



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD Y MEJORA CONTINUA

EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR

COMERCIO – RUBRO FERRETERÍAS, CASO SAN ISIDRO FIAL S.R.L.

SATIPO, 2020

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS**

ADMINISTRATIVAS

AUTORA

SALAZAR CAMPOS, ROCIO FELICIANA

ORCID: 0000-0003-4004-641X

ASESORA

PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEÉ

ORCID ID: 0000-0001-8823-2655

SATIPO – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Salazar Campos, Rocío Feliciana

ORCID: 0000-0003-4004-641x

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,

Satipo, Perú

ASESORA

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID ID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,

Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Piura, Perú

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-8071-8327

Espinosa Otoy, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgr. Carmen Rosa Azabache Arquinio

ORCID 0000-0001-8071-8327

Miembro

Mgr. Víctor Hugo Espinosa Otoyá

ORCID 0000-0002-7260-5581

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

DEDICATORIA

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Ha sido el orgullo y el privilegio de ser su hija, son los mejores padres.

A mis hermanas (os) por estar siempre presentes, acompañándome, a lo largo de esta etapa de mi vida.

AGRADECIMIENTO

A Dios por la vida, por guiarme a lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

A la Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño, gracias por su paciencia, por compartir sus conocimientos de manera profesional e invaluable, por su dedicación perseverancia y tolerancia.

RESUMEN

La presente investigación estableció como objetivo investigar y determinar la relación significativamente entre Gestión de Calidad y Mejora Continua, de las MYPES, rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. del distrito de Satipo, provincia de Satipo, año 2020. La misma que se desarrolló bajo metodología de investigación del tipo correlacional, no experimental, transversal y la aplicación de un cuestionario estructurado por 20 preguntas de escala ordinal tipo Likert. Se concluyó que en relación al objetivo general, si existe una relación significativa entre la Gestión de Calidad y la Mejora Continua, San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020, en relación al objetivo específico entre la Calidad con la Mejora Continua, se pudo concluir que el 31% señalan que siempre muestran calidad, el 60% señalan que casi siempre y el 09 % señalan que algunas veces muestran calidad en sus servicios. En relación entre la estrategia con la Mejora Continua, se concluyó que el 20% señalan que siempre muestran estrategias, el 40% señala que casi siempre y el 40 % señalan que algunas veces muestran estrategias al momento de satisfacción de sus clientes. En relación entre la satisfacción con la Mejora Continua, se concluyó que el 20% de los clientes señalan que siempre tienen satisfacción absoluta al momento de su compra, el 50% señalan que casi siempre y el 30% señalan que algunas veces muestran satisfacción al momento de ir a comprar al local con sus precios de sus productos y no tiene competencias.

Palabras Clave: Gestión de Calidad, Mejora Continua.

ABSTRACT

The objective of this research was to investigate and determine the significant relationship between Quality Management and Continuous Improvement, of the MYPES, hardware stores, case "San Isidro Fial" S.R.L. from the district of Satipo, province of Satipo, year 2020. The same that was developed under correlational, non-experimental, cross-sectional research methodology and the application of a questionnaire structured by 20 questions, ordinal scale type Likert. It was concluded that in relation to the general objective, if there is a significant relationship between Quality Management and Continuous Improvement, San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020, in relation to the specific objective between Quality with Continuous Improvement, it could be concluded that 31% indicate that they always show quality, 60% indicate that almost always and 09% indicate that sometimes they show quality in their services. Regarding the strategy with Continuous Improvement, it was concluded that 20% indicate that they always show strategies, 40% indicate that they almost always and 40% indicate that they sometimes show strategies at the time of customer satisfaction. Regarding satisfaction with Continuous Improvement, it was concluded that 20% of customers indicate that they always have absolute satisfaction at the time of their purchase, 50% indicate that almost always and 30% indicate that sometimes they show satisfaction at the time to go shopping at the store with their prices for their products and has no competencies.

Keywords: Quality Management, Continuous Improvement.

CONTENIDO

Equipo de trabajo.....	ii
FIRMA DE JURADO Y ASESOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO	viii
Índice de tablas	x
Índice de figuras	xi
Índice de ilustraciones	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	6
2.1 Antecedentes.....	6
2.1.1 Variable 1: Gestión de calidad.....	6
2.1.2 Variable 2: Mejora Continua	9
2.2 Bases teóricas de la investigación	18
2.2.1 Variable 1: Gestión de Calidad.....	18
2.2.1.3 Satisfacción	20
2.2.2 Variable 2: Mejora Continua	21
2.2.2.1 Mejora.....	21
2.2.2.2 Organización.....	22
III. HIPÓTESIS	23
A continuación se le presenta la Hipótesis General:.....	23
Del mismo modo se le da a conocer las hipótesis específicas.....	23
IV. MÉTODOLOGÍA.....	24
4.1 Tipo de Investigación	24

4.2	Diseño de la investigación.....	24
4.3	El universo y muestra.....	25
4.4	Definición y operacionalización de variables.....	26
4.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	29
4.6	Plan de análisis.....	29
4.7	Matriz de consistencia.....	
4.8	Principios éticos	31
V.	RESULTADOS	32
5.1	RESULTADOS DESCRIPTIVO.....	32
VI.	CONCLUSIONES	51
6.1	RECOMENDACIONES	53
6.2	ANÁLISIS DE RESULTADO	53
6.3	RESULTADO INFERENCIAL.....	57
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	66
Anexo 1:	Instrumentos de recolección de datos.....	69
Anexo 2:	Consentimiento Informado.....	71
Anexo 3:	Carta de Autorización al Gerente	72
Anexo 4:	Firma de los Expertos	73

Índice de tablas

<i>Tabla 2 Operacionalización de la variable de Gestión de Calidad.....</i>	27
Tabla 3 Operacionalización de la variable de Mejora Continua	28
<i>Tabla 4 Matriz de consistencia</i>	30
Tabla 5: Servicios brindados Gestión de Calidad son confiables	32
Tabla 6: Servicios brindados por la empresa son satisfactorio	33
Tabla 7: Están capacitados para trabajar con clientes descontentos	34
Tabla 8: Trabajadores respetuosos al momento de la atención.....	35
Tabla 9: Calidad de atención.....	36
Tabla 10: Atención a su pleno agrado	36
Tabla 11: Innovación para que sus clientes estén satisfechos	37
Tabla 12: Satisfacción con los tratos recibidos por parte de sus trabajadores	38
Tabla 13: Objetivo de mejora	39
Tabla 14: Mejores Precio y Económicos	40
Tabla 15: Precio justo y peso exacto	41
Tabla 16: Productos de Calidad y Garantía	42
Tabla 17: Precios Productos.....	43
Tabla 18: Competencia de otros comercios	44
Tabla 19: Trabajo eficaz	45
Tabla 20: Sistema de control.....	46
Tabla 21: Estrategia de Clientes.....	47
Tabla 22: Gestión de Empresa	48
Tabla 23: Productos y Elementos.....	49
Tabla 24: Constante desarrollo	50

Tabla 25: Correlación entre las variables V1 Gestión de Calidad y V2

Mejora Continua 57

Tabla 26: Correlación entre la D1 Calidad y la V2 Mejora Continua..... 60

Índice de figuras

Figura 1 : Servicios brindados Gestión de Calidad son confiables	33
Figura 2: Servicios brindados por la empresa son satisfactorio	34
Figura 3: Los trabajadores están capacitados para trabajar con clientes descontentos.....	34
Figura 4: Trabajadores respetuosos al momento de la atención	35
Figura 5: Calidad de atención	36
Figura 6: Atención a su pleno agrado.....	37
Figura 7: Innovación para que sus clientes estén satisfechos	38
Figura 8: Satisfacción con los tratos recibidos por parte de sus trabajadores.	39
Figura 9: Objetivo de mejora	40
Figura 10: Mejores Precios Y Económicos	41
Figura 11: Precio justo y peso exacto.....	42
Figura 12: Productos de Calidad y Garantía	43
Figura 13: Precios de Productos.....	44
Figura 14: Competencia de otros comercios.....	45
Figura 15: Trabajo Eficaz Con los trabajadores.....	46
Figura 16: Sistema de control	47
Figura 17: Estrategias de Clientes	48

Figura 18: Gestión de Empresa	49
Figura 19: Productos y Elementos Vendidos.....	50
Figura 20: Constante Desarrollo	51

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Medida de Dispersión de Variables V1 y V2	59
Ilustración 2: Medida de Dispersión de D1 y V2 Mejora Continua	61
Ilustración 3: Medida de Dispersión de D2 y V2.....	62
Ilustración 4: Medida de Dispersión de D3 y V2 Mejora Continua	64
Ilustración 5 : Consentimiento Informado	70
Ilustración 6 : Carta de Autorización	72

I. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación se realizó con la finalidad de poder tener la opción de saber si los microempresarios manejan su MYPE con la Gestión de calidad y la mejora continua en el rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. del distrito de Satipo, provincia de Satipo, año 2020; donde se descubrirá los modelos Gestión de calidad y la mejora continua comparable al soporte de calidad del cliente y / o comprador.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2016). Menciona que el propósito de mejorar la atención al cliente en las organizaciones peruanas, hace referencia que hay problemas en la mentalidad de numerosas personas empresarias, que solo buscan cubrir sus propias necesidades transitorias, es decir en sus costos y no consideran la lealtad del consumidor a largo plazo, es decir, no se concentran bien y tratan de comprender sus propias ventajas sin preocuparse por lo que el cliente necesita, que es la naturaleza de la atención, por lo que no pueden separarse de la oposición con elementos y administraciones que logran manos altas, entendiendo que los clientes obtienen beneficios en asociaciones.

Los micros y las pequeñas empresas se crean a partir del escaso de trabajo que expresan, las enormes organizaciones nacionales, ni las empresas mundiales han podido completar con la demanda de empleos. Los MYPE son el motor de negocios y la base de creación de actividades. Las ofertas se amplían creando grandes ventajas, lo que favorece el desarrollo de PBI – (Producto Bruto Interno). En cualquier caso, se enfrentan a inconvenientes que ocasionalmente limitan la protección de larga distancia.

Como se puede analizar en esta investigación, los microempresarios aún dependen de su información de observación, que obtuvieron en sus antecedentes, como por ejemplo la atención al cliente, una circunstancia que se ve más tarde cuando la empresa deja de avanzar y se produce un estancamiento. Bajo este criterio, nos interesa investigar el tema de gestión de calidad y mejora Continua, en las MYPES del rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L, del distrito de Satipo, que se conviertan en una empresa de servicios con la que tenemos contacto y que esperamos sea una parte de la filosofía de la mejora continua, y que además tengan la oportunidad de crear y mejorar, sobre la atención al cliente, donde existe indefectiblemente mucho trabajo por realizarse.

En la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizara el diseño no experimental y se realizara una encuesta para recolectar dicha informaciones a través de un cuestionario de Scala de Likert de rubro ferretería, caso “San Isidro Fial” S.R.L., 2020.

De la cual, surge la pregunta de la investigación, lo que permitirá profundizar el proyecto. ¿De qué manera la gestión de calidad se relaciona con la mejora continua en el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, caso “San Isidro Fial” S.R.L.? Para la solución al problema, se determinado el objetivo general: Determinar de qué manera se relaciona Gestión de calidad y la mejora continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo.

Este trabajo de investigación se encuentran dividido en los siguientes capítulos: **Capítulo I.** Introducción, **Capítulo II** Revisión de la literatura donde se muestras los antecedentes de las dos variables, **Capítulo III.** Hipótesis se formulan las posibles

respuestas, **Capítulo IV.** Metodología, **Capítulo V.** Resultado y **Capítulo VI.** Conclusiones.

Las empresas MYPES surgen de la necesidad que no ha sido satisfecha por el Estado, ni por enormes organizaciones nacionales, ni por las empresas de grandes organizaciones globales, y de esta manera, estos individuos, guiados por esa necesidad, buscan enfoques para crear sus propias fuentes de pago, recurren a varios con la intención de lograr su propio ingreso, creando sus propias organizaciones a través de pequeñas empresas, a fin de tener ingresos para sus familiares (Jiménez, 2016).

En el Perú, hay más de 1.9 millones de MYPES formales que trabajan en el mercado peruano, recolectado del año 2018. Este fragmento comercial nos da conocer que el 99.5% de las organizaciones completan la economía peruana, el 96.2% son proyectos de menor escala, el 3.2% poco. Lo que es más, 0.1% medio. El 87.6% de ellos están comprometidos con el intercambio y los beneficios, y el resto (12.4%) con movimientos lucrativos (producción, desarrollo, agro negocios, minería y pesca deportiva). En los últimos cinco años (2013-2018), la cantidad de organizaciones formales en esta sección se ha expandido a un ritmo anual normal de 7.2%. En cualquier caso, un alto nivel de familiaridad a pesar de todo continúa, ya que el 48.8% de los MYPE están inscritos en SUNAT (INE 2018).

La empresa de rubro ferreterías, “San Isidro Fial” S.R.L. considera que uno de los principales problemas que tiene es sobre la mejora continua, ya sea para mejorar su negocio, superar situaciones de difícil en su flujo de atención al cliente, o expandir sus actividades. En cualquiera de estos casos, tienen dificultades para su gestión de calidad. Tendría que cumplir con una serie de exigencias dependiendo de la envergadura de su negocio. En la empresa “San Isidro Fial” cuenta con un total de 5

trabajadores de personas la cual está conformado por (gerente, contador, secretaria, y ayudantes) que contribuyen a brindar la atención y satisfacer con sus servicios a los pobladores de todo Satipo.

Así mismo se plantea el siguiente enunciado del problema de la investigación:
¿De qué manera la gestión de calidad se relaciona con la mejora continua en el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L.?

Para la cual se propuso como objetivo general, determinar de qué manera se relaciona Gestión de calidad y la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo.

Mientras que el objetivo específicos son: (a) Determinar la relación entre la Calidad con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector servicios comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo. (b) Identificar la relación entre la estrategia con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo. (c) Describir la relación entre la satisfacción con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo.

Por esta parte la presente investigación se justifica por que busca determinar las características de las MYPE según Hernández, Fernández y Baptista (2016) determinan que la "justificacióm del estudio muestra la explicación detrás de la investigacióm, expresando sus razones. A través de la legitimación debemos demostrar que la revisión es vital y significativa" (p.40). La actual investigación tiene pertinencia del estudio de justificación de la investigación de Práctica o Metodológica.

La presente Justificación Práctica investiga que el estudio sirva para hacer o proponer posibles respuestas para mejorar la Gestión de Calidad y la Mejora Continua, así en este sentido para mejorar el desarrollo de las organizaciones bajo investigación. Los procedimientos de consideración con respecto al grupo de interés previsto, preparan a los encuestados de la lealtad del consumidor, mejoran así las estrategias de exhibición con el objetivo de que se resuelva en qué puntos de vista se está quedando corto y logren una mejora constante en los procedimientos.

La presente investigación tiene justificación metodológica porque se desarrollará con un instrumento para evaluar las variables de Gestión de Calidad y Mejora Continua en el micro y pequeñas empresas, de tal forma que permita medir la relación entre ambas variables en el ámbito de la empresa San Isidro Fial S.R.L. Asimismo, dicho instrumento servirá de referencia para otras investigaciones.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Variable 1: Gestión de calidad

Carrasco (2018) en su tesis titulado “La naturaleza de la administración y la atención al cliente en el motel "Karen Estefanía" en la ciudad de Guano, en el área de Chimborazo. Riobamba - Ecuador “, para optar el grado de título de Licenciado en Administración; su problema de investigación fue: ¿Cuál es el impacto del valor en la administración y la atención al cliente en el motel "Karen Estefanía" en la ciudad de Guano, en el área de Chimborazo. Riobamba - Ecuador? su objetivo era: evaluar la asistencia al cliente de la junta directiva del hotel Karen Estefanía en la ciudad de Guano, provincia de Chimborazo. Con el universo de 124 clientes externos e internos los que se aplicaron las descripciones generales para conocer la naturaleza de la administración que obtienen en el hotel; En la presente investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal: Utilizando la estrategia deductiva, ilustrativa y transversal para la estructura no exploratoria, su población fue de 18 comercios que se evaluaron los factores que lo acompañan: naturaleza de la administración, el 70% de los visitantes expresaron que las administraciones son valiosas, el 30% hizo referencia a que las administraciones son habituales. En conclusión: se prescribe para ofrecer apoyo y consideración de calidad a través de un marco basado en procedimientos, reglas, tipos de administraciones, características, habilidades y otra información esencial que debe aplicarse o ejecutarse en el

momento en que se proporciona la administración para que pueda consentir, los deseos del cliente y adquirir su fiabilidad.

Sánchez (2017) en su tesis titulada “Evaluación de la Calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa.” para optar el grado de tesis académico de maestra en administración; su problema de investigación fue: ¿Cuál es la percepción de los clientes, sobre la calidad del servicio en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán?, Tuvo como objetivo general: Evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán, la investigación fue de tipo descriptivo, para su ejecución se planteó la metodología de ServQual de Zeithaml, Parasuraman y Berry lo que permitió la descripción, el registro, análisis, interpretación y medición de las variables de estudio: calidad de servicio al cliente; tuvo un nivel cuantitativo lo que permitió inspeccionar utilizando técnicas de conteo y medición se manejó un diseño no experimental, transversal; con el cual se cuestionó a los clientes seleccionados de forma sistemática. En la cual la dimensión o variable con mayor insatisfacción corresponde a elementos tangibles (- 0.22), seguida por capacidad de respuesta (-0.21), empatía (- 0.16), fiabilidad (-0.14) y confiabilidad (-0.13). Estos valores indican que en ninguna de las cinco variables o dimensiones se superan las expectativas de los clientes. (70 clientes). Se concluyó: Que, según la evaluación realizada, el Índice de Calidad del Servicio –ICS, indica que existe insatisfacción en los clientes por el servicio recibido.

Ortiz (2017), “Modelo de gestión de calidad y su efecto en las ventas de la Finca el Moral de la parroquia el Triunfo del cantón Patate”, de la

Universidad Técnica de Ambato – Ecuador, para optar el título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios; objetivo general: Diseñar un proyecto de Mejoramiento Continuo para incrementar las ventas de la Finca el Moral. Con una población de 31 cliente; el tipo de investigación es básica, descriptivo correlacional, el diseño de la investigación es no experimental correlacional transversal y de enfoque cuantitativo. Llegando a la conclusión: La recopilación de datos y eventos del entorno, así como el procesamiento de las consecuencias del análisis, conducen a un entendimiento y comprensión de la dinámica interna, por lo que puede fortalecer sus procesos de productividad e innovación hacia lo interno de la organización.

Por otro lado Gonzales, (2018) presentado su tesis “La Gestión Calidad y el acceso a financiamiento de las pymes del sector comercio en la ciudad de Bogotá “en su tesis para optar el grado de bachiller, para desarrollar los propósitos de esta investigación se ha seleccionado una población de 1465 Pymes que reportaron información a la Superintendencia de Sociedades de 2008 a 2013; el tipo de investigación corresponde a un enfoque cuantitativo, no experimental, longitudinal, exploratorio y correlacionar. En una primera fase de investigación cualitativa analizó cuatro empresas del sector de tecnologías de la información del área metropolitana de Barcelona-España con el objetivo de elaborar el marco teórico en que se basa la investigación cuantitativa. Y en la segunda fase encuestó a 11 pequeñas 9 empresas y 4 medianas empresas. Llegando a la conclusión que las pequeñas y medianas empresas consideran que el conocimiento organizativo les permite ampliar, modificar y fortalecer su oferta de productos y servicios; toma de base la

filosofía de una de las empresas en la que expresa: “somos conscientes de que nuestro sector es un sector continuamente cambiante tienes que estar constantemente desaprendiendo y aprendiendo de nuevo.

2.1.2 Variable 2: Mejora Continua

Agudelo (2019) en su tesis titulada Mejora continua y Comercialización de Productos de Aseo Industrial a la Pontificia Universidad Javeriana Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas carrera de Administración de Empresas Bogotá D. C. que analiza el Mercado compuesto por 82 empresas con el objetivo de identificar atributos que valoran los clientes y que no son atendidos para crear un factor diferenciador entre los que destacan. El estudio por su finalidad fue aplicado, por su nivel fue descriptivo y por su temporalidad fue transversal; se utilizó un diseño no experimental. La muestra es de tipo no probabilística y está compuesta por sus clientes. En conclusión de sus componentes químicos, Ofrecer entrenamiento a los empleados, Brindar charlas que permitan tener un contacto más personal; finalmente concluye que estos atributos son de carácter humano, lo cual son características que va más allá de ofrecer un producto, para brindar una educación en diferente perspectiva a los miembros involucrados con los productos.

A continuación se presentara la investigación Nacional:

Por otro lado Rodríguez (2017), en su tesis titulada “Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la Fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos

hidrobiológicos, casco urbano del distrito de chimbote, 2016” de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Perú; para optar el título profesional de licenciado en administración; su problema de investigación fue: ¿Cómo funciona la administración de la naturaleza de atención al cliente en la devoción de escalas miniaturizadas y pequeñas organizaciones en la división administrativa de restaurantes de artículos hidrobiológicos en la zona urbana de la localidad de Chimbote, 2016 ?, su objetivo general de investigación fue: Decidir el impacto del valor de los ejecutivos bajo el punto focal de asistencia al cliente en la dedicación de pequeñas y pequeñas organizaciones en la parte de administración, clasificación de cafés de artículos hidrobiológicos en la región urbana del área de Chimbote, 2016. Como lo indica su metodología, el trabajo de exploración fue cuantitativo 16 ya que tenía una estructura que podía medirse, obtuvo los resultados que lo acompañan: en relación con los atributos de calidad Publicidad de gestión bajo el punto focal de asistencia al cliente: el 55,6% de los propietarios aquí y allá, de hecho, algunas veces no administran esa atención es auspicioso, el 58,3% de los propietarios aquí y allá realmente, de vez en cuando no se preparan trabajadores para atender a los clientes. Esta investigación es de nivel aplicada, dado que la información obtenida del mercado sirve para que a corto plazo se tomen las acciones pertinentes. En esta investigación se utilizó un diseño no experimental de corte transversal, no experimental debido a que no se manipuló deliberadamente tanto la variable. Su muestra es lo que se utilizó a todos los elementos de la población, por accesibilidad a ellos Criterio de Exclusión. La conclusión: que la mayoría de los agentes son de orientación sexual

masculina, tienen un nivel de instrucción fundamental, y consideran que los propietarios son parte del tiempo hacer, de vez en cuando no supervisa que la consideración sea conveniente, considere que a menudo funciona bien para los clientes, de manera consistente la administración y la consideración obtuvieron.

Según Vásquez (2017) en su tesis titulada “Calidad de la atención como procedimiento para atraer clientes en el Banco de la Nación de Huamachuco, la libertad, 2017” de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Perú; para optar el título profesional de licenciado en administración; su problema es: ¿Cuál es el efecto de la naturaleza de la atención al cliente como metodología para atraer clientes en el banco de La Nación de Huamachuco, oportunidad, 2017?, el objetivo general: decidir si la naturaleza de la asistencia al cliente como procedimiento crea un efecto notable para la seguridad del cliente en el Banco de la Nación en Huamachuco, La Libertad, 2017. La configuración de exploración no es exploratoria, ya que se observan las maravillas a medida que suceden en su entorno normal. Con los resultados que lo acompañan: se indica que el 47.2% de los clientes y trabajadores del Banco de la Nación de Huamachuco, consideran que la naturaleza de la atención al cliente es normal y en este sentido la seguridad de los clientes es de fuerza media, se demuestra que el 82% de los clientes y trabajadores del Banco de la Nación de Huamachuco, consideran la fundación y el equipo como componentes de la naturaleza de la asistencia al cliente. Su conclusión: Que la naturaleza de la atención al cliente como procedimiento produce un efecto notable en el 47,2% de la normalidad

para atraer clientes en el Banco de la Nación de Huamachuco, La Libertad, 2017.

Tadeo (2016) en su investigación titulada para optar el grado de magister académico publica “Indicadores de Gestión y la Gestión de Calidad en la Municipalidad Distrital de Pillco Marca, 2016”; el objetivo general de la investigación fue establecer la relación entre los indicadores de gestión y la gestión de calidad en la Municipalidad Distrital de Pillco Marca, 2016. El tipo de investigación es básica, descriptivo correlacional, el diseño de la investigación es no experimental correlacional transversal y de enfoque cuantitativo. La muestra es de tipo no probabilística y está compuesta por 9 funcionarios de la Municipalidad Distrital de Pillco Marca. La técnica que se utilizó fue la encuesta y como instrumentos de recolección de datos fue el cuestionario aplicado a los funcionarios. Para la validez de los instrumentos se utilizó el juicio de expertos y para la confiabilidad del instrumento se utilizó el Alfa de Cronbach teniendo como resultado 0.68, es decir; moderada confiabilidad para la variable indicadores de gestión y 0.54 para la variable Gestión de Calidad, también considerando de moderada confiabilidad. Para la prueba de hipótesis se aplicó la Prueba no paramétrica de Pearson. En la presente investigación se concluyó que existe una relación positiva moderada de 0,605 entre los indicadores de gestión y la Gestión de Calidad en la Municipalidad Distrital de Pillco Marca, 2016.

Enciso (2018) en su estudio titulado “Mejora continua en la empresa Estanterías Metálicas J.R.M. S.A.C. Lima, en el periodo 2018”, tesis para obtener el título profesional de: Licenciado de Administración consideró

como finalidad determinar el nivel de la mejora continua en la empresa Estanterías Metálicas J.R.M. S.A.C. en Lima en el periodo 2018. El estudio por su finalidad fue aplicado, por su nivel fue descriptivo y por su temporalidad fue transversal; se utilizó un diseño no experimental. Las técnicas de recolección de datos fueron la encuesta para el personal de la empresa Estanterías Metálicas J.R.M. S.A.C., por lo tanto la población y la muestra fue de 80 trabajadores escogidos en base al muestreo no probabilístico e intencional. La conclusión de la investigación arrojo que la percepción de los empleados sobre la mejora continua en la empresa Estanterías Metálicas J.R.M. S.A.C. en Lima en el periodo 2018, fue deficiente.

Avalos (2018) en su tesis titulada “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MYPES, sector comercio rubro ferreterías en el centro de Tumbes, 2018”. Tesis para optar el título profesional de Licenciada en administración Tuvo como objetivo general: Determinar la caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MYPES, sector comercio rubro ferreterías en el centro de Tumbes, 2018, Utilizando como metodología el tipo de investigación descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental, y mediante la utilización de la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de datos para una población de 68 clientes de las MyPes dedicadas al rubro ferreterías, se concluyó que los precios competitivos la empresa realiza precios superiores a la competencia, debido a que la empresa ofrece precios altos para crear conciencia en el cliente de que los productos son de mejor calidad y además

la empresa aplica márgenes de ganancia considerables para la venta de sus productos.

A continuación se presentara la investigación Local:

Taipe, H. (2017) en su tesis titulada “Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro ferreterías, distrito de Satipo, año 2017.”, de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Perú; para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Su problema de investigación fue: ¿Cuál es la caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro ferreterías, distrito de Satipo Provincia de Satipo, año 2017?. Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar la caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro ferreterías, distrito de Satipo Provincia de Satipo, año 2017. se desarrolló bajo metodología de investigación del tipo descriptiva, no experimental, transversal y la aplicación de un cuestionario estructurado por 19 preguntas, obteniéndose como resultados: el 80% de los representantes legales pertenecen al sexo masculino, el 40% de las MYPE tienen entre 1 a 5 años de funcionamiento y un 40% de entre 11 años de funcionamiento a más, cuentan de entre 1 a 4 trabajadores; que el 80% de la muestra encuestada tienen definidas su Misión, Visión y Valores, el 100% gestiona su MYPE bajo la filosofía de la mejora continua. Se concluyó: que los micro y pequeños empresarios que administran las MYPES, tienen conocimientos empíricos sobre gestión de calidad bajo el enfoque de

atención al cliente en las mypes del sector comercial, debido a que no han tenido la oportunidad de capacitarse en relación a estos importantes elementos que va servir para realzar de manera sostenible el nivel de atención a los clientes que eligen sus establecimientos.

Así mismo Chelley, (2018) en su tesis titulado “La Gestión de Calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro servicio en la atención de las telefonías para el cliente, del distrito de satipo, provincia satipo, año 2017”. Trabajo de investigación para optar el grado Académico de bachiller en ciencias Administrativas, se ha desarrollado utilizando la investigación del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 30 clientes y 3 Mype con un total de 33 muestras, realizando un cuestionario de 29 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 100% de los encuestados tienen de 31 a 50 años de edad, el 100% tiene de 0 a 3 años en el cargo, el 100% de las telefonías tiene de 3 a 6 años a más en el rubro, el 100% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 66.7% de las telefonías planifican los objetivos de la misma, el 56.6% de los clientes califican como bueno la calidad del servicio que recibe. Y llegando a la conclusión que la mayoría de los representantes son los encargados (otros 66.67%), la totalidad de las empresas fueron creadas con los objetivos de generar ganancias (100%), la mayoría de las empresas planifican sus objetivos (66.7%) y finalmente la mayoría de los clientes consideran buena la calidad del servicio que recibe (56.6%).

Así mismo Davila (2019) en su tesis titulada “Gestión de Calidad y el uso de Tic en las micro y pequeñas empresas ferreteras en el distrito de satipo 2019” la investigación fue de tipo correlacional, el método empleado fue: El método general científico aplicado. La población estuvo constituida por 15 representantes del establecimiento de ferreterías del distrito de Satipo, para medir el grado de correlación se utilizó a través del Excel y software estadístico SPSS V.25 Podemos afirmar que existe una correlación entre la Gestión de Calidad y las TIC con una probabilidad de error de 2,2%. En tal sentido de acuerdo al coeficiente $r=0,583$ que midió la relación entre la Gestión de Calidad y las TIC podemos concluir que ambas variables se relacionan de manera positiva fuerte, pudiendo de esta manera determinar que a través de la Gestión de calidad relaciona significativamente y propicia al uso de tecnologías de información dentro de los establecimientos encuestados con un porcentaje de 65,61%.

Ames (2016) en su tesis titulada “Gestión de Calidad y Formalización de las mypes en el sector de servicios, rubro instituciones Educativas en el nivel Inicial, Primaria y Secundaria, del distrito de satipo, año 2016” Este documento académico con metodología de investigación del tipo descriptivo – transversal - no experimental, aplicó un cuestionario estructurado de 28 preguntas a través de la técnica de encuesta, obteniéndose como resultados: Del emprendedor; edad: joven-adulto (30 a 44 años) 60% y adulto (45 a 64 años), 40%. El 66.7% son de sexo femenino y 33,3% sexo masculino; el 100% tienen instrucción universitaria, el 60% es Licenciado, 20% Ingeniero y 20% otras especialidades. Respecto a formalización: el 93.3% está

formalizado; el 100% se constituyó como persona jurídica; el principal beneficio de la formalidad es operar según ley (100%); un 53.3% tiene a su personal en planillas; el 73.3% está acogido al Régimen General y 26.7% al Régimen Especial. En Gestión de Calidad, el 86.7% conoce los alcances de una gestión de calidad; el 100% se interesan en la mejora continua; el 100% utiliza documentos de gestión. El 73.3% estableció y publicó la misión y visión de su organización; el 93.3% definió los valores a practicar. El 100% ha definido su estructura orgánica. El 100% diseño y sigue un Plan de Negocios. Finalmente, las mypes del rubro si aplican Gestión de Calidad; el 93.34% está de acuerdo que la Gestión de Calidad permite alcanzar objetivos; el 100% que aplica gestión de calidad, logró mejores indicadores.

Paez (2019), “La calidad de Servicio y su influencia en la Satisfacción de los Clientes de las Pollerías del Distrito de Satipo, 2019”, de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Perú; para optar el título profesional de licenciado en administración; tiene por objetivo general: Determinar en qué medida la calidad de servicio influye en la Satisfacción de los clientes de las pollerías - Satipo. La investigación tipo correlacional. Con una población muestral de 30 clientes, llegando a la conclusión: Al determinar la relación se toma en cuenta el grado de significancia planteado del (5%) determinando la correlación de dimensiones, se puede concluir que hay una relación entre la política y estrategia con la ventaja competitiva con un error de 1.4%. Por lo tanto, se puede decir que, si existe grado de relación entre las dos dimensiones, de esta manera se puede afirmar que la entidad pudo satisfacer al cliente. Así mismo se puede afirmar que si existe grado de correlación fuerte entre la

política y estrategia. De la misma forma hay una correlación de dimensiones de la variedad, claridad y accesibilidad en el precio del producto y se puede afirmar que hay cierta relación entre la rapidez y la buena atención personalizada es bueno para que los clientes queden muy satisfechos.

2.2 Bases teóricas de la investigación

2.2.1 Variable 1: Gestión de Calidad

La Gestión de calidad se centra no solo en la naturaleza de un artículo, son acciones de las cuales se obtienen la calidad y también se le conoce con el término “Administración” este alude a dirección, gobierno y coordinación de actividades. La editorial Vértice, (2019) define:

La (ISO 9001/2008), caracteriza que este es el camino hacia el fortalecimiento de la calidad y el control para obtener una estrategia completa en el cumplimiento del comprador, la seriedad en el mercado y su firmeza, ofreciendo una situación de satisfacción durante el tiempo dedicado a comprar el artículo y / o el servicio. La administración de calidad tiene como razón principal, la actividad en toda sincronía de las organizaciones y de esta manera pueden demostrar que sus artículos y / o administraciones dependen de las pautas de calidad, esto para actualizar este marco de calidad. (p.35)

2.2.1.1 Calidad

Enrique Müller, (2018). Da conocer que la atención sobre que una asociación y / u organización es refrescante para un alto calibre y está en equilibrio, justo cuando descubre cómo superar los puntos de vista de los clientes y / o compradores, el personal que trabaja y la propia asociación.

Servicio: Domínguez, (2012) menciona

Domínguez, (2012) menciona que el proceso los servicios, en todas las empresas y organizaciones líderes obsesionadas con la excelencia del servicio, manejan el servicio de diferentes formas; para ganar la confianza y lealtad de cada consumidor (p56).

Clientes:

Domínguez, (2012). Es un individuo o entidad que compra la mercancía y presta servicios que ofrece una organización, el cliente puede comprar un artículo y/o productos; o esencialmente obtenerlo para que otra persona lo utilice, el cliente es el principal punto focal de cualquier organización, ya que todos los planes y sistemas de promoción deben participar, crearse y actualizarse dependiendo del cliente. (p. 55)

Atención:

La atención se considera al servicio que brinda una empresa para interactuar con sus clientes y visualizar el cumplimiento de sus necesidades, es un poderoso instrumento para interactuar con los clientes al brindar orientación suficiente para garantizar de un bien o servicio. Álvarez, J. (2011, p.368)

Aseguramiento de la calidad:

González y Arciniegas (2016) afirman. “Que según las Normas ISO 9000 es el conjunto de las actividades planeadas para obtener la debida certeza de que el resultado del proceso productivo tendrá los niveles de calidad requerido” (p.22). Esto afirma que se debería tener la necesidad de confiar la función de calidad que se está realizando.

2.2.1.2 Estrategia

Estrategia

González y Arciniegas (2016) es un plan para coordinar un problema, que se plantea de unas acciones para las satisfacciones de los clientes con una progresión de actividades organizadas que ayudan a resolver las elecciones y lograr los resultados más ideales con un objetivo y así obtener un beneficio.(p.30)

Satisfacción:

González y Arciniegas (2016) afirma: es una proporción de cómo los productos y los servicios de una organización cumplen o superan los deseos del cliente, ofrecer un producto de un precio menor que el de la competencia se conoce como señalamiento calidad-precio. (p.30).

Objetivos:

Permite orientar la política de una empresa, para mejorar en sus actividades y sus diferencias acciones y así poder cambiar en su gestión empresarial. (Gonzales, 2017, p. 16)

2.2.1.3 Satisfacción

González y Arciniegas (2016) afirma: es una proporción de cómo los productos y los servicios de una organización cumplen o superan los deseos del cliente, ofrecer un producto de un precio menor que el de la competencia se conoce como señalamiento calidad-precio. (p.30).

Precio:

El costo es la cantidad importante para obtener un objetivo de bienes, servicio u otro objetivo. Normalmente es una suma relacionada con el dinero. Para que ocurra un intercambio, el costo debe ser reconocido por los compradores y vendedores. (Gonzales, 2017, p. 12)

Producto:

Es un conjunto de bienes y/o servicios que recibe los clientes con el objetivo de satisfacer necesidades. Los son las consecuencias de haber realizado, según las especificaciones técnicas, las actividades correspondientes en la magnitud y el tiempo previstos. Andia, W. (2019, p.110)

Competencia:

Se caracteriza por la fuerza que un individuo necesita para unir muchas capacidades a fin de lograr una razón particular en una circunstancia dada, actuando de manera relevante y moral. Andia, W. (2019, p.110)

2.2.2 Variable 2: Mejora Continua

Pabón, J. (2016) afirma: Es un procedimiento que significa mejorar los elementos, las administraciones y los procedimientos de una asociación a través de una organización general, que organiza la base para garantizar el ajuste de los circuitos y continúa con el descubrimiento de errores o territorios para el desarrollo. (p 19-31)

2.2.2.1 Mejora

Álvarez, J. (2011, p. 368) es un vínculo de la parte administrativa de una empresa donde esta los directivos y sindicatos muestran una eficacia, en ese caso su aceptación es una meta o un fin específico.

Eficacia:

Se refiere al grado de cumplimiento de los objetivos previstos y en qué medida se están logrando. La eficacia es un concepto que da cuenta del grado de cumplimiento superior con valor agregado de los propósitos, cuya perspectiva es medir el grado de avance respecto al universo, la focalización, cobertura y el impacto. Álvarez, J. (2011, p.368)

Empresa:

Pabón, J. (2016) Es una unidad financiera social compuesta por componentes humanos, materiales y especializados, cuyo objetivo es obtener beneficios a través de su inversión en el mercado de productos y emprendimientos. Para esto, utiliza componentes beneficiosos (trabajo, tierra y capital). (p.22)

2.2.2.2 Organización

Según la Ley N.º 28015 Las MYPES. son elementos de una unidad económica que está constituida por una persona natural o jurídica, para su desarrollo bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, contemplada en la legislación vigente.

Gestión:

Domínguez, (2012). La mype debe tener una administración adecuada para lograr sus objetivos, como lo describió el autor, quien hace referencia que la gestión en una asociación compuesta por grupos de trabajos con individuos para lograr destinos, supervisando adecuadamente los activos utilizables. , posible y una paridad ideal (p33).

Elemento:

Pabón, J. (2016) es un proceso químico o físico de una composición de un elemento son los elementos que les ayuda a relacionarse: planear, organizar, dirigir y controlar Garantía. (p.33)

Desarrollo:

Pabón, J. (2016). Es un proceso por el cual se desarrolla y crece en su evolución. En el trabajo de una actividad podemos ejecutar para el desarrollo de un

proyecto determinado y también es la explicación sobre un tema amplia que está por descubrirse. (p19-31)

III. .HIPÓTESIS

A continuación se le presenta la Hipótesis General:

La Gestión del Calidad se relaciona significativamente con la mejora continua en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo”, 2020.

Del mismo modo se le da a conocer las hipótesis específicas

La calidad se relaciona significativamente con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. del distrito de Satipo.

La estrategia se relaciona significativamente con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. del distrito de Satipo.

La satisfacción se relaciona significativamente con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. del distrito de Satipo.

IV. MÉTODOLÓGIA

4.1 Tipo de Investigación

El estudio a realizar es de tipo correlacional, ya que se realizara con un estudio de la relación existente entre las variables Gestión De Calidad y Mejora Continua.

(Galan, 2015). Refiere que la investigación es correlacional, sobre la base de que se realiza un ensayo medible de la conexión entre los factores de investigación y, en este sentido, decide la conexión entre los factores de estudio.

4.2 Diseño de la investigación

La investigación que se realizara es el diseño no experimental:

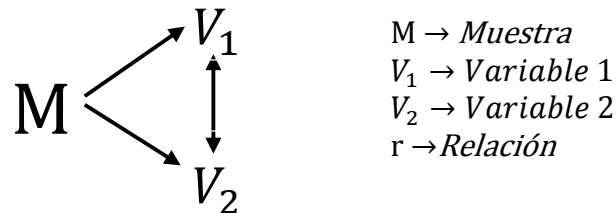
Fue No experimental. - Porque se utilizara sin manipular deliberadamente “Gestión de Calidad y Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. del distrito de Satipo”, es decir se observara el fenómeno en su estado normal como se encuentra dentro de su desarrollo. (Hernández, Fernández y Baptista 2016) lo refiere:

El investigador no reemplaza intencionalmente las variables independientes. Se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos. (p. 66)

Fue Transversal. - Porque la presente investigación “Gestión de Calidad y Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector

comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. del distrito de Satipo 2020”. Se realizara en un tiempo difinido, donde habrá un inicio y un fin para el resultado.

Dónde:



V1 = Gestión de Calidad

V2 = Mejora Continua

4.3 El universo y muestra

Población

La población es una gran parte del considerable número de componentes que estamos contemplando, sobre los cuales intentamos hacer inferencias.

La población en estudio está conformada por todas las clientes que es un número limitado que sería participe un promedio de 100 clientes. El muestreo seria de tipo no probalístico y de técnica intencional ya que se realizara de modo directo a los clientes que recurran al establecimiento de la empresa rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. del distrito de Satipo. Serán tomados por conveniencia a 55 clientes públicos.

Muestra

Es un subgrupo del universo o población del que se recopilará la información y que debe ser agente en caso de que necesite resumir. La

inspección de no probabilístico ocurre cuando la decisión de los componentes no se basa en la probabilidad, sin embargo, hace que se relacionen las cualidades de la exploración o quién está haciendo.

(Hernández, R., Collado, F., Baptista, L. 2016, p. 88). El muestreo será de tipo no probabilístico y no aleatorio, de técnica intencional, ya que se encuestará de modo directo a los clientes que desean participar y que estos sean clientes que recurran al establecimiento. Serán tomados de manera intencional a 55 clientes públicos, porque el muestreo será no aleatoria y tipo intencional con la encuesta de Scala de Likert.

La población serán los clientes que recurran a la empresa San Isidro Fial que estará constituido por número limitado, este sería de 100 clientes. El muestreo será de tipo no probabilístico y no aleatorio, de técnica intensional o por conveniencia, ya que se encuestará de modo directo a los clientes que desean participar y que estos sean clientes que recurran al establecimiento. Serán tomados por conveniencia a 55 clientes públicos.

Según, Palella y Martins (2010):

n = tamaño de la muestra

N = Población

e = Margen de error

$$n = \frac{N}{e^2(N - 1) + 1}$$

$$n = \frac{100}{0.09^2(100 - 1) + 1}$$

$$\mathbf{n = 55}$$

4.4 Definición y operacionalización de variables

Variable 1: Gestión de Calidad

Vértice, (2019). La Gestión de calidad se centra no solo en el producto, servicio y competencia, o satisfacción del consumidor, en la forma de adquirirlo.

Tabla 1 Operacionalización de la variable de Gestión de Calidad

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones		Indicadores	
Gestión de calidad	En este libro denominado: la gestión de calidad (ISO 9001/2008), caracteriza que este es el camino hacia el fortalecimiento de la calidad y el control para obtener una estrategia completa en el cumplimiento del comprador, la seriedad en el mercado y su firmeza, ofreciendo una situación de satisfacción durante el tiempo dedicado a comprar el artículo. (Vértice, 2010, p.342)	La variable 1 "GESTION DE CALIDAD", fue medida por medio de un cuestionario que posee diferentes ítems, teniendo en cuenta los indicadores para su óptima ejecución.	Calidad	Da conocer que la atención sobre que un producto o servicio que le otorga para la satisfacción de sus necesidades y está en equilibrio, justo cuando descubre cómo superar los puntos de vista de los clientes y / o compradores, el personal que trabaja y la propia asociación. (Enrique Müller, 1991, p.5)	Servicio	Menciona que, este proceso los servicios, en todas las empresas y organizaciones líderes obsesionadas con la excelencia del servicio, manejan el servicio de diferentes formas; para ganar la confianza y lealtad de cada consumidor. (Domínguez, 2012, p56)
					Cientes	Es un individuo o entidad que compra la mercancía y presta servicios que ofrece una organización, el cliente puede comprar un artículo y/o productos; o esencialmente obtenerlo para que otra persona lo utilice, el cliente es el principal punto focal de cualquier organización, ya que todos los planes y sistemas de promoción deben participar, crearse y actualizarse dependiendo del cliente. (Domínguez, 2012, p. 55)
					Atención	La atención se considera al servicio que brinda una empresa para interactuar con sus clientes y visualizar el cumplimiento de sus necesidades, es un poderoso instrumento para interactuar con los clientes al brindar orientación suficiente para garantizar de un bien o servicio. (Álvarez, J. 2011, p.368)
			Estrategia	Es un plan para coordinar un problema , que se plantea de unas acciones para las satisfacciones de los clientes con una progresión de actividades organizadas que ayudan a resolver las elecciones y lograr los resultados más ideales con un objetivo y así obtener un beneficio. (González y Arciniegas, 2016, p.30)	Satisfacción	Una proporción de cómo los productos y los servicios de una organización cumplen o superan los deseos del cliente, ofrecer un producto de un precio menor que el de la competencia se conoce como señalamiento calidad-precio. (González y Arciniegas, 2016, p.30)
					Objetivos	Permite orientar la política de una empresa, para mejorar en sus actividades y sus diferencias acciones y así poder cambiar en su gestión empresarial. (Gonzales, 2017, p. 16)
					Satisfacción	Es una proporción de cómo los productos y los servicios de una organización cumplen o superan los deseos del cliente, ofrecer un producto de un precio menor que el de la competencia se conoce como señalamiento calidad-precio. González y Arciniegas, 2016, p.30)
			Satisfacción	Es una proporción de cómo los productos y los servicios de una organización cumplen o superan los deseos del cliente, ofrecer un producto de un precio menor que el de la competencia se conoce como señalamiento calidad-precio. González y Arciniegas, 2016, p.30)	Precio	El costo es la cantidad importante para obtener un objetivo de bienes, servicio u otro objetivo. Normalmente es una suma relacionada con el dinero. Para que ocurra un intercambio, el costo debe ser reconocido por los compradores y vendedores. (Gonzales, 2017, p. 12)
					Producto	Es un conjunto de bienes y/o servicios que recibe los clientes con el objetivo de satisfacer necesidades. Los son las consecuencias de haber realizado, según las especificaciones técnicas, las actividades correspondientes en la magnitud y el tiempo previstos. (Andia, W, 2013, p.110)
					Competencia	Se caracteriza por la fuerza que un individuo necesita para unir muchas capacidades a fin de lograr una razón particular en una circunstancia dada, actuando de manera relevante y moral. (Andia, W, 2013, p.110)

Variable 2: Mejora Continua

Pabón, J. (2016). Es un procedimiento que significa mejorar los elementos, las administraciones y los procedimientos de una asociación a través de una mentalidad general, que organiza la base para garantizar el ajuste de los circuitos y continúa con el descubrimiento de errores o territorios para el desarrollo (p19-31).

Tabla 2 Operacionalización de la variable de Mejora Continua

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones		Indicadores	
VARIABLE 2: MEJORA CONTINUA	Es un procedimiento que significa mejorar los elementos, las administraciones y los procedimientos de una asociación a través de una organización general, que organiza la base para garantizar el ajuste de los circuitos y continúa con el descubrimiento de errores o territorios para el desarrollo. (Pabón, J, 2016, p19-31)	La variable 2 "MEJORA CONTINUA", fue medida por medio de un cuestionario que posee diferentes ítems, teniendo en cuenta los indicadores para su óptima ejecución.	Mejora	Es un vínculo de la parte administrativa de una empresa donde esta los directivos y sindicatos muestran una eficacia , en ese caso su aceptación es una meta o un fin específico. (Álvarez, J, 2011, p. 368)	Eficacia	Se refiere al grado de cumplimiento de los objetivos previstos y en qué medida se están logrando. La eficacia es un concepto que da cuenta del grado de cumplimiento superior con valor agregado de los propósitos, cuya perspectiva es medir el grado de avance respecto al universo, la focalización, cobertura y el impacto. (Álvarez, J. 2011, p.368)
					Empresa	Es una unidad financiera social compuesta por componentes humanos, materiales y especializados, cuyo objetivo es obtener beneficios a través de su inversión en el mercado de productos y emprendimientos. Para esto, utiliza componentes beneficiosos (trabajo, tierra y capital). (Pabón, J. 2016, p.22)
			Organización	Según la Ley N° 28015 Las MYPES. Son elementos de una unidad económica que está constituida por una persona natural o jurídica, para su desarrollo bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, contemplada en la legislación vigente.	Gestión	La MYPE debe tener una administración adecuada para lograr sus objetivos, como lo describió el autor, quien hace referencia que la gestión en una asociación compuesta por grupos de trabajos con individuos para lograr destinos, supervisando adecuadamente los activos utilizables. , posible y una paridad ideal. (Domínguez, 2012, p33).
					Elementos	Es un proceso químico o físico de una composición de un elemento son los elementos que les ayuda a relacionarse: planear, organizar, dirigir y controlar Garantía. (Pabón, J. 2016, p.33)
					Desarrollo	Es un proceso por el cual se desarrolla y crece en su evolución. En el trabajo de una actividad podemos ejecutar para el desarrollo de un proyecto determinado y también es la explicación sobre un tema amplia que está por descubrirse. (Pabón, J. 2016, p.19-31)

4.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El instrumento que se utilizará en la investigación actual es la encuesta de Scala de Likert con la que se aplicara a los clientes participantes que recuran a la empresa la cual también será para medir sus actitudes. La encuesta consta de muchas consultas con respecto a dos variables a medirse. El análisis documental también se utilizará para investigar la Gestión de Calidad, y los informes se utilizarán para analizar la mejora continua. (Pérez y Gardey, 2008)

4.6 Plan de análisis

Para el plan de investigación de la información reunida en la exploración, se considerara un análisis descriptivo; Para la clasificación de la información, se utilizó el programa Microsoft Excel 2019 para su respectivo análisis como soporte de la investigación. Luego se realizara la encuesta, con todos los datos reunidos, se hicieran las tablas de dispersión de frecuencias absolutas y frecuencias de frecuencia relativa, y también se organizaron cifras estadísticas.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y MEJORA CONTINUA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO FERRETERÍAS, CASO “SAN ISIDRO FIAL” S.R.L. SATIPO.

Tabla 3 Matriz de consistencia

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores	Metodología
¿De qué manera la gestión de calidad se relaciona con la mejora continua en el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L.?	Determinar de qué manera se relaciona Gestión de calidad y la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo.	La Gestión del Calidad se relaciona significativamente con la mejora continua en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo.	Para demostrar y poder determinar la hipótesis anteriormente se formuló la Operacionalización determinando las variables e indicadores en las siguientes se las menciona.	Tipo de Investigación La investigación es de tipo correlacional. Métodos de investigación durante el proceso de ejecución y comprobar la hipótesis.
Problema específico	Objetivo específicos:	Hipótesis específicas:	Variables	Diseño de la investigación: Diseño no experimental-transversal.
¿De qué manera se relaciona la Calidad y la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo? ¿De qué manera se relaciona la estrategia y la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo? ¿De qué manera se relaciona satisfacción y Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo?	Determinar la relación entre la Calidad con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector servicios comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo. Identificar la relación entre la estrategia con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo. Describir la relación entre la satisfacción con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo.	La calidad se relaciona significativamente con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo. La estrategia se relaciona significativamente con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo. La satisfacción se relaciona significativamente con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo.	Variable 1 = Gestión de Calidad Indicadores: (1)Calidad (2)Estrategias (3)Satisfacción Variable 2 = Mejora Continua Indicadores: (1) Mejora (2) Organización	Población y muestra: La población: 100 Clientes. La muestra: 55 clientes Instrumento: cuestionario de investigación de Scala Likert.

Datos: Elaboración propia

4.8 Principios éticos

En esta presentación de investigación se debe contar con la autorización de voluntad, informada, libre y específica; mediante la cual las personas o empresas investigados o titular de los datos consiente el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto se aseguran los siguientes los aspectos del principio establecido en el Código de Ética para la Investigación con Resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH Católica. (ULADECH 2019)

Protección a las personas: La persona toda información recolectada no estará expuesta ni será utilizada para ningún otro tipo que no sea para dicha investigación.

En la presente investigación del proyecto se respetara la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la privacidad y la participación libre, porque se respetara sus derechos fundamentales e información recopilada.

Libre participación y derecho estar informado: Las personas que desarrollan las actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informado sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia

En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigados o titular de los datos consiente el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

Confidencialidad: Toda información recopilada en la presente investigación no será expuesta ni utilizada para otros fines, solo será exclusiva para la investigación.

V. RESULTADOS

5.1 RESULTADOS DESCRIPTIVO

En la presentación de los resultados de esta investigación, cabe resaltar que las variables en estudio tienen indicadores con escala ordinal tipo Likert que son siempre, casi siempre, Algunas veces, Muy pocas veces y nunca con valores de 5, 4, 3, 2 y 1 respectivamente; para determinar la variables se utilizó la variación, obteniendo para la variable gestión de la calidad y la mejora continua.

5.1.1 Resultados de Gestión de Calidad y Mejora Continua en el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro Ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020.

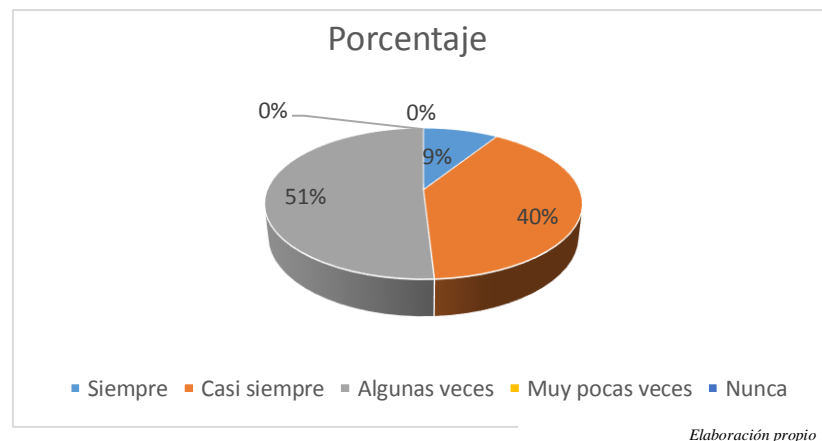
Tabla 4: Servicios brindados Gestión de Calidad son confiables

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	5	9%
Casi siempre	22	40%
Algunas veces	28	51%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	55	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro Ferreterías, caso San

Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020

Figura 1 : Servicios brindados Gestión de Calidad son confiables



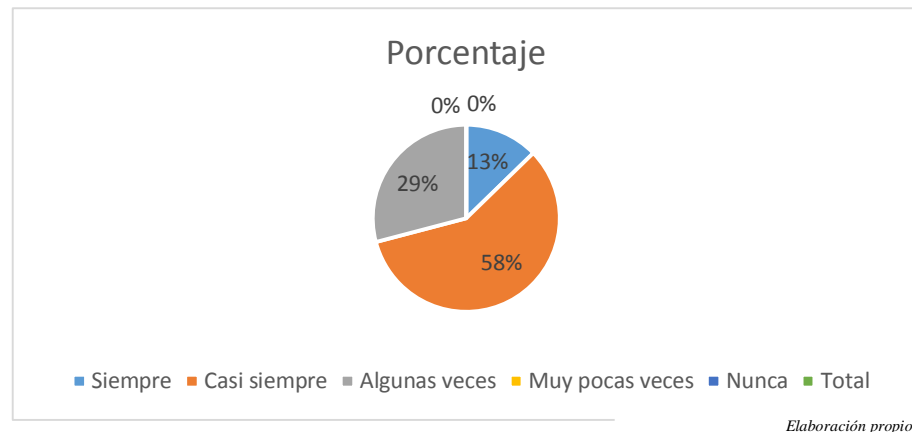
De acuerdo con las respuestas acerca de la gestión de la calidad en las MyPES rubro ferretería del total de 100% de encuestados, se identificó que los clientes considera que siempre (9 %) casi siempre (40 %) y alguna veces (51 %) que tienen confianza en sus servicios gestión de calidad.

Tabla 5: Servicios brindados por la empresa son satisfactorio

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	7	13%
Casi siempre	32	58%
Algunas veces	16	29%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	55	100%

Cuestionario aplicado a los clientes de el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro Ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020

Figura 2: Servicios brindados por la empresa son satisfactorio



De acuerdo con las respuestas acerca de la gestión de la calidad en las MyPES rubro ferretería del total de 100% de encuestados, se identificó que los clientes considera que siempre (13 %) casi siempre (58 %) y alguna veces (29 %) son satisfactorio en sus servicios gestión de calidad.

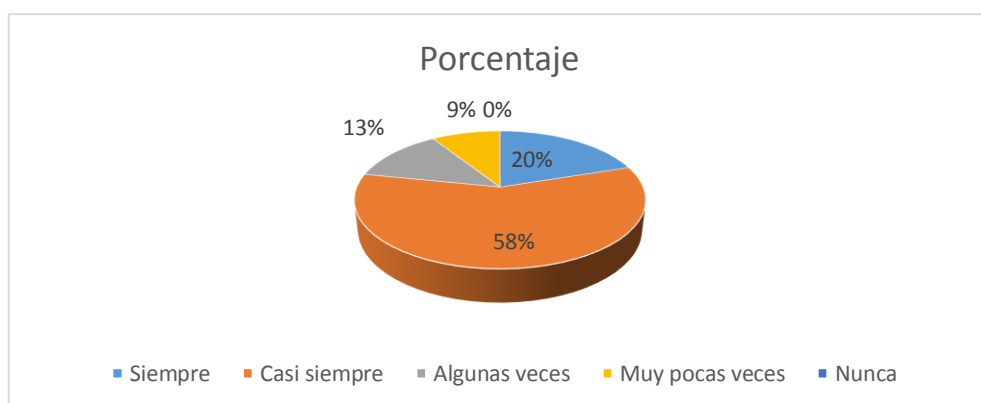
Tabla 6: Están capacitados para trabajar con clientes descontentos

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	23	42%
Casi siempre	25	45%
Algunas veces	7	13%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	55	100%

Cuestionario aplicado a los clientes de el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro

Ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020

Figura 3: Los trabajadores están capacitados para trabajar con clientes descontentos



Elaboración propio

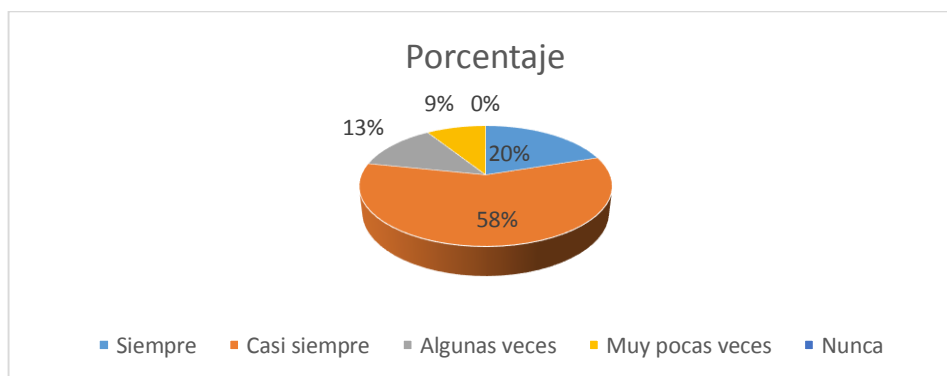
De acuerdo con las respuestas acerca de la gestión de la calidad en las MyPES rubro ferretería del total de 100% de encuestados, se identificó que los clientes considera que siempre (42 %) casi siempre (45 %) y alguna veces (13 %) están capacitados para trabajar con clientes descontentos en gestión de calidad.

Tabla 7: Trabajadores respetuosos al momento de la atención

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	11	20%
Casi siempre	32	58%
Algunas veces	7	13%
Muy pocas veces	5	9%
Nunca	0	0%
Total	55	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro Ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020

Figura 4: Trabajadores respetuosos al momento de la atención



Elaboración propio

De acuerdo con las respuestas acerca de la gestión de la calidad en las MyPES rubro ferretería del total de 100% de encuestados, se identificó que los clientes considera que siempre (20 %) casi siempre (58 %) alguna veces (13 %) y muy pocas veces (9 %) son trabajadores respetuosos al momento de la atención con los clientes en gestión de calidad.

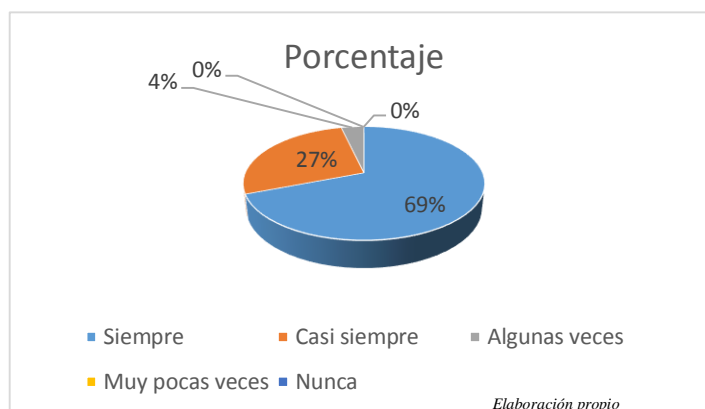
Tabla 8: Calidad de atención

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	38	69%
Casi siempre	15	27%
Algunas veces	2	4%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	55	100%

Cuestionario aplicado a los clientes de el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro

Ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020

Figura 5: Calidad de atención



De acuerdo con las respuestas acerca de la gestión de la calidad en las MyPES rubro ferretería del total de 100% de encuestados, se identificó que los clientes considera que siempre (69 %) casi siempre (27 %) y alguna veces son brinda buena atención a los clientes en gestión de calidad.

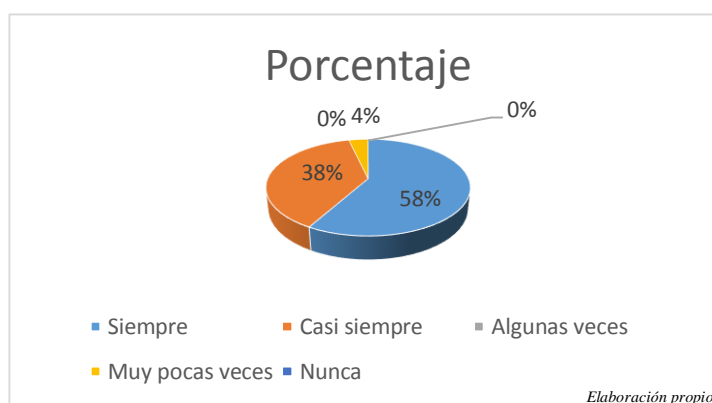
Tabla 9: Atención a su pleno agrado

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	32	58%
Casi siempre	21	38%
Algunas veces	0	0%
Muy pocas veces	2	4%
Nunca	0	0%
Total	55	100%

Cuestionario aplicado a los clientes de el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro

Ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020

Figura 6: Atención a su pleno agrado



De acuerdo con las respuestas acerca de la gestión de la calidad en las MyPES rubro ferretería del total de 100% de encuestados, se identificó que los clientes considera que siempre (58 %) casi siempre (38 %) y muy pocas veces la atención es de su pleno agrado en gestión de calidad.

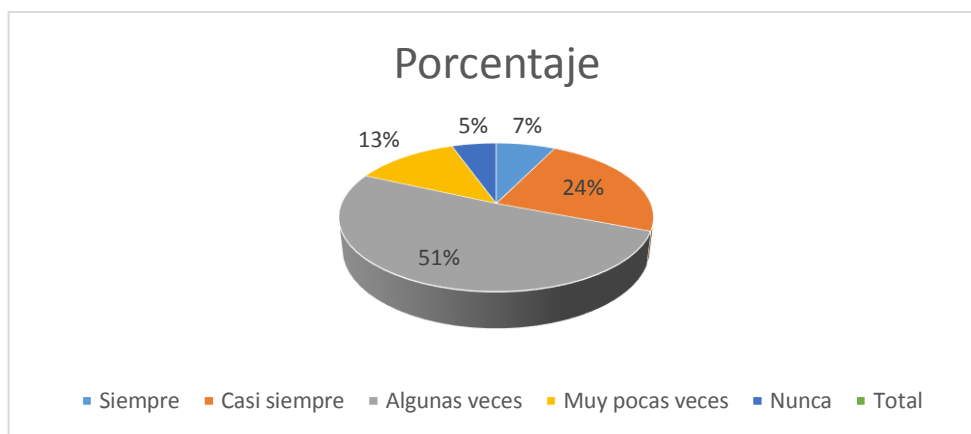
Tabla 10: Innovación para que sus clientes estén satisfechos

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	4	7%
Casi siempre	13	24%
Algunas veces	28	51%

Muy pocas veces	7	13%
Nunca	3	5%
Total	55	100%

*Cuestionario aplicado a los clientes de el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro
Ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020*

Figura 7: Innovación para que sus clientes estén satisfechos



Elaboración propio

De acuerdo con las respuestas acerca de la gestión de la calidad en las MyPES rubro ferretería del total de 100% de encuestados, se identificó que los clientes considera que siempre (5 %) casi siempre (24 %) alguna veces (51 %) muy pocas veces (13 %) y nunca (7 %) son brinda Innovación para que sus clientes estén satisfechos en gestión de calidad.

Tabla 11: Satisfacción con los tratos recibidos por parte de sus trabajadores

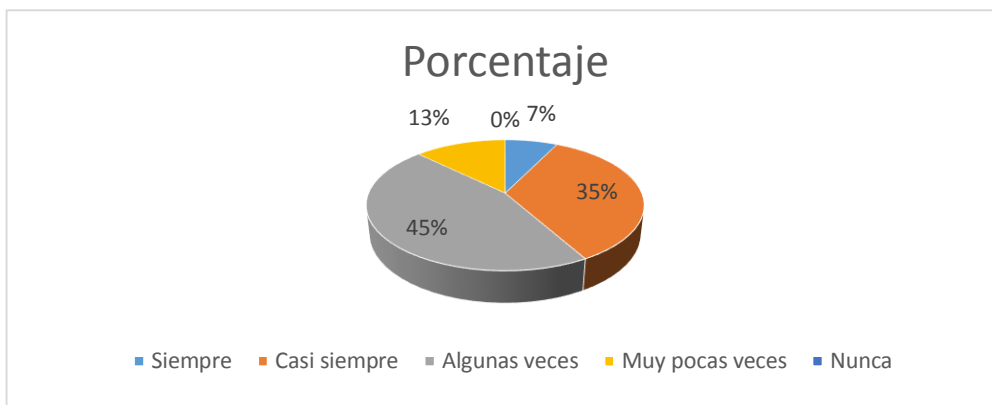
Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	4	7%
Casi siempre	19	35%
Algunas veces	25	45%
Muy pocas veces	7	13%
Nunca	0	0%

Total	55	100%
-------	----	------

Cuestionario aplicado a los clientes de el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro

Ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020

Figura 8: Satisfacción con los tratos recibidos por parte de sus trabajadores



De acuerdo con las respuestas acerca de la gestión de la calidad en las MyPES rubro ferretería del total de 100% de encuestados, se identificó que los clientes considera que siempre (7%) casi siempre (35 %) alguna veces (45 %) y muy pocas veces (13 %) brinda Satisfacción con los tratos recibidos por parte de sus trabajadores en gestión de calidad.

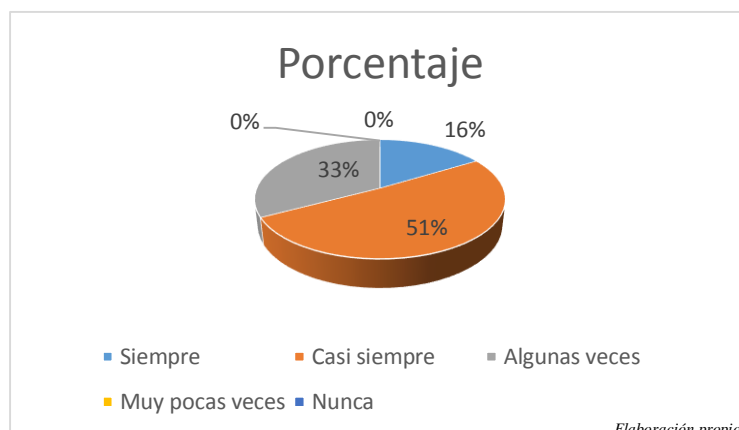
Tabla 12: Objetivo de mejora

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	9	16%
Casi siempre	28	51%
Algunas veces	18	33%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	55	100%

Cuestionario aplicado a los clientes de el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro

Ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020

Figura 9: Objetivo de mejora



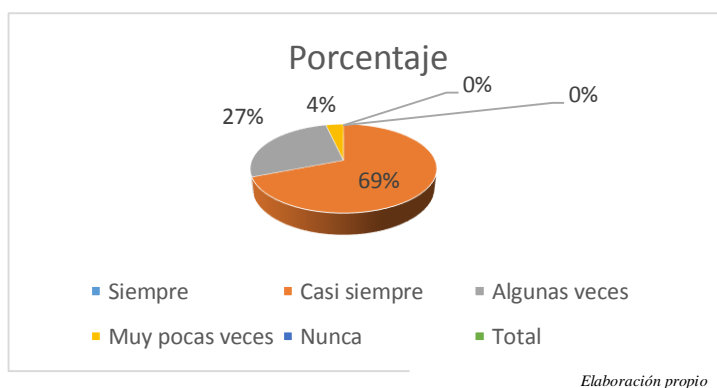
De acuerdo con las respuestas acerca de la gestión de la calidad en las MyPES rubro ferretería del total de 100% de encuestados, se identificó que los clientes considera que siempre (16%) casi siempre (51 %) y alguna vez (33 %) considera que tiene objetivo de mejora en su gestión de calidad.

Tabla 13: Mejores Precio y Económicos

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi siempre	38	69%
Algunas veces	15	27%
Muy pocas veces	2	4%
Nunca	0	0%
Total	55	100%

Cuestionario aplicado a los clientes de el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro Ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020

Figura 10: Mejores Precios Y Económicos



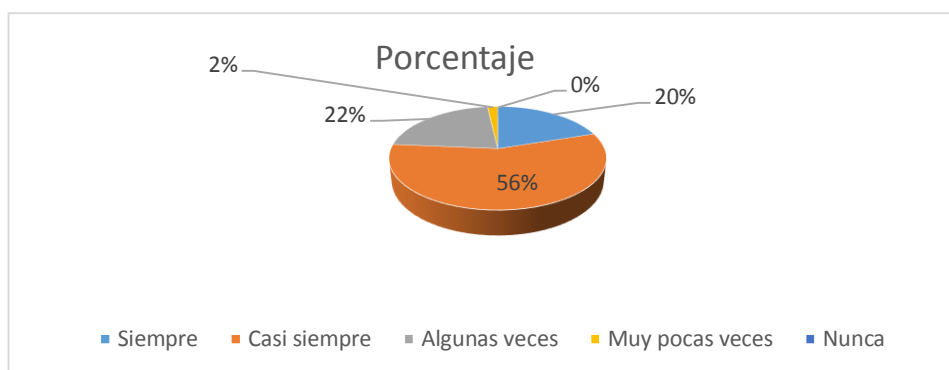
De acuerdo con las respuestas acerca de la gestión de la calidad en las MyPES rubro ferretería del total de 100% de encuestados, se identificó que los clientes considera que casi siempre (69 %) alguna veces (27 %) y muy pocas veces (4 %) considera que tiene Precios económicos en su gestión de calidad.

Tabla 14: Precio justo y peso exacto

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	11	20%
Casi siempre	31	56%
Algunas veces	12	22%
Muy pocas veces	1	2%
Nunca	0	0%
Total	55	100%

Cuestionario aplicado a los clientes de el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro Ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020

Figura 11: Precio justo y peso exacto



Elaboración propia

De acuerdo con las respuestas acerca de la gestión de la calidad en las MyPES rubro ferretería del total de 100% de encuestados, se identificó que los clientes considera que siempre (20 %) casi siempre (56 %) alguna veces (22 %) y muy pocas veces (2 %) considera que tiene Precios justo y peso exacto en su gestión de calidad.

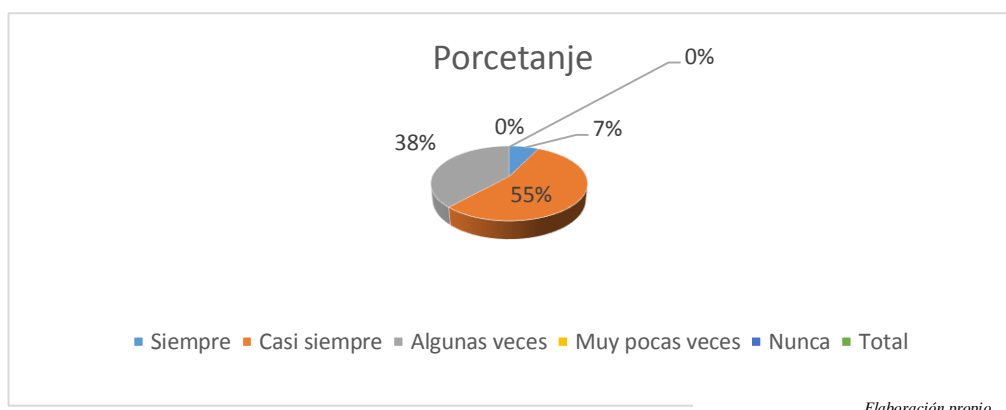
Tabla 15: Productos de Calidad y Garantía

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	4	7%
Casi siempre	30	55%
Algunas veces	21	38%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	55	100%

Cuestionario aplicado a los clientes de el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro

Ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020

Figura 12: Productos de Calidad y Garantía



De acuerdo con las respuestas acerca de la gestión de la calidad en las MyPES rubro ferretería del total de 100% de encuestados, se identificó que los clientes considera que siempre (7 %) casi siempre (55 %) y alguna veces (38 %) considera que son productos de Calidad y tienen Garantía en su gestión de calidad.

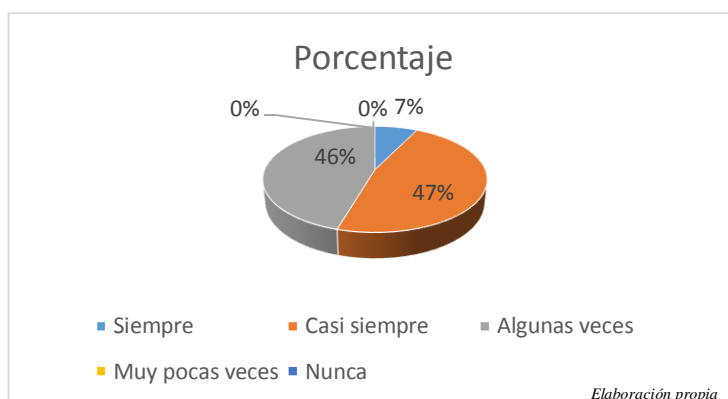
Tabla 16: Precios Productos

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	4	7%
Casi siempre	26	47%
Algunas veces	25	45%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	55	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro

Ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020

Figura 13: Precios de Productos



De acuerdo con las respuestas acerca de la gestión de la calidad en las MyPES rubro ferretería del total de 100% de encuestados, se identificó que los clientes considera que siempre (7 %) casi siempre (47 %) y alguna veces (46 %) considera que sus precios son económicos en su gestión de calidad.

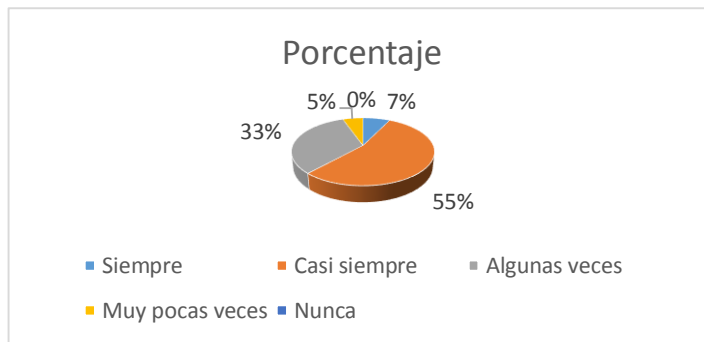
Tabla 17: Competencia de otros comercios

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	4	7%
Casi siempre	30	55%
Algunas veces	18	33%
Muy pocas veces	3	5%
Nunca	0	0%
Total	55	100%

Cuestionario aplicado a los clientes de el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro

Ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Saipó, 2020

Figura 14: Competencia de otros comercios



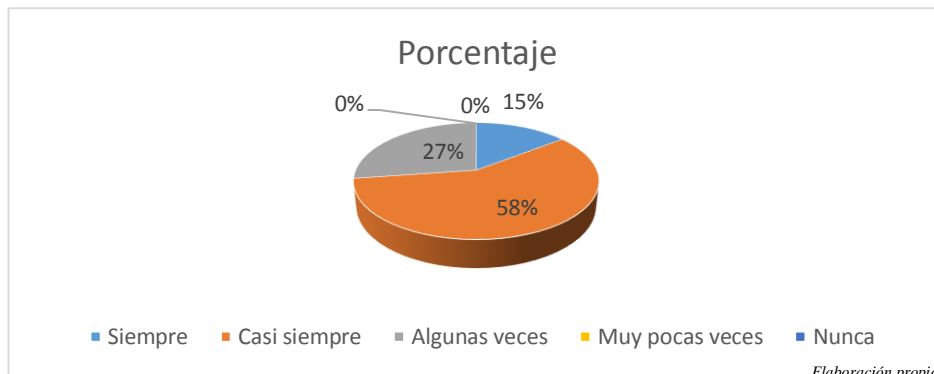
De acuerdo con las respuestas acerca de la variable Gestión de Calidad en las MYPE rubro ferretería del total de 100% de encuestados, se identificó que los clientes considera que siempre (7 %) casi siempre (55 %) alguna veces (33 %) y muy pocas veces (5 %) considera que tiene competencia de otros comercios en su gestión de calidad.

Tabla 18: Trabajo eficaz

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	8	15%
Casi siempre	32	58%
Algunas veces	15	27%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	55	100%

*Cuestionario aplicado a los clientes de el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro
Ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020*

Figura 15: Trabajo Eficaz Con los trabajadores



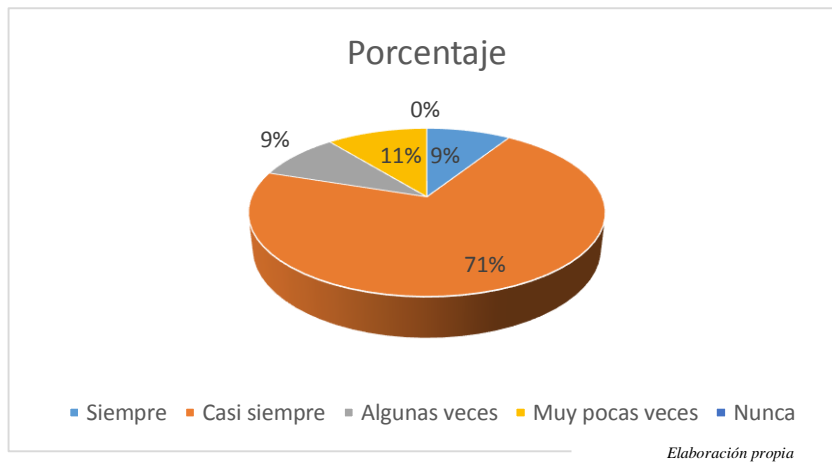
De acuerdo con las respuestas acerca de la variable Mejora Continua en las MYPE rubro ferretería del total de 100% de encuestados, se identificó que los clientes considera que siempre (15 %) casi siempre (58 %) y alguna veces (27 %) considera que tiene un trabajo eficaz en su Mejora Continua.

Tabla 19: Sistema de control

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	5	9%
Casi siempre	39	71%
Algunas veces	5	9%
Muy pocas veces	6	11%
Nunca	0	0%
Total	55	100%

Cuestionario aplicado a los clientes de la micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro Ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020

Figura 16: Sistema de control

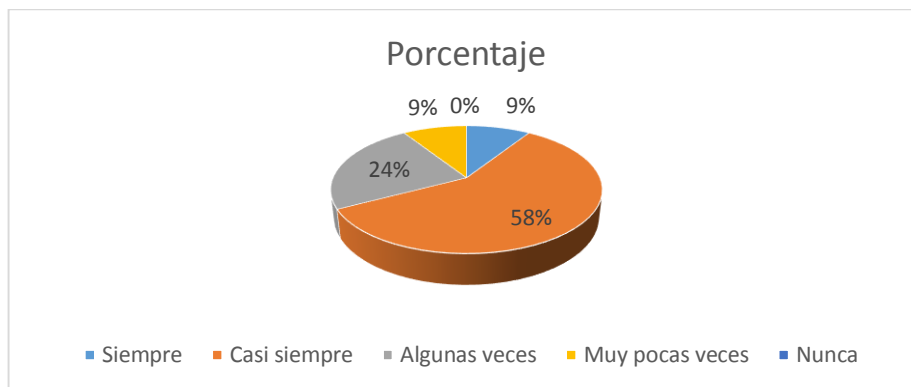


De acuerdo con las respuestas acerca de la Mejora Continua en las MyPES rubro ferretería del total de 100% de encuestados, se identificó que los clientes considera que siempre (9 %) casi siempre (71 %) alguna veces (9 %) y muy veces (11 %) considera que tiene Sistema de control en su Mejora Continua.

Tabla 20: Estrategia de Clientes

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Siempre	5	9%	9%
Casi siempre	32	58%	67%
Algunas veces	13	24%	91%
Muy pocas veces	5	9%	100%
Nunca	0	0%	100%
Total		100%	

Figura 17: Estrategias de Clientes



Elaboración propio

De acuerdo con las respuestas acerca de la Mejora Continua en las MyPES rubro ferretería del total de 100% de encuestados, se identificó que los clientes considera que siempre (9 %) casi siempre (58 %) alguna veces (24 %) y muy veces (9 %) considera que tiene estrategia en su Mejora Continua.

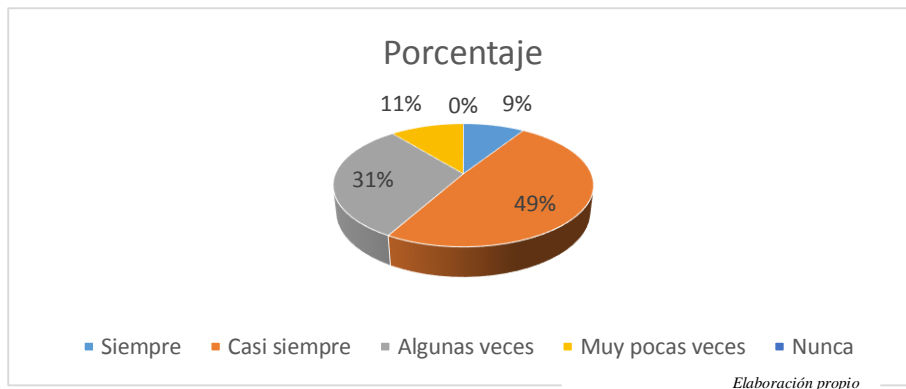
Tabla 21: Gestión de Empresa

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	5	9%
Casi siempre	27	49%
Algunas veces	17	31%
Muy pocas veces	6	11%
Nunca	0	0%
Total	55	100%

Cuestionario aplicado a los clientes de el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro

Ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020

Figura 18: Gestión de Empresa



De acuerdo con las respuestas acerca de la Mejora Continua en las MyPES rubro ferretería del total de 100% de encuestados, se identificó que los clientes considera que siempre (9 %) casi siempre (49 %) alguna veces (31 %) y muy veces (11 %) considera que tiene estrategia en su Mejora Continua.

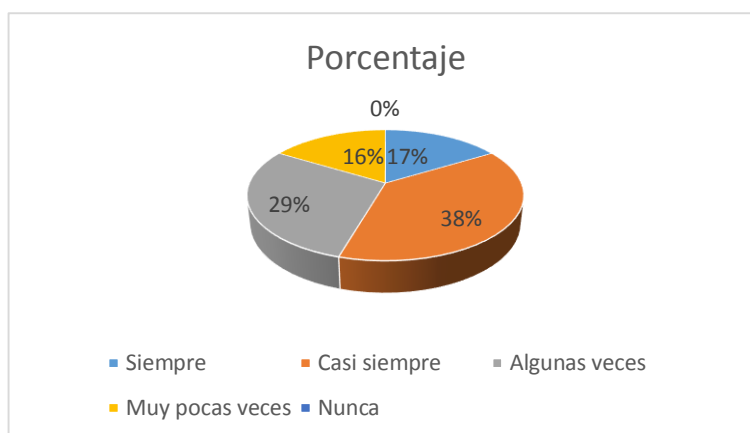
Tabla 22: Productos y Elementos

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	9	16%
Casi siempre	21	38%
Algunas veces	16	29%
Muy pocas veces	9	16%
Nunca	0	0%
Total	55	100%

Cuestionario aplicado a los clientes de el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro

Ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020

Figura 19: Productos y Elementos Vendidos



Elaboración propia

De acuerdo con las respuestas acerca de la Mejora Continua en las MyPES rubro ferretería del total de 100% de encuestados, se identificó que los clientes considera que siempre (17 %) casi siempre (38 %) alguna veces (29 %) y muy veces (16 %) considera que tiene Gestión en su Mejora Continua.

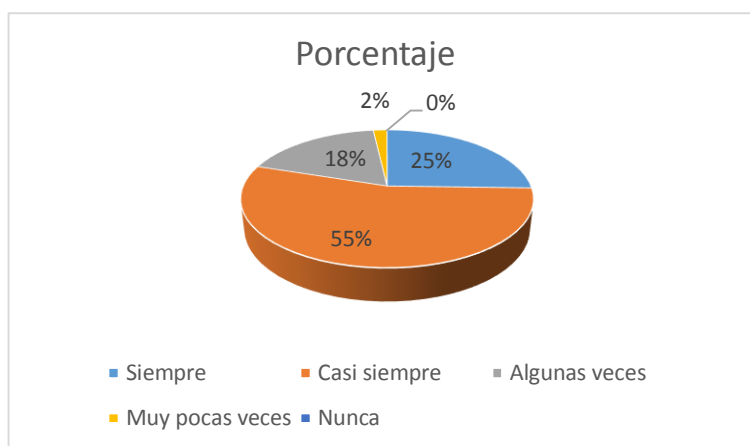
Tabla 23: Constante desarrollo

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	14	25%
Casi siempre	30	55%
Algunas veces	10	18%
Muy pocas veces	1	2%
Nunca	0	0%
Total	55	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro

Ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020

Figura 20: Constante Desarrollo



De acuerdo con las respuestas acerca de la Mejora Continua en las MyPES rubro ferretería del total de 100% de encuestados, se identificó que los clientes considera que siempre (25 %) casi siempre (55 %) alguna veces (18 %) y muy veces (2 %) tiene constante desarrollo en su Mejora Continua.

VI. CONCLUSIONES

1. En relación al objetivo general después de lo aplicado el instrumento de recolección de datos se ha podido concluir que, si existe una relación significativa entre la Gestión de Calidad y la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector Comercio – rubro Ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020, que los micro y pequeños empresarios que administran las MYPES, tengan conocimientos empíricos sobre Gestión de calidad bajo el enfoque de la Mejora continua esto debido a que no han tenido la oportunidad de capacitarse en relación a estos importantes elementos que va servir para su mejora continua de manera sostenible en su nivel de atención a los clientes que eligen adquirir su productos.

2. En relación al objetivo específico determinar la relación entre la Calidad con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector servicios comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo. en el instrumento aplicado se pudo concluir que en Satipo, dando el análisis en cuanto Calidad con la mejora continua, rubro ferreterías del distrito Satipo se llegó a la conclusión que el 31% de los clientes señalan que siempre muestran tienen calidad, el 60% de los clientes señala que casi siempre y el 09 % señalan que algunas veces muestran calidad en sus servicios al momento de atención de sus clientes.
3. Después determinar la relación entre la estrategia con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo, del instrumento aplicada, de recolección de datos y análisis en cuanto estrategia con la mejora continua, rubro ferreterías del distrito Satipo se llegó a la conclusión que el 20% de los clientes señalan que siempre muestran estrategias, el 40% de los clientes señala que casi siempre y el 40 % señalan que algunas veces muestran estrategias al momento de satisfacción de sus clientes.
4. Determinar la relación entre la satisfacción con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo, del instrumento aplicada, de recolección de datos y análisis en cuanto satisfacción con la mejora continua, rubro ferreterías del distrito Satipo se llegó a la conclusión que el 20% de los clientes señalan que siempre tienen satisfacción absoluta en su momento de comprar en el local, el 50% de los clientes señala que casi

siempre y el 30% señalan que algunas veces muestran satisfacción al momento de ir a comprar al local con sus precios de sus productos y no tiene competencias.

6.1 RECOMENDACIONES

5.1.1. La micro y pequeñas empresas del sector Comercio – rubro ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020 recomienda que los empresarios legales tengan una mejor visión de crecimiento de sus Mype, mediante la Mejora Continua y tener conocimientos sobre la Gestión de calidad para un mejor desarrollo y no solo pensar en obtener utilidades sino en expandirse.

5.1.2. La micro y pequeñas empresas del sector Comercio – rubro ferreterías, caso San isidro Fial S.R.L. Satipo, 2020 se encuentran desarrollando sus actividades económicas formales, pero sin embargo deben mantenerse realizando sus actividades económicas dentro de los parámetros de formalidad para obtener una serie de beneficios del Estado y obtener una mejora continua con el fin de mejorar su organización administrativa, operativa y productiva en la diversidad de servicios que prestan a los usuarios continuamente.

6.2 ANÁLISIS DE RESULTADO

- En la tabla 04, respecto a si los servicios brindados de gestión de calidad el 100% afirmo que siempre, casi siempre y algunas veces son confiables, lo cual contradice al resultado obtenido por Sánchez (2017), quien respecto a la fiabilidad y confiabilidad obtuvo un total de 27% de insatisfacción.

- En la tabla 05, respecto a si los servicios brindados de gestión de calidad el 100% afirmo que siempre, casi siempre y algunas veces son satisfactorios, lo cual contradice al resultado obtenido por Sánchez (2017), quien afirma que existe insatisfacción en los clientes por el servicio recibido, obteniéndose un 86% de insatisfacción en total.
- En la tabla 06, se considera que un 87% de los trabajadores están capacitados para trabajar con clientes descontentos, lo cual contribuye a la fidelización de los clientes lo cual el resultado de Rodríguez (2017), quien afirma que 58,3% de los propietarios de vez en cuando se preparan para la atención a los clientes.
- En la tabla 07, un 78% de clientes considera a los trabajadores como respetuosos al momento de brindar la atención, lo cual también contribuye a la fidelización del cliente lo cual menciona Vázquez (2017) que el 47,2% de sus clientes y trabajadores al momento de su atención son natural y muestran seguridad.
- En la tabla 08, un 96% manifiestan que siempre y casi siempre reciben buena calidad de atención lo cual supera lo obtenido por Chelley, (2018), con un 56.6% de los clientes que califican como bueno la calidad del servicio que reciben.
- En la tabla 09, respecto a la atención brindada a pleno agrado del cliente, un mayoritario 96% manifiesta su aprobación cual supera lo obtenido por Chelley, (2018), con un 56.6% de los clientes que califican como bueno la calidad del servicio que reciben.

- En la tabla 10, un total de 31% considera que la empresa brinda Innovación para que sus clientes estén satisfechos, entre siempre y casi siempre, obteniendo el mayoritario resultado el indicador “algunas veces” con más del 50%, lo cual refleja aun una débil implementación de la innovación en la gestión de calidad.
- En la tabla 11, respecto a la satisfacción con los tratos recibidos por parte de sus trabajadores, un total de 42% manifestaron que si están satisfechos siempre y casi siempre, obteniendo el mayor resultado el indicador “algunas veces”, reflejando la necesidad de una mejora en este aspecto.
- En la tabla 12, un mayoritario 67% percibe que la empresa refleja objetivo de mejora, lo cual se relaciona con el 66.7% obtenido por Chelley, (2018), respecto a la planificación de objetivos como instrumento para la mejora de la gestión de calidad.
- En la tabla 13, respecto a los precios, un mayoritario 67% los considera económicos, entre los indicadores de siempre y casi siempre, resultado que contradice a Avalos (2018), quien concluye que la empresa ofrecía precios superiores a la competencia.
- En la tabla 14, un mayoritario 76%, entre los indicadores de siempre y casi siempre, considera que tiene la empresa brinda precio justo y peso exacto, que sumado a la percepción de precios económicos, contradice la estrategia utilizada en la empresa en estudio de Avalos (2018), que aplicaba precios altos para obtener un mayor margen de ganancia y crear conciencia de que brinda productos de calidad.

- En la tabla 15, respecto a la calidad y la garantía, un mayoritario 62% considera que los productos son de calidad y tienen garantía, lo cual refleja un buen posicionamiento del producto en la mente del consumidor.
- En la tabla 16, un 54% de los clientes considera que los precios de los productos son económicos, resultado que contradice a Avalos (2018), quien concluye que la empresa ofrecía precios superiores a la competencia.
- En la tabla 17, respecto a la competencia de otros comercios, un 62% de clientes considera que la empresa sí tiene competencia, demandando así una adecuada estrategia para fortalecer su competitividad frente a las demás.
- En la tabla 18, respecto al trabajo eficaz, un mayoritario 73% considera que la empresa desarrolla un trabajo eficaz Ames (2016) señala que el 93.3% están interesados en su mejora continua en sus MYPES.
- En la tabla 19, respecto al sistema de control, un contundente 79% considera que la empresa tiene un sistema de control que contribuye a la mejora continua que por la cual Ames (2016) señala que el 100% están interesados en lograr las mejores para la calidad de su empresa.
- En la tabla 20, un mayoritario 67% considera que la empresa tiene estrategia en su Mejora Continua de la cual hace referencia a Ames (2016) para su mejoramiento de sus MYPES.
- En la tabla 21, un mayoritario 67% considera que la empresa tiene estrategia en su Mejora Continua de lo cual Agudelo (2019) menciona estrategias que le permitan tener más contacto con las personas.

- En la tabla 22, el 58% de clientes considera que la empresa tiene Gestión en su Mejora Continua de la cual Ames (2016) también hace mención que el 100% de sus encuestados están interesados en la mejora continua en sus MYPES.

- En la tabla 23, un 80% de clientes considera que la empresa tiene un constante desarrollo en su mejora continua, siendo un resultado muy favorable, lo cual se contradice con el obtenido por Enciso (2018), quien concluye en su investigación que la percepción fue deficiente.

- En la tabla 24, un 80% de los clientes considera que la empresa tiene un constante desarrollo en su mejora continua por lo tanto Ames (2016) señala que el 100% están interesados en su mejora continua en sus MYPES.

6.3 RESULTADO INFERENCIAL

V1 y V2

Tabla 24: Correlación entre las variables V1 Gestión de Calidad y V2

Mejora Continua

Correlaciones			
		Gestión de Calidad	Mejora Continua
Gestión de Calidad	Correlación de Pearson	1	,652**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	55	55

Mejora Continua	Correlación de Pearson	,652**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	55	55
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).			

Los datos tomados de la medición de Pearson, la correlación es significativamente en el nivel de 0,01.

Hipótesis general

Ha: La Gestión de Calidad se relaciona significativamente con la mejora continua en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo”.

Ho: La Gestión de Calidad no se relaciona significativamente con la mejora continua en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo”.

Interpretación: En la tabla 24 se observó el valor de significancia es de $P = 652^{**}$ en la relación entre la variable gestión de calidad y mejora continua determinado que si existe una correlación significativa entre ambas variables.

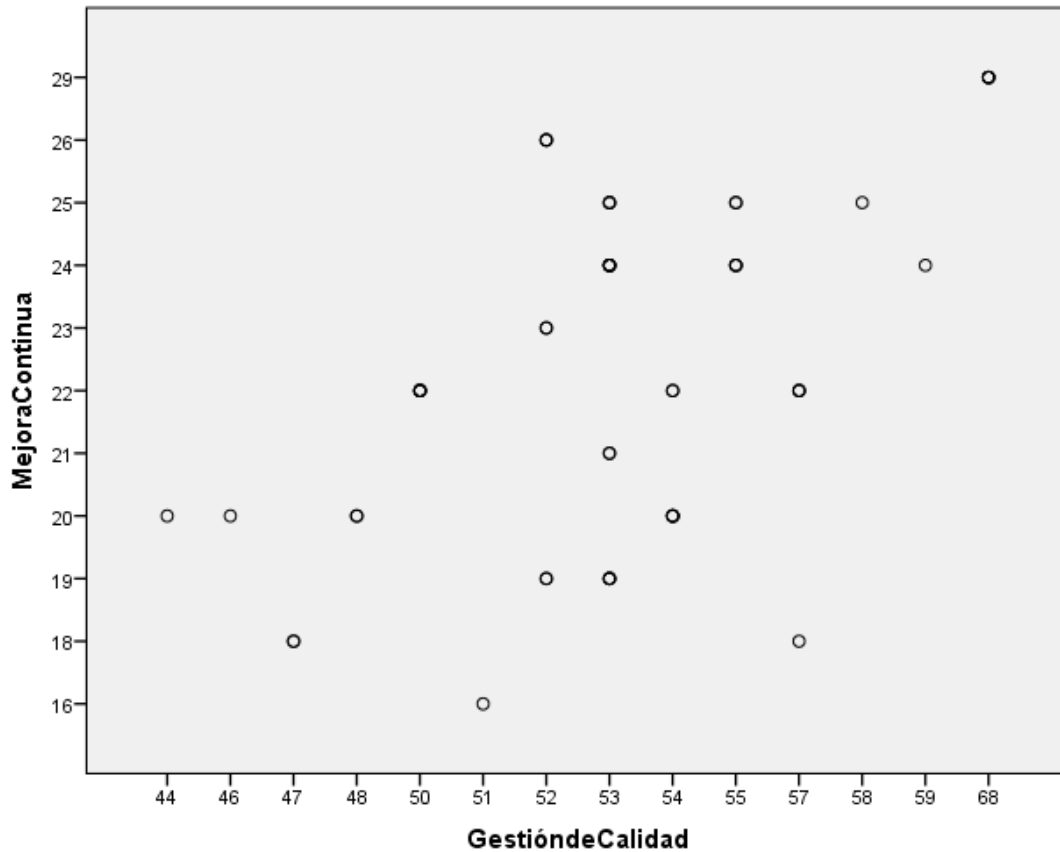
Planteamiento del objetivo general

La Gestión del Calidad se relaciona significativamente con la mejora continua en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, “San Isidro Fial” S.R.L. Satipo”, 2020.

Respuesta al objetivo general

Se analizó la existencia de un margen de error de 0,00 lo cual se encuentra debajo del 5% comprobando la hipótesis y afirmando que la correlación que se

obtiene es de la V1 y la V2. También se observó el resultado del coeficiente $r = 0,652$ que cuantifica la relación entre las variables de manera positiva y se concluye



que si existe una relación positiva entre las variables Gestión de Calidad y Mejora Continua.

Ilustración 1: Medida de Dispersión de Variables V1 y V2

En el gráfico se puede observar que la dispersión sobre la prueba de hipótesis general se observó que la tendencia de las respuestas de las muestras se agrupa en la visible en la línea afirmando que existe una relación muy débil de ambas variables en su relación.

Tabla 25: Correlación entre la D1 Calidad y la V2 Mejora Continua

Correlaciones			
		Calidad	Mejora Continua
Calidad	Correlación de Pearson	1	,495**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	55	55
Mejora Continua	Correlación de Pearson	,495**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	55	55
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).			

Elaboración propia

Interpretación: En la tabla 25 se observa el valor significancia es de $P = 495^{**}$ en relación entre la D1 Calidad y la V2 Mejora Continua determinado que si existe una correlación significativa entre D1 y V2.

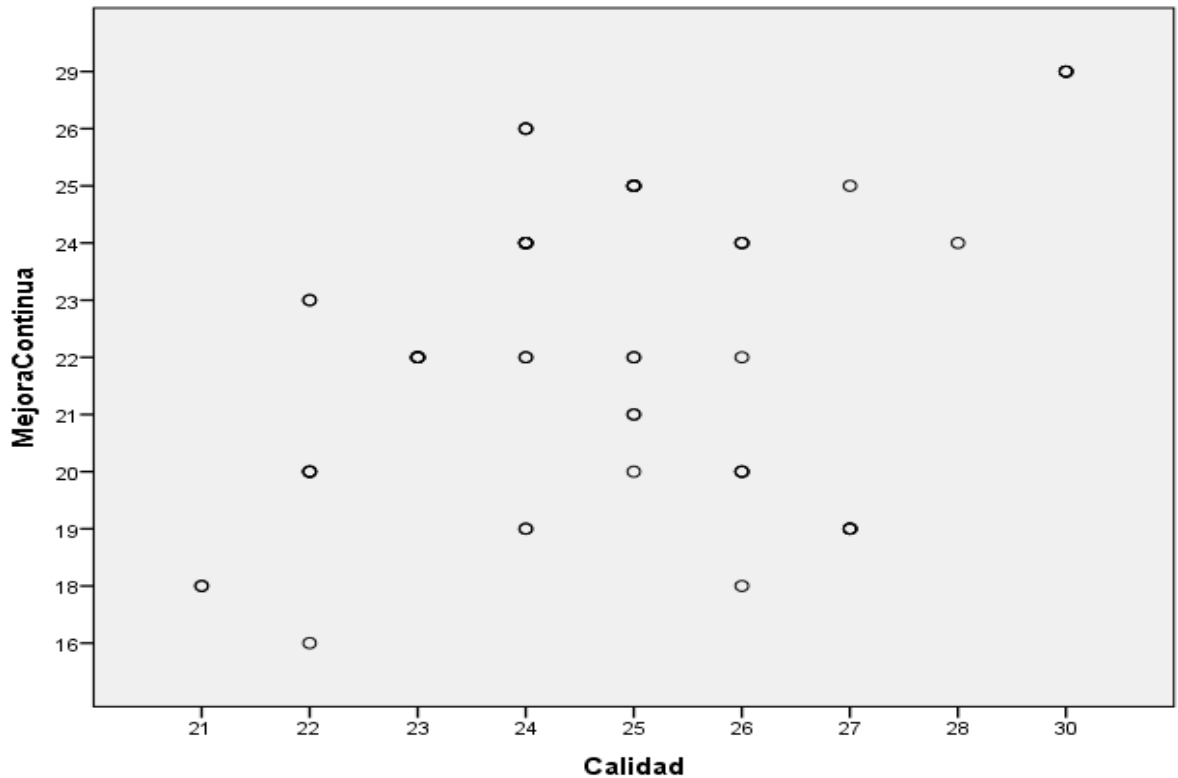
Hipótesis Específica: 01

Ha: La calidad se relaciona significativamente con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio “San Isidro Fial” S.R.L. del distrito de Satipo.

Ho: La calidad no se relaciona significativamente con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio “San Isidro Fial” S.R.L. del distrito de Satipo.

Respuesta al objetivo específico 01: Se analizó la existencia de un margen de error de 0,00 lo cual se encuentra debajo del 5% comprobando la hipótesis y afirmando que la correlación que se obtiene es de la D1 y la V2.

Ilustración 2: Medida de Dispersión de D1 y V2 Mejora Continua



Datos de Pearson

En el gráfico se puede observar que la dispersión sobre la prueba de hipótesis general se observó que la tendencia de las respuestas de las muestras se agrupa en la visible en la línea afirmando que existe una relación muy débil de ambas D1 y V2 en su relación.

Tabla 23: Correlación entre la D2 Estrategia y la V2 Mejora Continua

Correlaciones			
		Estrategia	Mejora Continua
Estrategia	Correlación de Pearson	1	,442**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	55	55

Mejora Continua	Correlación de Pearson	,442**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	55	55
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).			

Elaboración propia

Interpretación: En la tabla 26 se observa el valor significancia es de $P = 442^{**}$ en relación entre la D2 Calidad y la V2 Mejora Continua determinado que si existe una correlación significativa entre D2 y V2.

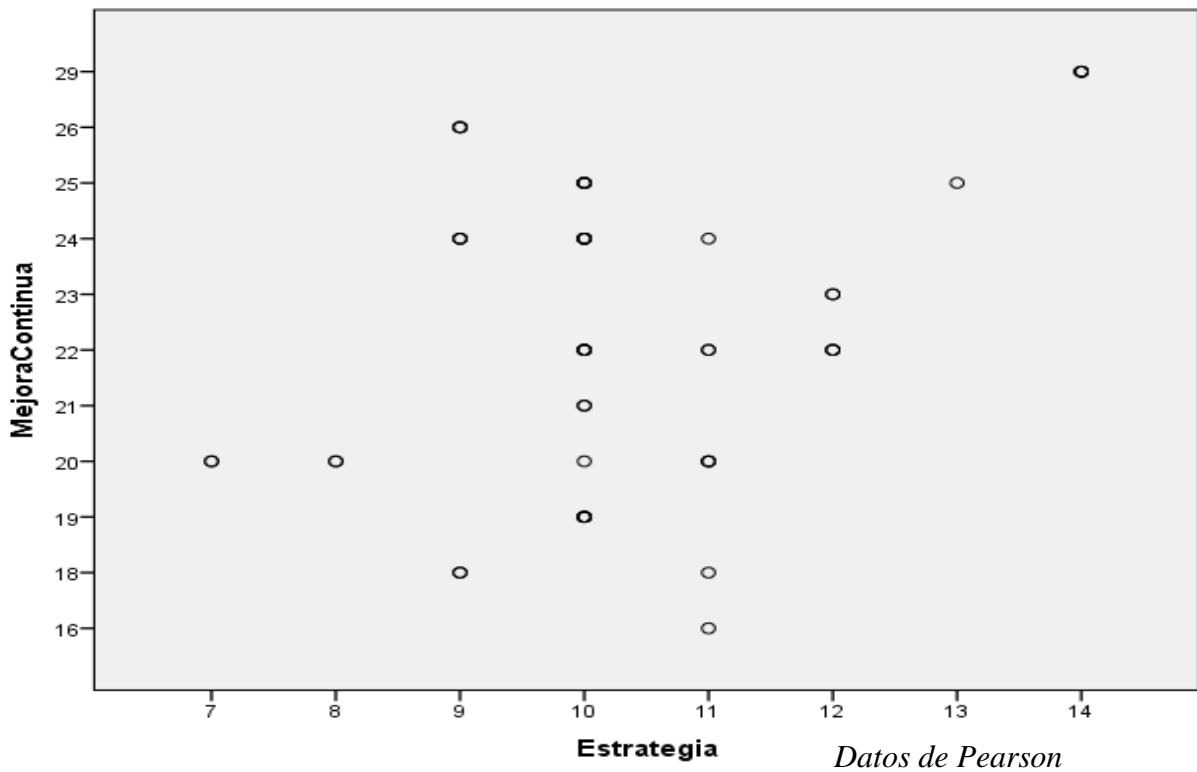
Hipótesis Específica: 02

Ha: La estrategia se relaciona significativamente con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas caso “San Isidro Fial” S.R.L.

Ho: La estrategia se relaciona significativamente con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas caso “San Isidro Fial” S.R.L.

Respuesta al objetivo específico 02: Se analizó la existencia de un margen de error de 0,01 lo cual se encuentra debajo del 5% comprobando la hipótesis y afirmando que la correlación que se obtiene es de la D2 y la V2.

Ilustración 3: Medida de Dispersión de D2 y V2



En el grafico se puede observar que la dispersión sobre la prueba de hipótesis general se observó que la tendencia de las respuestas de las muestras se agrupa en la visible en la línea afirmando que existe una relación muy débil de D2 estrategia y V2 Mejora Continua en su relación.

Tabla 24: Correlación entre la D3 Satisfacción y la V2 Mejora Continua

Correlaciones			
		Satisfacción	Mejora Continua
Satisfacción	Correlación de Pearson	1	,744**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	55	55

Mejora Continua	Correlación de Pearson	,744**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	55	55
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).			

Elaboración propia

Hipótesis específica 03:

Ha: La satisfacción se relaciona significativamente con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas caso “San Isidro Fial” S.R.L.

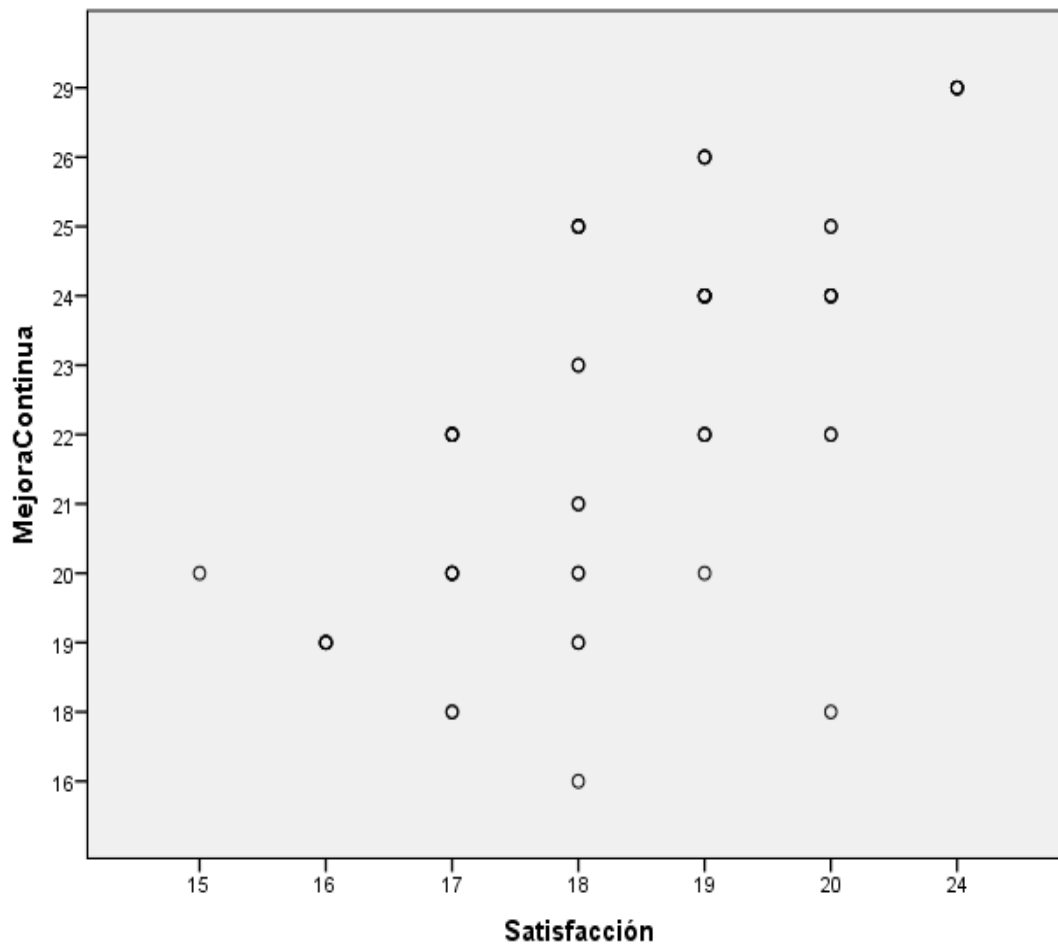
Ho: La satisfacción se relaciona significativamente con la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas caso “San Isidro Fial” S.R.L.

Interpretación: En la tabla 27 se observó el valor de significancia es de $P = 744^{**}$ en la relación entre la D3 Satisfacción y la V2 Mejora Continua determinado que si existe una correlación significativa entre ambas variables.

Respuesta al objetivo específico 03:

Se analizó la existencia de un margen de error de 0,00 lo cual se encuentra debajo del 5% comprobando la hipótesis y afirmando que la Correlación entre la D3 Satisfacción y la V2 Mejora Continua. También se observó el resultado del coeficiente $r = 0,744$ que cuantifica la relación entre D3 Satisfacción y la V2 Mejora Continua de manera positiva y se concluye que si existe una relación positiva entre las D3 Satisfacción y la V2 Mejora Continua.

Ilustración 4: Medida de Dispersión de D3 y V2 Mejora Continua



Datos de Pearson

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Avalos, E. (2018) “*Caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías en el centro de Tumbes, 2018*”
- Agudelo L. (2019). “*Mejora continua y Comercialización de Productos de Aseo Industrial*” a la Pontificia Universidad Javeriana Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas carrera de Administración de Empresas Bogotá D. C
- Alvarez, P. (2011). Procesos de gestión de unidades de información y distribución turísticas. Editorial Tutor Formación.
- Carrasco, N. S. (2018). *Evaluar la calidad en el servicio y atención al cliente en la hostería “Karen Estefanía” en la Ciudad de Guano, de la provincia de Chimborazo*. Riobamba – Ecuador: Tesis Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Chelley, A. (2018) “*La Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresa Del sector comercio - rubro servicio en la Atención de las telefonías para el cliente, Del distrito de satipo, provincia satipo, Año 2017*”
Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11762>
- Domínguez, (2012). *Las Micro y pequeñas empresas deben contar con una gestión apropiada para alcanzar sus objetivos* (p33).
- Davila, R. (2019) “*Gestión de Calidad y el uso de Tic en las micro y pequeñas empresas ferreteras en el distrito de satipo 2019*”
Recuperado:http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16217/GESTION_DE_CALIDAD_%20TIC_DAVILA_ROJAS RONALD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Enciso, J. (2018) en su trabajo de investigación titulada “*Mejora continua en la empresa Estanterías Metálicas J.R.M. S.A.C. Lima, en el periodo 2018*”
- Enrique Müller, (2018). *Sobre el equilibrio de la organización. Según la editorial Vértice*, (2019, marzo 17) En el libro titulado: la gestión de calidad (ISO 9001/2008).
- Gonzales. (2018). *La Gestion Calidad y el acceso al financiamiento de mlas Mypes del sector comercio en la ciudad de Bogota* (tesis de posgrado)
Recuperado de:
<http://www.bdigital.unal.edu.co/49025/1/Tesis%20La%20Gesti%C3%B3n%20Financiera%20y%20el%20acceso%20a%20Financiamiento%20de%20las%20Pymes%20del%20Sector%20Comercio%20en%20la%20ciudad%20de%20Bogot%C3%A1.pdf>

- Galán, C. (2015). *Metodología de la Investigación*. (Primera edición). México: Editorial Progreso.
- Galan, C. (2015). *Metodología de la Investigación*. (Primera edición). México: Editorial Progreso.
- González, O. y Arciniegas, J. (2016). *Sistemas de gestión de calidad: Teoría y prácticas bajo la norma ISO*. (Primera edición). Bogotá: ECOE Ediciones.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2016). *Metodología de la Investigación*. Sexta Edición. Mexico: McGraw-Hill / Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Hernández, R. Fernández, C Baptista, C. (2016). *Metodología de la Investigación*. 5ta. Ed. México: Edit. Mc Graw Hill. McGraw-Hill
- INEI. (Julio de 2018). *Resultados de estadísticas de Micro y Pequeña Empresa 2013*. Recuperado el 01 de Julio de 2015, de: <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>
- Jiménez, J. G. (27 de Noviembre de 2016). *Las MYPEs en los países emergentes y su incidencia en el desarrollo empresarial nacional*. Recuperado el 30 de Junio de 2015, de <http://www.monografias.com/trabajos41/formalizacionpymes/formalizacion>.
- Ortiz, C. (2017). *Modelo de gestión de calidad y su efecto en las ventas de la Finca el Moral de la parroquia el Triunfo del cantón Patate*. Universidad Técnica de Ambato. Ecuador
- Paez, F. (2019). *“La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de las pollerías. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Satipo”* Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14939>
- Perez, J. (2008). *Definición de Costos*. . Ed. México: Edit. Recuperado de: (<https://definicion.de/costo/>).
- Pabón, J. (2016). *Calidad y servicio: conceptos y herramientas (3a. ed.)*. Ecoe Ediciones. <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/114317>
- Rodríguez, Y. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*. (Tesis grado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú.

- Sánchez, A. (2017). *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger diner de Gualan, Zacapa*. (Tesis grado). Universidad Rafael Landívar. España.
- Tadeo, A. (2016). “*Indicadores de Gestión y Gestión de Calidad en la Municipalidad Distrital de Pillco Marca, Huánuco, 2016*” Recuperado:http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/20961/Tadeo_TAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Taipe, H. (2017) *Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro ferreterías, distrito de Satipo, año 2017.*” (Tesis grado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú.
- Vásquez, J. (2017). *Calidad de atención como estrategia para la captación de clientes en el Banco de la Nación de Huamachuco, La Libertad, 2017*. (Tesis grado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú.

ANEXOS:

Anexo 1: Instrumentos de recolección de datos



CUESTIONARIO DE VISITA A LA ORGANIZACIÓN O COMUNIDAD

El presente cuestionario debe ser completado con las preguntas, teniendo en cuenta que será bajo autorización propia del participante, firmando el Anexo de consentimiento informado

5 = Siempre 4 = Casi siempre 3 = Algunas veces 2 = Muy pocas veces 1 = Nunca

GESTIÓN DE CALIDAD Y MEJORA CONTINUA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO FERRETERIAS, CASO SAN ISIDRO FIAL S.R.L. SATIPO, 2020

N°	ITEMS	VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
D1: Calidad		5	4	3	2	1
1	¿Usted considera que los servicios brindados por la empresa San Isidro Fial son de confiables?					
2	¿Considera usted que los servicios brindados por la empresa San Isidro Fial son de su plena satisfacción?					
3	¿Considera usted que los trabajadores de la empresa San Isidro Fial están capacitados para trabajar con clientes descontentos?					
4	¿Considera usted que la empresa San Isidro Fial cuenta con trabajadores respetuosos al momento de la atención con sus clientes?					
5	¿Considera usted que la empresa San Isidro Fial brinda una buena calidad de atención en sus ventas?					
6	¿Usted considera que la atención recibida por parte de los trabajadores de empresa San Isidro Fial es de su agrado?					
D2: Estrategia		5	4	3	2	1
7	¿Usted considera que la empresa San Isidro busca siempre la innovación para que sus clientes estén satisfechos en el momento de su compra?					
8	¿Usted considera que al salir de la empresa San Isidro sale satisfecha con los tratos recibidos por parte de sus trabajadores?					
9	¿Usted considera que la empresa San Isidro tiene un objetivo para su mejora de cada año?					
D3: Satisfacción		5	4	3	2	1
10	¿Usted considera que la empresa San Isidro tiene los mejores precios y más económicos?					

11	¿Usted considera que la empresa San Isidro vende a un precio justo y de peso exacto?					
12	¿Usted considera que la empresa San Isidro Fial vende productos de calidad y garantía?					
13	¿Considera usted que los precios de los productos de la empresa San Isidro Fial son económicos?					
14	¿Usted considera que la empresa San Isidro Fial tiene competencia de otros comercios?					
D4: Mejora		5	4	3	2	1
15	¿Considera usted que la empresa San Isidro Fial hace un trabajo eficaz con sus trabajadores?					
16	¿Considera usted que la empresa San Isidro Fial cuenta con un sistema de control de sus trabajadores?					
17	¿Usted considera que la empresa San Isidro Fial realiza estrategias para que los clientes le prefieran?					
D5: Organización		5	4	3	2	1
18	¿Usted considera que la gestión que realiza la empresa San Isidro Fial es de su agrado para su satisfacción?					
19	¿Usted considera que los productos y elementos vendidos por la empresa San Isidro Fial son de garantía?					
20	¿Usted considera que la empresa San Isidro Fial está en constante desarrollo para su mejora continua?					

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2: Consentimiento Informado

Ilustración 5 : Consentimiento Informado



CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente información es conducida porde la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote el objetivo de este estudio es Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder algunas preguntas de un cuestionado. Esto tomará aproximadamente.....minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La Información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas.

Si tienes alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la participación del mismo le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacerlo saber al investigador.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación. He sido informado (a) de todo lo necesario.

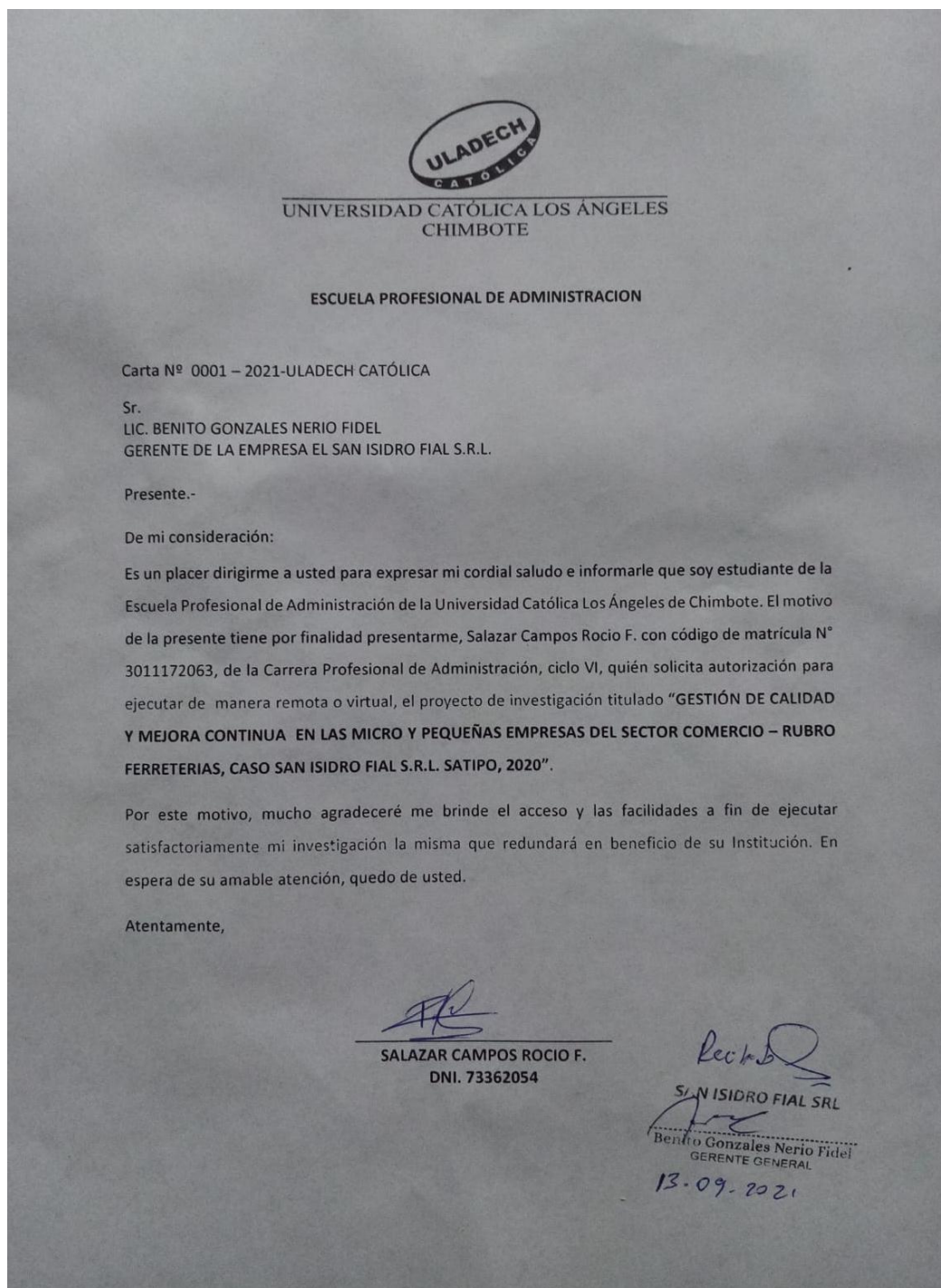
Nombre completo del participante

DNI N^a

CARGO

Anexo 3: Carta de Autorización al Gerente

Ilustración 6 : Carta de Autorización



Anexo 4: Firma de los Expertos

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD Y MEJORA CONTINUA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO FERRETERIAS, CASO SAN ISIDRO FIAL S.R.L. SATIPO, 2020

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO

Cuestionario para determinar la Relación de la Gestión de Calidad y la Mejora Continua.

III. TESISISTA

SALAZAR CAMPOS, Rocio Feliciano

IV. DECISIÓN

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta la estructura y profundidad; por tanto, permite recoger información concreta y real de la variable en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

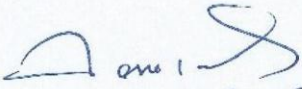
OBSERVACIONES:

.....
.....

APROBADO:

SI

NO


Lto. Adm. Néstor Fidel Benito Souza
C.I.D. -16676

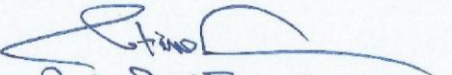
EXPERTO EVALUADOR

FICHA DE VALIDACIÓN A JUICIO DE EXPERTOS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Criterios de Evaluación						Recomendaciones
				Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		
				Si	No	Si	No	Si	No	
VARIABLE 1: GESTION DE CALIDAD	Calidad	Servicio	¿Usted considera que los servicios brindados por la empresa San Isidro Fial son de confiables?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			¿Considera usted que los servicios brindados por la empresa San Isidro Fial son de su plena satisfacción?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Clientes	¿Considera usted que los trabajadores de la empresa San Isidro Fial están capacitados para trabajar con clientes descontentos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			¿Considera usted que la empresa San Isidro Fial cuenta con trabajadores respetuosos al momento de la atención con sus clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Atención	¿Considera usted que la empresa San Isidro Fial brinda una buena calidad de atención en sus ventas?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			¿Usted considera que la atención recibida por parte de los trabajadores de empresa San Isidro Fial es de su agrado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estrategia	Satisfacción	¿Usted considera que la empresa San Isidro busca siempre la innovación para que sus clientes estén satisfechos en el momento de su compra?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			¿Usted considera que al salir de la empresa San Isidro sale satisfecha con los tratos recibidos por parte de sus trabajadores?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Objetivos	¿Usted considera que la empresa San Isidro tiene un objetivo para su mejora de cada año?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Satisfacción	Precio	¿Usted considera que la empresa San Isidro tiene los mejores precios y más económicos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			¿Usted considera que la empresa San Isidro vende a un precio justo y de peso exacto?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Producto	¿Usted considera que la empresa San Isidro Fial vende productos de calidad y garantía?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			¿Considera usted que los precios de los productos de la empresa San Isidro Fial son económicos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión
 Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
 Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específicos del constructo
 Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Car. - 16 de 16
 Dr. María Elena Pérez González


AVANCE 3: METODOLÓGICO		Programa		Indicador	
Desarrollo	¿Usted considera que la empresa San Isidro Fial esta en constante desarrollo para su mejora continua?	X	X	X	X
	¿Usted considera que los productos y elementos vendidos por la empresa San Isidro Fial son de garantía?	X	X	X	X
Elementos	¿Usted considera que la gestión que realiza la empresa San Isidro Fial es de su agrado para su satisfacción?	X	X	X	X
	¿Usted considera que la empresa San Isidro Fial realiza estrategias para que los clientes le presten?	X	X	X	X
Empresa	¿Usted considera que la empresa San Isidro Fial cuenta con un sistema de control de sus trabajadores?	X	X	X	X
	¿Considera usted que la empresa San Isidro Fial hace un trabajo eficaz con sus trabajadores?	X	X	X	X
Eficacia	¿Usted considera que la empresa San Isidro Fial tiene competencias de otros comercios?	X	X	X	X
	Competencia				

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD Y MEJORA CONTINUA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO FERRETERIAS, CASO SAN ISIDRO FIAL S.R.L. SATIPO, 2020

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO

Cuestionario para determinar la Relación de la Gestión de Calidad y la Mejora Continua.

III. TESISISTA

SALAZAR CAMPOS, Rocío Feliciano

IV. DECISIÓN

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta la estructura y profundidad; por tanto, permite recoger información concreta y real de la variable en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

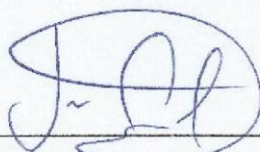
OBSERVACIONES:

.....
.....

APROBADO:

SI

NO



EXPERTO EVALUADOR

42490642

José Bonal Ferrer Poves

FICHA DE VALIDACIÓN A JUICIO DE EXPERTOS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Criterios de Evaluación						Recomendaciones
				Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		
				Si	No	Si	No	Si	No	
VARIABLE 1: GESTION DE CALIDAD	Calidad	Servicio	¿Usted considera que los servicios brindados por la empresa San Isidro Fial son de confiables?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			¿Considera usted que los servicios brindados por la empresa San Isidro Fial son de su plena satisfacción?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Clientes	¿Considera usted que los trabajadores de la empresa San Isidro Fial están capacitados para trabajar con clientes descontentos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			¿Considera usted que la empresa San Isidro Fial cuenta con trabajadores respetuosos al momento de la atención con sus clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Atención	¿Considera usted que la empresa San Isidro Fial brinda una buena calidad de atención en sus ventas?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			¿Usted considera que la atención recibida por parte de los trabajadores de empresa San Isidro Fial es de su agrado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estrategia	Satisfacción	¿Usted considera que la empresa San Isidro busca siempre la innovación para que sus clientes estén satisfechos en el momento de su compra?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			¿Usted considera que al salir de la empresa San Isidro sale satisfecha con los tratos recibidos por parte de sus trabajadores?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Objetivos	¿Usted considera que la empresa San Isidro tiene un objetivo para su mejora de cada año?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Satisfacción	Precio	¿Usted considera que la empresa San Isidro tiene los mejores precios y más económicos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			¿Usted considera que la empresa San Isidro vende a un precio justo y de peso exacto?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Producto	¿Usted considera que la empresa San Isidro Fial vende productos de calidad y garantía?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			¿Considera usted que los precios de los productos de la empresa San Isidro Fial son económicos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

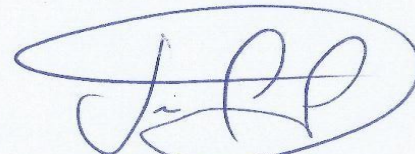
VARIABLE 2: MEJORA CONTINUA	Mejora	Competencia	¿Usted considera que la empresa San Isidro Fial tiene competencia de otros comercios?	X		X		X	
		Eficacia	¿Considera usted que la empresa San Isidro Fial hace un trabajo eficaz con sus trabajadores?	X		X		X	
		Empresa	¿Considera usted que la empresa San Isidro Fial cuenta con un sistema de control de sus trabajadores?	X		X		X	
			¿Usted considera que la empresa San Isidro Fial realiza estrategias para que los clientes le prefieran?	X		X		X	
	Organización	Gestión	¿Usted considera que la gestión que realiza la empresa San Isidro Fial es de su agrado para su satisfacción?	X		X		X	
		Elementos	¿Usted considera que los productos y elementos vendidos por la empresa San Isidro Fial son de garantía?	X		X		X	
		Desarrollo	¿Usted considera que la empresa San Isidro Fial esta en constante desarrollo para su mejora continua?	X		X		X	

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

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

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

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


 42490642
 DDSUP R. Pérez Ponce

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD Y MEJORA CONTINUA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO FERRETERIAS, CASO SAN ISIDRO FIAL S.R.L. SATIPO, 2020

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO

Cuestionario para determinar la Relación de la Gestión de Calidad y la Mejora Continua.

III. TESISISTA

SALAZAR CAMPOS, Rocío Feliciano

IV. DECISIÓN

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta la estructura y profundidad; por tanto, permite recoger información concreta y real de la variable en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

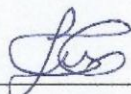
OBSERVACIONES:

.....
.....

APROBADO:

SI

NO



EXPERTO EVALUADOR

DNI 40626804

LIC: JESICA CASIMIRO ARAUCO

FICHA DE VALIDACIÓN A JUICIO DE EXPERTOS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Criterios de Evaluación						Recomendaciones
				Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		
				Si	No	Si	No	Si	No	
VARIABLE 1: GESTION DE CALIDAD	Calidad	Servicio	¿Usted considera que los servicios brindados por la empresa San Isidro Fial son de confiables?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			¿Considera usted que los servicios brindados por la empresa San Isidro Fial son de su plena satisfacción?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Clientes	¿Considera usted que los trabajadores de la empresa San Isidro Fial están capacitados para trabajar con clientes descontentos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			¿Considera usted que la empresa San Isidro Fial cuenta con trabajadores respetuosos al momento de la atención con sus clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Atención	¿Considera usted que la empresa San Isidro Fial brinda una buena calidad de atención en sus ventas?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			¿Usted considera que la atención recibida por parte de los trabajadores de empresa San Isidro Fial es de su agrado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estrategia	Satisfacción	¿Usted considera que la empresa San Isidro busca siempre la innovación para que sus clientes estén satisfechos en el momento de su compra?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			¿Usted considera que al salir de la empresa San Isidro sale satisfecha con los tratos recibidos por parte de sus trabajadores?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Objetivos	¿Usted considera que la empresa San Isidro tiene un objetivo para su mejora de cada año?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Satisfacción	Precio	¿Usted considera que la empresa San Isidro tiene los mejores precios y más económicos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			¿Usted considera que la empresa San Isidro vende a un precio justo y de peso exacto?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Producto	¿Usted considera que la empresa San Isidro Fial vende productos de calidad y garantía?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			¿Considera usted que los precios de los productos de la empresa San Isidro Fial son económicos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

VARIABLE 2: MEJORA CONTINUA	Mejora	Competencia	¿Usted considera que la empresa San Isidro Fial tiene competencia de otros comercios?	X		X		X	
		Eficacia	¿Considera usted que la empresa San Isidro Fial hace un trabajo eficaz con sus trabajadores?	X		X		X	
		Empresa	¿Considera usted que la empresa San Isidro Fial cuenta con un sistema de control de sus trabajadores?	X		X		X	
			¿Usted considera que la empresa San Isidro Fial realiza estrategias para que los clientes le prefieran?	X		X		X	
	Organización	Gestión	¿Usted considera que la gestión que realiza la empresa San Isidro Fial es de su agrado para su satisfacción?	X		X		X	
		Elementos	¿Usted considera que los productos y elementos vendidos por la empresa San Isidro Fial son de garantía?	X		X		X	
		Desarrollo	¿Usted considera que la empresa San Isidro Fial esta en constante desarrollo para su mejora continua?	X		X		X	

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

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

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

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



DNI: 40626804
LIC. JESSICA CASIMIRO ARAUCO