Universidad Cesar Vallejo; Repositorio Institucional - Trujillo, Perú <https://hdl.handle.net/20.500.12692/37342>
- Gadde, L.-E., & Håkansson, H. (1994). The changing role of purchasing: reconsidering three strategic issues. European Journal of Purchasing & Supply Management.
- Gamarra, C. (2017). Propuesta de diseño de políticas de compras para optimizar la calidad de servicio del área de mantenimiento de Perú Masivo S.A. período 2016-2017. (Tesis de Pregrado), Universidad Ricardo Palma, Lima, Perú.
- García, T. Á. (27 de 12 de 2018). La calidad de servicio para la conquista del cliente. http://apdo.org/web_old/fondo/LaCalidaddeservicioparalaconquistadelcliente.pdf
- Giese, J., & Cote, J. (2019). Defining Customer satisfaction. Academy of Marketing Science, 1. <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>

- Gómez, J. (2013) Gestión logística y comercial. Madrid: Mc Graw-Hill Interamericana de España.
- Gonzales Carachule L. y Huanca Vilca E. (2020) La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018 [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero%20Gonzales Elena%20Huanca Tesis Titulo%20Profesional Titulo%20Profesional 2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero%20Gonzales%20Elena%20Huanca%20Tesis%20Titulo%20Profesional%20Profesional%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Gregory T. Bradley, Wei Wang, (2022) Development and validation of a casino service quality scale: A holistic approach, [Desarrollo y validación de una escala de calidad de servicio de casino: un enfoque holístico] Tourism Management <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104419>
- Gulc A. (2017) Models and Methods of Measuring the Quality of Logistic Service [Modelos y Métodos de Medición de la Calidad del Servicio Logístico] Procedia Engineering, Volume 182, Pages 255-264. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.03.187>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. (6. a ed.). México: McGraw Hill. http://euaem1.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf
- Hilario Lozano, K. (2018). Gestión de compras y creación de valor en la empresa Hydromatic Perú SAC, La Victoria, 2018. La Victoria. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/12172>
- Huentelacán, C. (2017). Aplicación de modelo Servqual y teoría psicológica de colas para la mejora de la calidad del servicio del casino de la universidad austral de chile, sede puerto montt. Puerto Montt. Obtenido de <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2017/bpmfcih887a/doc/bpmfcih887a.pdf>
- Jemes Campaña, I. Romero-Galisteo, R. Labajos Manzanares, M. Moreno Morales, N. (2019) Evaluation of quality of service in Early Intervention: A systematic review, [Evaluación de la calidad de servicio en Atención Temprana: Una revisión sistemática] Anales de Pediatría (English Edition) <https://doi.org/10.1016/j.anpede.2018.04.009>

- Juárez Campoverde, Norley L. (2021) Percepción de gestión de compras y efecto en la mejora de calidad de los servicios del Miraflores Colón Hotel, 2021. Universidad Cesar Vallejo
- La Cámara de Comercio (2021) Importaciones del sector construcción en franca recuperación. <https://lacamarasalazar.pe/importaciones-del-sector-construccion-en-franca-recuperacion/>
Lima, 2017. Universidad Cesar Vallejo
- López, R. (2014). Logística de Aprovisionamiento. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Lozano, V. (03 de enero de 2022) Construcción, el gran motor de la recuperación económica mundial. <https://elperuano.pe/noticia/136637-construccion-el-gran-motor-de-la-recuperacion-economica-mundial>
- Machuca. (2017). El sistema de control interno en las compras de suministros, repuestos y su repercusión en el estado del resultado aplicado a una empresa de transportes de carga en el distrito de San Luis. Lima metropolitana. (Tesis de Pregrado), Universidad Ricardo Palma, Lima, Perú.
- Melgar, R., & Antonio. (2017). La Gestión de Compras para mejorar la calidad de servicio en la empresa Segem S.A.C., Lima, 2017. Lima: UCV.
- Méndez, M. (2017) Propuesta de implementación del programa de mantenimiento productivo total para la mejora de la gestión de compras en la empresa fábrica peruana ETERNIT, Lima, 2017 Repositorio Institucional Universidad Ricardo Palma, Lima, Perú <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/1591>
- Méndez, M. (2017). Propuesta de implementación del programa de mantenimiento productivo. (Tesis de Pregrado), Universidad Ricardo Palma, Lima, Perú.
- Monje Alvarez Carlos (2011) Metodología de Investigación Cualitativa y Cuantitativa – Guía Didáctica <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Mora (2016) Gestión logística integral: Las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento (2da Edición), Bogotá: Ecoe Ediciones
- Núñez Flores María Isabel (2007) Las Variables: Estructura y Función en la Hipótesis, Investigación Educativa
- Ogorevc, Primc, Slabe, Kalar, Dominko, Murovec y Bartolj (2020) Social Feedback Loop in the Organic Food Purchase Decision-Making Process [Social

- Feedback Loop in the Organic Food Purchase Decision-Making Process
<https://www.mdpi.com/2071-1050/12/10/4174/>
- Olaniran Olawole Moses (2021) An empirical study of commuters' satisfactions with taxi service quality in Abeokuta, Nigeria,[Un estudio empírico de la satisfacción de los viajeros con la calidad del servicio de taxi en Abeokuta, Nigeria] Transportation Research Interdisciplinary Perspectives
<https://doi.org/10.1016/j.trip.2021.100434>
- Oyervide Atre, G.F. y Solórzano Calle, F. I. (2018). Diseño de manual de gestión de compras para la empresa Proinsban S. A [tesis de grado, Universidad De Guayaquil]. Repositorio institucional
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/reduq/37661/1/Tesis%20Solorzano%20-%20Oyervide%20Proinsbansa%202018%20%28M%29.pdf>
- Pallares Roger (2021) Supply Chain: Mas estratégica que nunca Revista Euncet Alumni (Número 12) página 19
https://issuu.com/euncetbusinessschool/docs/revista_alumni_12/18
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V. A. y Berry, L. L. (abril de 1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research. Journal of Marketing, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). A multiple - Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality (Vol. 49). Estados Unidos: Journal of Marketing
- Pérez C. Antonio (24 de abril 2020) La Importancia de la Función de Compras MeetLogistics <https://meetlogistics.com/cadena-suministro/funcion-de-compras/#comments>
- Piattini Velthuis M. (2019) Calidad de Servicio – Basado en Tecnología de Información, RA-MA Editorial, Madrid
- Prieto, R., & Tapia, F. (2018). “Análisis de la calidad del servicio brindado en la empresa UNIMAQ S.A. Provincia de Arequipa, 2017”. Arequipa
<http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/7714/53.0912.AE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Polyakova, Olga and MIRZA, Mohammed (2015) Perceived service quality models: are they still relevant? Modelos de calidad de servicio percibida: ¿siguen siendo relevantes? <https://doi.org/10.1362/146934715X14267608178721>

- Ramzi, O. Subbarayalu, A. Al-Kahtani, N. Al Kuwaiti, A. Alanzi, T. Alaskar, A. Prabakaran, S. Raman, V. Suleiman M. Alameri, N. (2022) Factors influencing service quality performance of a Saudi higher education institution: Public health program students' perspectives, [Factores que influyen en el desempeño de la calidad del servicio de una institución de educación superior saudita: Perspectivas de los estudiantes del programa de salud pública] *Informatics in Medicine Unlocked* <https://doi.org/10.1016/j.imu.2021.100841>
- Resolución de Consejo Universitario N° 0262-2020/UCV (2020) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo
- Rogel Villacis José L. (enero / junio 2018) La Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente: Binomio clave en Agencias de Viajes en Ecuador. Art. 15, Revista *Memorialia* <http://www.postgradovipi.50webs.com/archivos/memorialia/2018-I/ARTICULO15.pdf>
- Roca Huamán, O. D. (2018). Gestión de Compras y rentabilidad en la unidad de negocios de materiales de construcción de la empresa San Jorge Corp. EIRL, Ate-2018. Lima: Universidad Cesar Vallejo.
- Román Ramírez, L. G. (2019). La gestión de compras y su influencia en la rentabilidad de la constructora Novo Home SAC, San Borja, Lima-2019. Lima: Universidad Científica del Sur.
- Roseta, P. Barbosa, B y Roseta, L (2020) Determiners in the Consumer's Purchase Decision Process in Ecotourism Contexts: A Portuguese Case Study [Determinantes en el proceso de decisión de compra del consumidor en contextos de ecoturismo: un estudio de caso portugués]. *Turismo Sostenible, Geografía y Ordenación del Territorio*.
- Sakyi Daniel (2020) A comparative analysis of service quality among ECOWAS seaports [Un análisis comparativo de la calidad del servicio entre los puertos marítimos de la CEDEAO] *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives* <https://doi.org/10.1016/j.trip.2020.100152>
- Salazar, C. Moncada, C. y Cea, J (2018) Comercio electrónico en Chile: ¿qué factores inciden en la decisión de compra? *Revista Academia & Negocios*, Vol. 4, No. 1, 2018.

- Salirrosas, E. (2016) Incidencia de la Planificación en los Requerimientos de los Pedidos de Compra para lograr la Eficiencia en la Gestión de compras de bienes en el Instituto Regional de Oftalmología La Libertad 2016 Universidad Nacional de Trujillo, Repositorio Institucional <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/2440>
- Shafii, M. Rafiei, S. Abooe, F. Amin Bahrami, M. Nouhi, M. Lotfi, F. Khanjankhani, K. (2018) Assessment of Service Quality in Teaching Hospitals of Yazd University of Medical Sciences: Using Multi-criteria Decision Making Techniques, *Osong Public Health and Research Perspectives* <https://doi.org/10.1016/j.phrp.2016.05.001>
- Sricharoenpramong Sittichai (2018) Service quality improvement of ground staff at Don Mueang International Airport [Mejora de la calidad del servicio del personal de tierra en el Aeropuerto Internacional Don Mueang] *Kasetsart Journal of Social Sciences* <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2017.12.001>
- Tamayo (2019) El proceso de compra y venta de materia prima, y su impacto en la rentabilidad de las compañías de reciclaje del norte de la ciudad de Guayaquil. Repositorio Universidad Laica Vicente Rocafuerte De Guayaquil. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/2899>
- Torres Fragoso, Jaime y Luna Espinoza, Ignacio (2017) Assessment of banking service quality perception using the SERVPERF model, [Evaluación de la percepción de la calidad del servicio bancario mediante el modelo SERVPERF] *Contaduría y Administración* <https://doi.org/10.1016/j.cya.2017.06.011>
- Wehrle, M. Birkel, H. Von der Gracht, K. Hartmann, E. (2021) The impact of digitalization on the future of the PSM function managing purchasing and innovation in new product development – Evidence from a Delphi study, *Journal of Purchasing and Supply Management*, <https://doi.org/10.1016/j.pursup.2021.100732>
- Yomara & Aguilar (2018) “Relación entre la percepción de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito CREDICOOP, Arequipa. http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/12705/BScag_ovd_macas.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ysla, L. y Torres, F. (2017) “Aplicación de un modelo de gestión logística para mejorar la eficiencia en la botica FARMA FE de la ciudad de Trujillo en el 2017”. Universidad Nacional de Trujillo – Perú

ANEXOS

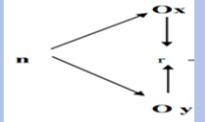
ANEXO 1

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de Compras	<p>Para términos de gestión y control de operaciones relacionadas con los flujos físicos de los componentes, las compras constituyen el origen de la cadena de suministro. Conforme a que el inicio de esta importante transformación está supeditada a las exigencias de materias primas y materiales de empaque identificadas para los procesos productivos. Tal resolución de actividades se origina de la planeación y pronóstico de la demanda que realice una compañía definida.</p>	<p>La gestión de compras se basa específicamente en cumplir (satisfacer) con las exigencias de las empresas factores a la misma, sutilmente incrementando el valor del capital invertido en dicha compra (criterio económico), sin embargo, esta finalidad de corto tiempo tiene que ser concordante con la aportación del área de compras en relación con los demás departamentos directos de la empresa logrando obtener un buen resultado objetivado, benéfico, competitivo y estratégico para la organización. Esta variable se evaluará por medio de las siguientes dimensiones: Solicitud de compra, Evaluación y selección del proveedor, Seguimiento del pedido y Recepción de la mercancía.</p>	<p>Solicitud de compra</p> <p>Evaluación y selección del proveedor</p> <p>Negociaciones de Compra</p> <p>Seguimiento del pedido-Recepción de Mercadería</p>	<p>Conocer toda la información necesaria del producto</p> <p>Información necesaria de la solicitud (fecha de emisión, lugar de entrega, cantidad)</p> <p>Firmas de las personas autorizadas</p> <p>Puntualidad de entrega</p> <p>Cotización de Precios</p> <p>Cantidad en productos</p> <p>Forma de Pago</p> <p>Precio</p> <p>Cantidad y Calidad</p> <p>Almacenamiento y Distribución</p>	Escala ordinal
Calidad de servicio	<p>Rogel Villacis José L. (2018) a partir de Zeithaml y Bitner (2002) la gestión de la calidad del servicio se ha convertido en la estrategia preferida y cada vez más personas intentan definirla, medirla y, en última instancia, mejorarla para garantizar que la calidad del servicio mejore continuamente. Las organizaciones juegan un papel protagónico en la creación de cambios y la planificación de acciones para desarrollar nuevas estrategias para no verse abrumadas por las nuevas necesidades del mercado. Mejora continua e implicación de todos los empleados en el mismo ámbito de sus funciones.</p>	<p>La calidad de servicio es un factor clave para cualquier tipo de organización, lo que conlleva a un desempeño empresarial que puede aumentar la competitividad. Esta variable se evaluará por medio de las siguientes dimensiones: Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía.</p>	<p>Fiabilidad</p> <p>Capacidad de Respuesta</p> <p>Seguridad</p> <p>Empatía</p>	<p>Cumplimiento del servicio</p> <p>Desempeño del personal</p> <p>Eficiencia</p> <p>Presentación</p> <p>Trato</p> <p>Velocidad del servicio</p> <p>Garantía</p> <p>Honestidad</p> <p>Conocimiento del servicio</p> <p>Cercanía con el cliente</p> <p>Interés por el cliente</p>	Escala ordinal

ANEXO

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS	JUSTIFICACIÓN	HIPÓTESIS	METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN
<p>¿Cuál es la relación entre la gestión de compras y la calidad de servicio de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L, Lima, 2022?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Determinar cuál es la relación entre la gestión de compras y la calidad de servicio de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L, Lima, 2022.</p>	<p>Teoricamente, porque el presente se sustenta en información, formal, teórica y científica como libros, estudios, informes, revistas, tesis, que son necesarias para una sólida y eficiente investigación</p>	<p>H1: La gestión de compras si se relaciona significativamente la calidad de servicio de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L, Lima, 2022.</p>	<p>TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</p>
	<p>OBJETIVOS ESPECIFICOS</p>			<p>TIPO</p> <p>No experimental, enfoque cuantitativo.</p>
	<p>1. Especificar la gestión de compras de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L, Lima, 2022.</p>			<p>DISEÑO</p> 
	<p>2. Describir la calidad de servicio de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L, Lima, 2022.</p>	<p>Practico, porque este estudio permitirá que se conozcan con detalle los problemas encontrados que manifiestan en la organización, que pueden ocasionar costos elevados e innecesarios, baja productividad, pérdida de tiempo y disminución de la demanda de los clientes atendidos.</p>		<p>Descriptivo, correlacional, transversal.</p>
	<p>3. Analizar la relación que existe entre la solicitud de compra y la calidad de servicio de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L, Lima, 2022.</p>			<p>POBLACIÓN Y MUESTRA</p>
	<p>4. Especificar la relación entre la evaluación y selección del proveedor y la calidad de servicio de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L, Lima, 2022.</p>	<p>Metodologica, para transferir calidez y confiabilidad a los instrumentos que permitan medir la gestión de compras y la calidad del servicio en el marco de la metodología de trabajo de investigación</p>		<p>100 Colaboradores</p>
	<p>5. Identificar la relación entre la negociación y la calidad de servicio de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L, Lima, 2022.</p>			<p>MUESTRA</p> <p>No se determinó muestra ya que se trabajó con toda la población.</p>
<p>6. Detallar la relación entre la seguimiento y recepción de la mercancía y la calidad de servicio de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L, Lima, 2022.</p>	<p>H0: La gestión de compras no se relaciona significativamente la calidad de servicio de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L, Lima, 2021.</p>	<p>TECNICA</p> <p>Encuesta</p>		
		<p>INSTRUMENTOS</p> <p>Cuestionario</p>		

ANEXO 3



INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
Facultad de Ciencias Empresariales
Escuela Profesional de Administración

ENCUESTA

A continuación, se presenta un cuestionario de investigación científica, cuyo objetivo es determinar la relación entre la gestión de compras y calidad de servicio.

Declaro estar informado de la investigación con fines académicos, participando de manera voluntaria, honesta y anónima.

I PARTE

En esta primera parte de la encuesta, le presentamos un conjunto de preguntas acerca de usted. Por favor marque con una (X), el número o la alternativa que considere correcta en cada una ellas.

Sexo:

1. Masculino ()
2. Femenino ()

Edad:

1. 18 - 28 años
2. 29 – 38 años
3. 39 - 48 años
4. 49 - 58 años
5. Mas de 58 años

Tipo de Cliente:

1. Administrativo ()
2. Ayudante de Obra ()
3. Maestro de Obra ()
4. Residente de Obra ()
5. Cliente y/o Supervisor de Obra ()

Lugar de Desarrollo de Proyecto:

1. Lima ()
2. Lima Provincias ()
3. Departamentos Costa ()
4. Departamentos Sierra ()
5. Departamentos Selva ()

II PARTE

A continuación, se presenta un conjunto de preguntas referidas a la Gestión de compras; seguido de una escala de valoración de esta variable de estudio. Por favor marque con una (X) la alternativa que concuerde con su opinión en cada caso. (personal interno)

Escala de valoración:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

GESTION DE COMPRAS:

Nº	ITEMS	CALIFICACIÓN				
		1	2	3	4	5
Solicitud de compra						
1	¿Usted considera que las solicitudes de compra se realizan tomando en cuenta los requisitos de los materiales y/o equipamiento?					
2	¿En la solicitud de compra se detalla la cantidad requerida de materiales y/o equipamientos?					
3	¿En la solicitud de compra se consigna el punto de entrega?					
4	¿El área encargada de la solicitud considera el presupuesto de obra al realizar el requerimiento?					
Negociación de las condiciones de compra						
5	¿Usted considera que la empresa tiene estrategias de negociación adecuadas?					
6	¿Considera usted que la puntualidad en la entrega de materiales oportuna está dentro de las consideraciones de negociación?					

7	¿La empresa considera que el proveedor aumente o disminuya la cantidad que se consigna en la solicitud de compra					
8	¿La empresa busca que ambas partes se beneficien de la negociación?					
Evaluación y selección del proveedor						
9	¿Cree usted que la empresa cotiza con proveedores certificados?					
10	¿Cree que la empresa realiza las suficientes cotizaciones de precios a las empresas del mercado?					
11	¿Usted considera que la ubicación geográfica afecta encontrar los suministros?					
Recepción de la mercancía						
12	¿Cuenta con un Kardex para el registro de entradas y salidas de los materiales y/o equipamientos?					
13	¿La empresa realiza correctamente el control de calidad en la recepción de los materiales?					
14	¿Considera usted que la recepción de materiales se realiza en horario adecuado?					
15	¿La empresa asigna correctamente los suministros a los diferentes proyectos de ejecución?					

III PARTE

A continuación, se presenta un conjunto de preguntas referidas a la Calidad de Servicio; seguido de una escala de valoración de esta variable de estudio. Por favor marque con una (X) la alternativa que concuerde con su opinión en cada caso.

Escala de valoración:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

CALIDAD DE SERVICIO:

Nº	ITEMS	CALIFICACIÓN				
		1	2	3	4	5
Fiabilidad						
1	¿Cuándo se presenta un problema en la empresa considera que esta muestra interés en resolverlo?					
2	¿Considera que la empresa proporciona los bienes y/o servicios ofertados?					
3	¿Usted cree que la empresa suministra los bienes y/o servicio en el momento que los ofrece?					
4	¿La empresa ejecuta el servicio o entrega del bien sin No conformidades?					
Capacidad de respuesta						
5	¿Considera que la empresa informa sobre los plazos de ejecución del servicio o entrega del bien?					
6	¿Cree que la empresa está dispuesta a brindar apoyo a sus clientes?					

7	¿Usted considera se brinda un trato social optimo?					
8	¿Los colaboradores están dispuestos a atender oportunamente a sus clientes?					
Seguridad						
9	¿Considera que la empresa cumple con los plazos de fin de proyecto o entrega del bien?					
10	¿Los colaboradores tienen la información concreta para responder preguntas?					
11	¿La empresa cuenta con colaboradores que brindan confianza a los clientes?					
12	¿Usted considera que la empresa siente seguridad en su relación?					
Empatía						
13	¿Considera que la empresa brinda atención personalizada a los clientes?					
14	¿Usted cree que la empresa deba contar con horarios adecuados para los clientes?					
15	¿Cree usted que la empresa debe captar las necesidades del cliente?					
16	¿Usted considera que la empresa solo vela por sus intereses?					

ANEXO 4

Confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos

RESULTADO DE ANALISIS DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTOS PARA MEDIR LA VARIABLE: GESTION DE COMPRAS

Estado de fiabilidad

Alfa de Cronbach

N de elementos

0,879

15

Nivel de Confiabilidad Bueno

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ITEM 1	59,74	41,608	0,134	0,887
ITEM 2	60,25	37,119	0,726	0,863
ITEM 3	60,45	40,957	0,173	0,888
ITEM 4	60,07	37,116	0,584	0,869
ITEM 5	59,66	38,712	0,477	0,873
ITEM 6	59,84	35,53	0,733	0,861
ITEM 7	59,84	38,681	0,696	0,867
ITEM 8	60,26	35,204	0,787	0,858
ITEM 9	59,94	37,35	0,687	0,865
ITEM 10	59,73	38,745	0,677	0,868
ITEM 11	60,3	38,455	0,213	0,901
ITEM 12	60,26	36,316	0,659	0,865
ITEM 13	59,82	37,24	0,693	0,864
ITEM 14	59,73	38,745	0,677	0,868
ITEM 15	59,75	37,927	0,815	0,863

Análisis de confiabilidad:

La confiabilidad del instrumento (cuestionario) nos muestra que las dimensiones de la variable Gestión de compras, establecen una firmeza interna en los ítems para la medición de dicha variable de estudio, donde se obtuvo un coeficiente de confiabilidad de **aCron Bach = 0,879** evidenciando que el instrumento a emplear es significativamente **BUENO**, según la escala ALFA DE CRONBACH.

RESULTADO DE ANALISIS DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTOS PARA MEDIR LA VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,814	16
Nivel de Confiabilidad Bueno	

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ITEM 1	63,59	32,123	0,547	0,798
ITEM 2	63,51	29,02	0,774	0,778
ITEM 3	63,86	32,505	0,156	0,839
ITEM 4	63,63	31,65	0,605	0,794
ITEM 5	63,61	31,715	0,584	0,795
ITEM 6	63,31	33,145	0,486	0,803
ITEM 7	63,43	32,47	0,462	0,802
ITEM 8	63,35	33,866	0,258	0,814
ITEM 9	63,66	30,914	0,659	0,79
ITEM 10	64,01	34,05	0,178	0,82
ITEM 11	63,63	30,357	0,615	0,79
ITEM 12	63,29	32,794	0,353	0,808
ITEM 13	63,86	30,344	0,52	0,797
ITEM 14	63,85	32,553	0,34	0,81
ITEM 15	63,41	33,658	0,281	0,812
ITEM 16	63,3	34,333	0,262	0,813

Análisis de confiabilidad:

La confiabilidad del instrumento (cuestionario) nos muestra que las dimensiones de la variable Calidad de servicio, establecen una firmeza interna en los ítems para la medición de dicha variable de estudio, donde se obtuvo un coeficiente de confiabilidad de **aCron Bach = 0,814** evidenciando que el instrumento a emplear es significativamente **BUENO**, según la escala ALFA DE CRONBACH

ENCUESTADOS	VARIABLE 1: GESTION DE COMPRAS															VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO																
	SOLICITUD DE COMPRA					NEGOCIACION				EVALUACION			RECEPCION			FIABILIDAD				CAPAC. RSPTA				SEGURIDAD				EMPATIA				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
1	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	
2	5	3	3	3	5	5	5	4	4	5	3	3	5	5	4	4	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3	5	3	5	5	
3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	1	3	5	5	5	5	5	1	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	
6	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	
7	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	4	5	5	5	3	
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
9	4	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	3	3	4	4	5	2	3	4	
10	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	
11	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	
12	5	3	3	3	5	5	5	4	4	5	3	3	5	5	4	4	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3	5	3	5	5	
13	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4
15	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	1	3	5	5	5	5	5	1	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	
16	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
17	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	3	5	5		
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	
19	4	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	2	5	5	5	
20	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	5	5		

21	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4			
22	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5			
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
24	4	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	2	3	3	4
25	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4		
26	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	
27	5	3	3	3	5	5	5	4	4	5	3	3	5	5	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	5	3	3	5	5
28	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	
30	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	1	3	5	5	5	5	5	1	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	5	5
31	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
32	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	3	3	4	5	2	3	3	4
35	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	
36	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
37	5	3	3	3	5	5	5	4	4	5	3	3	5	5	4	4	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	5	3	5	5	5
38	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	2	3	3	4
40	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	1	3	5	5	5	5	5	1	4	5	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4
41	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4

42	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	5	3	3	5	5		
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5		
44	4	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	3	3	5	5	5	5	5		
45	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	5		
46	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4		
47	5	3	3	3	5	5	5	4	4	5	3	3	5	5	4	4	3	3	3	3	4	5	5	3	3	4	5	5	5	5		
48	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4		
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	
50	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	1	3	5	5	5	5	5	1	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	
51	5	3	3	3	5	5	5	4	4	5	3	3	5	5	4	4	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	5	3	4	4	4	
52	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
54	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	1	3	5	5	5	5	5	1	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	
55	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	5	5
56	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	5	4	4	4	
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
58	4	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	3	3	4	5	2	4	4	4	
59	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	4	
60	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	
61	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	
62	5	3	3	3	5	5	5	4	4	5	3	3	5	5	4	4	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	5	3	3	5	5	
63	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
65	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	1	3	5	5	5	5	5	1	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	5	5	
66	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	5	5	
67	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	5	4	4	4

68	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	1	3	5	5	5	5	5	1	4	5	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	1	1	1	1	
69	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	1	2	1	1	
70	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	5	3	3	5	5	1	2	1	1	
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	2	1	1	1		
72	4	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	3	3	5	5	5	5	5	2	1	1	1		
73	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	5	2	1	1	1		
74	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	1		
75	5	3	3	3	5	5	5	4	4	5	3	3	5	5	4	4	3	3	3	3	4	5	5	3	3	4	5	5	5	5	1	1	1	1		
76	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1		
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	1	1	1	1
78	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	1	3	5	5	5	5	5	1	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	1	1	1	1	
79	5	3	3	3	5	5	5	4	4	5	3	3	5	5	4	4	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	5	3	4	4	4	1	1	1	1	
80	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	1	1	1	1	
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	1	1		
82	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	1	3	5	5	5	5	5	1	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	1	2	1	1	
83	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	5	5	2	1	1	1	
84	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	5	4	4	4	1	1	1	1	
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	2	1	1	1	
86	4	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	3	3	4	5	2	4	4	4	2	1	1	1	
87	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	4	2	1	1	1	
88	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	2	2	1	1	
89	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	2	1	1	1		
90	5	3	3	3	5	5	5	4	4	5	3	3	5	5	4	4	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	5	3	3	5	5	1	1	1	1	
91	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	1	1	1	1		
92	4	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	2	3	3	4	1	1	1	1	
93	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	1	1	1	1		
94	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	2	2	1	1		

95	5	3	3	3	5	5	5	4	4	5	3	3	5	5	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	5	3	3	5	5	1	1	1	2
96	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	1	1	1	1
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	
98	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	1	3	5	5	5	5	5	1	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	5	5	2	1	1	1
99	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	1	1
100	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	2	1	1	1

ANEXO 5

Validación de Expertos

Matriz de validación de instrumento

Apellidos y nombres: Jaén Diaz, Karina Vanessa

Nombre del instrumento: Cuestionario

Objetivo: Determinar la relación entre la gestión de compras y la calidad de servicio de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Lima, 2021.

Dirigido a: Robles Espiritu Wilmer

Apellidos y nombres del evaluador: Robles Espiritu Wilmer – Código ORCID: [0000-0003-3478-6526](https://orcid.org/0000-0003-3478-6526)

Grado académico del evaluador: Doctor en Administración

Valoración:

Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
----------	-----------------	-------	------	----------

(La valoración va a criterio del investigador esta valoración es solo un ejemplo)



Wilmer Filomeno Robles Espiritu
DNI N° 32943876

Firma del evaluador

Matriz de validación de instrumento

Apellidos y nombres: Jaén Diaz, Karina Vanessa

Nombre del instrumento: Cuestionario

Objetivo: Determinar la relación entre la gestión de compras y la calidad de servicio de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Lima, 2021.

Dirigido a: Carlos Manuel González Chávez

Apellidos y nombres del evaluador: Carlos Manuel González Chávez – Código ORCID: [0000-0003-4279-7145](https://orcid.org/0000-0003-4279-7145)

Grado académico del evaluador: Doctor en Administración

Valoración:

Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
----------	-----------------	-------	------	----------

(La valoración va a criterio del investigador esta valoración es solo un ejemplo)



Carlos González Chávez
DOCENTE UNIVERSITARIO

Firma del evaluador

Matriz de validación de instrumento

Apellidos y nombres: Jaén Diaz, Karina Vanessa

Nombre del instrumento: Cuestionario

Objetivo: Determinar la relación entre la gestión de compras y la calidad de servicio de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L., Lima, 2021.

Dirigido a: PABLO ARNULFO SANTOS DIAZ

Apellidos y nombres del evaluador: PABLO ARNULFO SANTOS DIAZ – Código ORCID: [0000-0002-8606-3146](https://orcid.org/0000-0002-8606-3146)

Grado académico del evaluador: MSC. En Educación - Licenciado en Administración

Valoración:

Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
----------	-----------------	-------	------	----------

(La valoración va a criterio del investigador esta valoración es solo un ejemplo)



PABLO A. SANTOS DIAZ
REGISTRO PROFESIONAL DELEGACION
C.I.A.B. N° 0432

Firma del evaluador

ANEXO 6

Autorización de Empresa

“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

Chimbote, 5 de febrero de 2022

Señores:

Escuela de Administración

Universidad César Vallejo – Campus Chimbote.

A través del presente, **Walter Acevedo Sparrow**, identificado (a) con DNI **N°40425412** representante de la empresa/institución **INGENIERIA Y CONSTRUCCIONES VICTORIA E.I.R.L.** con el cargo de Gerente General, me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que la siguiente persona:

a) Karin Vanessa Jaen Diaz

Están autorizadas para:

a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada *La Gestión de Compras y la Calidad de Servicio de la empresa Ingeniería y Construcciones Victoria E.I.R.L.*

Si No

b) Emplear el nombre de nuestra organización dentro del referido trabajo

Si No

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente,


INGENIERIA Y CONSTRUCCIONES
VICTORIA E.I.R.L.
Walter Acevedo Sparrow
GERENTE GENERAL

ANEXO 7

Registro SUNEDU de Expertos



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Graduado	Grado o Título	Institución
ROBLES ESPIRITU, WILMER FILOMENO DNI 32943876	BACHILLER EN INGENIERIA DE SISTEMAS Fecha de diploma: 23/04/2004 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE <i>PERU</i>
ROBLES ESPIRITU, WILMER FILOMENO DNI 32943876	INGENIERO DE SISTEMAS E INFORMÁTICA Fecha de diploma: 30/09/2005 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA <i>PERU</i>
ROBLES ESPIRITU, WILMER FILOMENO DNI 32943876	BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Fecha de diploma: 05/05/15 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE <i>PERU</i>
ROBLES ESPIRITU, WILMER FILOMENO DNI 32943876	LICENCIADO EN ADMINISTRACION Fecha de diploma: 27/08/15 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE <i>PERU</i>
ROBLES ESPIRITU, WILMER FILOMENO DNI 32943876	MAGISTER EN GESTION PUBLICA Fecha de diploma: 25/10/16 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 21/05/2014 Fecha egreso: 31/08/2016	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>

1/2

5/5/22, 20:16

Graduado	Grado o Título	Institución
ROBLES ESPIRITU, WILMER FILOMENO DNI 32943876	DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN Fecha de diploma: 21/09/20 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 04/01/2017 Fecha egreso: 31/12/2019	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. <i>PERU</i>

**PERÚ**

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior UniversitariaDirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos

REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Graduado	Grado o Título	Institución
SANTOS DÍAZ, PABLO ARNULFO DNI 32542582	LICENCIADO EN ADMINISTRACION Fecha de diploma: 09/03/82 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN <i>PERU</i>
SANTOS DÍAZ, PABLO ARNULFO DNI 32542582	BACHILLER EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS Fecha de diploma: 14/08/79 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN <i>PERU</i>
SANTOS DIAZ, PABLO ARNULFO DNI 32542582	BACHILLER EN EDUCACION Fecha de diploma: 02/03/17 Modalidad de estudios: A DISTANCIA Fecha matrícula: 20/01/1987 Fecha egreso: 23/03/2016	UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN <i>PERU</i>
SANTOS DIAZ, PABLO ARNULFO DNI 32542582	MAESTRO EN EDUCACION CON MENCION EN DOCENCIA UNIVERSITARIA E INVESTIGACION PEDAGOGICA Fecha de diploma: 25/02/20 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 04/09/2000 Fecha egreso: 31/12/2017	UNIVERSIDAD SAN PEDRO <i>PERU</i>



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos

REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Graduado	Grado o Título	Institución
GONZALEZ CHAVEZ, CARLOS MANUEL DNI 10588687	BACHILLER EN CIENCIAS ECONOMICAS Fecha de diploma: Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO <i>PERU</i>
GONZALEZ CHAVEZ, CARLOS MANUEL DNI 10588687	MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN CON MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Fecha de diploma: 03/09/15 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD SAN PEDRO <i>PERU</i>
GONZALEZ CHAVEZ, CARLOS MANUEL DNI 10588687	LICENCIADO EN ADMINISTRACION Fecha de diploma: Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO <i>PERU</i>
GONZALEZ CHAVEZ, CARLOS MANUEL DNI 10588687	DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN Fecha de diploma: 21/09/20 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 04/01/2017 Fecha egreso: 31/12/2019	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. <i>PERU</i>