



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
GERENCIA DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA**

Gestión de compras y calidad de servicio en los colaboradores de
una empresa de publicidad de Trujillo, 2022

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Gerencia de Operaciones y Logística

AUTORA:

Ramirez Reyes, Jharicsa Abigail (orcid.org/0000-0001-5257-6608)

ASESORA:

Dra. Ramirez Lau, Sandra (orcid.org/0000-0002-6970-2778)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Logística

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO – PERÚ

2022

Dedicatoria:

A mis padres, por su amor
y comprensión.

Agradecimiento:

A Dios por darme la voluntad y
persistencia de conseguir mis sueños.

A mi familia y pareja por su paciencia
y apoyo incondicional.

A mi asesora por su dedicación y comprensión
en el proceso y culminación del trabajo
de investigación.

Índice de Contenidos

Carátula.....	
Dedicatoria:	ii
Agradecimiento:	iii
Índice de Contenidos.....	iv
Índice de Figuras	v
Índice de tablas	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	19
3.1. Tipo y diseño de investigación	19
3.1.1. Tipo de investigación:	19
3.1.2. Diseño de investigación:.....	19
3.2. Variables y Operacionalización	20
3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:.....	22
3.4. Procedimientos:	22
3.5. Método de análisis de datos:.....	23
3.6. Aspectos éticos:	23
IV. RESULTADOS.....	25
4.1. Resultados descriptivos	25
4.2. Resultados inferenciales	26
V. DISCUSIÓN	32
VI. CONCLUSIONES	40
VII. RECOMENDACIONES	41
REFERENCIAS:	42
ANEXOS.....	48

Índice de Figuras

Figura 1.	Modelo de los Triángulos internos y externos	16
Figura 2.	Esquema del diseño de investigación.....	19

Índice de tablas

Tabla 1.	<i>Nivel de la variable Gestión de compra</i>	25
Tabla 2.	<i>Nivel de la variable Calidad de servicio</i>	25
Tabla 3.	<i>Correlación entre las variables gestión de compra y calidad de servicio</i>	26
Tabla 4.	<i>Correlación entre la variable gestión de compra y la dimensión elementos tangibles</i>	27
Tabla 5.	<i>Correlación entre la variable gestión de compra y la dimensión confiabilidad</i>	28
Tabla 6.	<i>Correlación entre la variable gestión de compra y la dimensión responsabilidad y capacidad de respuesta</i>	29
Tabla 7.	<i>Correlación entre la variable gestión de compras y la dimensión seguridad</i>	30
Tabla 8.	<i>Correlación entre la variable gestión de compras y la dimensión empatía</i>	31

Resumen

La presente investigación tuvo por objetivo determinar la relación entre la gestión de compras y la calidad de servicio en los colaboradores de una empresa de publicidad de Trujillo, 2022. La metodología que se utilizó fue aplicada, nivel descriptivo, enfoque cuantitativo, diseño no experimental transversal correlacional, la muestra fue de tipo censal y estuvo conformada por 25 colaboradores de la empresa. Se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario uno para cada variable; los resultados revelaron que el 60% de los colaboradores indican que la gestión de compra de la empresa tiene un nivel medio y que el 68% de los colaboradores califican la calidad de servicio de la empresa en un nivel medio; así mismo se determinó una correlación altamente significativa directa moderada entre ambas variables con una significancia da 0,004 y su coeficiente de Pearson es $p= 0,560$. Se concluye que, con una mayor gestión de compra, se elevará la calidad de servicio que se le brinda a los consumidores de la empresa.

Palabras claves: *Gestión de compras, calidad de servicio*

Abstract

The objective of this research was to determine the relationship between purchasing management and quality of service in the collaborators of an advertising company in Trujillo, 2022. The methodology used was applied, descriptive level, quantitative approach, non-experimental cross-sectional design. Correlational, the sample was census type and was made up of 25 employees of the company. The survey was used as a technique and the questionnaire as an instrument, one for each variable; The results revealed that 60% of the employees indicate that the company's purchasing management has a medium level and that 68% of the employees rate the company's service quality at a medium level; Likewise, a moderate direct highly significant correlation was determined between both variables with a significance of 0.004 and its Pearson coefficient is $p= 0.560$. It is concluded that, with greater purchasing management, the quality of service provided to the company's consumers will rise.

Key words: *Purchasing management, service quality.*

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la crisis sanitaria del COVID-19 ha puesto en alerta a las empresas con el propósito de mejorar las interacciones multifuncionales y lograr una comunicación más fluida dentro de las mismas, con visión a los beneficios del alineamiento entre el usuario interno y compras siendo el impulso para incrementar su posición en el mercado.

Así mismo, la directora de la Organización Mundial de Comercio, Ngozi Ojonko-Iweal, menciona que las cadenas de suministro mundiales y especialmente los países en desarrollo y los más pobres continuarán siendo afectados a causa de la crisis logística global, lo que quiere decir que los costos de las transacciones serán aún más altos de lo que son ahora y se verá reflejado en el rendimiento empresarial de los países pobres, incluso posterior a resolver algunos inconvenientes dentro de su cadena de suministro. (América economía, 1 de febrero de 2022).

A través de una encuesta realizada por Accenture afirma que solamente el 13% de las organizaciones a nivel mundial tienen cadenas de suministro con capacidad de hacer frente al tiempo post COVID-19; de acuerdo con ello indica que la cantidad de las empresas pretende replantear sus estrategias en los procesos operativos, con intenciones de hacerlas cada vez más resilientes. (América economía, 1 de febrero de 2022).

Según la información rescatada de una encuesta global a CPO (directores de compras), detallan que dedican más del 70% de su tiempo en actividades transaccionales y operativas, y los perfiles de alto rendimiento dedican un 15% menos a este tipo acciones; esto demuestra que se busca influir en la demanda, incrementar la innovación y colaborar con proveedores y socios estratégicos. Piazza, R (3 de agosto de 2021)

A través de un estudio realizado a nivel de Latinoamérica se ha visto que un gran número de PYMES desconoce el tema de gestión de calidad de servicio, debido a que no utilizan métodos confiables para medir su productividad en sus colaboradores y verificar el término de los productos elaborados, (Pincay, 2020).

Ingaldi (2019). La calidad es una fracción fundamental de la gestión en todas las empresas; de la que depende si los clientes comprarán productos, por lo tanto, es clave la competitividad de esta empresa en el mercado; así mismo existen muchos métodos que se pueden utilizar, siendo la retroalimentación directa del cliente sobre un servicio, el de uso más frecuente, es decir, los clientes participan activamente en este proceso. Sin embargo, se debe preguntar a los clientes qué método es el más amigable. y menos aburrido para ellos.

En el Perú, desde que inició de la pandemia, el 34% de las empresas se ha visto obligada a fortalecer los procesos de la gestión de la cadena de suministro en un nivel establecido, mientras que el 66% de las empresas restantes se encuentra en un estado incipiente. Así mismo es fundamental que las organizaciones abarquen todos los conocimientos acerca de la gestión de la cadena suministros, con un enfoque dinámico y haciendo uso de la tecnología para optimizar y hacer más resilientes sus operaciones, de esta manera se conseguirá ventas más elevadas, reducción de costos, fluidez de capital y sobre todo evitar la aglomeración de materia prima que no se requiera. (Salvador, P, 3 de noviembre de 2021)

En la investigación presente se tendrá en cuenta a una empresa de publicidad, que busca mejorar la calidad de servicio a través de la gestión de compras, ya que, por el incumplimiento de los proveedores, deficiente comunicación, mala planificación de compras o por la variada demanda que se presenta por temporada no se logra cumplir con los pedidos y con la calidad de productos que se les promete a los clientes. Como problema general se planteó: ¿En qué medida la gestión de compras se relaciona con la calidad de servicio en los colaboradores de una empresa de publicidad de Trujillo, 2022? Y como problemas específicos: ¿En qué medida la gestión de compras se relaciona con los elementos tangibles?, ¿En qué medida la gestión de compras se relaciona con la confiabilidad?, ¿En qué medida la gestión de compras se relaciona con la responsabilidad y capacidad de respuesta?, ¿En qué medida la gestión de compras se relaciona con la seguridad? y ¿En qué medida la gestión de compras se relaciona con la empatía?

Según Bernal (2010), señala que la justificación práctica ayuda a tener una mejor visión del problema y plantea soluciones para resolverlo. Por ello, este estudio hace referencia a la misma, debido a que los conocimientos y resultados adquiridos serán de ayuda para mejorar la toma de decisiones y crear estrategias en los procesos operativos de la empresa.

La justificación teórica, está en base a definiciones brindadas por autores y por los resultados obtenidos dentro de esta investigación; los cuales propondrán recomendaciones o alternativas de solución para los problemas de la empresa; así mismo se podrán generar nuevos conocimientos como base en futuras investigaciones.

Justificación metodológica, porque al estudiar las dos variables se utilizarán instrumentos validados por expertos para la recolección de datos, con los que se corroborará si existe una relación entre la gestión de compras y la calidad de servicios en los colaboradores de la empresa, instrumentos que podrán ser utilizados en estudios posteriores.

Y, por último; Ñaupas (2014) señala justificación social como los aportes de trabajos previos de investigación que ofrecen solución a los problemas presentes o futuros en la sociedad en donde buscan mejorar su calidad de vida. Así mismo este estudio, permitirá analizar si existe la relación entre ambas variables, con lo que se logrará adquirir conocimientos de cada una de ellas y crear estrategias que mejoren el estatus de vida de las grandes empresas y de la sociedad misma.

El objetivo general fue: Determinar la relación entre la gestión de compras y la calidad de servicio en los colaboradores de una empresa de publicidad de Trujillo, 2022. Los objetivos específicos fueron: determinar la relación entre gestión de compras y elementos intangibles, determinar la relación entre gestión de compras y confiabilidad, determinar la relación entre gestión de compras y responsabilidad y capacidad de respuesta, determinar la relación entre gestión de compras y seguridad y determinar la relación entre gestión de compras y empatía.

Como hipótesis general se estableció: Existe relación significativa entre la gestión de compras y calidad de servicio en los colaboradores de una empresa de publicidad de Trujillo, 2022. Las hipótesis específicas fueron: existe relación significativa entre gestión de compras y elementos intangibles, existe relación significativa entre gestión de compras y confiabilidad, existe relación significativa entre gestión de compras y responsabilidad y capacidad de respuesta, existe relación significativa entre gestión de compras y seguridad y existe relación significativa entre gestión de compras y empatía.

II. MARCO TEÓRICO

En el estudio se ha analizado resultados de los antecedentes sobre las variables de estudio, entre ellos, artículos científicos, tesis, informes.

En antecedentes internacionales tenemos a Susan et al. (2021). El estudio analizó la banca rendimiento y sus determinantes. Se realizó una investigación descriptiva para obtener una descripción de la calidad de los servicios bancarios, específicamente de los bancos privados. Los resultados muestran que la confiabilidad, capacidad de respuesta, garantía y los tangibles son determinantes del desempeño bancario y pueden ser beneficiosos para los bancos privados para incrementar la calidad del servicio para brindar mejores servicios a la comunidad, que a su vez también puede mejorar su rendimiento.

Vera (2021). Determinó el grado de relación entre gestión logística y calidad de servicio de una editorial. La metodología que se utilizó fue de tipo básica, diseño no experimento y de corte transversal; la muestra que se utilizó fue de 71 colaboradores que fueron analizados mediante una encuesta. Los resultados obtenidos fueron Rho de Spearman 0,450 y una sig. 0,000 con lo que se entiende que existe una relación entre ambas variables. El autor concluyó que si se proponen manejar correctamente la gestión logística se verá reflejada en el buen servicio a los clientes.

Sugandini et al. (2020). En su estudio tuvieron como objetivo analizar la gestión de la cadena de suministro verde (GSCM) y las estrategias de marketing verde (GMS) a las intenciones de compra verde (GPI).se utilizó la encuesta y como instrumento el cuestionario, aplicado a las pymes y a sus colaboradores. El resultado demuestra que el modelo GSCM puede aumentar el valor a lo largo de la cadena de suministro al enfatizar la gestión de la cadena de suministro y el marketing verdes; con lo que se concluye que las PYME deben prestar mayor atención a la adquisición de materia para que el problema de las materias primas respetuosas con el medio ambiente se pueda obtener realmente para ingresar al proceso de producción y producir productos ecológicos.

Hallikas et al. (2020). El estudio buscó analizar la influencia de las prácticas de compra sostenibles en el desempeño de la gestión de riesgos y el

desempeño de compras. Se utilizó encuestas cuantitativas aplicadas a una muestra de 111 empresas finlandesas. Los resultados señalan que el uso de prácticas de compras sostenibles mejora el desempeño de compras de las empresas. Con lo que se concluye que las empresas que invierten en la gestión de la sostenibilidad en sus compras probablemente tendrán un mejor desempeño en su gestión de compras y suministro; así mismo también se encontró que las prácticas de compras sostenibles mejoran el desempeño de la gestión del riesgo operacional y reputacional, lo que indica que las prácticas de sostenibilidad son significativas en la gestión de riesgos en general, no solo en relación con la sostenibilidad.

Hernández et al. (2018). En su investigación en Colombia, buscó dimensionar la influencia que tiene la Calidad como la GCS en los procesos productivos de la Pyme y a través de ello analizar en rendimiento de cada empresa. El estudio fue transversal, no experimental, descriptivo y correlacional; para ello se utilizó como instrumento la encuesta aplicada a una población de 442 pyme sacando una muestra de 120 organizaciones. En donde se concluyó que la calidad como la GCS influye significativamente en los procesos productivos; así mismo se refiere que los gerentes deben mejorar sus estrategias en sus procesos productivos será mejor el control de calidad de sus productos.

Hernández et al. (2018). En su estudio, buscó la importancia y la influencia de la gestión de proveedores como herramienta empresarial, en el aspecto externo de la empresa. El estudio es de tipo descriptivo, y se utilizó como instrumento la encuesta para recolectar la información de la población de 15000 pymes, de ese monto se tomó como muestra a 375 empresas. Se concluyó que la gestión de proveedores es muy importante en la organización, debido a que estas alianzas estratégicas realizadas permitirán estabilidad de precios, competitividad y calidad de los productos que se logran realizar en la Pymes.

Espinoza (2018), en su investigación tuvo como objetivo evaluar los procesos de compra con el fin de proponer indicadores alineados al giro de la organización. El estudio es cualitativo, exploratorio y descriptivo; en la muestra se consideró 201 personas del departamento de compras y 172 proveedores, de se les analizó a través de encuestas a los mismos. Se concluyó que, si se

implementan indicadores de gestión al departamento de compras, se facilitaría la mejora de los procesos y se lograría medir el descontento de los colaboradores en el área mencionada.

Biachini et al. (2018). La investigación tuvo como fin identificar las contribuciones que la logística y las compras verdes aportan a la gestión de la cadena de suministro verde. El método utilizado fue la investigación bibliográfica exploratoria cualitativa. Se concluyó que la gestión de la cadena de suministro ayuda a reducir los residuos, los impactos negativos en el medio ambiente, maximizar la rentabilidad, aumenta la competitividad a través de estrategias innovadoras alineadas con los propósitos de la organización: logística y compras verdes en particular.

Morales et al. (2017). El presente trabajo tuvo como fin establecer los indicadores que determinan el funcionamiento de los prestadores de servicios; a través de un enfoque metodológico se utilizó en un estudio mixto con un enfoque descriptivo tomándose como muestra a 100 usuarios. En donde se concluyó que la empatía, la rapidez en el servicio, los conocimientos y habilidades de los prestadores de servicios son los indicadores que identifican a los usuarios y por lo tanto satisfacen sus necesidades.

Alhelalat y Habiballah (2017). El estudio investigó el papel desempeñado por los avisos de hoteles en la construcción de las expectativas de servicio de los clientes. Se realizó una metodología mixta cualitativa y cuantitativa en 14 hoteles oficiales de marketing y 228 clientes, a través del instrumento cuestionario. Se concluye que el modelo debe adoptar anuncios que transmitan un recado de calidad a través de lo llamativo, la credibilidad e información. Después de afirmar la fiabilidad del modelo y su previsibilidad de la calidad percibida por los consumidores, se sugirió emplear de manera óptima los anuncios desarrollados en este estudio (credibilidad, atractivo e información) para representar una percepción atrevida de la calidad en la mente de los clientes.

Madriz (2017), quien en su investigación planteó estrategias de gestión logística para mejorar la productividad y el servicio al cliente en hoteles y

posadas. La metodología fue de tipo cuantitativo y nivel descriptivo, aplicando la encuesta como recolección de datos en su población de 40 administradores y 120 clientes. Se concluyó que, si se gerencia estratégicamente, se contrata al personal calificado, se planifica bien el proceso de abastecimiento y se incrementa la capacidad logística se lograría superar expectativas de la demanda.

Uygun (2017). Este estudio señala que en los hospitales, al igual que muchas empresas del sector privado, cada vez que se necesitan los materiales son requeridos por los departamentos de compras, los cuales se obtienen después de llegar a la mejor decisión siguiendo ciertos procedimientos, y evaluando la calidad, ingredientes, aplicaciones, y costos; así mismo la función de compra se trata de adquirir los materiales como máximo precio asequible en la cantidad deseada, en el tiempo deseado y nivel de calidad.

En antecedentes nacionales tenemos a Sotomayor (2021), en su investigación se planteó determinar la relación entre la gestión logística y calidad de servicios en la empresa, siendo un estudio descriptivo correlacional y aplicando un cuestionario a los colaboradores; así mismo se tuvo una población de 15 trabajadores. Se obtuvo como resultados mediante la correlación de Pearson un 0.710 lo que refiere que existe una correlación positiva alta entre ambas variables; por ello se concluyó que el porcentaje más elevado se concentra en un nivel regular para la gestión logística, mientras que el 33% manifiesta que es bajo, resultando que si existe relación significativa en las dos variables y en sus dimensiones entre sí.

Ventura (2021). Determinó la relación que existe entre la gestión de la cadena de suministro y calidad del servicio. La metodología utilizada fue de tipo básica, de nivel descriptivo – correlacional con diseño no experimental con una muestra de 80 colaboradores aplicándoles una encuesta para luego ser analizados. Los resultados que obtuvo mediante Rho de Spearman $r = ,564$ y sig. $,000$ lo que señala una correlación media; con lo que concluye que si se incrementa la gestión de la cadena de suministro también se incrementará la calidad de la organización.

Cárdenas (2021). Determinó la relación entre gestión de compras y calidad de servicio del PNAE Qali Warma durante el aislamiento social. El estudio fue de nivel descriptiva correlacional de enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal, su población se conformó por 256 instituciones educativas; y se aplicaron cuestionarios validados por expertos para su estudio. En donde las instituciones encuestadas indican que la dimensión elementos tangibles es regular en un 45.5%, buena en 27.3% y mala 27.3%; respecto a la dimensión confiabilidad señalan que es regular en un 64.3%, buena en 30.5% y mala en un 5.2%; así mismo refieren que la dimensión capacidad de respuesta es regular en un 56.5%, buena en un 25.3% y mala en un 39.6%; también indican que la dimensión seguridad es regular en un 44.8%, buenas en un 39.6% y mala en un 15.6%; finalmente en la dimensión empatía se señala que es buena en un 51.3%, regular 37.7% y mala en un 11%. Sin embargo, según Rho de Spearman siendo $r = 0.898$, refiere que existe una correlación positiva alta, afirmando que si existe relación entre las variables.

Zapata (2021). Realizó un estudio en Lima, determinó la incidencia de la gestión de la cadena de suministro en la calidad en Global Top Food Perú S.A.C.. La investigación fue de tipo aplicada y diseño no experimental de corte transversal y descriptivo – correlacional, tomando una muestra de 30 colaboradores a quienes se le aplicó el cuestionario en escala de Likert con un total de 39 ítems. Obteniendo como resultado mediante Pearson un 0.385; $p < 0.05$, lo que significa estadísticamente que existe una relación alta en las dos variables de estudio aceptando la hipótesis alterna H_1 ; con lo que se concluyó que, si existe una relación significativa moderada de 51%, lo que indica que de realizar una eficiente gestión se contribuirá a una elevada productividad y rentabilidad en la organización.

Santisteban y Ventura (2020). Determinó la relación entre la gestión logística y calidad de servicio en una municipalidad. El estudio fue de tipo aplicada, diseño no experimentos, de corte transversal y nivel correlacional, teniendo una muestra de 63 colaboradores, a los cuales se les aplicó una encuesta de los temas en estudio. En los resultados se observó un Rho de

Spearman 0,793 y sig. 0,00 con lo que se logra concluir una correlación positiva alta entre ambas variables.

Knight et al. (2020). La presión sobre gestión de persecución y suministro reflejan que las organizaciones enfrentan una necesidad creciente de innovar y reaccionar más rápido para hacer frente a la escasez de recursos externos, la crisis del suministro y ajuste de márgenes y presupuestos operativos. Como clave contribuyente a la gestión de los recursos externos estratégicos de sus organizaciones son los practicantes de gestión de persecución y suministro que necesitan comprender el desarrollo a largo plazo del negocio del lado de la oferta.

Tafur (2020). Es tu investigación realizada en Lima, se planteó como objetivo determinar la relación entre la gestión de compras y el abastecimiento de bienes en un hospital. Dicho estudio fue de tipo descriptivo correlacional, de diseño no experimental; para el cuál se ocupó una población de 80 colaboradores, y se recolectaron los datos a través de una encuesta aplicado en los mismo. En los resultados acorde con las dimensiones de la variable gestión de compras, los colaboradores señalan que la selección de proveedores es regular con un 37.5%, buena en un 32.5% y mala con 30%, así mismo respecto a su segunda dimensión almacén también es regular con un 68.7%, mala en un 18.8% y buena en un 12.5%; y en su última dimensión indican que su negociación es regular con un 43.8%, buena en un 31.2% y mala en un 25%. Además, se visualizó, según la prueba Rho de Spearman $r = 0.493$, que si existe una relación significativa entre las variables de estudio y se pudo concluir que una mejorada gestión de compras contribuirá a un mayor abastecimiento de bienes.

Tolentino (2019). En su estudio tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la cadena de suministro y la satisfacción del cliente. La investigación fue no experimental, con método correlación causal, considerando a 20 clientes como muestra para la aplicación del cuestionario, que se tomó como instrumento de medición de cada variable. Mediante los resultados del coeficiente de Pearson es $r = 0.618$ nos indica que si existe una correlación directa y significativa entre ambas variables; con lo que se concluye que si

mejora la gestión de la cadena de suministro se mejorará paralelamente la satisfacción del cliente.

Santillán (2017), buscó establecer la relación que existe entre gestión de compras y la gestión de calidad del personal administrativo. Este estudio se desarrolló bajo un diseño no experimental de corte transversal, con una población de 46 colaboradores administrativos certificados, utilizando la encuesta como instrumento de medición. En base al resultado brindado por la prueba Rho de Spearman $r = 0.473$, nos indica que, si existe una relación moderada entre ambas variables, concluyendo que los usuarios percibirán niveles de satisfacción elevados en medida con la gestión de compras.

Mogre et al. (2017). A través de su estudio concluyó que las compras están cada vez más integradas con diferentes funciones comerciales, como la estrategia, el marketing, la toma de decisiones y la gestión de la cadena de suministro; así como las tendencias clave del mundo incluyen compras sostenibles y éticas, compras en la economía digital, gestión de riesgos de la cadena de suministro y compras del sector público.

Tradicionalmente la mayoría de las organizaciones consideraban que la actividad de suministro solo era una función de oficina; sin embargo, en los años que se dieron la primera y segunda guerra mundial, el triunfo de las empresas no dependía de que productos sacaban al mercado, si no de la capacidad de conseguir buenos proveedores de las materias primas, suministros y/o servicios que brindaban, para mantener operativas las fábricas o las minas. (Johnson et al. 2011)

En medio de las décadas de 1950 y 1970, la importancia de la administración del suministro siguió elevándose de nivel acorde con las personas con habilidades competentes en el área para tomar decisiones sólidas; siendo estas mismas de las que dependía eleven de estatus laboral a la alta administración. Así mismo, buscaban al personal idóneo para ocupar el puesto que se requería por los problemas organizacionales que se enfrentaban por la escasez internacional de materias primas y su tasa elevada de precios a la normal desde el final de la segunda guerra mundial. (Johnson et al. 2011)

Durante la década de 1990 e inicios del siglo XXI, se enfrentaban a nuevos desafíos como sostenibilidad, seguridad en la cadena de suministro y administración de riesgo; lo que hizo evidente que las empresas deberían tener actividades más eficientes y efectivas en el área de suministros, si querían competir en el mercado global. Para ello, las empresas contrataban a profesionales tácticos para que laboraran en actividades cotidianas y a profesionales estratégicos con capacidad analítica y planificadora para las funciones de abastecimiento a largo plazo. (Johnson et al. 2011)

Para la variable gestión de compra se tomó como base teórica a la Teoría de las restricciones, propuesto por Eliyahu M. Goldratt; basada en métodos que optimizan los procesos en la organización, independientemente del ámbito en donde se desarrollen, su objetivo es que todas las áreas mantengan una función de engranaje; quiere decir que, si una de ellas no realiza con eficiencia sus actividades, esto se verá reflejado en el rendimiento de las otras; es ahí que se estaría presentando la restricción, conocido también como cuello de botella, con el que se perjudicaría el proceso organizacional; así mismo la teoría sugiere que la empresa se centre en el proceso más débil para mejorar su gestión. (ESAN Business, 2015).

Desde un enfoque gerencial, la teoría de las restricciones obliga a que los gerentes se centren en la organización como un todo, es decir, en los resultados globales, no en los de un área específica. Se hace conveniente que el modelo sea guiado por principios orientadores que ayuden a mejorar los sistemas teleológicos; considerando que la empresa es un conjunto de individuos jerarquizado con habilidades blandas, físicas y financieras que le permiten transformar, transportar y distribuir los artículos producidos. (Aguilera, 2000)

Como bien se menciona, sería un ejemplo la planificación de la gestión del área de compras, que debe estar en constante interacción con la de producción y la de inventarios, las cuales son las encargadas de detallar el tipo, el momento y la cantidad de la materia prima que se requiere.

El modelo de integración de la cadena de suministro colaborativa se encarga de sincronizar las necesidades del consumidor con los flujos de materia

que brindan los proveedores con el fin de crear un balance entre el servicio a los clientes, los inventarios y el costo de cada producto. Así mismo dicho modelo es una herramienta que propone funciones tácticas y operativas monitoreadas por indicadores de desempeño que rigen funcionamiento, interiorizadas en la gestión de las operaciones en curso, como: ingreso y salida de información, eliminación de costos innecesarios, proceso del servicio al cliente, entre otras; extendiéndose desde la adquisición de materias primas hasta la producción, elaboración y distribución de los productos. (Bautista et al., 2015)

El modelo SCOR (Supply Chain Operation Reference model), fue concretado en 1996 por el Supply Chain Council, siendo una herramienta que permite analizar, configurar, optimizar y confrontar los procedimientos entre proveedores, productor y consumidores, con el fin de incrementar la eficacia de la gestión de la cadena de suministro; así mismo incluye cuatro pilares como el modelado de procesos, medición del rendimiento, efectos positivos en los resultados operativos y mejores prácticas medidos por indicadores de gestión. El modelo se divide en tres niveles: (IONOS, 2020)

Nivel de procesos empresariales: establece indicadores y objetivos de rendimiento, el cuál colocará en la fase de madurez a la cadena de valor, y consta de cinco procesos: planificación, adquisición, fabricación, distribución, devolución y soporte. (IONOS, 2020)

Nivel de configuración: permite mejorar el desempeño de la cadena de suministro y crear indicadores para mejorar sus prácticas, presenta tres procesos: planificación, ejecución y soporte. (IONOS, 2020)

Nivel de elementos de procesos: mantiene un sistema de análisis de indicados de los procesos de la empresa como costos, planificación o la corroboración de la capacidad, etc.; los cuales optimizan la cadena de suministro y a su vez eleva su eficacia.

La norma UNE 15896, nos dice que existen requisitos para que la organización desarrolle una política para la buena práctica de los procedimientos de gestión de compras; que le permite a la organización obtener una ventaja

competitiva y deferencial, mediante una elevada eficacia, eficiencia y comunicación. (UNE, 2015).

Así mismo Taylor (1969), en sus principios define gestión como el arte de saber qué es lo que se quiere hacer posteriormente, realizarlo de una mejor y eficiente manera. Buscar porque propusieron y porque surgió.

Quiroa (2021). Define gestión de compras, como un proceso muy complejo dentro de la organización, en donde es necesario encontrar los mejores proveedores que nos permitan destacar restricciones de calidad y precio de los productos que se desean comprar. Así mismo no habla de los beneficios al realizar una eficiente gestión de compras: Reducción de costos, mejora en la calidad de suministros y servicios, reducir riesgos y garantizar los suministros y mejora la competitividad.

Gestión de compras se define como conjunto de acciones en los procesos de la empresa, en donde predomine un estudio de mercado y la selección de proveedores con el fin de adquirir el adecuado suministro para la planificación estratégica y producción de los bienes y/o servicios. Retos en Supply Chain (12 de mayo de 2021)

Sangri (2014). Define gestión de compras como la actividad en que la empresa adquiere algo para su beneficio; refiere a que al obtener materias primas generaría producción y distribución de los productos elaborados; con el objetivo de obtener materiales de buena calidad y al mejor precio.

Heredia (2015). Señala gestión de compras como la manera de abastecer continuamente los bienes y/o servicios, los cuales deber administrarse en la cantidad, lugar y tiempo pactado con el comprador; recepcionando la materia prima en los plazos previstos sin interrumpir las actividades productivas en la empresa. Así mismo, describe tres dimensiones de la variable gestión de compra:

Selección de proveedores: Para adquirir la materia prima en los procesos productivos se debe conseguir al proveedor más idóneo, con criterios de calidad, que brinde confianza y en condiciones favorables y actualizadas. (Heredia 2015)

Almacén: Considerado como un instrumento importante dentro de las empresas manufactureras o de servicios; así mismo sirve para controlar el manejo de stock firma y estructurado. (Heredia 2015)

Negociación: Heredia (2015) indica que es el vínculo pactado entre dos o más individuos, con interés y objetivos en común.

Si bien es cierto la gestión de compras se realiza a través de la buena práctica de adquirir bienes y/o servicios a una calidad y precio adecuado, sin embargo, se debe tener en cuenta de quien se provee esta materia prima, es por ello que las empresas hoy en día analizan minuciosamente a los proveedores ya que de ellos depende tener una producción y distribución de calidad.

En la edad media, se da paso a la aplicación de normas de calidad, con intención de garantizar las condiciones de los bienes y/o servicios que se le brindaban a los clientes. Desde el pasado, la relación entre el hombre y su trabajo se ha visto afectados por la mecanización, producción con tecnología y especialización de procesos; quitando valor a los servicios que presta en la empresa. Rojas, D (26 de octubre de 2003)

A través de esta perspectiva se ha visto que la calidad total es un factor que permite que la obra del hombre sea reconocida y distinguida, debido a la capacidad de potencial y esfuerzo que con el que desarrolla los procesos productivos dentro de la organización. Rojas, D (26 de octubre de 2003)

En la Teoría de la Calidad de Servicios de Karl Albretch y Jan Carlzon, señalan que al consumidor se le brinda lo que realmente desea, interiorizando su método en las siguientes técnicas: Conocer a profundidad las necesidades y gustos de sus clientes, aplicar el momento de realidad para aceptar la opinión de la calidad de servicio, determinar las percepciones de los clientes, analizar el cliente, reconocer al consumidor, conversar cara a cara, realizar encuestas, analizar los datos, crear propuestas y finalizar el ciclo. (Albretch, 1988)

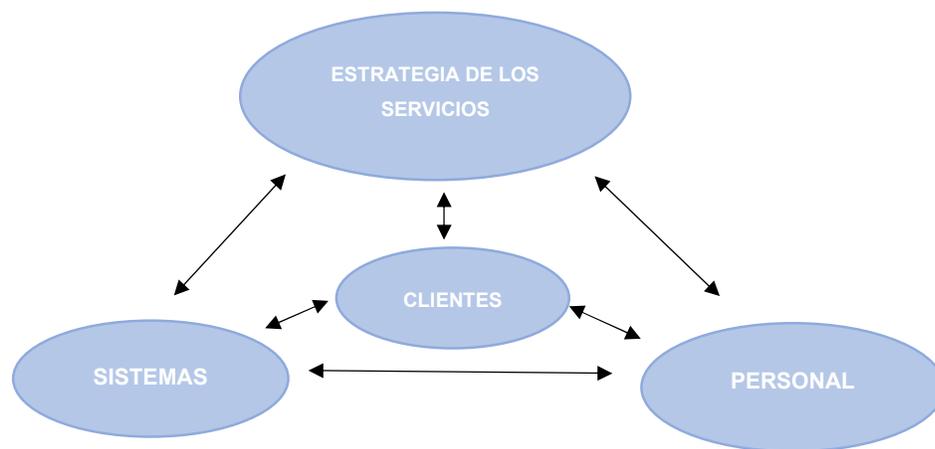
Albrecht (1988) crea un modelo del triángulo del servicio indicando como seguir cuidadosamente y asesorando sobre la aplicación de métodos de gestión. compuesto por: Estrategias de los servicios a través de los gustos del cliente al

detalle, ello hace que sea más específico y significativo el servicio, por la persona que adquiere los bienes o servicios, por quienes ofrecen el servicio y el método que realiza el colaborador para realizar el servicio haciéndolo más viable.

El autor hace mención que la organización debe proponer al cliente lo que verdaderamente necesita, brindándole productos y/o servicios de calidad, porque es quien hará que la empresa tenga un crecimiento constante y sea más productiva a lo largo del tiempo.

Figura 1.

Modelo de los Triángulos internos y externos



Nota: Esta figura indica los elementos propuestos por Karl Albrecht (1988)

Tenemos también la teoría de La escuela norteamericana por Parasuraman, Zeithaml y Berry, quienes proponen el modelo SERVQUAL como una estrategia de investigación comercial lo que permite medir la calidad de servicio, identificar las expectativas de los clientes y conocer como valoran el servicio. Así mismo los autores tuvieron que identificar porqué existe déficit en la calidad de servicio, hallando cinco gaps o desajustes: entre los gustos del usuario y la percepción de los gerentes, entre la percepción de los jefes y las reglas de calidad, entre la prestación del servicio y la comunicación externa, entre las especificaciones del cliente sobre calidad en el servicio y las expectativas que tiene el servicio. (Parasuraman et al., 1992)

Cronin y Taylor (1994) proponen SERVPERF, modelo que también permite medir la calidad de servicio y surgió a partir de las críticas hacia el modelo SERVQUAL; en donde los autores exponentes opinan que la conceptualización y medición que utilizaron Parasuraman, Zeithaml y Berry; son erróneas en base al paradigma de la negación, que nos indican las diferencias entre las expectativas y percepción de los consumidores cuando analizan el servicio; pese a ello los modelos contienen las mismas dimensiones.

Según la norma ISO 9000 (2000), refiere calidad como conjunto de características que tiene la adecuación de un producto para el uso satisfactorio de las necesidades del cliente.

Martínez (2014), define calidad total como una estrategia que integra los esfuerzos de los colaboradores de la organización, que permite desarrollar, mantener e incrementar la calidad de los artículos que llevan a lograr la satisfacción de los clientes, reduciendo los costos operativos.

La calidad de un bien o servicios necesita de condiciones que faciliten su entendimiento, ya que son las que definen si cubren o no las necesidades de los clientes. (Villalba, 2013)

Pulgarín y Ureña (2019). Nos dicen que el servicio al cliente tiene un significado y características diferenciadores de acuerdo con su objetivo; siendo impertinente en todos los procesos operativos de la organización, así mismo se requiere de capacitaciones constantes y motivación para la prestación del servicio.

El servicio al cliente es el procedimiento integral de distribuir el producto al cliente; concierne tres funciones: recepción del pedido, administración del pago y preparación del pedido, para que posteriormente sea embalado y etiquetado. El proceso también incluye preparar la documentación correspondiente para enviar y entregar los artículos elaborados. (Martínez, 2014)

Atencio y Gonzáles (2007). Describe calidad de servicio como la sensación que tiene un consumidor sobre el desarrollo de los productos, relacionado con la agrupación de elementos cuantitativos y cualitativos.

Según Cronin y Taylor (1994) señala que su modelo SERVPERF cuenta con criterios para evaluar las apreciaciones o creencias de los consumidores, y específicamente en las cinco dimensiones:

Elementos tangibles: dimensión que analiza infraestructura y recursos utilizados por la organización para un mejor servicio. (Cronin y Taylor, 1994)

Confiabilidad: dimensión que brinda soporte al cliente antes, durante y después del servicio. (Cronin y Taylor, 1994)

Responsabilidad y capacidad de respuesta: dimensión que mide la eficiencia y eficacia través del trabajo realizado por los colaboradores hacia los clientes. (Cronin y Taylor, 1994)

Seguridad: dimensión que evalúa el nivel de confianza de la organización con los clientes. (Cronin y Taylor, 1994)

Empatía: dimensión que analizar el grado de interés por parte de la organización durante el proceso operativo del servicio. (Cronin y Taylor, 1994)

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación:

Según Ñaupas et al. (2014) nos dicen que la investigación de tipo aplicada busca alternativas de solución a problemas existentes en la empresa; así mismo el presente estudio no los resolverá inmediatamente, pero si se otorgó recomendaciones para realizar los cambios pertinentes.

3.1.2. Diseño de investigación:

Diseño no experimental de corte transversal, porque se analizó la variable tal cual receptionemos la información recolectada sin realizar algún tipo de manipulación y mostrará la relación entra ambas variables en un determinado momento. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

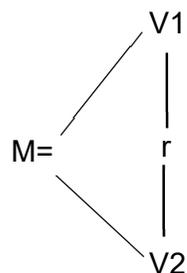
Nivel de estudio descriptivo correlacional, cuyo fin es detallar las características de las variables como se presenten al momento de recoger los datos y dar a conocer el grado de asociación entre dos o más variables, así mismo la correlación puede ser negativa o positiva, previo análisis. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

Enfoque cuantitativo, debido a que se recolectó datos para su posterior análisis que proporcione información que se pueda utilizar para responder las incógnitas en el estudio y confirmar o negar las hipótesis formuladas. (Ñaupas et al., 2014)

Representación del diseño:

Figura 2.

Esquema del diseño de investigación



Interpretación:

M: Muestra

V1: Gestión de compras

V2: Calidad de servicio

r: Coeficiente de correlación

3.2. Variables y Operacionalización

Variables 1: Gestión de compras

Definición conceptual: Gestión de compras es la manera de abastecer continuamente los bienes y/o servicios, los cuales deber administrarse en la cantidad, lugar y tiempo pactado con el comprador; recepcionando la materia prima en los plazos previstos sin interrumpir las actividades productivas en la empresa. (Heredia, 2014)

Definición Operacional: La variable fue fragmentada en 3 dimensiones: Selección de proveedores, almacén y negociación. (Heredia, 2014)

Los indicadores que conforman estas dimensiones son:

Selección de proveedores: Calidad, fluidez financiera y manejo de inventarios, alternativa de suministro, just in time y pedidos nuevos.

Almacén: Recepción e inspección, almacenaje y mantenimiento, asistencia de servicios, registro de ingreso y lay out.

Negociación: Rappels, condiciones de pago, volumen de pedido, plazos de pago y fecha de entrega directa.

Estas dimensiones fueron medidas a través de la escala de Likert con valoración ordinal: Nunca (1), casi nunca (2), a veces (3), casi siempre (4) y siempre (5).

Variable 2: Calidad de servicio

Definición conceptual: La calidad de un bien o servicios necesita de condiciones que faciliten su entendimiento, ya que son las que definen si cubren o no las necesidades de los clientes. (Villalba, 2013)

Definición Operacional: La variable fue fragmentada en 5 dimensiones: elementos intangibles, confiabilidad, seguridad, responsabilidad y capacidad de respuesta y empatía. (Cronin y Taylor, 1994)

Los indicadores que conforman estas dimensiones son:

Elementos intangibles: Higiene y tecnología

Confiabilidad: Cumplimiento y fiabilidad y tiempos.

Responsabilidad y capacidad de respuesta: Horarios y disponibilidad.

Para la dimensión Seguridad: Entendimiento y confianza y amabilidad

Para la dimensión Empatía: Profesionalismo y conocimiento de necesidad

Estas dimensiones fueron medidas a través de la escala de Likert con valoración ordinal: Nunca (1), casi nunca (2), a veces (3), casi siempre (4) y siempre (5).

Población, muestra y muestreo:

Según Ñaupas et al. (2014), refiere que la población es el conjunto de individuos, personas o instituciones que son inspiración de estudio.

La población fue constituida por todos colaboradores de la empresa, con un total de 25 personas, por lo que refiere ser una muestra de tipo censal.

Unidad de análisis: La unidad que se analizó fue un grupo de colaboradores de la empresa.

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

La técnica que se utilizó en este estudio fue la encuesta, y como instrumento el cuestionario que sirve para medir el grado de entendimiento y niveles de actitudes. Así mismo Arias (2012) nos menciona que el cuestionario se refiere a un documento validado o formato con preguntas relacionadas al objetivo de estudio.

Según Arias (2012), nos indica que el instrumento de recolección es un procedimiento para adquirir la información que se requiere a través de encuestas, entrevistas, observación, etc.; así mismo nos menciona que el instrumento más usado es el cuestionario.

Para medir la primera variable gestión de compras se empleó el cuestionario elaborado por Tafur (2020), en donde el índice de confiabilidad del instrumento es de 0.885 lo cual indica una fuerte y alta confiabilidad.

La segunda variable fue medida con el instrumento SERVPERF, propuesto por Cronin & Taylor (1992), que servirá para analizar el nivel de calidad de servicio que se desarrolla en la organización.

3.4. Procedimientos:

Para poder adquirir información y realizar la aplicación de instrumentos, primero se envió una carta de solicitud a la empresa para que brinde el acceso necesario y permiso para la aplicación de las encuestas.

Una vez concedidos los permisos, se tuvo una conversación previa con el gerente para analizar posición real de la organización y se logró conocer más a profundidad la problemática en estudio.

Se expuso ante los colaboradores el motivo del estudio asegurándoles la confidencialidad de sus datos en la aplicación y desarrollo de los instrumentos, obteniendo de esa manera su consentimiento informado. En donde se utilizó cuestionarios de gestión de compras y calidad de servicio; posterior a ello se realizó la estadística descriptiva sobre los datos con el programa Microsoft Office Excel y programa IBM SPSS Statistics 22.

3.5. Método de análisis de datos:

El método que se empleó para el análisis de la información fue la aplicación de encuestas a los colaboradores que permitieron recabar la información requerida, siendo incorporada a una base de datos en el programa Microsoft Office Excel, para luego ser exportada al programa IBM SPSS Statistics 22, con el cuál se dio a conocer el análisis estadístico descriptivo y el nivel de cada variable, así mismo a través del análisis estadístico inferencial se halló el grado de correlación, lo que ayudó a comprobar la hipótesis en estudio.

Según Ñaupas et al. (2014) refiere que, para inferir las cualidades en la muestra de la población global, probar hipótesis en base a su distribución o identificar la significatividad de las hipótesis es necesario utilizar la estadística inferencial.

Para la estadística inferencial, en esta investigación, se utilizó la prueba de normalidad de Shapiro Wilk, ya que aplica a muestras menores a 50 y la muestra en estudio fue de 25 individuos, en donde los datos mostraron una distribución normal, una prueba paramétrica y el coeficiente de Pearson como estadígrafo para la investigación, el cual indica el nivel de relación entre ambas variables. (Novales, 2010)

3.6. Aspectos éticos:

En la investigación presente se tuvo en cuenta los tres principios básicos de la ética, señalados por Belmont, como: Respeto a las personas, beneficencia y justicia; aplicados en sujetos a nivel mundial. Además, podemos aliarlos con tres elementos dentro de la investigación: Consentimiento informado, análisis de beneficios y riesgos y selección neutral de los investigadores. (The National Commission for the protection of humans subjects of biomedical and behavioral, 1978).

Así mismo en la recolección de datos se respetó a la población, según lo señalado por la resolución RD0126-2017/UCV, que indica, que la persona que esté incluida en la investigación deberá otorgar su consentimiento para utilizar sus datos, conocer la duración del estudio, beneficios y riesgos

previstos; además el investigador deberá comprometerse a cuidar la dignidad, proteger los derechos y bienestar de las personas; incluyendo la confidencialidad de sus datos íntimos.

Según Ñaupas et al. (2014). La ética en estudios científicos se centra en las políticas de investigación y en el código de ética de cada investigador; definiéndose ética como ciencia de la moral, que estudia su origen, desarrollo, naturaleza, su esencia, estructura y funciones.

IV. RESULTADOS

A continuación, se muestra los resultados obtenido mediante tablas de frecuencia y porcentaje.

4.1. Resultados descriptivos

Tabla 1.

Nivel de la variable Gestión de compra

	Frecuencia	Porcentaje
Alto	5	20%
Bajo	5	20%
Medio	15	60%
Total	25	100%

Se observa que el 60% de los colaboradores indican que la gestión de compra de la empresa tiene un nivel medio, el 20% señala que tiene un nivel alto y los restantes, que tiene un nivel bajo.

Tabla 2.

Nivel de la variable Calidad de servicio

	Frecuencia	Porcentaje
Alto	8	32%
Medio	17	68%
Bajo	0	0%
Total	25	100%

Se observa que los colaboradores solo califican en dos niveles la calidad de servicio de la empresa, el 32% señala que tiene un nivel alto y el 68% un nivel medio.

4.2. Resultados inferenciales

Prueba de hipótesis general:

Tabla 3.

Correlación entre las variables gestión de compra y calidad de servicio

				Gestión de compra	Calidad de servicio
Gestión compra	de	Correlación Pearson	de	1	,560**
		Sig. (bilateral)			,004
		N		25	25
Calidad servicio	de	Correlación Pearson	de	,560**	1
		Sig. (bilateral)		,004	
		N		25	25

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Se observa que la significancia da $0,004 < 0.05$, y su coeficiente de Pearson es $p= 0,560$ con lo que se demuestra una correlación altamente significativa directa moderada, indicando que, con una mayor gestión de compra, se elevará la calidad de servicio que se le brinda a los consumidores de la empresa.

Prueba de hipótesis específicas:

Hipótesis específica 1:

Tabla 4.

Correlación entre la variable gestión de compra y la dimensión elementos tangibles

		Gestión de compra	Elementos tangibles
Gestión de compra	Correlación de Pearson	1	,560**
	Sig. (bilateral)		,004
	N	25	25
Elementos tangibles	Correlación de Pearson	,560**	1
	Sig. (bilateral)	,004	
	N	25	25

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Como vemos, la significancia de 0,004, así como el coeficiente de Pearson es $p = 0,560$, que muestran una correlación directa moderada altamente significativa entre la gestión de compra y los elementos tangibles, con lo que se entiende que, con una mayor gestión de compra, mejorará la selección de los recursos adquiridos.

Hipótesis específica 2:

Tabla 5.

Correlación entre la variable gestión de compra y la dimensión confiabilidad

		Gestión de compra	Confiabilidad
Gestión de compra	Correlación de Pearson	1	,507**
	Sig. (bilateral)		,010
	N	25	25
Confiabilidad	Correlación de Pearson	,507**	1
	Sig. (bilateral)	,010	
	N	25	25

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Señala la significancia de $0,010 < 0,05$ y el coeficiente de Pearson es $p = 0,507$ indicando una correlación positiva directa moderada; por lo que una mejorada gestión de compra les dará a los clientes, las garantías necesarias para adquirir los productos y/o servicios.

Hipótesis específica 3:

Tabla 6.

Correlación entre la variable gestión de compra y la dimensión responsabilidad y capacidad de respuesta

		Gestión de compra	Responsabilidad y Capacidad de Respuesta
Gestión de compra	Correlación de Pearson	1	,387
	Sig. (bilateral)		,046
	N	25	25
Responsabilidad y Capacidad de Respuesta	Correlación de Pearson	,387	1
	Sig. (bilateral)	,046	
	N	25	25

Se observa la significancia de $0,046 > 0,05$, así como el coeficiente de Pearson es $p = 0,387$ demostrando una correlación positiva directa baja entre la gestión de compra y la responsabilidad y capacidad de respuesta; es decir, que una mayor gestión de compra elevará la eficiencia de las actividades laborales de los colaboradores.

Hipótesis específica 4:

Tabla 7.

Correlación entre la variable gestión de compras y la dimensión seguridad

		Gestión de compra	Seguridad
Gestión de compra	Correlación de Pearson	1	,417*
	Sig. (bilateral)		,038
	N	25	25
Seguridad	Correlación de Pearson	,417*	1
	Sig. (bilateral)	,038	
	N	25	25

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Como vemos, la significancia de 0,038 y el coeficiente de Pearson es $p = 0,417$ señala una correlación positiva directa moderada entre la gestión de compra y la seguridad; con lo que se indica que, una elevada gestión de compra se verá reflejada en la solidez de los procesos productivos de la organización.

Hipótesis específica 5:

Tabla 8.

Correlación entre la variable gestión de compras y la dimensión empatía

		Gestión de compra	Empatía
Gestión de compra	Correlación de Pearson	1	,665**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	25	25
Empatía	Correlación de Pearson	,665**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	25	25

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Como se verifica, la significancia de $0,000 < 0,05$ y el coeficiente de Pearson es $p = 0,665$ lo que indica una correlación positiva altamente directa entre la gestión de compra y la empatía; es decir, una mayor gestión de compra demostrará el interés de mejorar los procesos operativos.

V. DISCUSIÓN

Lo que se analizó fueron los resultados obtenidos en el estudio, los mismos que fueron comparados con información de investigaciones similares mencionados anteriormente en el marco teórico.

El primer resultado que se obtuvo fue el nivel de la gestión de compra; el cual demostró que el 60% de los colaboradores opina que la organización tiene un nivel medio en gestión de materia prima para la fabricación de los artículos; a lo que Hallikas et al. (2020), atribuyen a través de su investigación que la gestión de compras mejoraría el desempeño de suministros y disminuiría el riesgo operacional en sus prácticas. Así mismo se tiene a Hernández et al. (2018), quien señala que incluir la selección de proveedores en la gestión de compra es muy importante dentro de la empresa, ya que a través de estas alianzas estratégicas se obtendrá estabilidad, competitividad y garantía al momento de elaborar los productos.

De igual manera en un estudio similar, Espinoza (2018) analizó los procesos de compra de una empresa en donde encontró que el 90% de los encuestados indican que no existen métodos que permitan evaluar el crecimiento de las compras; en donde concluyó contribuyendo con indicadores alineados al rubro de la organización; con los cuales aseguró que se conseguiría facilitar los procedimientos de compra y se motivaría a los colaboradores dentro del área; así mismo Madriz (2017) en su investigación semejante también encontró falencias en los colaboradores, indicando que el 30% cuenta con un proceso estandarizado de compras, lo que hace difícil la eficacia de la cadena logística; por lo que el autor sugiere estrategias como contratación de personal calificado, planificación de abastecimientos y aumento de capacidad logística; lo que haría que mejore la productividad y a su vez con ello la calidad de servicio a los clientes.

Como segundo resultado tenemos el nivel de la calidad de servicio, en donde se obtuvo que el 68% de los colaboradores opinan que la empresa cuenta con un nivel medio; en un estudio similar Cárdenas (2021) menciona que el 49.4% de los colaboradores encuestados indican que una empresa de bienestar social tiene un nivel regular en la calidad de servicio. De igual manera en un

estudio similar, Atencio y Gonzáles (2007) lo afirman indicando que calidad de servicio es la percepción que el cliente desarrolla de acuerdo con el deseo que tiene sobre un productos o servicio que requiera.

En un estudio similar, Vela (2021) en su investigación realizada dentro de una editorial, se obtuvo que el 56.3% de los colaboradores indican que la calidad de servicio se presenta en un nivel bajo. A diferencia de un estudio realizado en una municipalidad por Santisteban y Ventura (2020), en donde el 54% de los colaboradores indican que la calidad de servicio dentro de la empresa tiene un nivel alto.

A través de su teoría de calidad de servicios, Albretch y Jan Carlzon contribuirán para elevar el nivel de calidad de la empresa, señalando que al cliente se le brinda lo que verdaderamente quiere, profundizando en sus gustos, necesidades y percepciones; en el momento que realmente lo requiera. De manera semejante Alhelalat y Habiballah (2017), sugieren que lo atractivo de la imagen, la confiabilidad que le damos al cliente y la información verdadera que se muestre en el mensaje ayudará a penetrar una percepción atrevida de calidad en la mente de los consumidores.

Según Pulgarín y Ureña (2019) mencionan que el servicio al cliente tiene un significado y características de acuerdo con su objetivo, siendo de suma importancia en los procesos operativos dentro de la organización, por lo que se necesita estar en constante capacitación para la prestación del servicio; pues existen políticas a nivel mundial que rigen la calidad de las características que presenta el productos o servicio para la satisfacer del cliente. (Normar ISO 9000)

En el presente estudio se tuvo como objetivo general determinar la relación entre las variables gestión de compras y calidad de servicio; que fueron analizadas a través de coeficiente de Pearson, el cual dio como resultado $p=0.560$, mostrando una correlación directa modera con una significancia de 0.004 que indica que su grado de relación es altamente significativa; resultados similares obtuvo Cárdenas (2021) quien a través del coeficiente de Rho de Spearman obtuvo $r = 0.898$, afirmando una correlación positiva alta entre gestión de compra y calidad de servicio con una significancia de 0.000. Así también en

la investigación semejante de Santillán (2017), halló una correlación moderada, mediante la prueba de Rho de Spearman $r=0,473$; concluyendo que los consumidores percibirán niveles altos de satisfacción en la medida que se incremente la gestión de compra.

Zapata (2021) en su estudio obtuvo resultado mediante el coeficiente de Pearson $p=0,385$, lo que significa que existe una relación alta moderada entre la variable gestión de cadena de suministro y la variable calidad, concluyendo que si se realiza una gestión eficiente se reflejará en el incremento de la productividad y rentabilidad de la empresa. Así mismo lo corrobora Tolentino (2019), mediante su estudio donde halló una correlación directa significativa a través del coeficiente de Pearson $p =0,618$; concluyendo que, si mejora la gestión de la cadena de suministro, también se mejorará la calidad de servicio y paralelamente con ello, la satisfacción del cliente. De forma similar Sotomayor (2021), halló como resultado una correlación positiva alta entre las variables gestión logística y calidad de servicio mediante el coeficiente de Pearson $p= 0,710$; con lo que concluyó que, a través de una mejorada gestión logística, se incrementaría la calidad de servicio para los consumidores.

Como primer objetivo específico se obtuvo una significancia de 0,004 y un coeficiente de Pearson de $p=0,560$, lo que demuestra una correlación directa moderada altamente significativa entre la gestión de compra y los elementos tangibles; entendiendo que, si se mejora la gestión de compra, mejores serán los recursos que se obtendrán; resultados similares obtuvo Tafur (2020) quien señala en su investigación a través de la prueba de Rho de Spearman $r=0,493$ que existe una correlación moderada entre gestión de compra y el abastecimiento de bienes; con lo que pudo concluir que si se mejora la gestión de compra será mejor y mayor la selección de abastecimiento de bienes; así como también Ventura (2021) en un estudio similar mediante el análisis de Rho de Spearman $r=,747$ y una sig. ,000 afirma la existencia de una correlación moderada entre la cadena de suministros y la tangibilidad, señalando que si existe una adecuada gestión se verá reflejada en la eficiente adquisición de la materia prima.

En una investigación similar, Malpartida et al. (2018) señalan que la dimensión que mejor interviene dentro del proceso de gestión de compras son los elementos tangibles obteniendo el 50% de desempeño en el año de estudio. Así mismo Cárdenas (2021), en un estudio semejante menciona que los elementos tangibles tienen un nivel regular con un 45.5% dentro de los procesos de la empresa.

Tal como lo indica el modelo de integración de la cadena de suministro colaborativo, es necesario sincronizar las necesidades del consumidor con el tamaño de materia prima brindada por los proveedores para mejorar la satisfacción del cliente a través de la calidad de servicio; así también señala que las funciones tácticas y operativas son necesarias para el buen funcionamiento del desempeño, el proceso del servicio al cliente y la elaboración de los productos. (Bautista et al., 2015). En una investigación similar, Uygun (2017) señala que la materia prima requerida por el departamento de compras se adquiere posterior a la mejor toma de decisiones y a una ardua evaluación de calidad y costos; así mismo se tiene en cuenta que el precio sea accesible y justo en el momento y lugar pactado.

A lo que Khigh et al. (2020) apoyan indicando que las prácticas de la gestión de suministro es una pieza clave para la gestión de los recursos estratégicos, para las cuales se requiere de mucha atención para lograr comprender el desarrollo del proceso del negocio del lado de la oferta. Así mismo Ingaldi (2019) sugiere utilizar métodos que permitan elevar la competitividad a través de la opinión de los consumidores, el más usado es la retroalimentación directa al cliente sobre el servicio, que se encarga de incluirlo activamente durante el proceso y requiriendo sugerencias de mejora para la empresa.

Tal como lo indica el modelo de integración de la cadena de suministro colaborativo, es necesario sincronizar las necesidades del consumidor con el tamaño de materia prima brindada por los proveedores para mejorar la satisfacción del cliente a través de la calidad de servicio; así también señala que las funciones tácticas y operativas son necesarias para el buen funcionamiento del desempeño, el proceso del servicio al cliente y la elaboración de los productos. (Bautista et al., 2015)

Como segundo objetivo se observa una significancia de 0,010 y el coeficiente de Pearson es $p = 0,507$ señalando una correlación positiva directa moderada entre gestión de compra y confiabilidad; por lo que se entiende que una mayor gestión de compra les dará a los clientes, las garantías necesarias para requerir los productos y/o servicios que desean. En un estudio similar Ventura (2021) obtuvo como resultado mediante el Rho de Spearman $r = ,707$ con una significancia de ,000, con el cual se afirma una correlación moderada entre la cadena de suministro y la confiabilidad; con lo que entiende que si existe una elevada gestión de los suministros mayor será la confianza de los clientes con la empresa. En un diferente modo, Malpartida et al. (2018) refuta lo indicado por el resultado anterior, debido a que, en su investigación, la confiabilidad con un 24.9%, es la dimensión que tiene bajo desempeño en el proceso de gestión de compras.

A lo que Pincay (2020) apoya a través de su investigación bibliográfica, en donde señala que las PYMES desconocen el tema de calidad de servicio; por lo que el autor sugiere que se utilice métodos confiables para medir los procesos productivos realizados por sus trabajadores, que a su vez proporcionen seguridad al momento de realizar la compra por el cliente.

Como tercer objetivo se halló la significancia de 0,046, así como el coeficiente de Pearson es $p = 0,387$ con lo que se observa una correlación positiva directa baja entre la gestión de compra y la responsabilidad y capacidad de respuesta; es decir, que una elevada gestión de compra incrementará la eficiencia de las funciones de los trabajadores. Así también Ventura (2021) presenta un estudio similar, a través de Rho de Spearman $r = ,283$ con una significancia de ,011, afirmando una correlación débil entre cadena de ministros y capacidad de respuesta, con lo que se corrobora que si existe una buena gestión de los recursos mayor la productividad de los colaboradores en la empresa. Arroyo y Benito (2019) demuestran que existe relación entre la gestión logística y la dimensión capacidad de respuesta con una sig. 0,037; sin embargo, presenta Rho de Spearman 0,794 indicando ser alta y positiva, lo que difiere con los hallazgos de la presente investigación, con lo que se afirma que si se efectúa

una adecuada gestión de bienes, servicios o información mayor será la disposición para satisfacer la demanda del mercado.

A través de un estudio similar de Hallikas et al. (2020) afirman el resultado antes mencionado; indicando que las organizaciones que invierten en la gestión de la sostenibilidad de sus compras harán que eleve el mejoramiento del desempeño del área y disminuirá el riesgo en las compras. A diferencia de Malpartida et al. (2018), indicando en sus resultados de su investigación, que la capacidad de respuesta tiene bajo desempeño con un 30% dentro del proceso de compras.

Como cuarto objetivo se observa una significancia de 0,038 y el coeficiente de Pearson es $p = 0,417$ indicando una correlación positiva directa moderada entre la gestión de compra y la seguridad; quiere decir que, una mejorada gestión de compra aumentará firmeza en los procesos productivos de la empresa, en un estudio similar, Ventura (2021) mediante el análisis de Rho de Spearman $r = ,338$ y sig. $,002$, corrobora el resultado anterior, afirmando que existe una correlación débil significativa entre cadena de suministro y seguridad; con lo que se entiende que mientras mejor se gestione los recursos, mayor será la convicción en el procedimiento de elaboración de los productos. De igual manera Hernández et al. (2018) señala a través de su investigación, una correlación positiva entre calidad y procesos productivos con un coeficiente estandarizado de $\beta = 0.356$, con lo que afirma que si se mantienen controlados los procesos productivos difícilmente se presentarán inconvenientes antes, durante y después de culminar la producción; lo que brindaría seguridad a que el producto llegue en perfectas condiciones hasta las manos de los clientes.

Para culminar, como quinto objetivo se obtuvo una significancia de $0,000 < 0,05$ y el coeficiente de Pearson es $p = 0,665$ lo que indica una correlación positiva altamente directa entre la gestión de compra y la empatía; por lo que se entiende que una mayor concentración en la gestión de compras hará mejorar los procesos productivos. De igual manera Arroyo y Benito (2019), en su estudio similar obtuvieron como resultado un Rho de Spearman $0,794$ con una sig. $0,037$ afirmando una correlación alta y significativa entre gestión logística y empatía; estableciendo que si se mejora la gestión de los recursos existirán indicadores

que incremente la atención en las necesidades del cliente. A diferencia de Ventura (2021), mediante su estudio obtuvo Rho de Spearman $r = ,485$ con una sig. $,000$, indican que existe una correlación baja significativa entre cadena de suministro y empatía, por lo que se entiende que si mejora a gestión de la cadena de suministros mayor será la preocupación por brindarle al cliente lo que verdaderamente requiera.

En un estudio similar de Morales et al. (2017), indicando que la empatía, la rapidez en el servicio y las habilidades duras y blandas son indicadores que identifican a los clientes y a su vez satisfacen sus necesidades.

En una investigación similar, la Supply Chain Council en 1996 realiza la creación del modelo SCOR, el cual propone cuatro pilares para lograr elevar la eficiencia en la cadena de suministros; el primero permite desarrollar la planificación del proceso de adquisición de elementos tangibles incluyendo estándares de calidad desde la elaboración hasta la distribución de los artículos, el segundo pilar utiliza un sistema con indicadores que analizan el rendimiento de los costos y gastos de capital y mantienen empatía evaluando externamente desde el punto de vista del cliente; la cadena de suministros a través de la fiabilidad, capacidad de respuestas y términos de entrega de los productos, con intenciones de mejorar cada procedimiento, el tercer pilar menciona las mejoras prácticas en los procesos de fabricación que permiten mantener la seguridad de entregar en perfectas condiciones y con puntualidad los productos elaborados; y el último pilar afirma que se debe determinar los efectos positivos obtenidos a través de los indicadores mencionados anteriormente, con los que se permitirá estandarizar los procesos que han incrementado el rendimiento en la empresa. (IONOS, 2020).

De igual manera, se complementará y se desarrollará de mejor manera la gestión de compras a través de la teoría de las restricciones, en donde se señala que las áreas de las empresas deben trabajar en conjunto y hacia una misma dirección, manejando un flujo de información activo para no perjudicar los procesos operativos y evitando los cuellos de botella. (ESAN Business, 2015).

La metodología utilizada halló el grado de correlación entre ambas variables lo que permitió analizar la situación de la empresa en la actualidad con intenciones de sugerir recomendaciones para mejorar sus procedimientos.

Las limitaciones que se presentaron fueron: el impedimento de la evaluación de la influencia de la variable gestión de compra en la variable calidad de servicio, debido a que se utilizó el diseño no experimental en el presente estudio; otra dificultad fue conseguir con rapidez el resultado del cuestionario por motivos de aislamiento y normas de bioseguridad, ello implicó que la aplicación de la encuesta sea de manera virtual a través de Google forms y por último, que no se logró tener contacto con la población para motivarlos al desarrollo del instrumento y evaluar si estaban siendo sinceros cuando lo realizaron.

VI. CONCLUSIONES

Primera: En el resultado de la hipótesis general medido a través del coeficiente de Pearson se obtuvo $p=0,560$ y sig. $0,004$, lo que afirma que existe una correlación altamente significativa directa moderada, lo que quiere decir que a una elevada gestión de compras mayor será la calidad de servicio que se le otorgue a los clientes.

Segunda: Existe una correlación directa moderada altamente significativa entre la gestión de compras y elementos tangibles; mediante un coeficiente de Pearson de $0,560$ y sig. $0,004$, lo que indica que, con una mejorada gestión de compras, será mejor la adquisición de los recursos.

Tercera: Existe una correlación positiva directa moderada entre gestión de compras y confiabilidad a través de Pearson $p= 0,507$ con una sig. $0,010$, por lo que se entiende que a mayor gestión de compras se les demostrará a los clientes la confianza de compras los productos de la empresa.

Cuarta: Existe una correlación positiva directa baja entre gestión de compras y la responsabilidad y capacidad de respuesta, con Pearson de $p=0,387$ y sig. $0,056$, es decir si la gestión de compras es buena, mayor será la eficiencia en el trabajo de los colaboradores.

Quinta: Existe correlación positiva directa moderada entre la gestión de compras y seguridad mediante el coeficiente de Pearson $p=0,417$ y sig. $0,038$, lo que indica que una elevada gestión de compras prometerá una mayor estabilidad en los procesos productivos en la empresa.

Sexta: Existe una correlación positiva altamente directa entre gestión de compras y empatía, medidos por Pearson $p=0,665$ con una sig. $0,000$, señalando que si es buena la gestión de compras se verá reflejado en realizar funciones que superen las expectativas de los clientes.

VII. RECOMENDACIONES

Primera: Al jefe de la organización, realizar alianzas estratégicas con proveedores que cuenten con certificaciones de estándares de calidad, para que tenga la seguridad de conseguir los recursos en el momento y lugar indicado.

Segunda: Al jefe de recursos humanos, plantear de manera estratégica el perfil de cada puesto laboral dentro del área de compras, permitiéndole seleccionar al profesional idóneo que cuente con la capacidad de liderar y negociación sobre la adquisición de materia prima.

Tercera: Al jefe del área de compras, desarrollando proyecciones de ventas de los artículos, que le permitan tener la capacidad de respuesta cuando se necesite sin tener que posponer entregas a los clientes.

Cuarta: Al jefe del área de compras, planificar y ejecutar capacitaciones sobre el manejo de la gestión de compras y estándares de calidad de servicio a los colaboradores del área, con intenciones de que incremente la seguridad en los procesos productivos.

Quinta: Al gerente, plantear políticas de calidad con las que puedan analizar cada uno de sus procedimientos de elaboración de los artículos y a su vez le permitan perfeccionarlos.

REFERENCIAS:

- Aguilera, C. (2000). Un enfoque gerencial de la teoría de las restricciones. Scielo. Vol. 16. No. 77. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232000000400004
- Albrecht, K y Zemke R. (1988). The triangle of service. *Gerencia del Servicio* (pp. 31 – 47). Legis Editores. Bogotá
- Albrecht, K y Zemke R. (1988). What we can learn about service from Scandinavia. *Gerencia del Servicio* (pp. 19 – 30). Legis Editores. Bogotá
- Alhelalat, J., Habiballah, M. (2017). A model of service quality aspects conveyed in hotel advertising. *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, Vol. 7, 2. Recuperado de: http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/14461/A-model_of_service.pdf?sequence=2
- América economía. (1 de febrero de 2022). *La OMC advierte que la cadena de suministro seguirá sufriendo; mientras, las empresas carecen de respuestas a la contingencia.* <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/la-omc-advierte-que-la-cadena-de-suministro-seguira-sufriendo-mientras-las-empresas-carecen-de-respuestas-a-la-contingencia>
- Arias, F. (2012). El proyecto de investigación. 6ta ed. Editorial Episteme. Venezuela.
- Arroyo, J., Benito, R. (2019), La gestión logística y la calidad de servicio del personal administrativo en la subgerencia de logística de la municipalidad provincial de Huancavelica, año 2018. Tesis de licenciatura. Universidad Nacional de Huancavelica. Recuperado de: <http://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/2683/TESIS-2019-ADMINISTRACION-ARROYO%20MONTA%20Y%20BENITO%20SORIANO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Barquin, J. (9 de julio 2020). *La gestión de compras. Entornos, formas y etapas*.
<https://www.gestiopolis.com/la-gestion-de-compras/>
- Bautista, H et al. (2015). *Integration model of collaborative supply chain*. Scielo.
Vol 82. No. 193. Recuperado de:
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0012-73532015000500019
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación, para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (3ra. edición). México: Pearson Educación.
- Biachini, C., et al. (2018). The contribution of green logistics and sustainable purchasing for green supply chain management. Independent journal of management & production. Vol. 9,3. Recuperado de:
<http://www.ijmp.jor.br/index.php/ijmp/article/view/789>
- Calderón P. (19 de mayo 2002). *Teoría y elementos del servicio al cliente*.
<https://www.gestiopolis.com/teoria-y-elementos-del-servicio-al-cliente/>
- Cronin, J. & Taylor, S. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling, Performance-Based and Perceptions Minus Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*, 58, 55-68
- EAE Business School. *La cadena de suministro paso a paso: de la gestión de compras a la logística*. Recuperado el 04 de mayo 2022, de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/de-la-gestion-de-compras-a-la-logistica-la-cadena-de-suministro-paso-a-paso/>
- ESAN Business (2015). ¿Qué es la teoría de las Restricciones (TOC)?
Recuperado el 27 de junio de 2022, de:
<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/que-teoria-restricciones-toc>
- Escuela europea de excelencia. (s.f.). *Desarrollo del concepto calidad*.
Recuperado el 05 de mayo de 2022, de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/quienes-somos/>

- Hallikas, J., Lintukangas, K., Kahkonen, A. (2020). The effects of sustainability practices on the performance of risk management and purchasing. *El sevier*. Vol. 263. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652620316267>
- Heredia, N. (2015). *Gerencia de compras*. (2da ed.). Bogotá, Edit. Ecoe Ediciones, p.p.368
- Ingaldi, M. (2019). Service quality management -preliminary results of survey for customers. *Independent journal of management & production*. Vol. 10,6. Recuperado de: <http://paulorodrigues.pro.br/ojs/ijmp/index.php/ijmp/article/view/945>
- IONOS (20 de octubre del 2020). Modelo SCOR: definición y funciones. <https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/vender-en-internet/modelo-scor/>
- Knight, L., et al. (2020). Researching the future of purchasing and supply management: The purpose and potential of scenarios. *El Sevier*. Vol. 26. Recuperado de: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1478409220300777?token=39A1FEFF5480CD8731799AA2134B047B5FBFBA4BD65A772A03E3FA39831F2D0B545610F4BB2007BB76A152ACCD21FE20&originRegion=us-east-1&originCreation=20220609050055>
- Manrique A. (2016). *Gestión y diseño: Convergencia disciplinar*. Scielo. N. 40, pp.129 – 158. <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n40/n40a06.pdf>
- Marañón, P. (17 de agosto 2021). *¿Qué es la gestión de compras? Funciones y procesos*. <https://blogs.upn.edu.pe/postgrado/2021/08/17/que-es-la-gestion-de-compras-funciones-y-procesos/>
- Mercado, S. (2003). *Generalidades*. *Compras*. Principios y aplicaciones. Cuarta Edición (pp. 2 – 15). Grupo Noriega Editores.

- Mercado, S (2003). "Compras. Principios y aplicaciones". Cuarta Edición, Limusa, Grupo Noriega Editores, México D.F., México.
- Mishima, M. (01 de diciembre 2021). *El 66% de empresas en el país tiene un nivel de gestión incipiente en su cadena de suministros.*
https://www.ey.com/es_pe/news/2021/12/empresas-pais-gestion-cadena-suministros
- Mogre, R., Lindgreen, A. and Hingley, M. (2017), "Tracing the evolution of purchasing research: future trends and directions for purchasing practices", *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 32 No. 2. Recuperado de: <https://doi.org/10.1108/JBIM-01-2016-0004>
- Montoya, A. (2009). *Administración de compras*. Ecoe Ediciones.
- Morales, J., Ovalles, L, Valdez, N., Morales, J. (2017). Indicators of quality in the service in the private health Enterprise. *ECORFAN-Spain Journal*. Vol. 4,6. Recuperado de: https://www.ecorfan.org/spain/journal/vol4num6/ECORFAN_Journal-Spain_V4_N6.pdf
- Ortiz, I. (2020). *COVID-19 La función de compras en la gestión de la crisis.* Deloitte. <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/strategyoperations/article/s/funcion-de-compras-gestion-de-crisis.html>
- Pérez, A. (24 de abril 2020). *La importancia de la función de compras.*
<https://meetlogistics.com/cadena-suministro/funcion-de-compras/>
- Piazza, R. (2021). La evolución del modelo de compras. *Cinco Días.*
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/08/02/opinion/1627884499_741459.html
- Portal, C. (21 de junio 2011.). *Gestión de compras.*
<https://www.gestiopolis.com/gestion-de-compras/>
- Quiroa, M. (08 de febrero 2021) *Administración científica.*
<https://economipedia.com/definiciones/administracion-cientifica.html>

- Quiroa, M. (08 de febrero 2021). *Gestión de compras*. <https://economipedia.com/definiciones/administracion-cientifica.html>
- Ramos, E. et al. (2020). El modelo Servperf como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. *Universidad y Sociedad*, 12(2), 417-423.
- Rojas, D. (s.f.). *Teorías de la calidad. Orígenes y tendencias de la calidad total*. Recuperado el 05 de mayo de 2022, de <https://www.gestiopolis.com/teorias-de-la-calidad-origenes-y-tendencias-de-la-calidad-total/>
- Sangri, A. (2014). *Administración de compras*. Grupo editorial Patria. <https://editorialpatria.com.mx/mobile/pdf/files/9786074386202.pdf>
- Santisteban, M., Ventura, P. (2020). Gestión logística y calidad de servicio de la Unidad logística de la municipalidad distrital de Pacasmayo, año 2020. Tesis de licenciamiento. Universidad César Vallejo. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/67104/Santisteban_AMI-Ventura_CPP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sugandini, D, et al. (2020). Green supply management and green marketing strategy on green purchase intention: SMEs cases. *Journal of Industrial Engineering and Managment*. Vol. 13,1. Recuperado de: <https://www.jiem.org/index.php/jiem/article/view/2795>
- Susan, M., Winarto, J., Gunawan, I. (2021). Development of Service Quality Model as Determinants toward Banking Performance. *Estudios de economía aplicada*. Vol.39.4. Recuperado de: <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/4629>
- Taylor, F. (1969). Fundamentos de la administración científica. *Principios de la Administración Científica* (11° edición) (pp. 19-35). México: Herrero Hnos. S. A.
- The National Comission for the protection of humans subjects of biomedical and behavioral. (1978). The Belmont Report Ethical Principles and Guidelines

for the Protection of Human Subjects of Research.
<https://uis.com.mx/assets/belmont.pdf>

Uygun, M. (2017). Purchasing decisions at private hospitals in the framework of resource dependency theory. Independent journal of management & production. Vol.8,4. Recuperado de:
<http://www.ijmp.jor.br/index.php/ijmp/article/view/634>

Vela, R. (2022). La gestión logística y calidad de servicio en la empresa Editorial María Trinidad S.A.C. Lima 2021. Tesis para grado de maestro. Universidad César Vallejo. Recuperado de:
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/82954/Vela_MRP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ventura, C. (2021). Gestión de la cadena de suministro y calidad del servicio en la droguería labdearles medica S.A.C.-2021. Tesis de para grado de maestro. Universidad César Vallejo. Recuperado de:
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/72246?locale-attribute=es>

Westreicher, G. (07 de agosto 2020). Gestión.
<https://economipedia.com/definiciones/gestion.html>

Zeithaml, V. et al. (2009). Marketing de servicios. México: Mc Graw Hill. Quinta edición

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de consistencia de Gestión de compras y calidad de servicio en los colaboradores de una empresa de Trujillo, 2022.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES / CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS	
<p>Problema principal: ¿En qué medida la gestión de compras se relaciona con la calidad de servicio en los colaboradores de una empresa de publicidad de Trujillo, 2022?</p> <p>Problemas específicos: ¿En qué medida la gestión de compras se relaciona con los elementos tangibles?, ¿En qué medida la gestión de compras se relaciona con la confiabilidad?, ¿En qué medida la gestión de compras se relaciona con la responsabilidad y capacidad de respuesta?, ¿En qué medida la gestión de compras se relaciona con la seguridad? Y ¿En qué medida la gestión de compras se relaciona con la empatía?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la relación entre la gestión de compras y la calidad de servicios en los colaboradores de una empresa de publicidad de Trujillo, 2022.</p> <p>Objetivos específicos: Determinar la relación entre gestión de compras y elementos tangibles, determinar la relación entre gestión de compras y confiabilidad, determinar la relación entre gestión de compras y responsabilidad y capacidad de respuesta, determinar la relación entre gestión de compras y seguridad; y determinar la relación entre gestión de compras y empatía.</p>	<p>Hipótesis general: Existe relación significativa entre la gestión de compras y calidad de servicio en los colaboradores de una empresa de publicidad de Trujillo, 2022.</p> <p>Hipótesis específicas: (HE1) Existe relación significativa entre gestión de compras y elementos tangibles. (HE2) Existe relación significativa entre gestión de compras y confiabilidad. (HE3) Existe relación significativa entre gestión de compras y responsabilidad y capacidad de respuesta. (HE4) Existe relación significativa entre gestión de compras y seguridad. (HE5) Existe relación significativa entre gestión de compras y empatía.</p>	<p>Variable 1: Gestión de compras</p> <p>Variables 2: Calidad de servicio</p>	
			Dimensiones	Indicadores
			<p>Gestión de compras</p> <p>Selección de proveedores Almacén Negociación</p> <p>Calidad de servicio</p> <p>Elementos tangibles Confiabilidad Responsabilidad y capacidad de respuesta Seguridad Empatía</p>	<p>Gestión de compras</p> <p>Selección de proveedores: Calidad, fluidez financiera y manejo de inventarios, alternativa de suministro, just in time y pedidos nuevos. Almacén: Recepción e inspección, almacenaje y mantenimiento, asistencia de servicios, registro de ingreso y lay out. Negociación: Rappels, condiciones de pago, volumen de pedido, plazos de pago y fecha de entrega directa</p> <p>Calidad de servicio Elementos intangibles: Higiene y producto de limpieza Confiabilidad: Cumplimiento y fiabilidad y tiempos. Responsabilidad y capacidad de respuesta: Horarios y disponibilidad. Seguridad: Entendimiento y confianza y amabilidad Empatía: Profesionalismo y conocimiento de necesidad</p>

ANEXO 2: Matriz de operacionalización de Gestión de compras y calidad de servicio en los colaboradores de una empresa de Trujillo, 2022.

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Variables e indicadores				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Rangos
Gestión de compras	Gestión de compras es la manera de abastecer continuamente los bienes y/o servicios, los cuales deben administrarse en la cantidad, lugar y tiempo pactado con el comprador; recepcionando la materia prima en los plazos previstos sin interrumpir las actividades productivas en la empresa. (Heredia, 2014)	La variable fue fragmentada en 3 dimensiones: Selección de proveedores, almacén y negociación. (Heredia, 2014)	Selección de proveedores	Calidad	1,2	Escala de Likert: (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre	(Bajo) 30 - 70 (Medio) 71 - 110 (Alto) 111 – 150
				Fluidez financiera y manejo de inventarios	3,4		
				Alternativa de suministro	5,6		
				Just in time	7,8		
				Pedidos nuevos	9,10		
			Almacén	Recepción e inspección	11,12		
				Almacenaie y mantenimiento	13,14		
				Asistencia de servicios	15,16		
				Registro de ingreso	17,18		
			Negociación	Lay out	19,20		
				Rappels	21,22		
				Condiciones de pago	23,24		
				Volumen de pedido	25,26		
Plazos de pago	27,28						
				Fecha de entrega directa	29,30		
Calidad de servicio	La calidad de un bien o servicios necesita de condiciones que faciliten su entendimiento, ya que son las que definen si cubren o no las necesidades de los clientes. (Villalba, 2013)	La variable fue fragmentada en 5 dimensiones: elementos intangibles, confiabilidad, seguridad, responsabilidad y capacidad de respuesta y empatía. (Cronin y Taylor, 1994)	Elementos tangibles	Tecnología	1,2	Escala de Likert: (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre	(Bajo) 22 - 51 (Medio) 52 - 81 (Alto) 82 – 110
				Limpieza	3,4		
			Confiabilidad	Cumplimiento y fiabilidad	5,6		
				Tiempos	7,8		
			Responsabilidad y capacidad de respuesta	Horarios	9,10,11		
				Disponibilidad	12,13		
			Seguridad	Entendimiento	14,15		
				Confianza y amabilidad	16,17		
			Empatía	Profesionalismo	18,19,20		
				Conocimiento de necesidad	21,22		

ANEXO 3: Instrumento – Gestión de compras

Instrucción: Se solicita su colaboración contestando con sinceridad cada uno de los ítems presentados a continuación:

Niveles:

1. Nunca
2. casi nunca
3. a veces
4. casi siempre
5. siempre

ENCUESTA GESTIÓN DE COMPRAS – TAFUR (2020)						
	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN				
Nº	DIMENSIÓN 1: SELECCIÓN DE PROVEEDORES	1	2	3	4	5
	INDICADOR: CALIDAD					
1	Por lo general en la empresa seleccionan correctamente a sus proveedores.					
2	Los productos que comercializa cuentan con certificaciones de calidad.					
	INDICADOR: FUIDEZ FINANCIERA Y MANEJO DE INVENTARIOS					
3	Los proveedores cuentan con respaldo económico para afrontar variaciones en la empresa.					
4	Los proveedores cuentan con manejo de inventario óptimo.					
	INDICADOR: ALTERNATIVA DE SUMINISTRO					
5	De presentarse la necesidad de compras de productos se cuenta con diversas alternativas de suministros.					
6	Se realiza un control diario y semana de las existencias de mercaderías.					
	INDICADOR: JUST IN TIME					
7	Los proveedores cumplen con los plazos de entrega de pedidos.					
8	Los proveedores cuentan con capacidad de respuesta.					
	INDICADOR: PEDIDOS NUEVOS					
9	Los métodos empleados para realizar pedidos nuevos son ventajosos para la empresa.					
10	Se realiza proceso de adquisición de nuevos equipos.					
	DIMENSIÓN 1: ALMACEN					
	INDICADOR: RECEPCION E INSPECCIÓN					
11	El horario de recepción de mercaderías es el adecuado.					
12	El personal de almacén inspecciona correctamente la mercadería que ingresa.					
	INDICADOR: ALMACENAJE Y MANTENIMIENTO					
13	El personal de almacén manipula correctamente la mercadería en el almacén.					
14	Existe un diagrama de flujo en el almacén.					
	INDICADOR: ASISTENCIA DE SERVICIOS					
15	Cuenta con asistencia de servicio frente de eventualidades.					
16	Cuenta con personal capacitado que brinda asistencia técnica.					
	INDICADOR: REGISTRO DE INGRESO					
17	Realiza el registro oportuno y adecuado del ingreso de mercadería al almacén.					
18	Utilizan el Kardex para el registro de entrada y salida de productos.					

	INDICADOR: LAY OUT					
19	La distribución física del almacén de productos es adecuada.					
20	Existen señalizaciones de evacuación y emergencias dentro del almacén de productos de la empresa.					
	DIMENSIÓN 1: NEGOCIACIÓN					
	INDICADOR: RAPPEL					
21	El personal utiliza estrategias de negociación para el beneficio de la empresa.					
22	El rappel negociado con los proveedores puede aumentar por el volumen de las compras.					
	INDICADOR: CONDICIONES DE PAGO					
23	La empresa cumple con pagar oportunamente a sus proveedores.					
24	Los proveedores sobrevaloran los precios de recompra modificada.					
	INDICADOR: VOLUMEN DE PEDIDO					
25	Se debe hacer un estudio antes de llegar a realizar el volumen del pedido.					
26	Se detectan casos en que los productos no cumplen con los estándares de calidad.					
	INDICADOR: PLAZOS DE PAGO					
27	Es poco probable que los plazos de pago benefician a la empresa.					
28	La empresa cumple con los plazos de pago.					
	INDICADOR: FECHA DE ENTREGA DIRECTA					
29	Los proveedores con los que se trabaja, cumplan con la fecha de entrega.					
30	Las compras directas tienen un resultado eficaz para la institución.					

ANEXO 4: Instrumento Calidad de servicio

Instrucción: Se solicita su colaboración contestando con sinceridad cada uno de los ítems presentados a continuación:

Niveles:

1. Nunca
2. casi nunca
3. a veces
4. casi siempre
5. siempre

INSTRUMENTO SERVPERF - CRONIN Y TAYLOR (1992)						
	DESCRIPCIÓN	VALORIZACIÓN				
Nº	DIMENSION: ELEMENTOS INTANGIBLES	1	2	3	4	5
	INDICADOR: TECNOLOGÍA					
1	Los equipos de la empresa tienen la apariencia de ser modernos.					
2	Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas.					
	INDICADOR: HIGIENE					
3	Los empleados de la empresa tienen apariencia pulcra.					
4	La apariencia de las instalaciones de la empresa está acorde con el tipo de servicio prestado.					
	DIMENSION: CONFIABILIDAD					
	INDICADOR: CUMPLIMIENTO Y FIABILIDAD					
5	Cuando la empresa promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen					
6	Cuando usted tiene un problema, la empresa muestra un sincero interés en solucionarlo					
	INDICADOR: TIEMPO					
7	La empresa es confiable					
8	La empresa provee el servicio oportuno					
	DIMENSION: RESPONSABILIDAD Y CAPACIDAD DE RESPUESTA					
	INDICADOR: HORARIOS					
9	Mantienen archivos de información					
10	Los empleados informan con precisión a los clientes cuando concluirá el servicio.					
11	Los empleados actúan con rapidez.					
	INDICADOR: DISPONIBILIDAD					
12	Los empleados siempre se muestran dispuestos a ayudarle.					
13	Los empleados no están muy ocupados para atender sus consultas.					
	DIMENSION: SEGURIDAD					
	INDICADOR: ENTENDIMIENTO					
14	El comportamiento de los empleados transmite confianza.					

15	Usted se siente seguro en sus transacciones con los empleados en la empresa.					
	INDICADOR: CONFIABILIDAD Y AMABILIDAD					
16	Los empleados son siempre amables con usted.					
17	Los empleados reciben el adecuado apoyo para realizar bien su trabajo.					
	DIMENSION: EMPATIA					
	INDICADOR: POFESIONALISMO					
18	Los empleados brindan atención individual					
19	Los empleados brindan una atención personalizada.					
20	Los empleados se preocupan por mejorar su servicio.					
	INDICADOR: CONOCIMIENTO DE NECESIDAD					
21	Los empleados comprenden sus necesidades					
22	La empresa tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.					

ANEXO 5: Fichas técnicas de los instrumentos.

Ficha técnica de gestión de compras.

Información:	Descripción:
Nombre del instrumento:	Instrumento que mide la gestión de compras
Autor:	Tafur More, Julissa Elizabeth
Lugar:	Lima
Fecha de aplicación:	2020
Objetivo:	Determinar la percepción gestión de compras
Administrado por:	Valdivia Herrera, Víctor Miguel
Tiempo:	5 minutos
Margen de error:	5%

Nota: Elaborado por Tafur (2020)

Ficha técnica de calidad de servicio

Información:	Descripción:
Nombre del instrumento:	Instrumento SERVPERF
Autor:	Cronin & Taylor (1992)
Lugar:	Trujillo
Fecha de aplicación:	30 de mayo 2022
Objetivo:	Determinar la percepción calidad de servicio
Administrado por:	Valdivia Herrera, Víctor Miguel
Tiempo:	5 minutos
Margen de error:	5%

ANEXO 6: Prueba de Normalidad.

Prueba de normalidad Shapiro-Wilk

Variables	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de compra	,950	25	,257
Calidad de servicio	,968	25	,587

H_0 : Los datos tienen una distribución normal

H_1 : Los datos no tienen una distribución normal

Para la variable gestión de compra se observa el valor de $p=,257 > \alpha=,05$, por lo que se acepta la hipótesis nula, y se rechaza la alterna que indica que si cuenta con una distribución normal la variable.

Para la variable calidad de servicio se muestra el valor de $p=,587 > \alpha=,05$, por lo que se acepta la hipótesis nula, y se rechaza la alterna que indica que si cuenta con una distribución normal la variable.

Como se observa los resultados de ambas variables han sido positivos demostrando una distribución normal, se empleó una prueba paramétrica y el coeficiente de Pearson para obtener el grado de correlación entre las mismas.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GERENCIA DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, RAMIREZ LAU SANDRA CECILIA, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GERENCIA DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Gestión de compras y calidad de servicio en los colaboradores de una empresa de publicidad de Trujillo, 2022", cuyo autor es RAMIREZ REYES JHARICSA ABIGAIL, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

TRUJILLO, 27 de Julio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
RAMIREZ LAU SANDRA CECILIA DNI: 18100336 ORCID 0000-0002-6970-2778	Firmado digitalmente por: SCRAMIREZL el 07-08- 2022 13:45:40

Código documento Trilce: TRI - 0376831