



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA
SATISFACCIÓN DE CLIENTES DE LAS FERRETERÍAS DE
LA CIUDAD AYABACA, 2023.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA

CASTILLO GAONA RUTH KARINA

ORCID: 0000-0001-6308-8810

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Chimbote, Perú

2023



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0069-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **07:30** horas del día **22** de **Enero** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL Presidente
ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA Miembro
LLENQUE TUME SANTOS FELIPE Miembro
Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES DE LAS FERRETERÍAS DE LA CIUDAD AYABACA, 2023.**

Presentada Por :
(0811172448) **CASTILLO GAONA RUTH KARINA**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **13**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciada en Administración.**

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL
Presidente

ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA
Miembro

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE
Miembro

Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES DE LAS FERRETERÍAS DE LA CIUDAD AYABACA, 2023. Del (de la) estudiante CASTILLO GAONA RUTH KARINA, asesorado por CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 12% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 08 de Marzo del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

Dedicatoria

A mi madre, mis hijos por brindarme su amor, comprensión y confianza en mí, por darme la oportunidad de inculcarme valores y ser una gran profesional; de la misma manera, agradecer a mi familia por su apoyo incondicional y por creer en mí.

Agradecimiento

A Dios, por ser guía y fortaleza en todo momento de mi vida, por darme la vida y la oportunidad de concluir con mis metas y objetivos trazados

Índice General

Caratula.....	I
Acta de sustentación	II
Constancia de originalidad.....	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento	V
Índice General.....	VI
Lista de tablas	VII
Lista de figuras	VIII
RESUMEN.....	IX
1. ABSTRACT.....	X
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
II. MARCO TEÓRICO	17
2.1. Antecedentes.....	17
2.1.1 <i>Antecedentes Internacionales</i>	17
2.1.1.1 <i>Antecedentes Nacionales</i>	19
2.1.2 <i>Antecedentes Locales</i>	21
2.2. Bases teóricas.....	23
2.2.1 <i>Gestión de calidad</i>	23
2.2.2 Satisfacción del cliente	29
2.2.3 MYPE	31
2.3. Hipótesis	33
2.3.1 Hipótesis general	33
2.3.2 Hipótesis específicas.....	33
III. METODOLOGÍA.....	34
3.1. Nivel, Tipo y Diseño de Investigación	34
3.2. Población y Muestra.....	34
3.3. Variables. Definición y Operacionalización.....	35
3.3. Técnicas e Instrumentos de recolección de información	38
3.3.1. Técnicas	38
3.3.2. Instrumentos	38
3.4. Método de análisis de datos	38

3.5. Aspectos éticos	39
IV. RESULTADOS	41
V. DISCUSIÓN.....	58
VI CONCLUSIONES	78
VII RECOMENDACIONES	79
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	80
ANEXOS.....	84
Anexo 01. Matriz de consistencia.....	84
Anexo 2. Instrumento de recolección de información	86
Anexo 03: validez de instrumento	90
Anexo 4: confiabilidad del instrumento.....	100
Anexo 05: Formato de consentimiento informado	103
Anexo 06: Documento de aprobación de institución para recolección de datos	106
Anexo 07: evidencias de ejecución(matriz de datos y declaracion jurada).....	109

Lista de tablas

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	36
Tabla 2. Calidad del servicio del personal.....	41
Tabla 3. Calidad del producto.....	44
Tabla 4. Servicio esperado.....	46
Tabla 5. Servicio recibido.....	47
Tabla 6. Calidad del servicio –clientes.....	49
Tabla 7. Expectativas del servicio	52
Tabla 8. Matriz de consistencia	84

Lista de figuras

Figura 1. Calidad del servicio del personal	43
Figura 2. Calidad del producto	45
Figura 3- Servicio esperado.....	46
Figura 4. Servicio recibido	48
Figura 5. Calidad del servicio del servicio según los clientes	51
Figura 6. Expectativas del servicio – clientes.....	53
Figura 7. Organigrama propuesto.....	63

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general: Determinar la relación que existe entre la Gestión de calidad y la satisfacción de los clientes en las empresas rubro ferreterías de Ayabaca, 2020. Para el desarrollo del trabajo de investigación, la metodología fue de tipo cuantitativo porque se utilizó la recolección y análisis de datos para así responder preguntas de investigación y para la presentación de los resultados se utilizaron procedimientos estadísticos, en cuanto al nivel fue correlacional y el diseño fue no Experimental – Transversal, no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables. En cuanto a la población, estuvo conformada por los dueños de las tres empresas rubro ferreterías de la ciudad de Ayabaca, de las cuales tenemos: “Ferretería Rivera”, “Ferretería Reyna del cisne”, y “Ferretería Jonathan”. Además, por 4 colaboradores de cada empresa”, de los cuales estarán conformados por administradores, vendedores y jefes del área de almacén; del mismo modo de 30 clientes de las ferreterías de la ciudad de Ayabaca. Llegando a 45 personas. Para ello, se aplicó como instrumento de recolección el cuestionario. Disponiendo como resultados que en términos generales la gestión de calidad que desarrolla las Mypes del rubro de ferretería de la ciudad de Ayabaca no es buena, lo cual repercute en la satisfacción de los clientes; es por ello, se ha determinado la calidad de la atención y del producto que ofrecen las empresas, pero lo más importante fue determinar cuáles son estas características que valora el cliente.

Palabra Clave: Calidad, Marketing, satisfacción al cliente, valor agregado.

ABSTRACT

The present investigation had as general objective: To determine the relationship that exists between Quality Management and customer satisfaction in the MYPE in the hardware stores of Ayabaca, 2020. For the development of the research work, the methodology was of a quantitative type because it was used the collection and analysis of data in order to answer research questions and for the presentation of the results statistical procedures were used, in terms of the level it was correlational and the design was not Experimental - Transversal, not experimental because it was carried out without deliberately manipulating the variables. As for the population, it was made up of the owners of the three MYPE hardware stores in the city of Ayabaca, of which we have: "Rivera hardware store", "Hardware store in general powerful captive of Ayabaca", and "Jonathan hardware store". In addition, by 4 collaborators from each MYPE", of which they will be made up of administrators, vendors and heads of the warehouse area; in the same way of 30 clients of the Mypes of the hardware sector of the city of Ayabaca. Reaching 45 people. For this, the questionnaire was applied as a collection instrument. Providing as results that, in general terms, the quality management developed by the Mypes in the hardware sector of the city of Ayabaca is not good, which has repercussions on customer satisfaction; For this reason, the quality of the attention and the product offered by the Mypes has been determined, but the most important thing was to determine what these characteristics are that the client values.

Key Word: Quality, Marketing, customer satisfaction, added value.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Este estudio se inscribe en los parámetros de investigación de la calidad en las MYPE sector ferretería de Ayabaca, línea asignada por la escuela de administración de la Universidad católica los ángeles Chimbote. El propósito de esta línea es desarrollar investigaciones relacionadas con la calidad en los procesos administrativos, organización, dirección y control, también como varias actividades propias de las organizaciones. Del mismo modo, se observa que en América Latina y en el Perú, las Microempresas y las Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), consiguieron estructurarse en estos sectores, esto debido a los índices de desocupación, índices de trabajo y sobre todo el crecimiento de emprendedores en los sectores mencionadas, pero, estas entidades están sujetas a muchos criterios como: políticos, económicos, cambios tecnológicos, crecimiento de las redes sociales y de clientes exigentes y cambiantes para satisfacer sus requerimientos dentro del mercado (Dini y Stumpo, 2020).

Rodrigues (2023), menciona que en España, existen 2.929.200 pymes, de las cuales 1.125.814 son microempresas (38,43 %), 164.781 son pequeñas empresas (5,63 %) y 26.763 son medianas empresas (0,91 %), de acuerdo con la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa (DGPYME) con información actualizada en marzo de 2023. Estas organizaciones son muy importantes en la economía del país ibérico ya que el 99 % del tejido empresarial está conformado por pymes, las cuales aportan el 65 % del PIB en el país, por lo cual, favorecen más de la mitad de la economía española. No obstante, estas entidades no tienen tantas facilidades para crecer económicamente, debido a una mala planificación, deficiente visión empresarial y temor a internacionalizarse y mala gestión de calidad lo que generan limitaciones en su administración.

En cuanto a México, de acuerdo al censo económico efectuado por el INEGI (instituto nacional de estadística, geografía e informática) en 2019, el 99.8% de empresas del país son micro, pequeños o medianos. Estas organizaciones son productoras de trabajo en el país (el 72% de puestos laborales en México) y simbolizan el 52% del PIB. Siempre se investiga o prioriza de empresas reconocidas, su manufactura y reconocimiento histórico; no obstante, es que los pequeños y medianos empresarios son fuente importante para solventar la economía del México.

Dado que, estos negocios fomentan y generación la riqueza y abren nuevos puestos de trabajo e inversión. Pero, las Pymes mexicanas carecen de los reflectores y atención que atraen a las grandes empresas, esto genera que se enfrenten a dificultades en cuanto a la financiación, innovación y gestiones de calidad, de esta manera muchas de estas empresas deben implementar mecanismos como la calidad en sus productos e innovarlos para mantenerse a flote dentro del mercado incordios (Helpi Mentoring, 2022).

Las MIPYMES del rubro ferretero en Colombia, se han transformado en un sector cada vez más relevante, representando el 2,5% del PIB nacional, según el Departamento Nacional de Estadística. Esto se explica en gran parte por un análisis PESTLE y un estudio de mercado realizados en Colombia, como táctica interna y externa para establecer eficazmente la calidad del servicio y mejorar la toma de decisiones para las compañías ferreteras colombianas (Rodríguez y Montenegro, 2019).

En el contexto nacional, el primer trimestre del año 2023, las micro y pequeñas empresas (Mypes) peruanas representaron el 21% del producto bruto interno (PBI) y 99% del empleo formal del Perú, datos efectuados por el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). Ante ello el titular del ministerio, el ministro Álex Contreras, rescata la importancia de estas organizaciones en la economía nacional, pues son fuentes generadoras de empleo e inversión; no obstante, estas empresas son susceptibles a incurrir a factores internos y externos que dificulten su accionar diario en el mercado incurrido, para deben generar ventajas competitivas viables a cambios adecuados de calidad, innovación y tecnología como herramientas de gestión para su desarrollo potencial (Diario oficial el peruano, 2023).

Respecto al sector de ferreterías y su desarrollo están unido continuamente con el crecimiento e innovación del sector de la construcción, no obstante, hay que distinguir relativamente la existencia de los canales de distribución: un lado masivo, compuesto por las ferreterías, bodegas, mercados, campos feriales (clusters) y distribuidores ferreteros mayoristas. Por el otro lado tenemos al canal moderno o retail, cubierto por los grandes almacenes detallistas con operadores como Promart, Sodimac, Home Center entre los principales y otros de acabados del hogar mucho más especializados en determinados productos (Pita, 2020).

Sin embargo, en el año 2020, estos sectores sufrieron una gran restricción y rotunda decaída referente a sus ingresos, pues con la crisis sanitaria Covid 19, estas actividades fueron paralizadas durante muchos meses. Por ello, después del levantamiento de las restricciones, estos sectores fueron enérgicos con la reapertura de sus negocios, esto apoyado por políticas de incentivos otorgados por el mismo gobierno peruano, programas como: avanza Perú, programa techo propio, mejoramiento de vivienda, entre otros, fueron claves para la reactivación económica de estos mercados; no obstante, sus ingresos actuales no son los más esperados. Ante estas circunstancias la empresa Qroma lanzo el programa “Manos a la Obra” (Perú Retail, 2020).

Por su parte el Diario el Comercio (2020) indicó que a pesar de la crisis sanitaria Covid 19 y de la economía variante en el país, existen 4 empresas que siguen potenciando el mercado de las ventas de artículos de ferretería y accesorios del hogar, de las cuales tenemos Sodimac, Maestro, Promart y Cassinelli, que representan el 80% de participación de este rubro que es importante para el desarrollo de la actividad de la construcción.

Ante ello, Diario Gestión (2023), manifestó que a pesar de la crisis sanitaria Covid 19, en el año 2021 la autoconstrucción fomento la demanda del cemento que se ha mantenido hasta el primer trimestre del año 2023, esto género una oportunidad para los grandes proveedores de materiales y crecimiento de las ferreterías; dado que son fuente principal para la actividad construcción. Sin embargo, con la desaceleración económica estas empresas tienen un alto riesgo que afecten su crecimiento, pues se ha proyectado que al cierre de 2023, los ingresos de las ferreterías caerán entre un 6% y 7% a S/3,161 millones, ante esta situación compleja es necesarios que las Mypes de este rubro fortalezcan su competitividad, su calidad de servicio e innovación para poder suscitar en este periodo; puesto que, para el año 2024, se estima un cambio rotundo en las ventas de las ferreterías a través del incremento de la demanda de productos de construcción para respaldar el déficit de vivienda y la estimación de que la actividad de autoconstrucción se recupere más rápidamente que el sector de infraestructura con cambio positivos de la oferta por parte de las empresas con cambios de productos de calidad, innovación de las ventas y competitiva.

En el ámbito regional las empresas piuranas han sufrido una rotunda baja de rentabilidades; esto debido, a las pocas ventas que se han generaron; sin embargo, a través de esta pandemia los clientes han cambiado su comportamiento de compra utilizando en gran medida medios digitales, siendo estos los nuevos canales de ventas, por lo cual, la industria de la ferretería tiene uno de los escenarios más favorecedores en cuanto a crecimiento, siempre y cuando mejoren sus calidad de producto y servicios e innoven en medios digitales y tecnología en sus procesos.

Las empresas del sector ferretero de la ciudad de Ayabaca, desde el inicio de sus actividades han carecido de innovación tecnológica, marketing y sobre todo gestión de calidad de los productos y servicios de atención, generando insatisfacción dentro de sus clientes; de igual modo, internamente se genera un clima de inseguridad y desorden que impacta negativamente el rendimiento de los trabajadores, por ende, a la administración y gestión de calidad de las organizaciones. De tal forma se ha determinado que no existe una previa planificación, es habitual ver un panorama en casos de urgencia, y en ese instante los clientes no obtienen lo que quieren y quedan descontentos, llegando a influir en la adecuada atención a sus clientes.

Según la situación previamente descrita se puede plantear el problema detectado como: ¿Cuál es la relación que existe entre la Gestión de calidad y la satisfacción de los clientes de las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023?, asimismo se determinó los siguientes problemas específicos: ¿Cómo la calidad de la atención del personal se relaciona con la Satisfacción de los Clientes de las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023?, ¿De qué manera la calidad del producto se relaciona con la Satisfacción de los Clientes de las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023?, y ¿De qué manera la propuesta de un sistema de Gestión de calidad influye en la satisfacción de los clientes en las ferreterías de la Ciudad Ayabaca, 2023?, y para responder a la pregunta se establece como objetivo general determinar la relación entre la Gestión de calidad y la satisfacción de los clientes en las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023. Los objetivos específicos son: a) determinar la calidad del servicio del personal y su relación con la Satisfacción de los Clientes de las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023, b) Identificar de qué manera la calidad del producto se relaciona con la Satisfacción de los Clientes de las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023.

c) plantear un sistema de gestión de calidad que incida en la satisfacción de los clientes en las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023. Igualmente, se empleó en el estudio, una metodología de tipo cuantitativo, nivel Correlacional, diseño no experimental de corte transversal, para la recolección de datos se utilizó la encuesta y su instrumento el cuestionario ordenado estructuralmente con ítems para la variable gestión de calidad y satisfacción del cliente.

Asimismo, este estudio se justifica de forma teóricamente, porque aportará contribuirá con conocimientos acerca del vínculo existente entre la gestión de calidad y la satisfacción del cliente, brindando un detalle vigente y realista sobre todos los puntos de vista y procedimientos relacionados con la gestión de calidad y su impacto muy significativo en la consecución de las satisfacción de los clientes, mediante factores tangibles, confiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta; asimismo también, permitirá realizar la comparación empírica de la realidad con los paradigmas teóricos dichos, de este modo se produjo nuevos conocimientos, acerca de cómo aumentar el nivel de gestión de calidad y el nivel de satisfacción del cliente, por otro lado se justifica de manera práctica, ya que la presente investigación se elaboró puesto que existe la necesidad de optimizar el nivel de satisfacción de los clientes, debido que son un activo importante para la mejora del desarrollo de las empresas, por lo tanto los resultados producidos fueron útiles para evaluar el nivel de gestión de calidad de los representantes y la satisfacción del cliente, además, permitió elaborar nuevas planteamientos o recomendaciones con el fin de que a las empresas en estudio se les permita mejorar constantemente su progreso, del punto de vista académico, este trabajo servirá como antecedente de Investigación, para futuros estudiante y/o investigadores, de tal manera que sería una fuente de investigación para coadyuvar a determinar la relevancia de la gestión de calidad y su relación con la satisfacción del cliente, pues en base a mi experiencia son temas académicos que son empleados con más frecuencia ante la problemática de cualquier entidad.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1 *Antecedentes Internacionales*

Jadan (2022), en su tesis denominada: *modelo de gestión de calidad para la estrategia de venta de la ferretería “san miguel” de la ciudad de Quevedo- Ecuador*, dispuso como objetivo principal: desarrollar un modelo de gestión de calidad en la empresa ferretería “san miguel” para incrementar las ventas y generar mayor productividad. Para su desarrollo se empleó una metodología investigativa y exploratoria, además se ejecutó una recopilación de información general a través de la entrevista y encuestas efectuadas al administrador de la ferretería y a los clientes de la zona de San Camilo, como hallazgos se determinaron una serie acciones problemáticas, así como también la falta de una misión, visión, objetivos y la aplicación de un modelo de gestión orientado a la ejecución de gestión de calidad que los encamine a llevar un enfoque sobre lo que se quiere lograr, además se evidencio la falta de capacitación al personal para mejorar la atención al usuario hace que existan demasiadas quejas por motivos de ineficacia. Se concluyó la importancia de la elaboración de un modelo de gestión de calidad orientado a la ejecución de un plan de estratégico que permitirá el incremento de las ventas, su captación de clientes y la fidelización de estos, así como también se buscó la interpretación de una matriz FODA que analice la situación actual de la empresa.

Abreo y Choloquina (2022), en su trabajo de investigación *denominado: “capacitación y su incidencia en el desempeño laboral del personal de la ferretería “Bonilla” en el cantón la maná, 2022”*. Tuvo como objetivo general: Analizar la incidencia que genera la capacitación en el desempeño laboral del personal de la Ferretería Bonilla en el cantón La Maná; así mismo, las autoras emplearon una metodológica de investigación de tipo cuantitativo, siendo también necesario la utilización del método analítico y deductivo. En cuanto a la recopilación de datos e información estadística, se aplicó una encuesta a 34 trabajadores, destacando datos valiosos de las deficiencias entre ellas la falta de capacitación, que repercuten negativamente en las cualidades, actitudes y dificultades en los colaboradores con bajas habilidades y conocimientos en su desempeño del trabajo afectando de esta forma la productividad de la empresa. Concluyendo que en concordancia con el rendimiento laboral se concluye que el 82,40% de los empleados manifiestan que siempre tienen mayor rendimiento laboral cuando han obtenido alguna capacitación, teniendo conocimientos altos

en sus tareas del trabajo, de igual forma el 17,60%, manifiestan que frecuentemente su potencial es alto mediante nuevos aprendizajes con un índice alto de resolución de problemas en sus puestos de trabajo.

Pupo, Cruz, y Garcia (2021) en su trabajo de grado *Capacitación y perfeccionamiento del liderazgo para optimizar el sistema de gestión de la calidad en empresa cubana*, trazó como propósito principal elaborar y aplicar un procedimiento para la capacitación y perfeccionamiento del liderazgo en esta organización que desarrolle e implemente un sistema de gestión de la calidad. Para el proceso de la investigación se empleó una metodología de diseño no experimental - descriptivo - aplicativo de campo. Asimismo, para el recolecto de la información se usó como población a todo el personal que trabaja en la empresa y como muestra a 76 personas de todos los ambientes de la Oficina Central, a las cuales se les entrevistó y encomendó un cuestionario de 48 preguntas mediante la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: el estilo de dirección más empleado por las áreas es el democrático en un 75%, el 95 % percata que los estilos usados por los directivos son eficientes para el alcance de las metas, un 75% considera que son líderes eficaces ya que acata con los objetivos de producción y las metas de sus áreas, el 83,3% de directivos como sus superiores consideran que son vistos por sus subordinados como eficientes al tener la capacidad de dirigir a la empresa a la obtención de los objetivos. Dicho autor concluyó que hay la necesidad de ejecutar una aplicación de instrumentos diagnósticos para evaluar la eficacia del liderazgo como medio para mejorar la competitividad orientadas al logro de las metas de calidad.

Macías, Gonzales y León (2022) en su tesis: *cualidades dactilares en la gestión administrativa para garantizar calidad y satisfacción del cliente en el rubro ferretería en Ecuador*, dispuso como objetivo general indagar las cualidades dactilares en la gestión administrativa para fomentar la calidad y el confort del cliente en las ferreterías de Ecuador. Par el desarrollo de la tesis se utilizó una metodología de enfoque cualitativo, de tipo documental-bibliográfica. En la utilización de los datos para el análisis, se consolidó mediante una compilación bibliográfica mediante el uso de internet, para la recolección se ejecutó forjando palabras estratégicas en el uso del internet, léxicos en la gestión de calidad y atención al público. La organización de la data se determinó a través del estudio del contexto. Del mismo modo, el empleo del análisis documental fue ideal, lo cual, de 23

difusiones, 08 estuvieron para conceptualizar el análisis final y 15 como bases sustentables. De esta manera para concretizar las conclusiones primero se identificaron como resultados: que el planeamiento de la calidad es idóneo para cualquier organización, pero debe ser definida en base a la focalización u objetivo que busque la empresa, como herramienta administrativa, para medir la excelencia en el producto o servicio, como generador de competitividad que permita a la organización medir las necesidades de sus clientes para lograr la satisfacción de los mismo. Ante ello, el autor finiquita el estudio mencionando que las estrategias dactilares son fuente primordial para mejorar la gestión administrativa, mediante la calidad del servicio o producto a ofertar para las empresas ecuatorianas del rubro ferretería, se esta forma las estrategias digitales serán mecanismos primordiales de innovación y competitividad cuya prioridad será lograr la gestión total de calidad en el mercado ecuatoriano.

2.1.1. Antecedentes Nacionales

Armas (2023), en su tesis denominada: *Gestión de calidad como elemento determinante en la vivencia del consumidor de la ferretería horizonte de la urbe de Huaraz, 2021*, dicho autor planteó como propósito general exponer la gestión de calidad como elemento determinante en la vivencia del consumidor de la ferretería horizonte de la urbe de Huaraz.; De igual modo, para elaborar la indagación se empleó una metodología de enfoque numérico, nivel asociativo, diseño no experimental, de corte transversal. Para el acopio de la información se obtuvo como dato a 79 clientes de los cuales se les interrogó a través de un cuestionario de 13 ítems; consiguiendo como resultado valorar y evaluar la gestión de calidad, detallando que el 44% señalaron que jamás, 47% expresan que jamás considera la vivencia del consumidor como mejora la calidad, 63% señalan que jamás cumplen con las expectativas del consumidor, el 61% casi jamás se enfocan en los gustos y preferencias del consumidor, 68% manifestaron que el personal jamás está entregado a su labor, 47% de los consumidores expresan que jamás encuentran el producto que quieren, por otro lado, la caracterización de la vivencia: 56% saben sobre la interrelación personal en la empresa, 30% adquieren los productos que quieren. Por último, se concluyó que la ferretería horizonte, existe una insuficiencia en la vivencia con el bien o servicio, antipatía de parte del personal, carencia de seguridad y formación.

Albino (2022), en sus tesis denominadas: *caracterización de gestión de calidad y liderazgo carismático en Mypes rubro ferretería de la provincia de Huaraz, año 2022*. El objetivo principal fue describir las principales características de la gestión de calidad bajo y liderazgo carismático, es decir si los altos funcionarios de las ferreteras ejecutan el liderazgo carismático en su centro de laboral, por lo cual se planteó el problema principal, ¿Qué característica tiene gestión de calidad y liderazgo carismático en las Mype rubro ferretería de la provincia de Huaraz, 2022?, para ello se utilizó una metodología de tipo cuantitativo, el nivel descriptivo, diseño no experimental, la técnica usada fue la encuesta, con su instrumento el cuestionario, la población constituida por los 84 gerentes y los 154 colaboradores de diversas empresas ferreteras de la provincia de Huaraz, los resultado de este estudio determinaron que el 52% los trabajadores de las ferreterías indicaron que nunca emitan la conducta del líder, también se realizó las comparaciones con otras investigaciones para poder justificar el objetivo del estudio, llegando así a la conclusión que los gerentes tiene deficiencia en la práctica de liderazgo carismático porque solo están allí por el sueldo y no se sienten su compromiso por la organización.

Brenis (2022), en su tesis denominada: *“la calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente para las tiendas de conveniencia en lima norte, 2022.”* – lima. el presente estudio se propuso como objetivo general determinar si existe una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente para las tiendas por conveniencia en lima norte, 2022. la metodología fue de tipo correlacional, cuantitativa y no experimental, cuyos instrumentos aplicados para la información fueron la encuesta y el cuestionario con escala de Likert. Se concluyó que existe una relación significativa entre las variables, según la prueba de correlación de Spearman el instrumento es idóneo y factible.

Quispe (2021), en su tesis denominada: *Propuesta de mejora en el control interno administrativo para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería del distrito Carmen Alto, Ayacucho, 2021*. El objetivo general de esta indagación fue establecer la sugerencia de perfeccionamiento del control interno administrativo para la gestión de calidad en las MYPES, sector ferretería del distrito Carmen Alto, Ayacucho, 2021. Igualmente, este estudio examinado ejecutó una metodología de indagación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal; con una muestra de 25 propietarios ferreteros del distrito Carmen Alto y una población conformada de 7

propietarios ferreteros, de los que se utilizó la encuesta referida a las variables en análisis para la obtención de la información, que permitieron analizar el control interno administrativo y la gestión de calidad. Los resultados recopilados fueron, el 57.1% expresan que ocasionalmente efectúan evaluaciones periódicas para reconocer peligros, el 42.9% señalan que casi siempre hay información nítida de las funciones de su personal, el 57.1% declaran que casi siempre en la compra-venta se ofrece información apropiada al cliente, el 42.9% menciona que casi siempre su empresa difunde los productos que brinda. Finalizando que casi siempre poseen un conveniente control interno administrativo y una correcta gestión de calidad, asimismo, contribuyen en el progreso positivo de las empresas.

Palomino (2019), en su tesis “*gestión de la calidad y satisfacción de los clientes en lima metropolitana de la empresa “megonsa”. Contratistas generales: 2018.*” – lima. la presente investigación se propuso como objetivo general explicar la influencia de la gestión de la calidad y la satisfacción de los clientes en la empresa megonsa, que presta servicios en el rubro inmobiliario, y que presenta deficiencias relacionadas con estos aspectos. La metodología fue de tipo aplicada, explicativa y no experimental, correlacional longitudinal, cuyos instrumentos aplicados para la información fueron la encuesta y el cuestionario. Se concluyó que la gestión de calidad tiene influencia directa y significativa con la satisfacción del cliente en la referida empresa.

2.1.2. Antecedentes Locales

Risco (2022) en su tesis denominada: *Caracterización de competitividad y atención al cliente de las MYPES rubro ferreterías del distrito de La Arena - Piura, año 2022*, en esta investigación la Autora formuló como objetivo general: identificar las características que tiene la competitividad y atención al cliente en las Mype rubro ferretería de distrito de la Arena-Piura. La metodología que se empleó fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal, la población fue finita de 4 propietarios, 12 trabajadores e infinita para los clientes quienes consiguieron una muestra de 68 clientes. Se usó la encuesta como técnica y su instrumento cuestionario. Obteniendo como datos los siguientes: el 100% de propietarios utiliza estrategias para su negocio, el 100% considera que sus productos son de calidad, el 100% de los trabajadores le brindan capacitación al ingresar a trabajar y el 84% de los clientes reciben una buena atención. Determinando que

las Mype indagadas cuentan con estrategias competitivas, para el aumento de clientes y aceptación del precio; se identificaron que los niveles de atención a los clientes como son: microeconómico, meso económico, macroeconómico y meta económico. Los beneficios que genera con la buena atención al cliente son: satisfacción del cliente, aumento de clientes, ahorro de publicidad, además se determinaron que los niveles de atención al cliente son: criminal, básico, esperado, deseado y alucinante.

Hernández y Sernaque (2022) en su tesis denominada: *La investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre la gestión de calidad y la satisfacción del cliente del restaurante Miraflores EIRL - Piura, 2022*. Para el desarrollo del trabajo se usó una metodología de tipo aplicada de diseño no experimental de corte transversal, descriptiva y correlacional, dentro de la población se empleó a 60 clientes, siendo lo más recurrentes de manera censal. Para la recolección de datos se ha utilizado la técnica de la encuesta siendo el cuestionario su instrumento mismos que se analizaron mediante el programa estadístico SPSS, de manera relevante se tomó en cuenta que la prueba de normalidad es no paramétrica, asimismo como resultados de hipótesis general se obtuvo como valor de $Rho = 286$; lo cual nos indica que existe una correlación positiva baja entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, a un nivel de significancia del 5% ($0.000 < 0.05$), es decir se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto, se concluye que existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, del Restaurante Miraflores EIRL - Piura, 2022.

Mezones (2020) en su tesis denominada: *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro Ferretería de Frías, año 2020*, se formuló como objetivo principal determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE ferretería de Frías, año 2020. Se usó una metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. Sus unidades económicas son 04 MYPE del rubro ferretería, la población finita es de 04 propietarios para gestión de calidad y para atención al cliente fue una población infinita con una muestra de 195 clientes. En la recolección de datos se aplicó la encuesta como instrumento de la investigación. En las conclusiones se determinó respecto a los componentes de la gestión de calidad que el 100% de los encuestados considera que las MYPE cuentan con los recursos necesarios para operar el negocio. Así mismo a los beneficios de la gestión de calidad el 100% no conoce el

comportamiento del público objetivo. Asimismo, los factores en la atención al cliente se determinaron que el 100% de los encuestados considera que los vendedores de las MYPE si ejercen su trabajo con total profesionalismo. Por otro lado, a las estrategias de la atención al cliente se observa que el 100% de los encuestados considera que la atención brindada por las MYPE es la adecuada.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Gestión de calidad

2.2.1.1. Definición

Hammond (2022) menciona que la gestión de calidad es una valoración global, semejante a una actitud, que depende de la comparación entre las expectativas previas del cliente y su percepción posterior de la entrega del servicio. La satisfacción del cliente es una medición de la respuesta que los consumidores tienen con respecto a un servicio o producto de una marca en específico. La satisfacción del cliente está relacionada con una transacción en específica y puede variar según el momento y el contexto.

Por su parte Steubel (2022) describe a la gestión de calidad como la planificación, control y optimización de procedimientos organizacionales, a través de reglas que han sido establecidas anticipadamente para lograr la excelencia de un producto o servicio, ya que la calidad va de la mano de las necesidades y expectativas del cliente, hoy en día existen normas y prototipos de calidad básicos para el logro de la calidad total, entre ellos tenemos a la norma ISO 9000 o el sistema EFQM, prototipos que permiten avalar la calidad no solo entre el cliente final y usuario, sino producir ventajas competitivas a una empresa como herramienta administrativa y gerencial para la correcta toma de decisiones.

Según Hernández y Rodríguez (2018) indican que la calidad de gestión, actualmente, constituye una estrategia esencial en el interior de las organizaciones, cuyo propósito es alcanzar competitividad empresarial que brinde, desde una perspectiva integral, un estudio detallado de cómo se están realizando las actividades en el interior de la empresa, cuyo objetivo es poder contentar al cliente para producir una ventaja competitiva dentro del sector que se está incursionando.

Asimismo, la calidad y satisfacción de clientes son dos conceptos que se refieren al grado en que se cumplen las necesidades y expectativas de los consumidores con respecto a un producto o servicio de una marca. Estos conceptos son importantes porque pueden generar beneficios para las empresas, como una ventaja competitiva, una mayor lealtad, una mejor imagen, una mayor rentabilidad y una menor rotación (Zendesk, 2022).

2.2.1.2. Relevancia de la calidad

Con respecto a De grados (2023), indica que actualmente existe un incremento de organizaciones que destacan la importancia de la gestión de calidad. Este criterio se ha convertido en una vía de significancia para lograr sus objetivos y alcanzar ventajas competitivas, pues los clientes cada día se convierten en consumidores rigurosos y están al tanto de los criterios e innovaciones de calidad antes de adquirir un producto o servicio. La fortaleza de la calidad se arraiga en la extensión que tienen las empresas para distinguir a sus competidores de esta manera mejorar o fortalecer el servicio que ofrecen dichas empresas. Existen 05 criterios para explicar la importancia de la gestión de calidad:

- **Niveles bajos de costos.**
De forma automática los costos se disminuyen, ya que la organización tendrá menos que rehacer, por ende, los componentes que se desechaban, ahora serán aprovechados, los trabajadores que se ocupaban de volver a rehacer dichos componentes, ahora podrán dedicarse a la fabricación y el tiempo que le dedicaban a este mismo lo podrán emplear para crear nuevos productos o mejorar sus sistemas de fabricación, también provocando un ahorro en el tiempo y los materiales usados para la creación del producto.
- **Minimización de los precios.**
Como resultado en la disminución de costos, provocado por el consumo menor de componentes, por la disminución en los rehacer, por el menor desecho y por el menor deterioro humano, la productividad se incrementa notablemente y el valor del producto o servicio puede ser inferior.
- **Visibilidad en el mercado.**
Gracias a una calidad excelente a la de los competidores, con un costo asequible, con productos novedosos y cada vez más mejorados, el mercado distingue la marca

creando una confianza hacia los productos elaborados o servicio prestados; lo que repercute en una asistencia destacada en el mercado.

- **Posicionamiento en el mercado.**

Como resultado de los beneficios previamente mencionados, la organización tiene mayor posibilidad de mantenerse en el mercado con una lealtad por parte de los clientes.

- **Producción de empleos.**

Al incrementar el nivel, con un costo asequible, con asistencia y estabilidad en el mercado, se pueden ofrecer más ocupaciones, que además evidencia un desarrollo en la entidad y satisface plenamente con uno de los propósitos de la empresa

2.2.1.3. Dimensiones de la gestión de calidad

Para (Barras, 2023) menciona (Argudo, 2018) que la organización de un método de gestión de calidad es relevante para una entidad, pero a la vez no debe ser difícil, ni pesado, pues lo que debe sobresalir es la buena voluntad y tenacidad de todos los miembros de la institución, por ello se debe sobresalir y dominar los componentes esenciales de la gestión de calidad, de los cuales tenemos:

- 1. Calidad del personal:** esta dimensión puede ser definida como la respuesta a las exigencias y expectativas “tangibles” e “intangibles” tanto de las otras personas como de las propias, toda institución debe diseñar y tener normas de eficiencia dentro de sus acciones, implicando a todos los miembros de la entidad para potenciar el progreso institucional.
- 2. Calidad del producto:** esta dimensión consiste en la valoración de los productos o servicios que se efectúa, las entidades deben implantar programas de perfeccionamiento continuo, examinando los puntos fuertes y flojos de tu servicio para optimizarlos y de esa forma incrementar la calidad en el interior de la institución.
- 3. Calidad del servicio:** para esta dimensión se deriva de la propia definición de Calidad, entendida esta como satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente. Antes de abordar la definición de la Calidad de Servicio, es pertinente hacer algunas precisiones. En primer lugar, hay que considerar que los bienes capaces de satisfacer las necesidades del cliente son, de acuerdo con su contenido, de dos clases: tangibles e intangibles.

Se determina que estas dimensiones son interdependientes y fluctúan entre sí en la gestión de calidad. Dado que, mediante la adecuada atención del personal, la calidad del producto ofrecido y calidad del servicio, las empresas ferreteras de la ciudad de Ayabaca podrán generar ventajas competitivas para alcanzar mejores resultados en términos de eficiencia, efectividad y satisfacción del cliente.

Indicadores de las dimensiones de la gestión de calidad

Correia (2021) señala que:

Talento: es la disposición o habilidad innata de un individuo para ejercer una ocupación o para desempeñar una tarea determinada. Es decir, las personas talentosas son aquellas que demuestran una gran facilidad para alguna tarea, especialmente cuando no han recibido entrenamiento para ella o es la primera vez que intentan hacerla.

Capacidad: se focaliza en los recursos o actitudes que dispone una persona para desempeñar una determinada tarea en términos de eficiencia y eficacia.

Quejas: es un manifiesto donde se contempla malas vivencias o circunstancias donde una persona expresa su malestar por un cometido hacia sus satisfacciones o anhelos de su propio bienestar

Funcionalidad: se focaliza a una característica o capacidad que se agrega a un producto o servicio para mejorar su funcionalidad y otorgar un valor agregado.

Servicio esperado: es el servicio que el cliente espera obtener para lograr satisfacer sus necesidades, pero se espera obtener un servicio apropiado para sus intereses personales.

Servicio recibido: son los acontecimientos propios de la atención, de las cuales una persona u organización depende de sus actitudes y capacidades para ofrecer un buen servicio y que cumpla las expectativas de los clientes.

2.2.1.4. Procesos administrativos

El proceso administrativo está determinado por una serie de actividades que interactúan entre sí para lograr una meta proyectada. Estas acciones están elaboradas en dos fases, una primaria asignada como técnica que incluye las etapas de planificación y organización, y la fase secundaria asignada como operativa que abarca las etapas de dirección y control. En conjunto, constituyen el llamado proceso gerencial, puesto que siempre que un proyecto planificado se realiza, dicho proceso se vuelve a iniciar. (Argudo, 2018).

Programación: La programación del procedimiento gerencial es el fragmento del procedimiento en los cuales establecen los fines o las aspiraciones a lograr a corto o largo plazo. Asimismo, escogen las tácticas más idóneas para conseguir estos fines y se define un programa el cual muestre en nítido las acciones que se ejecutarán, los componentes materiales que se requieren y la imagen adecuada de las personas con mayor capacidad para poder realizar cada acción. Dicha labor que se necesita efectuar el alto nivel gerencial de cualquier entidad, ya que está vinculada con la misión y visión de la entidad en su totalidad. Averigua las características de los fines de las empresas, y qué componentes los determinan en cada uno de sus criterios (Medina, 2018).

Ordenamiento: Lo que se pretende en cuanto a la organización del proceso administrativo es lograr la coordinación de todo lo que se estableció y planifico con anterioridad de tiempo. Por lo tanto, esta fase es esencial al momento de liderar el afán y vigor de trabajo a fines precisos y concretos. No serviría de nada establecer una serie de fines, si después, el grupo es inepto de poder reorientarlos hacia su logro, durante esta fase, será necesario saber ordenar adecuadamente los medios personales y económicos.

Gestión: Esta actividad comprende la etapa donde se realiza lo establecido anteriormente; por ello, la función de un gerente es indispensable para lograr las metas establecidas, la función del gerente es motivar, comunicar, y supervisar todas actividades planificadas y coordinadas. Dentro de la gestión del método administrativo, la persona que desempeña el puesto de director debe poseer la autoridad de elegir y también una excelente habilidad interpersonal, puesto que será el traductor que las cosas marchen correctamente para las aspiraciones de lo planificado por la empresa, o hay que desatender que requerirá vincularse eficientemente con cada integrante del conjunto, y ser habilidoso de comunicar en todo momento el fin imprescindible. Averigua cuáles son las particularidades de un óptimo dirigente empresarial y aprehende cómo tiene que ser para efectuar con éxito esta sección del procedimiento.

Manejo: Es la etapa del método administrativo de una institución donde se pretende evaluar los logros alcanzados con el propósito de optimizar aquello que sea preciso y garantizar que el procedimiento vuelva a iniciar desde una programación más sagaz que la previa. El manejo del método administrativo proporciona la posibilidad de perfeccionar los puntos flojos y confirmar los robustos para incorporarlos en la mentalidad organizacional. En esta etapa se contrastan lo programado con lo alcanzado y se observa la diferencia existente en caso de su presencia. Se afirma que el plan llegó a su etapa final cuando realiza su etapa de

manejo, y es en ese instante que acaba un primer giro para empezar de nuevo en la etapa de programación. Esta etapa también resulta necesaria, porque sin ella resultaría inviable poder aprender los elementos necesarios a perfeccionar durante las distintas fases del procedimiento administrativo.

2.2.1.5. La calidad

En un primer nivel, calidad es cumplir con las especificaciones del cliente. A través de esta definición, con ello sería suficiente. Desde la visión del departamento de marketing y financiero, es asegurarse de que vuelvan los clientes y no devuelvan el producto, en un nivel más elevado, es hacer las cosas correctamente, con los mejores medios y a través de la práctica de la excelencia (Farías, 2015).

Por lo tanto Podemos decir que una definición generalmente aceptada es la que identifica la Calidad con el grado de satisfacción que ofrecen las características del producto/servicio, en relación con las exigencias del consumidor al que se destina, es decir, un producto o servicio es de calidad, cuando satisface las necesidades y expectativas.

2.2.1.6. Eficiencia en el servicio

Es un concepto que deriva de la propia definición de Calidad, entendida esta como satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente. Antes de abordar la definición de la Calidad de Servicio, es pertinente hacer algunas precisiones. En primer lugar, hay que considerar que los bienes capaces de satisfacer las necesidades del cliente son, de acuerdo con su contenido, de dos clases: tangibles e intangibles.

- Los bienes tangibles suelen conocerse con el nombre de productos. Tienen una consistencia material. Se trata de objetos físicos cuya utilización por el cliente resuelve una necesidad sentida.
- Los bienes intangibles se denominan, generalmente, servicios. Su estructura es inmaterial. Se trata de actos que recibe el cliente, a través de los cuales soluciona sus problemas o carencias. En general, se puede entender por producto tanto un tangible como un intangible.

2.2.2. Satisfacción del cliente

2.2.2.1. Definición de cliente

Un cliente, desde el punto de vista de la economía, es una persona que utiliza o adquiere, de manera frecuente u ocasional, los servicios o productos que pone a su disposición un profesional, un comercio o una empresa. Por otra parte, como cliente también se denomina la persona que se encuentra bajo la protección de otra. Este tipo de relación se ubica, por ejemplo, en el Derecho, donde el abogado representa, protege y defiende los derechos de su cliente (Mesquita, 2018).

2.2.2.2. Satisfacción del cliente

En relación con lo anterior luego de que la empresa cumpliera o no con las expectativas de los clientes, estos pueden que queden satisfecho o insatisfecho sin embargo lo primordial para que las empresas puedan mantener a los clientes satisfechos es tener la capacidad de resolver los problemas y las cuestiones de una manera rápida, agradable y eficiente, de esta manera los clientes seguirán confiando en la empresa y mantendrán la relación comercial, en este sentido según , (Paricancca, 2019)define a la satisfacción como “experiencia cognoscitiva o racional, derivada de la comparación entre las expectativas y el comportamiento del producto o servicio, está subordinada a numerosos factores como las expectativas, valores morales, culturales, necesidades personales y a la propia empresa”

2.2.2.3. Dimensiones de la satisfacción del cliente

Cuando hablamos de excelencia en atención, enseguida se nos ocurre el concepto CONSUMIDOR. Actualmente, como consumidores, buscamos excelencia, queremos productos que cubran nuestras exigencias, a un módico precio, que sea resistente, innovador, que haya una gran diversidad de alternativas en el mercado, etc. Asimismo, esperamos atenciones que se hallen dirigidos a la realización de nuestras exigencias, en donde nos brinden un buen servicio en terminación de cordialidad, información, por nombrar algunas (Silva, 2021)

Elementos tangibles: Se refiere a la apariencia de las instalaciones de la organización, la presentación del personal y hasta los equipos utilizados para la venta del producto o prestación del servicio.

Expectativa

Las expectativas del cliente son aquellos anhelos que el comprador, nuevo o habitual, espera satisfacer gracias a tu empresa, tus productos y servicios. Eso incluye también la experiencia que espera tener en el proceso de compra o utilización del producto. Vale decir que cada cliente tiene sus propias expectativas. Y es que depende de las experiencias que ya haya tenido con tu empresa o con otras similares. Por supuesto, depende también de lo que comunica tu organización: desde el logotipo, pasando por la publicidad, hasta el look and feel de la página web, todo cuenta. Ahora bien, ¿por qué conocer las expectativas del cliente es tan importante para una empresa? Básicamente, porque son un aspecto concluyente para que una organización sea verdaderamente rentable.

Si las expectativas del cliente no son satisfechas, con certeza, no volverá. Peor aún, recuperar la atención y hasta la confianza de ese comprador defraudado será casi imposible. Cuando las expectativas del cliente son meramente satisfechas, lo más probable es que ese individuo se convierta simplemente en un comprador. Tal vez vuelva, tal vez no.

Indicadores de las dimensiones de satisfacción de clientes

Equipamiento: son todo el conjunto de espacios, insumos y equipos que dispone una organización para ofrecer un servicio.

Instalaciones físicas: son los espacios de almacenamiento de los activos y productos de una empresa; del mismo modo, es el espacio donde se realiza las actividades productivas de una organización, cuya finalidad es disponer condiciones adecuadas para el logro de satisfacción al cliente.

Comunicación: este indicador tiene como principal objetivo influenciar la disposición de compra o generar una actitud positiva en el cliente hacia una empresa, marca o producto.

Precio: valor que los clientes están dispuestos a pagar por un producto o servicio de acuerdo con la apreciación que tienen sobre él. El precio que la empresa establece para ese producto normalmente considera el valor percibido o lo que el cliente está dispuesto a pagar.

Transparencia: a transparencia en el servicio al cliente es una práctica en la cual la empresa proporciona al cliente toda la información, tanto positiva como negativa, de sus productos y/o servicios, con el fin de hacer un proceso de ventas bien informado.

2.2.3. MYPE

Es un ente económico que gestiona una persona física o jurídica, sometido a cualquier modalidad de organización o dirección empresarial, que realiza actividades de recolección, modificación, fabricación y distribución de bienes o provisión de servicios, que se halla regulada en el TUO (TEXTO ÚNICO ORDENADO), por la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (Doc. Ley. N. ° 1086).

Es relevante destacar que, la microempresa no requiere componerse como persona jurídica, si está en la posibilidad de ser dirigida directamente por su dueño, persona natural. No obstante, podrá adoptar por su propia voluntad la modalidad de Empresa Individual de limitadas responsabilidades, o cualquier otra de las maneras societarias previstas gracias la ley. El aumento en cuanto al monto máximo anual de ventas señalado para la empresa pequeña se determinará por parte del decreto Supremo refrendado cada dos años por el ministro de Economía y Finanzas, y no podrá ser inferior a la variación porcentual acumulada del PBI nominal referente a la duración de dicho período.

CARACTERÍSTICAS	NÚMERO DE TRABAJADORES	NIVELES DE VENTAS ANUALES
Microempresa	De 1 hasta 10	El Monto Máximo de 150 UIT
Pequeña Empresa	De 1 Hasta 100	El Monto Máximo 1700

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria

Los organismos públicos y privados impulsarán la equidad en cuanto a los criterios de medición con el propósito de edificar una base de datos homogénea que posibilite dar consistencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de fomento y oficialización del rubro.

A. Sus Rasgos

Por otra parte, se estiman como rasgos generales en cuanto al comercio y gestión de las MYPES los siguientes:

Su gestión es autónoma. Por lo común son conducidas y operadas por sus propios propietarios.

Su zona de operación es relativamente reducida, sobre todo local.

- Poseen poca especialización en la labor.
- No acostumbran utilizar técnicas de administración.
- Ocupan un promedio de entre cinco y diez personas.
- Se apoyan en considerablemente de la mano de obra familiar.
- Su labor no es intensiva en cuanto a capital, sino en mano de obra. No obstante, no disponen de mucha mano de obra segura o fija.
- Cuentan con escasos recursos financieros.
- Cuentan con un acceso limitado a la tecnología.
- Por lo común no distinguen las finanzas de casa y las de los negocios.
- Poseen un acceso restringido al sector financiero formal, sobre todo por su informalidad.

B. Impacto de las Mypes

Las MYPE son un sector relevante en la creación de empleo, ya que más del 80% de la población económicamente activa se halla trabajando y producen cerca del 45% del PBI. En síntesis, la trascendencia de las MYPE como la principal fuente que genera empleo y mitigación de la pobreza se debe a:

Ofrecen numerosos empleos.

Disminuyen la pobreza mediante actividades de generación de renta. Estimulan el espíritu empresarial y el carácter innovador de la población. Se consideran la más vital fuente de procedimiento del sector privado. Optimizan la distribución del ingreso. Aportan al ingreso nacional y al aumento económico.

C. Regularización y Creación

El Estado promueve la regularización de las MYPE mediante la simplificación de los varios procedimientos de registro, control, inspección y comprobación posterior, se debe entonces favorecer el acceso, en condiciones de igualdad de género, de los varones y mujeres que dirigen una MYPE, suprimiendo entonces todo trámite engorroso.

Es necesario aclarar que la microempresa no necesita constituirse como persona Jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario, persona individual. Podrá, sin embargo, adoptar voluntariamente la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias previstas por la ley. En el caso de que las MYPE que se constituyan como persona jurídica lo realizan mediante escritura pública sin exigir la presentación de la minuta.

Es relevante destacar que, la microempresa no requiere componerse como persona jurídica, si está en la posibilidad de ser dirigida directamente por su dueño, persona natural. No obstante, podrá adoptar por su propia voluntad la modalidad de Empresa Individual de limitadas responsabilidades, o cualquier otra de las maneras societarias previstas gracias la ley. En el caso de que las MYPE que se conformen como persona jurídica lo efectúan mediante escritura pública sin requerir la presentación de la minuta.

2.3. Hipótesis

Las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacional o explicativo, o las que tienen un alcance descriptivo, pero que intentan pronosticar una cifra o un hecho”. (Hernández, 2018, p. 92).

2.3.1. Hipótesis general

Ha Existe una relación significativa y directa entre la gestión de calidad y la satisfacción de los clientes en las ferreterías de Ayabaca, 2023

H0 no existe una relación significativa y directa entre la gestión de calidad y la satisfacción de los clientes en las ferreterías de Ayabaca, 2023

2.3.2. Hipótesis específicas

- Hipótesis 1: La calidad de la atención del personal se relaciona significativamente con la Satisfacción de los Clientes de las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 20203
- Hipótesis 2: La calidad del producto se relaciona significativamente con la Satisfacción de los Clientes de las ferreterías de la ciudad de Ayabaca, 2023

- Hipótesis 3: La propuesta de un sistema de Gestión de calidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes en las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023.

III. METODOLOGÍA

3.1. Nivel, Tipo y Diseño de Investigación

3.1.1 Nivel de Investigación

Lo manifestado por Hernández, Fernández y baptista, (2018), el nivel de investigación será Correlacional, porque en esta investigación determinará la existencia de una relación entre la gestión de calidad y la satisfacción de los clientes de las micro y pequeñas empresas ferreterías de Ayabaca (Hernández, Fernández y Baptista, 2019).

3.1.2 Tipo de la Investigación

El tipo de investigación será cuantitativo, porque se utilizó la recolección y análisis de datos para así responder preguntas de investigación y para la presentación de los resultados se utilizarán procedimientos estadísticos para determinar las características. (Tamayo, 2019).

3.1.3. Diseño de Investigación

El diseño de investigación que se utilizara es No Experimental – Transversal, no experimental porque se realizará sin manipular deliberadamente las variables gestión de calidad y competitividad, se observará el fenómeno tal como se encontrará dentro de su contexto. (Hernández, Fernández, y Baptista, 2018).

Y es Transversal porque se realizará en un determinado tiempo periodo 2023.

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Población

Población: está conformada por los dueños de las 03 ferreterías de la ciudad de Ayabaca, de las cuales tenemos: Ferretería Rivera, Ferretería Reyna del cisne y ferretería Jonathan, asimismo a 12 colaboradores de cada empresa en estudio de los cuales estarán conformados por administradores, vendedores y jefes del área de almacén; del mismo modo

de 30 clientes de las ferreterías de la ciudad de Ayabaca. por lo tanto, es una población muestral; según Hernández et al. (2019).

3.2.2. Muestra

La muestra se refiere a un subconjunto seleccionado de elementos o individuos de una población más grande. La muestra se elige con el propósito de obtener información sobre la población de interés y generalizar los resultados obtenidos de la muestra a la población en general (Hernández et al., 2019)., la población es igual a su muestra”. Por lo tanto, para esta investigación, la muestra será igual de la población (3 dueños y 12 colaboradores) y 30 clientes de las empresas en estudio.

3.3. Variables. Definición y Operacionalización

A continuación, se estructura la operacionalización de las variables, tanto de gestión de calidad, como de competitividad, con sus respectivas dimensiones e indicadores.

Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Escala de medición	Metodología
Gestión de Calidad	La gestión de calidad es la imposición de una serie de acciones predefinidas y sistematizadas para otorgar confianza apropiada de que un producto o servicio va cumplir las expectativas del cliente. Del mismo modo, la gestión de calidad proporciona un sistema que incita a las organizaciones a identificar y analizar los requisitos y prioridades de un cliente. (Zendesk, 2022)	Calidad del personal	La dimensión calidad del personal se evaluará mediante los indicadores: talento y capacidad, mediante la aplicación de la técnica de la encuesta, a través de un cuestionario dirigido a los dueños, trabajadores y clientes.	Talento	Nominal	Tipo: Cuantitativa Nivel: Descriptiva Diseño: No experimental Corte: Transversal
		Calidad del producto	La dimensión calidad del servicio se evaluará mediante los indicadores: quejas y funcionalidad, mediante la aplicación de la técnica de la encuesta, a través de un cuestionario dirigido a los dueños, trabajadores y clientes.	Quejas Funcionalidad		
		Calidad del servicio	La calidad del servicio se evaluará mediante los indicadores: servicio esperado y servicio recibido, mediante la aplicación de la técnica de la encuesta, a través de un cuestionario dirigido a los dueños, trabajadores y clientes.	Servicio esperado		
				Servicio recibido		

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Escala de medición	Metodología
Satisfacción del cliente	Resultado de cumplir con las expectativas de los clientes	Elementos tangibles	La dimensión elementos tangibles se evaluará mediante los indicadores: equipamiento e instalaciones físicas, mediante la aplicación de la técnica de la encuesta, a través de un cuestionario dirigido a los dueños, trabajadores y clientes.	Equipamiento Instalaciones físicas	Nominal	Tipo: Cuantitativa Nivel: Descriptiva Diseño: No experimental Corte: Transversal
		Expectativas	La dimensión expectativa se evaluará mediante los indicadores: comunicación, precio, y transparencia mediante la aplicación de la técnica de la encuesta, a través de un cuestionario dirigido a los dueños, trabajadores y clientes.	Comunicación Precio Transparencia		

3.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de información

3.4.1. Técnicas

Este estudio se utilizó como técnica a la encuesta porque es un procedimiento que consiste en obtener la información utilizando instrumentos organizados y estructurados específicamente para recabar datos para entender la problemática existente (Vasquez, 2020).

3.4.2. Instrumentos

Uno del instrumento a desarrollar será un cuestionario que busca juntar datos por medio de preguntas nominales y ordinales, las características de la gestión de calidad y determinar los factores de la competitividad.

Respecto a la confiabilidad se obtuvo a través del alfa de Cronbach lo cual se utilizó la prueba piloto que se realizó a los dueños, colaboradores y clientes de las ferreterías, se obtuvo un resultado de 0.7 es decir el instrumento fue aceptable por estar en un alto nivel de confiabilidad.

Así mismo en relación a la validación de instrumento. Fue validado por tres expertos en donde determinan que el instrumento era entendible y aplicable a las empresas ferreteras Como instrumento en este estudio se empleó el cuestionario porque es un recurso utilizado a base de ítems organizados y coherentes con el fin de extraer información para entender la realidad problemática (López, 2019).

3.5. Método de análisis de datos

Para el procedimiento de los datos adquiridos en la investigación se realizó a través software Excel versión 2019. Mediante figuras y tablas descriptivas se hará cálculos de promedios con los valores de porcentajes con la finalidad de alcanzar una correcta interpretación de datos.

Para el análisis de datos de investigación estará compuesto por los siguientes procesos

- Codificación de datos
- Construcción de tablas y figuras.
- Análisis y construcción de datos

También se utilizó programa Word, Excel, pdf, los siguientes resultados que se obtuvieron sirve como fuente de ayuda para futuras investigaciones

3.6. Aspectos éticos

Durante el desarrollo de la investigación se ha considerado en forma estricta el cumplimiento de los principios éticos que permitan asegurar la originalidad de la investigación. Asimismo, se han respetado los derechos de propiedad intelectual de los libros de texto y de las fuentes electrónicas consultadas, necesarias para estructurar el marco teórico.

Protección de la persona

Se aplicó este principio en su totalidad al informar a los participantes sobre el propósito de la investigación, solicitando a las propietarias amablemente que brinden información teniendo en cuenta su privacidad y respetando su anonimato en el instrumento de evaluación, así mismo se respetó la confidencialidad y privacidad de las personas encuestadas tanto clientes como trabajadores protegiendo su identidad al momento de participar en el proceso de investigación.

Beneficencia y no maleficencia

Se aplicó este principio en su totalidad en la investigación al garantizar el bienestar de las personas que participaron en la investigación, resaltando los beneficios de esta, y minimizando el riesgo al momento de participar de manera anónima, así mismo el propósito de esta, fue servir de apoyo a los propietarios y trabajadores de las MYPE rubro restaurante a identificar mejoras en sus organizaciones y corregir falencias, además de servir como antecedentes a futuras investigaciones en el mismo contexto.

Principio de Justicia

Se aplicó este principio en su totalidad en la investigación al tener conocimiento de las limitaciones de esta, y no se incurrió en prácticas injustas en su desarrollo, como obtener algún beneficio propio con la información obtenida, empleando la veracidad y honestidad al momento de realizar cada procedimiento de la investigación.

Así mismo se trató de manera igualitaria a todos los participantes al momento de aplicar el instrumento de recolección de datos.

Principio de Integridad Científica

Se aplicó este principio en su totalidad en la investigación porque se evitó alterar la información recolectada, citando correctamente autores y referencias, respetando la propiedad intelectual, así mismo al momento de aplicar el instrumento de recojo de información al no manipular los resultados procediendo con veracidad y responsabilidad empleando el rigor científico solicitado por los principios de la universidad

Principio de libre participación y derecho a estar informado

Se aplicó este principio gradualmente en la investigación debido al bajo interés en participar de los encuestados, pero se reiteró amablemente su participación voluntaria que fue fundamental para el desarrollo de la investigación y no se obligó a ningún encuestado a participar. Así mismo se solicitó la autorización a los propietarios a participar en la investigación mediante un documento formal detallando el propósito de la investigación además sobre el avance y resultados de la misma.

Principio de cuidado del medio ambiente y biodiversidad

Se aplicó este principio en su totalidad debido a que se implementó los protocolos de seguridad al momento de aplicar el instrumento establecido por el estado peruano respetando el entorno de las MYPE.

IV. RESULTADOS

Objetivo específico 1: determinar la calidad del servicio del personal y su relación con la Satisfacción de los Clientes de las ferreterías de la ciudad de Ayabaca, 2023.

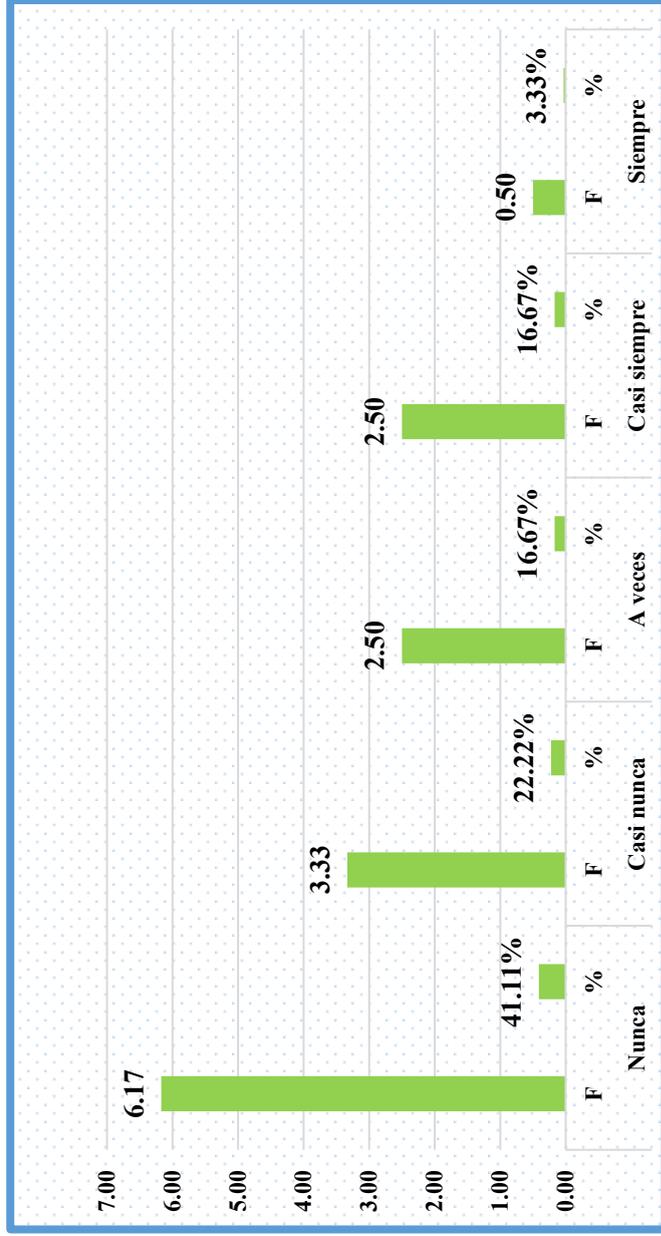
Tabla 1. Calidad del servicio del personal

Dimensión: Calidad Del Personal		
La empresa ofrece un buen trato a los clientes		
Siempre	3	20.00%
Casi siempre	2	13.33%
A veces	5	33.33%
Casi nunca	3	20.00%
Nunca	2	13.33%
Total	15	100.00%
La empresa capacita a su personal		
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	3	20.00%
A veces	2	13.33%
Casi nunca	0	0.00%
Nunca	10	66.67%
Total	15	100.00%
La empresa contrata al personal con el perfil requerido		
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	1	6.67%
A veces	0	0.00%
Casi nunca	3	20.00%
Nunca	11	73.33%
Total	15	100.00%
El personal es tomado en cuenta para toma de decisiones		
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	3	20.00%
A veces	4	26.67%
Casi nunca	6	40.00%
Nunca	2	13.33%
Total	15	100.00%
La empresa incentiva a la creatividad y aprendizaje		
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	3	20.00%
A veces	2	13.33%
Casi nunca	4	26.67%
Nunca	6	40.00%

Total	15	100.00%
La empresa ejecuta incentivos a su personal por el desempeño que realiza		
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	3	20.00%
A veces	2	13.33%
Casi nunca	4	26.67%
Nunca	6	40.00%
Total	15	100.00%

Nota: encuesta a los Gerentes y Trabajadores las ferreterías de la ciudad de Ayabaca.

Figura 1. Calidad del servicio del personal



Nota: Tabla N° 02 encuesta a los Gerentes y Trabajadores las ferreterías de la ciudad de Ayabaca

Objetivo específico 02: Identificar de qué manera la calidad del producto se relaciona con la Satisfacción de los Clientes de las MYPE rubro ferreterías de Ayabaca, 2023.

Tabla 2. Calidad del producto

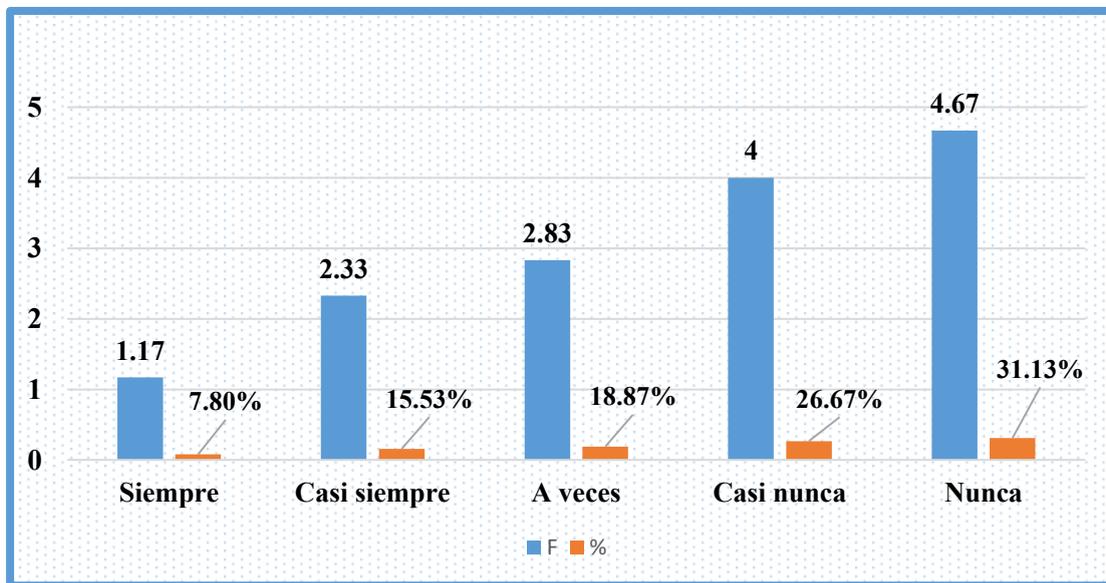
Dimensión: Calidad Del Producto		
La empresa cuenta con un manual O libro de reclamaciones		
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	0	0.00%
A veces	0	0.00%
Casi nunca	0	0.00%
Nunca	15	100.00%
Total	15	100.00%
Considera usted que los productos que ofrece la empresa son los más adecuados para satisfacer a sus clientes		
Siempre	2	13.33%
Casi siempre	3	20.00%
A veces	5	33.33%
Casi nunca	5	33.33%
Nunca	0	0.00%
Total	15	100.00%
La empresa organiza diariamente sus actividades		
Siempre	3	20.00%
Casi siempre	2	13.33%
A veces	4	26.67%
Casi nunca	5	33.33%
Nunca	1	6.67%
Total	15	100.00%
La empresa brinda los recursos necesarios para realizar adecuadamente la labor de sus trabajadores		
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	3	20.00%
A veces	4	26.67%
Casi nunca	6	40.00%
Nunca	2	13.33%
Total	15	100.00%
La empresa trasmite confianza a su personal		
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	3	20.00%
A veces	0	0.00%
Casi nunca	4	26.67%
Nunca	8	53.33%
Total	15	100.00%

los trabajadores muestran un interés apropiado para resolver problemas e inquietudes

Siempre	2	13.33%
Casi siempre	3	20.00%
A veces	4	26.67%
Casi nunca	4	26.67%
Nunca	2	13.33%
Total	15	100.00%

Nota: encuesta a los Gerentes y Trabajadores las ferreterías de la ciudad de Ayabaca.

Figura 2. Calidad del producto



Nota: Tabla N° 03 encuesta a los Gerentes y Trabajadores las ferreterías de la ciudad de Ayabaca.

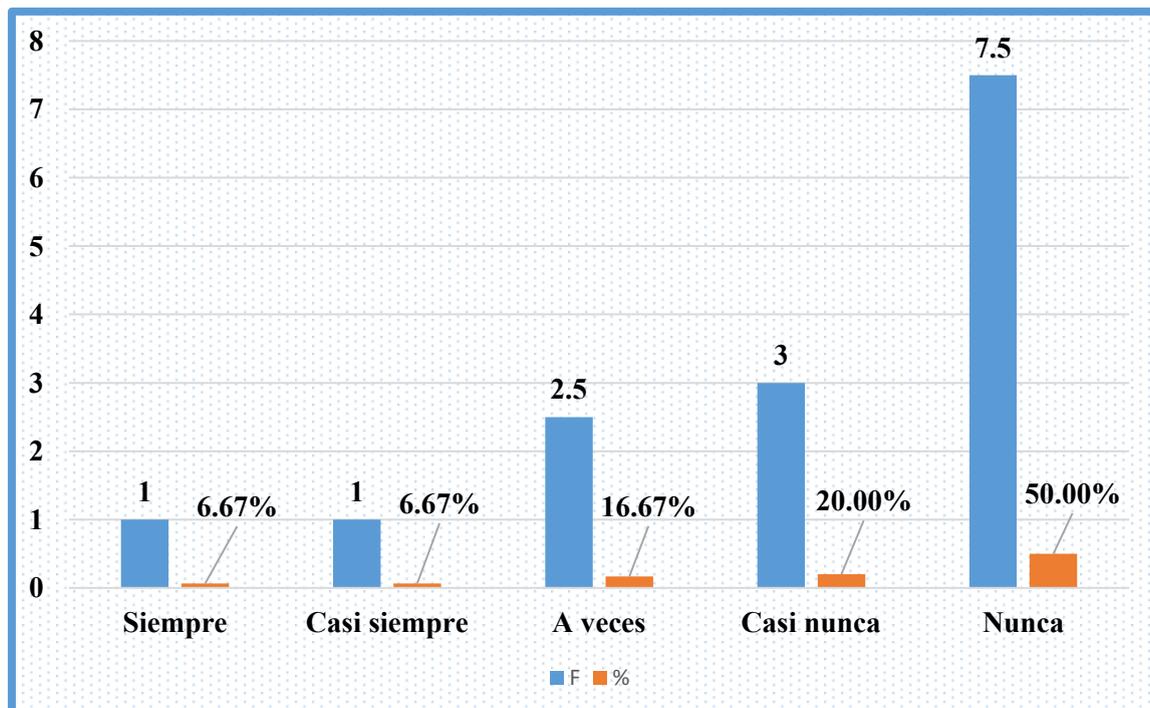
Objetivo específico 03: plantear un sistema de gestión de calidad que incida en la satisfacción de los clientes en las MYPE sector ferreterías de Ayabaca, 2023

Tabla 3. Servicio esperado

Dimensión: Servicio Esperado		
Considera usted que la empresa brinda un servicio de calidad		
Siempre	2	13.33%
Casi siempre	1	6.67%
A veces	3	20.00%
Casi nunca	4	26.67%
Nunca	5	33.33%
Total	15	100.00%
¿Las instalaciones que se disponen son las más adecuadas para mejorar el servicio y calidad del producto?		
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	1	6.67%
A veces	2	13.33%
Casi nunca	2	13.33%
Nunca	10	66.67%
Total	15	100.00%

Nota: encuesta a los Gerentes y Trabajadores las ferreterías de la ciudad de Ayabaca.

Figura 3- Servicio esperado



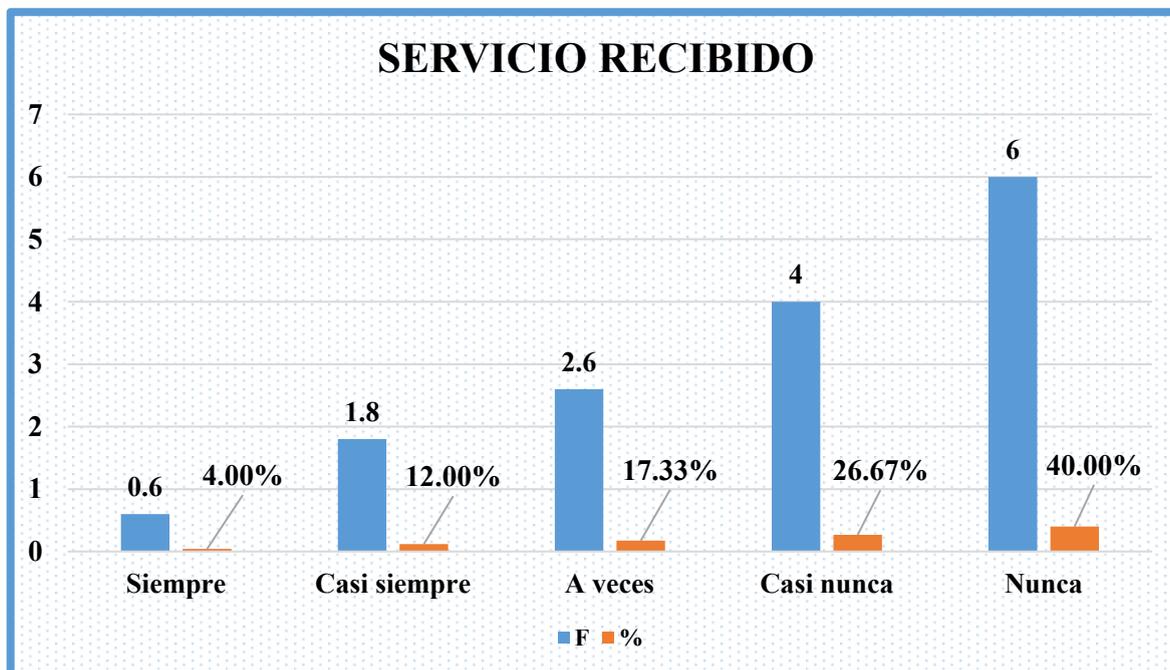
Nota: Tabla N° 04 encuesta a los Gerentes y Trabajadores las ferreterías de la ciudad de Ayabaca

Tabla 4. Servicio recibido

Dimensión: Servicio Recibido		
Los precios que ofrece la empresa son los más adecuados para los intereses de los clientes		
Siempre	3	20.00%
Casi siempre	0	0.00%
A veces	3	20.00%
Casi nunca	5	33.33%
Nunca	4	26.67%
Total	15	100.00%
La empresa monitorea con frecuencia las actividades desarrolladas por su personal		
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	2	13.33%
A veces	1	6.67%
Casi nunca	2	13.33%
Nunca	10	66.67%
Total	15	100.00%
Sus clientes recomiendan sus productos y servicios ofrecidos		
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	2	13.33%
A veces	4	26.67%
Casi nunca	5	33.33%
Nunca	4	26.67%
Total	15	100.00%
Con que frecuencia la empresa aplican medidas preventivas		
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	3	20.00%
A veces	4	26.67%
Casi nunca	6	40.00%
Nunca	2	13.33%
Total	15	100.00%
Con que frecuencia la empresa aplican medidas correctivas		
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	2	13.33%
A veces	1	6.67%
Casi nunca	2	13.33%
Nunca	10	66.67%
Total	15	100.00%

Nota: encuesta a los Gerentes y Trabajadores las ferreterías de la ciudad de Ayabaca.

Figura 4. Servicio recibido



Nota: Tabla N° 5 encuesta a los Gerentes y Trabajadores las ferreterías de la ciudad de Ayabaca

Encuesta a los clientes para determinar la gestión de calidad y medir la satisfacción de los clientes las ferreterías de la ciudad de Ayabaca

Tabla 5. Calidad del servicio –clientes

Dimensión: Calidad del Servicio		
Las instalaciones están acordes con los servicios ofrecidos	F	%
Siempre	4	13.33%
Casi siempre	5	16.67%
A veces	6	20.00%
Casi nunca	5	16.67%
Nunca	10	33.33%
Total	30	100.00%
Considera que existe comodidad en las instalaciones de los productos y los espacios		
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	0	0.00%
A veces	7	23.33%
Casi nunca	8	26.67%
Nunca	15	50.00%
Total	30	100.00%
Considera que los trabajadores se encuentran bien vestidos y con una apariencia cuidada		
Siempre	1	3.33%
Casi siempre	3	10.00%
A veces	6	20.00%
Casi nunca	7	23.33%
Nunca	13	43.33%
Total	30	100.00%
En la empresa existe puntualidad del servicio que se le brinda		
Siempre	1	3.33%
Casi siempre	3	10.00%
A veces	6	20.00%
Casi nunca	7	23.33%
Nunca	13	43.33%
Total	30	100.00%
El personal de la ferretería se encuentra capacitado para suplir sus dudas y demandas		
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	0	0.00%
A veces	6	20.00%
Casi nunca	8	26.67%
Nunca	16	53.33%
Total	30	100.00%
Los trabajadores de la ferretería demuestran actitud positiva hacia la atención que usted desea		

Siempre	0	0.00%
Casi siempre	0	0.00%
A veces	5	16.67%
Casi nunca	8	26.67%
Nunca	17	56.67%
Total	30	100.00%

Los colaboradores de la ferretería son comunicativos y asertivos en el servicio que busca

Siempre	0	0.00%
Casi siempre	0	0.00%
A veces	5	16.67%
Casi nunca	8	26.67%
Nunca	17	56.67%
Total	30	100.00%

Considera que los trabajadores brindan disposiciones asertivas para resolver los problemas que tiene con el servicio

Siempre	0	0.00%
Casi siempre	0	0.00%
A veces	6	20.00%
Casi nunca	8	26.67%
Nunca	16	53.33%
Total	30	100.00%

Los trabajadores de la ferretería les brinda una atención personalizada

Siempre	0	0.00%
Casi siempre	0	0.00%
A veces	5	16.67%
Casi nunca	7	23.33%
Nunca	18	60.00%
Total	30	100.00%

Los trabajadores muestran cortesía y amabilidad con la atención

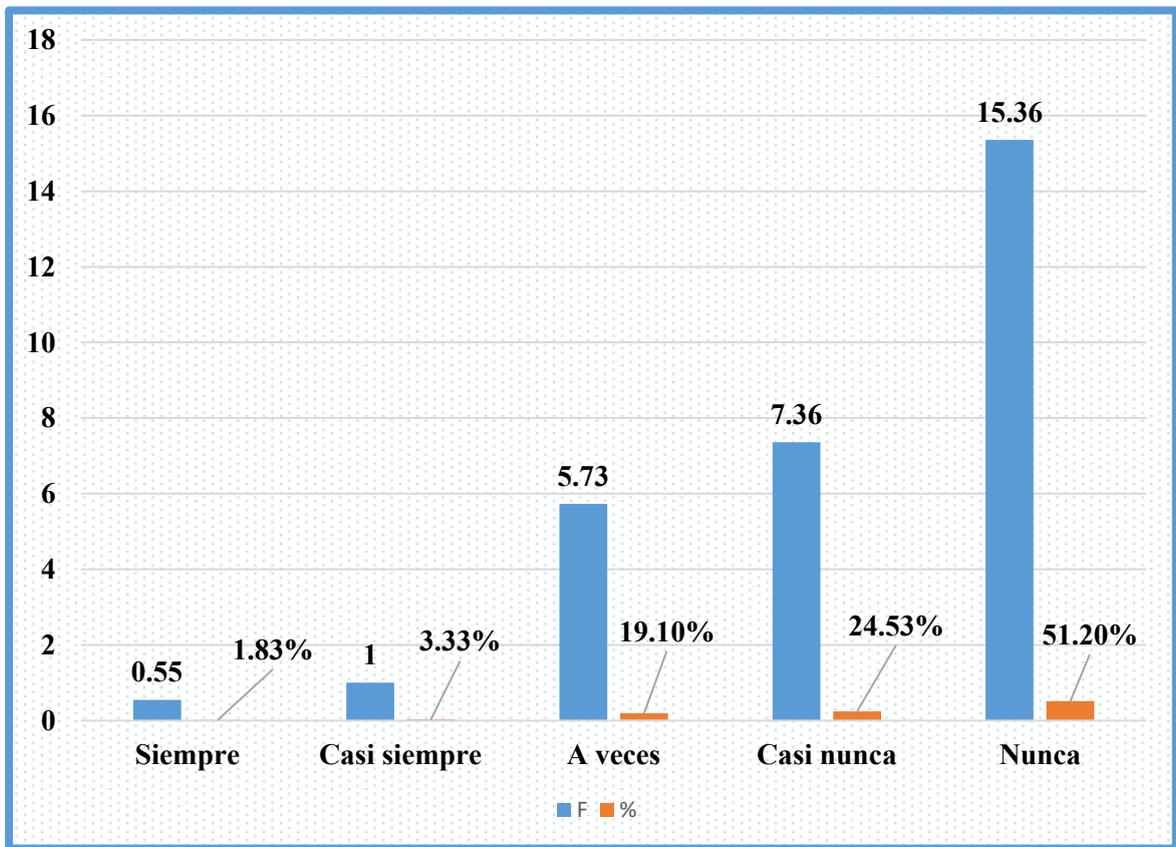
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	0	0.00%
A veces	5	16.67%
Casi nunca	7	23.33%
Nunca	18	60.00%
Total	30	100.00%

Los trabajadores siempre están dispuestos a ayudar con sus necesidades

Siempre	0	0.00%
Casi siempre	0	0.00%
A veces	6	20.00%
Casi nunca	8	26.67%
Nunca	16	53.33%
Total	30	100.00%

Nota: encuesta a los Clientes las ferreterías de la ciudad de Ayabaca

Figura 5. Calidad del servicio del servicio según los clientes



Nota: Tabla N° 6 encuesta a los Clientes las ferreterías de la ciudad de Ayabaca.

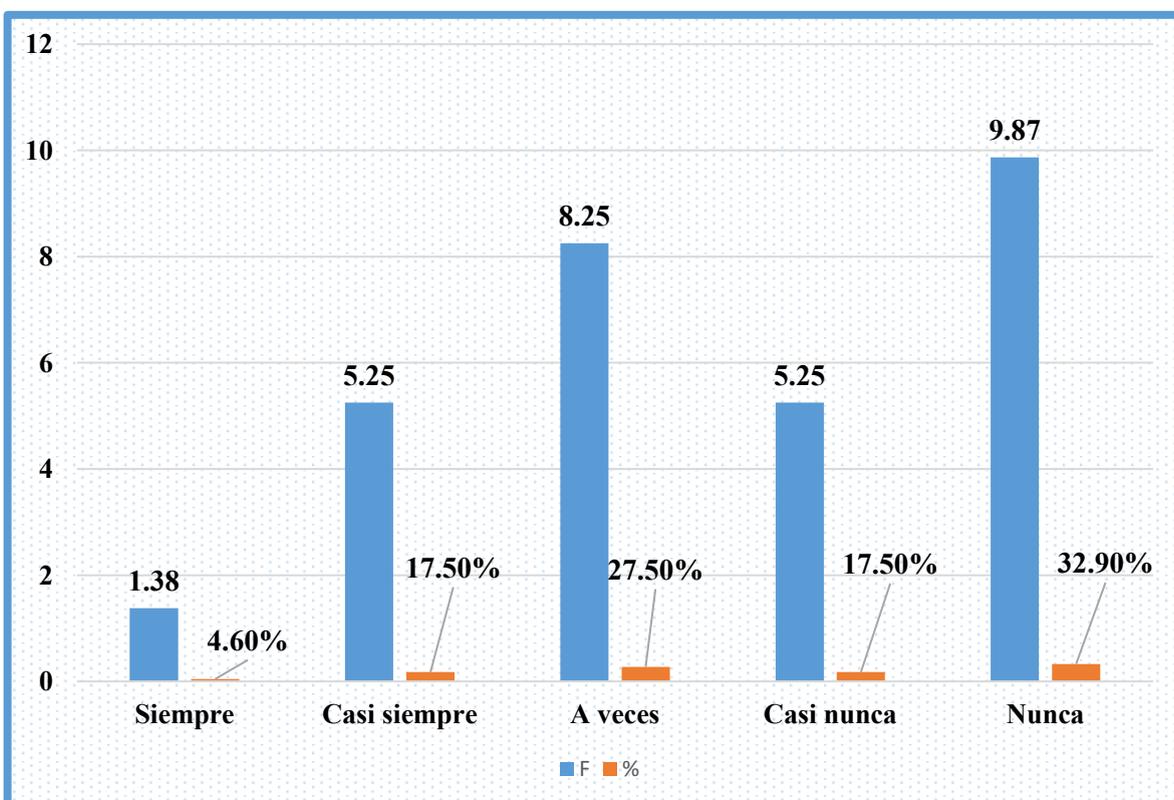
Tabla 6. Expectativas del servicio

Dimensión: Expectativas		
El precio del producto está acorde al mercado		
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	2	6.67%
A veces	7	23.33%
Casi nunca	8	26.67%
Nunca	13	43.33%
Total	30	100.00%
Cree usted que el precio que paga por el producto es justo		
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	3	10.00%
A veces	8	26.67%
Casi nunca	7	23.33%
Nunca	12	40.00%
Total	30	100.00%
La ferretería le permite solicitar sugerencias o reclamos para una mejora en la calidad del producto y servicio dado		
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	2	6.67%
A veces	3	10.00%
Casi nunca	5	16.67%
Nunca	20	66.67%
Total	30	100.00%
La comunicación entre los trabajadores y usted es adecuada y entendible		
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	2	6.67%
A veces	3	10.00%
Casi nunca	5	16.67%
Nunca	20	66.67%
Total	30	100.00%
Los productos que ofrecen las ferreterías son de buena calidad		
Siempre	2	6.67%
Casi siempre	8	26.67%
A veces	12	40.00%
Casi nunca	3	10.00%
Nunca	5	16.67%
Total	30	100.00%
El trabajador da una imagen de honestidad y confianza		
Siempre	2	6.67%
Casi siempre	10	33.33%
A veces	12	40.00%

Casi nunca	4	13.33%
Nunca	2	6.67%
Total	30	100.00%
Los trabajadores son muy eficientes al momento de efectuar la venta del producto		
Siempre	3	10.00%
Casi siempre	8	26.67%
A veces	12	40.00%
Casi nunca	4	13.33%
Nunca	3	10.00%
Total	30	100.00%
El uso del producto ayuda a cumplir sus expectativas		
Siempre	4	13.33%
Casi siempre	7	23.33%
A veces	9	30.00%
Casi nunca	6	20.00%
Nunca	4	13.33%
Total	30	100.00%

Nota: encuesta a los Clientes de las ferreterías de la ciudad de Ayabaca.

Figura 6. Expectativas del servicio – clientes



Nota: Tabla N° 7 encuesta a los Clientes las ferreterías de la ciudad de Ayabaca.

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL Y ESPECÍFICAS

Contrastación de la Hipótesis específica 1: La calidad del Personal se relaciona significativamente con la Satisfacción de los Clientes de las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 20203

		Satisfacción del cliente	Calidad del Personal
Satisfacción del cliente	Correlación de Pearson	1	,849**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	15
Calidad del Personal	Correlación de Pearson	,849**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	15	15

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

Fuente: Cuestionario aplicado a los Administradores y Clientes.

En términos generales, los resultados indican que la Dimensión Calidad del Personal se relaciona de manera significativa Sig. 0.000 (Sig. <0.05) Con la Satisfacción del Cliente; sin embargo, así mismo se tiene en cuenta que la correlación es Alta $r=**849$ ($r >0.3$).

Contrastación de la Hipótesis:

Los resultados encontrados permiten aceptar la hipótesis alterna, donde se determinó que, si existe una relación significativa y directa entre la Calidad del Personal y la satisfacción de los clientes en las ferreterías de Ayabaca, 2023. Y se rechaza la hipótesis nula, pero, esta relación actualmente no es la más adecuada para los intereses de las empresas; dado que, la calidad del personal es ineficiente para lograr satisfacer a los clientes.

Contrastación de la Hipótesis específica 2: La calidad del producto se relaciona significativamente con la Satisfacción de los Clientes de las ferreterías de la ciudad de Ayabaca, 2023

Correlaciones			
		Satisfacción del cliente	Calidad del Producto
Satisfacción del cliente	Correlación de Pearson	1	,749
	Sig. (bilateral)		,001
	N	30	15
Calidad del Producto	Correlación de Pearson	,749	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	15	15

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

Fuente: Cuestionario aplicado a los Administradores y Clientes.

En términos generales, los resultados indican que la Dimensión Calidad del Producto se relaciona de manera significativa Sig. 0.001 (Sig. <0.05) Con la Satisfacción del Cliente; sin embargo, así mismo se tiene en cuenta que la correlación es Alta $r=^{**}749$ ($r >0.3$).

Contrastación de la Hipótesis:

Los resultados encontrados permiten aceptar la hipótesis específica, donde se estableció que existe una relación significativa y directa entre la Calidad del Producto y la satisfacción de los clientes en las ferreterías de Ayabaca, 2023 y asumimos que existe relación directa y significativa entre gestión de calidad y Satisfacción del cliente. Pero esta relación no es adecuada para los intereses de las empresas ferreteras, pues al no poseer productos y servicios óptimos, no podrán suplir las demandas y exigencias de sus clientes.

Contrastación de la Hipótesis específica 3: La propuesta de un sistema de Gestión de calidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes en las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023.

Correlaciones

		Satisfacción del cliente	Calidad del servicio
Satisfacción del cliente	Correlación de Pearson	1	,749
	Sig. (bilateral)		,001
	N	30	15
Calidad del Servicio	Correlación de Pearson	,749	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	15	15

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

Fuente: Cuestionario aplicado a los Administradores y Clientes.

En términos generales, los resultados indican que la Calidad del servicio se relaciona de manera significativa Sig. 0.001 (Sig. <0.05) Con la Satisfacción del Cliente; sin embargo, así mismo se tiene en cuenta que la correlación es Alta $r=**.749$ ($r >0.3$).

Contrastación de la Hipótesis:

Los resultados encontrados permiten aceptar la hipótesis específica, donde se determinó a través de la propuesta de un sistema de gestión de calidad en las empresas ferreteras de la ciudad de Ayabaca, permitirán contemplar una satisfacción adecuada de sus clientes.

LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES DE LAS FERRETERÍAS DE LA CIUDAD AYABACA, 2023.

Hipótesis general: Existe una relación significativa y directa entre la gestión de calidad y la satisfacción de los clientes en las ferreterías de Ayabaca, 2023

Correlaciones

		Gestión de Calidad	Satisfacción del cliente
Gestión de Calidad	Correlación de Pearson	1	,853**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	15	15
Satisfacción del cliente	Correlación de Pearson	,853**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	15	30

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

Fuente: Cuestionario aplicado a los Administradores y Clientes.

En términos generales, los resultados indican que la gestión de calidad se relaciona de manera significativa Sig. 0.000 (Sig. <0.05) Con la Satisfacción del Cliente; sin embargo, así mismo se tiene en cuenta que la correlación es Alta $r=**853$ ($r >0.3$).

Contrastación de la Hipótesis General:

Los resultados encontrados permiten aceptar la hipótesis General; Existe una relación significativa y directa entre la gestión de calidad y la satisfacción de los clientes en las ferreterías de Ayabaca, 2023 y asumimos que existe relación directa y significativa entre gestión de calidad y Satisfacción del cliente, pero, esta relación no es adecuada entre ambas variables, pues la variable independiente no está asumiendo un rol importante para que la incidencia sea positiva e idónea, lo que repercute que no se logre alcanzar una satisfacción oportuna y eficiente a los clientes.

IV. DISCUSIÓN

Respecto al objetivo específico 1: determinar la calidad del servicio del personal y su relación con la Satisfacción de los Clientes de las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023, se estableció que la calidad del servicio del personal no es la más adecuada para el logro de la satisfacción de los clientes, esto debido que el 67% de encuestados precisan que no es la conveniente, pues estos valores existen debido a la falta de capacitación del personal, la contratación con el perfil requerido, la participación en la toma de decisiones, el incentivo a la creatividad y el aprendizaje, y los incentivos por el desempeño que describen la mala gestión de la calidad del servicio.

Estas valoraciones negativas descritas por parte de la mayoría de encuestados, indican que , las empresas ferreteras de la ciudad Ayabaca no cumple con las expectativas de sus empleados ni de sus clientes, estas debilidades pueden afectar la calidad del servicio, la motivación y el compromiso del personal, y la competitividad y la rentabilidad de la empresa. Estos resultados se asemejan a lo establecido por Abreo y Choloquina (2022), en su trabajo de investigación denominado: “capacitación y su incidencia en el desempeño laboral del personal de la ferretería “Bonilla” en el cantón la maná, 2022”, donde confluyen que la falta de capacitación repercuten negativamente en las cualidades, actitudes y dificultades en los colaboradores con bajas habilidades y conocimientos en su desempeño del trabajo afectando de esta forma en la calidad del servicio de atención, así como, la contratación de personal requerido y con experiencia.

Otros aspectos inapropiado es que las empresas no disponen de un manual o libro de reclamaciones, lo que demuestra la falta de compromiso con la atención al cliente y la mejora continua, otro punto negativo son la adecuación de los productos, la organización de las actividades, la provisión de recursos, la confianza al personal y el interés en resolver problemas. Estos aspectos recibieron valoraciones bajas o medias por parte de los encuestados, lo que indica que las empresas no cumplen con las expectativas de sus clientes ni de sus empleados. Estos aspectos pueden afectar la calidad del servicio, la motivación y el compromiso del personal, y la competitividad y la rentabilidad. Estos datos se asemejan a los manifestado por Armas (2023), en su tesis denominada: Gestión de calidad como elemento determinante en la vivencia del consumidor de la ferretería horizonte de la urbe de

Huaraz, 2021, quien concluyó que la ferretería horizonte, existe una insuficiencia en la vivencia con el bien o servicio, antipatía de parte del personal, carencia de seguridad y formación cuya consecuencia se determina en la mala satisfacción de los clientes que afecta sus interés y propósitos decayendo las ventas que afecta la rentabilidad de la empresa.

Respecto al objetivo específico 2: Identificar de qué manera la calidad del producto se relaciona con la Satisfacción de los Clientes de las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023.

se ha previsto que la calidad del producto se relaciona con la satisfacción, pero esta relación es muy baja entre los clientes, en estos resultados se observó que el 63% de encuestados señalan que existe baja relación entre los factores descritos, del producto y servicio en los intereses de los clientes. Los clientes consideran que el servicio y producto es de baja calidad, lo que implica que la empresa no cumple con sus expectativas ni con los estándares de calidad del mercado, muchos clientes consideran que las instalaciones son inadecuadas, lo que implica que la empresa no ofrece un ambiente cómodo, seguro y funcional para sus trabajadores y clientes. Estos resultados pueden tener un impacto negativo en la fidelidad, la reputación y la rentabilidad de la empresa. Estos datos son apreciados por lo analizado por Mezones (2020) en su tesis denominada: Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro Ferretería de Frías, año 2020, donde describe que la empresa no aplicado ninguna estrategia de mejora, donde la calidad del servicio e instalaciones son inadecuadas para mejorar el aspecto de la calidad del servicio de las ferretería.

Asimismo, las empresas tienen un bajo nivel de satisfacción del cliente en varios aspectos relacionados con el precio, el monitoreo, la recomendación, y la prevención y corrección de problemas, los clientes considera que los precios son inadecuados, lo que implica que la empresa no tiene una estrategia de precios competitiva ni acorde al mercado. Otro aspecto es que se considera que el monitoreo es insuficiente, lo que implica que la empresa no tiene un sistema de seguimiento y evaluación del servicio ni de las necesidades y expectativas de los clientes, las recomendación es baja, lo que implica que la empresa no tiene una buena imagen ni una alta fidelidad de los clientes. Y para finalizar muchos clientes consideran que la prevención y la corrección de problemas son escasas, lo que implica que la empresa no tiene un enfoque proactivo ni reactivo para gestionar los riesgos, los errores o las crisis. Estos resultados pueden tener un impacto negativo en la rentabilidad y la competitividad de la

empresa. Datos que se asemejan al trabajo realizado por Risco (2022) en su tesis denominada: Caracterización de competitividad y atención al cliente de las MYPES rubro ferreterías del distrito de La Arena - Piura, año 2022, donde se establece la importancia que recae en una adecuada gestión de calidad proyectando un buena atención al cliente cuyos aspectos importantes son: satisfacción del cliente, aumento de clientes, ahorro de publicidad, además se determinaron que los niveles de atención al cliente son: criminal, básico, esperado, deseado y alucinante.

Respecto al objetivo específico 3: plantear un sistema de gestión de calidad que incida en la satisfacción de los clientes en las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023.

se ha determinado que la relación que posee proponer un sistema de gestión de calidad para mejorar la satisfacción del cliente es muy positiva y necesaria. Esto debido a que el 67% de encuestados precisan que un adecuado sistema de gestión incide en la satisfacción de los clientes, estos resultados son acorde a los mencionado por Jadan (2022), en su tesis denominada: modelo de gestión de calidad para la estrategia de venta de la ferretería “san miguel” de la ciudad de Quevedo- Ecuador, pues concluyó la importancia de la elaboración de un modelo de gestión de calidad orientado a la ejecución de un plan de estratégico que permitirá el incremento de las ventas, su captación de clientes y la fidelización de estos a través de un servicio adecuado y propicio para satisfacer sus necesidades.

Respecto al objetivo general: determinar la relación entre la Gestión de calidad y la satisfacción de los clientes en las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023.

Se estableció la encuesta efectuada de los clientes, trabajadores y gerentes de las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, donde se contempló una relación negativa respecto a la calidad del servicio en base a la experiencia adquiridos por los clientes donde señalan las instalaciones de las empresas no están acorde para el buen desempeño del servicio como aspecto negativo, luego en aspecto de la presentación de los empleados como la capacidad de resolver dudas o problemas, los clientes también focalizan aspectos negativos como la comunicación de los trabajadores, la amabilidad y su actitud para ser atendidos, todo estos datos reflejan que las empresa ferreteras de la ciudad de Ayabaca no tienen estrategias de gestión de calidad que impacte positivamente a la satisfacción de sus clientes, por el

contrario su experiencia es negativa por parte de ellos, que pueden generar una incomodidad ausencia de sus ventas y desventajas competitivas con otras empresas.

Del mismo modo los clientes tienen expectativas negativas en los productos ofertados por parte de las empresas, criterios como el precio del producto, sugerencias y reclamos, la imagen y honestidad, y el usos de los productos son indicadores inadecuados por parte de las ferreterías de la ciudad de Ayabaca, generando una posible insatisfacción o indiferencia de los clientes con respecto a los productos y servicios de las empresas. Esto puede afectar la fidelidad, la reputación y la rentabilidad de las ferreterías, ya que la recomendación es una forma de publicidad gratuita y efectiva.

PLAN DE MEJORA

1. Datos Generales

Nombre o razón social: Empresas ferreteras de la ciudad de Ayabaca

Dirección: Ciudad de Ayabaca

Nombre del Representante: Gerentes de las Micro y Pequeñas empresas.

2. Misión

Otorgar a nuestros clientes un servicio de calidad y brindar productos que cumplan los estándares de calidad, cuyo propósito es satisfacer sus necesidades para que se sientan satisfechos, a través de la innovación permanente, el compromiso de nuestros colaboradores y la mejora continua de nuestros procesos.

3. Visión

Convertirnos en una de las mejores empresas ferreteras de la Región Piura, compitiendo con los más altos estándares de calidad nacional e internacional, en los diferentes productos que ofrecemos.

4. Objetivos Empresariales

La ferretería es un establecimiento destinado a ofrecer la venta de productos para la construcción, mantenimiento de todo tipo de infraestructura según necesidad y comodidad, calidad de vida, satisfaciendo las necesidades de su hogar, garantizando un excelente producto al cliente, es por ello que tenemos los siguientes objetivos comerciales:

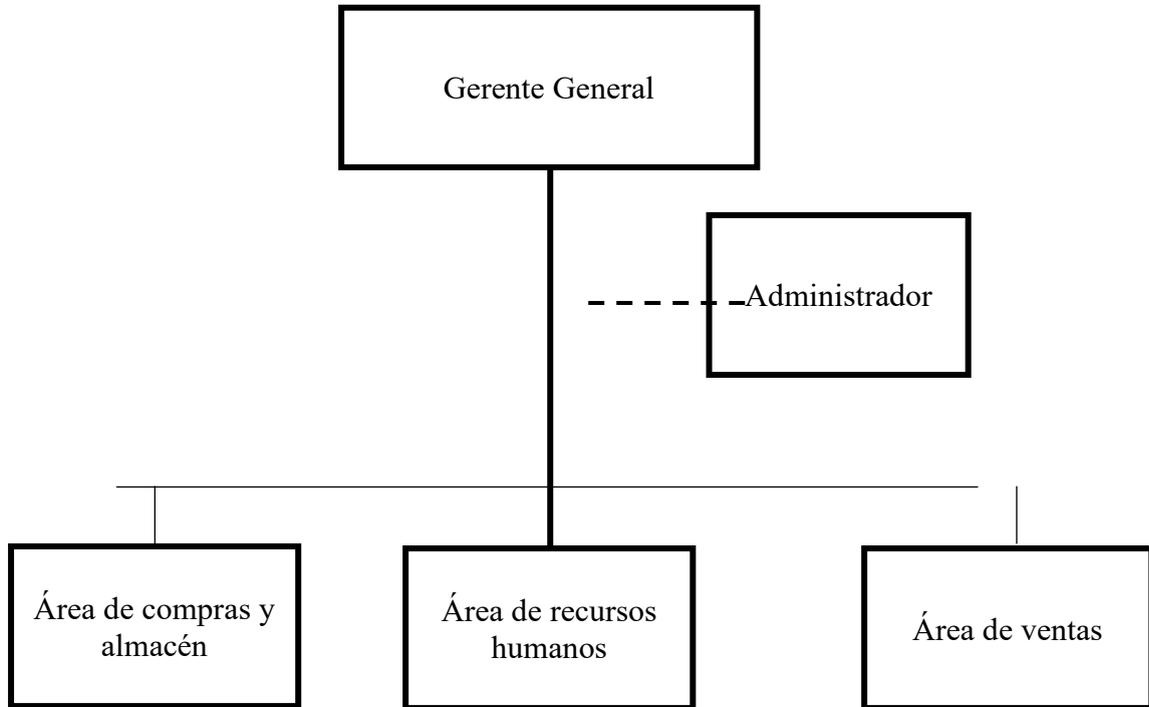
- Brindar un excelente producto de calidad al cliente.
- Incrementar la rentabilidad de la empresa.
- Incrementar el número de clientes nuevos.
- Desarrollar estrategias de expansión.
- Desarrollar nuevos mercados nuevos.
- Capacitaciones en temas de engrandecimiento de empresas y expansión.
- Otorgar un servicio de atención adecuado y personalizado

5. Comercio

Ofertar una amplia línea de productos de calidad en el sector construcción, que permitan que los ciudadanos de Ayabaca se sientan satisfecho y suplen sus demandas para adquirir estos productos con precios cómodos y duraderos.

6. Organigrama propuesto para as empresas

Figura 7. Organigrama propuesto



Nota: Empresas ferreteras de la ciudad de Ayabaca-Piura

6.1. Descripción de funciones

Cargo	Gerente General
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en administración de empresas. • Con experiencia y conocimiento en el campo, que tenga buen liderazgo, responsabilidad y valores éticos.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Su función es planificar, organizar, dirigir, controlar y asegurar el crecimiento y consolidación de las ferreterías en el mercado, además, alcanzar objetivos comerciales.

Cargo	Administrador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios universitarios en negocios internacionales y/o administración de empresas. • Experiencia en el manejo de estrategias comerciales, contabilidad, manejo de personal y comunicación con clientes internos y externos.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Su función es organizar, dirigir, controlar y gestionar las diferentes actividades y acciones que se realizan en las distintas áreas de la ferretería.

Cargo	Área de compras y almacén
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios universitarios y /o técnicos en administración. • Experiencia en labores contables. • Experiencia en administración de mercados internacionales.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Su función es verificar la entrada y salida de mercancías y toda la situación financiera, tanto de gastos como de ingresos.

Cargo	Área de recursos humanos
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios universitarios y/o técnicos en administración. • Experiencia laboral en el área.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Las funciones son reclutar, seleccionar y contratar personal idóneo, y controlar los deberes y derechos de los colaboradores de la empresa.

7. Indicadores de Gestión

Cargo	Área de ventas
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios universitarios en marketing, ventas o fines de naturaleza similar. • Experiencia y conocimiento en planificación estratégica comercial y ventas.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Dentro de esta área, se estará a cargo de planificar, dirigir, en materia de precios, promoción, distribución, servicios de ventas y el diseño de planes de marketing y estrategias de productos.

Indicadores	Evaluación de los indicadores dentro de las empresas del rubro de ferreterías
Incrementar el nivel de las ventas.	Lo que impide lograr un aumento de las ventas es la falta de compromiso de los empleados.
Descuento del producto existente.	Lo que impide a la empresa alcanzar los objetivos planteados es no establecer descuentos para clientes recurrentes.
Segmento de cliente actual.	La empresa no tiene la visión definida de poder vender otros productos de la misma categoría a otros segmentos de clientes.
Nuevos productos.	La evaluación realizada para la obtención de nuevos productos para la venta ingresando a otro mercado es negativa por parte del propietario del local.
Expansión a nuevas regiones.	Lo que impide implementar la expansión a otras regiones del país con el producto es la falta de estrategias de marketing y el desconocimiento.
Mercado diferente.	De momento, el establecimiento comercial que ha estado en el competitivo mercado está muy posicionado y los representantes no quieren tomar decisiones en el vacío.

8. Problemas

Indicadores	Problemas	Surgimiento del problema
Incrementar el nivel de las ventas.	La falta de compromiso de los empleados impide el incremento de las ventas en la empresa.	No hay formación y desinterés del propietario en aprobar proyectos de formación.
Descuento del producto existente.	La falta de descuentos para clientes recurrentes de la empresa.	La empresa no tiene interés en seguir liderando el mercado comercial.
Segmento de cliente actual.	Falta de visión para vender productos a otro segmento de clientes con productos nuevos e innovadores.	Debido al aumento de competidores en el mercado.
Nuevos productos.	La falta de positivismo para implementar nuevos productos y expandirse a otras regiones del país.	Debido al desconocimiento sobre las estrategias de marketing a seguir posicionamiento en el mercado competitivo.
Expansión a nuevas regiones.	Falta de estrategias de crecimiento de marketing en el mercado competitivo, sin saber qué medidas de éxito aprovechar.	La falta de interés en obtener conocimientos estratégicos, y/o buscar profesionales adecuados para el éxito empresarial.
Mercado diferente.	La falta de desinterés y el desconocimiento de las ventajas de la expansión.	Por no tener experiencias de expansión, falta de conocimiento emprendedor.

9. Establecer soluciones

9.1. Establecer acciones

Indicadores	Problemas	Acción de mejora
Incrementar el nivel de las ventas.	La falta de compromiso de los empleados impide el incremento de las ventas en la empresa.	Incorporar a todos los colaboradores para que sean partícipes de la empresa para lograr un compromiso de éxito.
Descuento del producto existente.	La falta de descuentos para clientes recurrentes de la empresa.	Realiza un plan presupuestario para implementar descuentos para clientes recurrentes que compren productos de alto valor y así mejorar las ventas.
Segmento de cliente actual.	Falta de visión para vender productos a otro segmento de clientes con productos nuevos e innovadores.	Únete a charlas o capacitaciones de motivación empresarial, y realiza cursos gratuitos de crecimiento empresarial para estar a disposición de tus clientes y generar más ingresos comerciales.
Nuevos productos.	La falta de positivismo para implementar nuevos productos y expandirse a otras regiones del país.	Infórmese sobre las ventajas de la ampliación y contrate el servicio de un administrador autorizado para tener una propuesta clara al respecto.
Expansión a nuevas regiones.	Falta de estrategias de crecimiento de marketing en el mercado competitivo, sin saber qué medidas de éxito aprovechar.	Invertir en un plan de estudio de mercado para que el licenciado en administración ingrese a las regiones que le traerán beneficios económicos.
Mercado diferente.	La falta de desinterés y el desconocimiento de las ventajas de la expansión.	Tomar estrategias de investigación de mercado en el medio digital para tener éxito en el mercado.

Nº	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Incorporar a todos los colaboradores para que sean partícipes de la empresa para lograr un compromiso de éxito	La falta de compromiso de los empleados impide el incremento de las ventas en la empresa.	6 meses	Excelente trabajo en equipo y comercial.	Las empresas deben comercializar correctamente y trabajar en equipo con los colaboradores.
2	Realiza un plan presupuestario para implementar descuentos para clientes recurrentes que compren productos de alto valor y así mejorar las ventas.	La falta de descuentos para clientes recurrentes de la empresa.	7 meses	Cientes satisfechos y la empresa mejorará sus ventas.	Ampliar su negocio con mayor confianza entre vendedor y cliente.
3	Únete a charlas o capacitaciones de motivación empresarial, y realiza cursos gratuitos de crecimiento empresarial para estar a disposición de tus clientes y generar más ingresos comerciales.	Falta de visión para vender productos a otro segmento de clientes con productos nuevos e innovadores.	6 meses	Trabajador productivo y propietario y conocer el nivel de habilidades.	Evalúa constantemente ingresar a capacitaciones y charlas para tomar una mejor decisión.
4	Infórmese sobre las ventajas de la ampliación y contrate el servicio de un administrador autorizado para tener una propuesta clara al respecto.	La falta de positivismo para implementar nuevos productos y expandirse a otras regiones del país.	7 meses	Conocer las falencias de colaboradores y propietarios para lograr los objetivos empresariales.	Esté al tanto de las actualizaciones, ingresando a sitios gratuitos para su negocio.

5	Invertir en un plan de estudio de mercado para que el licenciado en administración ingrese a las regiones que le traerán beneficios económicos.	Falta de estrategias de crecimiento de marketing en el mercado competitivo, sin saber qué medidas de éxito aprovechar.	8 meses	Permitir que la empresa cuente con un presupuesto semestral para contratar un profesional adecuado.	Desarrollar y ejecutar un plan presupuestario de capacitación y contratación.
6	Tomar estrategias de investigación de mercado en el medio digital para tener éxito en el mercado.	La falta de desinterés y el desconocimiento de las ventajas de la expansión.	1 año	Permitir un presupuesto bajo para el estudio de informática.	Elaborar capacitaciones en temas de expansión empresarial para un emprendimiento efectivo y eficiente.

9.2. Estrategias que se desean implementar

PROPUESTA DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

El sistema de gestión de calidad estará sumergida a través de procesos necesarios para el buen funcionamiento del mecanismo en conjunto con las caracterizaciones donde se identifica la interacción de cada uno de los procesos del SGC.

Procesos Estratégicos.

- Gerencial: El proceso gerencial es el encargado de planificar y autorizar los recursos requeridos para el correcto desempeño del Sistema de Gestión de la Calidad, el proceso gerencial tendrá que revisar constantemente el desempeño del Sistema de Gestión de la Calidad y sus procesos.

Procesos Misionales.

- Comercial. El proceso comercial es el encargado de realizar el abordaje de nuevos clientes y de conservar los existentes, adicional a esto es el primer factor que se involucra en el proceso productivo transmitiendo las expectativas y necesidades de los clientes a la totalidad de procesos existentes.
- Almacén y despachos. El proceso de Almacén y despachos es el encargado de coordinar tanto la recepción de los productos, insumos y suministros, y custodiarlos apropiadamente para la satisfacción de los clientes.

Procesos de apoyo.

- Capital humano: Se estimará el compromiso de selección del personal idóneo y apropiado para el puesto, asimismo, la capacitación constante para disponer de actitudes y aptitudes claves de la calidad del personal.
- Compras y suministros. El área de Compras y Suministros se encarga de coordinar con los proveedores en la adquisición de productos de calidad, disponer de políticas mejores para la búsqueda de proveedores que otorguen productos de calidad para así lograr satisfacer la demanda de clientes.

Compromiso de la alta gerencia.

Siguiendo los lineamientos de la Norma ISO, el éxito del desarrollo y diseño del SGC depende del compromiso con el que este se tome. Para lo cual es necesario y de vital importancia que la alta gerencia sea el gestor principal de este tipo de compromisos y buenas prácticas, promoviendo así desde su participación y aporte a dichas actividades, la incentivación y motivación a todo el equipo de trabajo para que este participe también se concientice y comprenda los beneficios que conlleva el adoptar este tipo de prácticas.

Para dejar en constancia dicho argumento los representantes del desarrollo del SGC junto con la alta gerencia elaboraron una carta de compromiso. En la cual se dispone a seguir las buenas prácticas propuestas y a participar de todas las actividades necesarias para el diseño del SGC, así como también se compromete a motivar a su equipo de trabajo para que contribuyan en conjunto con el desarrollo del mismo.

Comunicación del SGC a los empleados.

Para garantizar el sostenimiento del diseño del sistema de gestión de calidad es necesario dar a conocer: cómo funciona, las herramientas, la documentación. Divulgándolo, impulsándolo con los empleados de la organización y haciendo seguimiento a la aplicación de procesos, procedimientos, guías diseñados para su operación.

Los medios de divulgación que utilizamos en este caso fueron charlas de sensibilización y conocimiento del SGC con todos los trabajadores de la empresa y esto a través de capacitaciones e inducciones al personal.

Política de calidad.

Las empresas ferreteras de la ciudad de Ayabaca, se compromete a entregarle de manera oportuna a sus clientes los productos de ferretería solicitados de con la calidad requerida, a precios competitivos, dando cumplimiento a los requisitos legales aplicables y dentro de un proceso de mejoramiento continuo que conduzca a la búsqueda de la excelencia.

Objetivos de calidad

- Mejorar el Margen Bruto Anual.
- Incrementar la satisfacción del cliente en lo relacionado al producto y al servicio.

- Incrementar la eficiencia operativa.
- Desarrollar integralmente el talento humano.

Contexto de las empresas

- Competidores potenciales: Es necesario conocer aquellas organizaciones que por el momento están en el mercado.
- Competidores directos: Intentar definir quiénes, o que producto compite directa o indirectamente con las empresas y en qué se diferencia la empresa de los competidores
- Ámbito económico: Evalúa el desarrollo y alcance de los aspectos económicos más influyentes, entre ellos: inversiones, empleo, consumo, etc. a nivel global y local.
- Ámbito tecnológico: Se contemplará si existen nuevos modos, cuáles son las tecnologías empleadas por los líderes del mercado, cómo están influyendo las nuevas herramientas de comunicación, etc.
- Ámbito socio-cultural: Para conocer en qué puesto están las empresas para la sociedad, cómo se puede ver afectado según los cambios. En este aspecto es muy importante considerar las modas, tendencias, costumbres, etc.
- Productos y/o servicios: Se tendrá en cuenta este tema para descubrir si existen diversas maneras de lograr la satisfacción de los clientes, búsqueda de alternativas existentes en el mercado o cuales se podrían desarrollar.
- Ámbito legal: Tener en cuenta aquellas normas que puedan influir en el desarrollo de la organización, ya sean aquellas que funcionen de forma favorable como las que apliquen restricciones.

DIAGNÓSTICOS GENERALES

ANALISIS FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
---------------	------------	-------------

	F1. Precios accesibles Al alcance de Usuarios. F2. Personal de Confianza. F3. Atención personalizada	D1. Instalaciones e Infraestructura precaria. D2. No cuentan diferentes Medios de pago. D3. No emplean herramientas tecnológicas en el desarrollo
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA – FO	ESTRATEGIA- DO
O1. Crecimiento de Mercado. O2. Mayores fuentes de Financiamiento. O3. Mayor accesibilidad de Tecnología.	F2, F3, O1, O3. Invertir en capacitar al Personal respecto a Temas como Gestión de Calidad y Atención al cliente. F1, O2. Realizar Merchandisig en zonas donde existan clientes potenciales, para ganar mayor participación en el mercado.	D1, O2. Mejorar y ampliar locales que brinden mayor seguridad a los clientes Internos y externos. D2, D3, O1, O3. Invertir en Tecnología que ayude a tener base de datos de sus productos en stock y sus Clientes.
AMENAZAS	ESTRATEGIA-FA	ESTRATEGIA- DA
A1. Ingreso de grandes Empresas Ferreteras en el Mercado. A2. Cambios de precios de En el mercado Nacional e Internacional. A3. Cambio de hábitos de compras de Usuarios.	F2, A2. Realizar estudios, que ayuden a pronosticar cualquier incremento de productos dentro en el mercado nacional o Internacional. F.1, F3. A1, A3. Realizar una atención con asesoría Personalizada.	D1, A1 Mejorar infraestructura, para evitar perdida de materiales. D2, D3, A2, A3. Diseñar una plataforma virtual de varias ferreterías donde exista accesibilidad de información a usuarios y puedan cotizar en la ferretería de su preferencia.

Nota: empresas ferretería de la ciudad de Ayabaca

Indicadores de gestión

Indicadores	Evaluación de Indicadores dentro de la MYPE
--------------------	--

Nivel de Ventas	El nivel de ventas se encuentra estancado y depende del incremento del sector construcción e inmobiliario
Participación En el Mercado	Variado debido al aumento y disminución de precios.
Satisfacción De los clientes	Se puede concluir que la satisfacción no es la más adecuada para los clientes, sin embargo existen muchos aspectos que mejorar
Posición frente a la competencia	Los clientes conocen a la empresa y a algunas Competencias, pues la mayoría de clientes no recurre a cambiar de ferretería con frecuencia.
Rentabilidad de las Mypes	La rentabilidad no es buena, sirve para mantenerse en el mercado y en cualquier momento disponer de algún margen positivo
Nivel de Endeudamiento	Algunas Mypes si disponen de algún apalancamiento financiero y se ha determinado que tienen un índice algo elevado.
Cumplimiento de entrega	No es la más adecuada en la entrega de materiales, algunas cuentan con movilidad propia para transportar algunos materiales de acuerdo al volumen de venta.

Nota: empresas ferreteras de la ciudad de Ayabaca

Problemas

Indicadores	Problemas	Surgimiento del Problema
Avance Tecnológico	Miedo a la inversión monetaria	Temor al no obtener resultados y miedo y al fracaso.
Capacitación	Desconocimiento de nuevas herramientas de atención.	Conformismo por parte de los dueños a invertir en capacitar a los trabajadores, porque creen que es innecesario.

Orden en Instalaciones	Desorden en almacenes de Ferreterías	Variedad de mercancía que cuenta, que muchas veces no planifican sus ubicaciones y lo ponen de manera desordenada en cualquier parte.
------------------------	--------------------------------------	---

Nota: empresas ferreteras de la ciudad de Ayabaca

PLAN DE MEJORA

PROBLEMA ENCONTRADO	CAUSA	SOLUCIÓN APLICACIÓN DE MEJORA	RESPONSABLE
Desconocimiento total de la gestión de calidad y sus técnicas modernas.	Grado de instrucción no universitaria, uno de ellos incluso con falta de secundaria completa. Otro matiz es la falta de interés por informarse respecto a nuevas tendencias en el mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Indagación acerca de la gestión de calidad. • Asesoramiento para la implementación de la gestión de calidad. • Capacitaciones de las nuevas tendencias en el mercado, para realizar una mejor gestión de calidad en la atención al cliente. 	-Gerentes o propietarios.
Dificultades para la implementación de la gestión de calidad	Falta de adaptación a los cambios debido al poco interés de los trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> • Motivar a través de incentivos. • Incentivar la competitividad, para fomentar mayor interés por parte de los trabajadores. 	Gerentes o propietarios

Desconocimiento de técnicas de evaluación para la medición de resultados	Falta de interés y de credibilidad a implementación de evaluaciones, por parte del gerente.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar evaluaciones de satisfacción interno (personal) y externo (clientes), que ayude a medir el desempeño de los trabajadores y la satisfacción o no de los clientes. 	Gerente o propietario.
No existe base de datos de clientes.	Miedo a la inversión en tecnología y dificultades en su uso.	<ul style="list-style-type: none"> Invertir en software de base de datos (Excel, Oracle, ERP). Poner mayor énfasis a los clientes reales, para diseñar estrategias que ayuden a seguir fidelizándolos. 	Gerente o propietario

Nota: empresas de ferretería de la ciudad de Ayabaca

Estrategias que desean implementar

Nº	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Recibir capacitaciones sobre temas de administración y gestión de calidad, para que puedan plantear estrategias correctas y de esta manera surgir como empresa volviéndose competitivos en el mercado	Los representantes no tienen grado superior	6 meses	Tener conocimiento sobre temas de gestión de calidad y atención al cliente para que pueda proponer Estrategias	Recibir charlas constantes para que pueda saber que estrategias aplicar y desenvolverse de la Mejor manera para que se vuelvan competitivos.

2	Cada representante tener la iniciativa de recibir capacitaciones sobre gestión de calidad para que pueda guiar a sus trabajadores a realizar una buena labor y ayude a mejorar a su negocio.	Los representantes no conoce el término gestión de calidad	6 meses	Dar una atención de calidad para que tengan clientes satisfechos y de esta manera obtener mayor rentabilidad.	Programar charlas sobre la gestión de calidad para que tengan en cuenta al momento de brindar el servicio a los clientes o los productos
3	Los trabajadores deben asistir a capacitaciones constantes dictadas por expertos referente a la organización de una empresa hechas por los representantes, por otro lado, cada representante designar a cada trabajador las funciones detalladas que debe hacer para que no haya errores en el proceso de la ejecución.	Dificultad para implementar la gestión de calidad.	2 semanas	Los trabajadores se sentirán motivados, y no tendrán problemas en realizar nuevas funciones, lo que ayudará a crear un ambiente agradable y alcanzar los objetivos propuestos.	Programar capacitaciones para los trabajadores antes de realizar cambios en la empresa, para que de esta manera se sientan familiarizados a la hora de realizar sus nuevas funciones.
4	Antes de realizar los cambios, mandar a los trabajadores a capacitaciones hechas por la empresa para que puedan ir conociendo los	Los trabajadores no tienen una buena organización	2 semanas	Buen servicio al cliente y se tendrá una buena organización de las	Programar y realizar charlas laborales, donde se pueda dar a conocer de una

	cambios que se van a dar y cuáles son las nuevas funciones a realizar			actividades a realizar.	buena organización entre ellos para poder tener una buena atención al cliente.
--	---	--	--	----------------------------	--

Recursos para la implementación de estrategias.

V. CONCLUSIONES

La calidad de la atención del personal se relaciona significativamente con la Satisfacción de los Clientes dentro de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Ayabaca. pero, esta relación no es la más adecuada, pues la falta de capacitación del personal, la falta de innovación tecnológica y la ausencia de estrategias permiten que dicha calidad de atención sea muy deficiente y limitada para suplir las demandas de los clientes.

La calidad del producto se relaciona significativamente con la Satisfacción de los Clientes dentro de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Ayabaca. Sin embargo, esta relación no es la más adecuada, pues se ha determinado que la calidad de los productos ofrecidos es baja, generando disconformidad para los clientes, la falta de estrategias y gestión de la calidad dentro estas entidades producen malas decisiones gerenciales que repercute en este elemento de gestión de calidad.

Podemos concluir que dentro de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Ayabaca, existe una relación directa y significativa entre la gestión de calidad y la satisfacción de sus clientes, pero dicha relación es desfavorable, es decir ante la ausencia de calidad dentro del servicio que ofrecen el nivel de satisfacción es inadecuada, generando malestar entre los clientes y una baja rentabilidad dentro de las organizaciones, pues sus ventas poco a poco disminuyen, y de esta manera no se lograr cumplir con las metas y objetivos propuestos.

Se concluye que las empresas ferreteras de la ciudad de Ayabaca deben disponer de una herramienta adecuada de gestión que permitan establecer estrategias, políticas y procesos de mejora para mejorar la gestión de calidad y esta mejora tenga un impacto positivo en la satisfacción de sus clientes.

VI. RECOMENDACIONES

Desarrollar capacitaciones o entrenamientos (Couch) las habilidades y talentos del personal de las Mypes del rubro ferretero de la ciudad de Ayabaca para lograr una satisfacción plena hacia los clientes, con una atención optima, asesoramiento apropiado y satisfacción total en sus necesidades.

Seleccionar los productos que se ofrecen, los cuales deben cumplir con ciertos estándares de calidad y temporalidad, teniendo en cuenta siempre la relación calidad precio y de esta manera lograr un posicionamiento positivo en el mercado.

Elaborar y ejecutar las decisiones tomadas para el proceso de mejora para un emprendimiento eficaz y eficiente que conlleve a las empresas ferreteras de la ciudad de Ayabaca a lograr sus objetivos, metas trazadas desde el inicio de su incorporación al mercado.

Para lograr una satisfacción completa de todos los clientes de las empresas del rubro ferretero de la Ciudad de Ayabaca, se recomienda proponer un sistema de gestión de calidad, que permita establecer normas, procedimientos y estrategias para el mejoramiento de la gestión de calidad, cuya finalidad es que este mecanismo incide directa y favorablemente a la satisfacción de los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreo, J., & Choloquina, R. (2022). *Capacitación y su incidencia en el desempeño laboral del personal de la Ferretería "Bonilla" en el cantón La Maná, 2022*. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/9148>
- Albino, Y. (2022). *caracterización de gestión de calidad y liderazgo carismático en Mypes rubro ferretería de la provincia de Huaraz, año 2022*. . Obtenido de Universidad Los Angeles de Chimbote: https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/26311/MYPES_GESTION_DE_CALIDAD_ALBINO_LEON_YANNETH_MILAGROS.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Argudo, C. (2018). *Gestión administrativa de calidad*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/etapas-del-proceso-administrativo.html>
- Armas, M. (2023). *Gestión de calidad como factor influyente en la experiencia del cliente de la ferretería Horizonte de la ciudad de Huaraz, 2021*. Obtenido de Universidad Los Angeles de Chimbote: https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/31800/GESTION_CALIDAD_ARMAS_OLAZA_MANUEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Barras, S. (2023). *La importancia de la calidad en las empresas*. Obtenido de <https://www.firmaprofesional.com/blog/importancia-calidad-empresas/>
- Brenis, D. (2022). *La calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente para las tiendas de conveniencia en Lima Norte, 2022*. Obtenido de Universidad Privada del Norte: <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/6381991>
- Correia, M. (22 de noviembre de 2021). *5 tipos de indicadores más utilizados para la Gestión de la Calidad*. Obtenido de <https://www.paripassu.com.br/es/blog/indicadores-mas-utilizados-para-la-gestion-de-la-calidad>
- De grados, H. (30 de agosto de 2023). *Importancia de la gestión de calidad en la empresa* . Obtenido de n la actualidad, cada vez son más las empresas que muestran un gran interés por garantizar la calidad en sus operaciones. Este aspecto se ha vuelto de vital importancia para su éxito, dado que los consumidores se vuelven cada vez más rigurosos y se inform
- Diario el Comercio. (2020). *Home centers: Promart mejora en recordación pero Sodimac continúa en el top*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/home-centers-promart-mejora-en-recordacion-pero-sodimac-continua-en-el-top-home-center-sodimac-maestro-promart-ferreterias-ipsos-noticia/>
- Diario Gestión. (07 de julio de 2023). *Ferreterías se expanden y se especializan en Perú, pero ventas caerían el 2023*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/mercados/tms-ventas-en-ferreterias-ferreterias-se-expanden-y-se-especializan-en-peru-pero-ventas-caerian-el-2023-noticia/>
- Diario oficial el peruano. (06 de mayo de 2023). *Mypes representan 21% del PBI y 99% del empleo formal*. Obtenido de <https://www.elperuano.pe/noticia/211984-mypes-representan-21-del-pbi-y-99-del-empleo-formal>

- Dini, M., & Stumpo, G. (2020). *CEPAL*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/2c7fec3c-c404-496b-a0da-e6a14b1cee48/content
- Farías, G. (22 de octubre de 2019). *¿Que es la Calidad?* Obtenido de https://gabrielfariasiribarren.com/que-es-la-calidad/
- Hammond, M. (2022). *Satisfacción del cliente: qué es, sus elementos y cómo medirla*. Obtenido de https://blog.hubspot.es/service/satisfaccion-del-cliente
- Helpi Mentoring. (7 de abril de 2022). *Las Pymes en México 2022: Retos e importancia*. Obtenido de https://helpimentoring.com/2022/04/07/pymes-en-mexico-2022/
- Hernandez, E., & Sernaque, M. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Restaurante Miraflores EIRL - Piura, 2022*. Obtenido de Universidad Cesar Vallejo: https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/114449
- Hernandez, M., & Rodriguez, J. (2018). *Nivel de satisfaccion del servicio al cliente en el HR Ferretería*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/83893/1/TG02065.pdf
- Hernandez, R. (2018). *metodología de la investigación*. Mexico D.F: McGraw-Hill Interamericana .
- Jadan, E. (2022). *modelo de gestión de calidad para la estrategia de venta de la ferretería "san miguel" de la ciudad de Quevedo –Ecuador*. Obtenido de UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES: https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/15355/1/UA-MAE-EAC-040-2022.pdf
- Lopez, R. (2019). *Validación de un cuestionario*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/journal/2270/227064710018/227064710018.pdf
- Macias, T., Gonzales, G., & Leon, M. (21 de marzo de 2022). *Estrategias digitales en la administración para garantizar calidad y satisfacción del cliente en el sector ferretero ecuatoriano*. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8399874
- Medina, J. (13 de enero de 2018). *¿Cómo podemos mejorar los procesos administrativos?* Obtenido de https://www.casasauza.com/procesos-tequila-sauza/mejorar-procesos-administrativos-casa-sauza
- Mesquita, R. (23 de julio de 2018). *¿Qué es Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias*. Obtenido de https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/
- Mezones, A. (2020). *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro Ferretería de Frías, año 2020*. Obtenido de Universidad Los Ángeles de Chimbote: https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/17609
- Palomino, I. (2019). *gestión de la calidad y satisfacción de los clientes en lima metropolitana de la empresa "megonsa". contratistas generales: 2018.* . Obtenido de Universidad Alas Peruanas: https://repositorio.uap.edu.pe/jspui/handle/20.500.12990/3083?mode=full
- Paricancca, E. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción en la atención de los usuarios externos referidos en un hospital de asociación público privada. 2016-2017* . Obtenido de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgicfindmkaj/https://core.ac.uk/download/pdf/323347064.pdf

- Peru Retail. (2020). *Más de 1000 ferreteros a nivel nacional reactivan sus negocios*. . Obtenido de www.peru-retail.com/mas-de-1000-ferreteros-a-nivel-nacional
- Pita, C. (2020). *Plan de marketing para la empresa inversiones generales y ferrterias C&T JAÉN EIRL – 2018* . Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgicfindmkaj/https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2284/1/TL_PitaCoronelCinthya.pdf
- Pupo, B., Cruz, Y., & Garcia, M. (21 de abril de 2021). *Formación y mejora del liderazgo para perfeccionar el sistema de gestión de la calidad en empresa cubana*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78902021000100033
- Quispe, M. (2021). *Propuesta de mejora en el control interno administrativo para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería del distrito Carmen Alto, Ayacucho, 2021*. Obtenido de Universidad Los Angeles de Chimbote: https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/34707/CALIDAD_GESTION_QUISPE_HUAMANI_MICHAEL_MAICOL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Risco, J. (2022). *Caracterización de competitividad y atención al cliente de las MYPES rubro ferreterías del distrito de La Arena - Piura, año 2022*. Obtenido de Universidad Los Angeles de Chimbote: <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/26492>
- Rodrigues, N. (15 de myo de 2023). *Pymes en España: cuántas hay, qué tipos existen y ejemplos*. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-espana>
- Rodriguez, E., & Montenegro, C. (2019). *Metodología para la integración de la gestión en una pyme del sector ferretero en Colombia*. Obtenido de <https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/signos/article/view/5083>
- Rombiola, N. (30 de septiembre de 2019). *La industria ferretera en México crecerá un 7.2% este 2019*. Obtenido de La economía: <https://laeconomia.com.mx/la-industria-ferretera-en-mexico-crecera-un-7-2-este-2019/>
- Silva, J. G. (14 de abril de 2021). *La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78582021000100085
- Steubel, P. (7 de octubre de 2022). *Gestión de calidad: qué es y cómo implantarla*. Obtenido de Asana: <https://asana.com/es/resources/quality-management>
- Vasquez, R. (2020). *metodología de la investigación manual del estudiante ciudad universitaria santa anita*. Obtenido de <https://www.studocu.com/pe/document/universidad-tecnologica-del-peru/comprension-y-redaccion-de-textos-i/usmp-2020-metodologia-de-investigacion-manual-del-estudiante/15112577>
- Zendesk. (13 de diciembre de 2022). *Servicio al cliente de calidad: consíguelo en solo 5 pasos*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/calidad-servicio-al-cliente/>

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de consistencia

Tabla 7. Matriz de consistencia

Título	Problema General	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Fuentes
LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES DE LAS FERRETERÍAS DE LA CIUDAD AYABACA, 2023.	Cuál es la relación que existe entre la Gestión de calidad y la satisfacción de los clientes de las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023?	Determinar la relación entre la Gestión de calidad y la satisfacción de los clientes en las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023.	Existe una relación significativa y directa entre la gestión de calidad y la satisfacción de los clientes en las ferreterías de Ayabaca, 2023	Gestión de calidad	Población: 45 personas: Dueños, trabajadores y clientes
PREGUNTAS ESPECÍFICAS ¿Cómo la calidad de la atención del personal se relaciona con la Satisfacción de los Clientes de las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023?, ¿De qué manera la calidad del producto se relaciona con la Satisfacción de los Clientes de las ferreterías	Preguntas específicas ¿Cómo la calidad de la atención del personal se relaciona con la Satisfacción de los Clientes de las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023?, ¿De qué manera la calidad del producto se relaciona con la Satisfacción de los Clientes de las ferreterías	Objetivos específicos a) Determinar la calidad del servicio del personal y su relación con la Satisfacción de los Clientes de las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023, b) Identificar de qué manera la calidad del producto se relaciona con la Satisfacción de los Clientes de las	Hipótesis específicas Hipótesis 1: La calidad de la atención del personal se relaciona significativamente con la Satisfacción de los Clientes de las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 20203 Hipótesis 2: La calidad del producto se relaciona significativamente con la Satisfacción de los Clientes de	Satisfacción del cliente	Variables: Gestión de calidad: Dueños, trabajadores y clientes Satisfacción de los clientes :

	<p>de la Ciudad de Ayabaca, 2023?</p> <p>¿De qué manera la propuesta de un sistema de Gestión de calidad influye en la satisfacción de los clientes en las ferreterías de la Ciudad Ayabaca, 2023?,</p>	<p>ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023.</p> <p>c) Plantear un sistema de gestión de calidad que incida en la satisfacción de los clientes en las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023.</p>	<p>las ferreterías de la ciudad de Ayabaca, 2023</p> <p>Hipótesis 3: La propuesta de un sistema de Gestión de calidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes en las ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023.</p>		
--	---	---	---	--	--

Anexo 2. Instrumento de recolección de información

CUESTIONARIO



El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado: LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LAS FERRETERIAS DE LA CIUDAD DE AYABACA, 2023.

“La información que usted nos proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

VI: Gestión de calidad

I. ENCUESTA A PROPIETARIOS Y/O GERENTES

INSTRUCCIONES: Marque por favor lo que a su criterio es la alternativa correcta

En donde: 5= Nunca; 4= Casi Nunca; 3= A veces; 2= Casi siempre; 1= Siempre

Calidad del personal	1	2	3	4	5
1. ¿La empresa ofrece un buen trato a los clientes?					
2. ¿La empresa capacita a su personal?					
3. ¿La Empresa contrata al personal con el perfil requerido?					
4. ¿Los trabajadores son tomados en cuenta en la toma de decisiones?					
5. ¿La empresa incentiva a la creatividad y aprendizaje?					
6. ¿La empresa ejecuta incentivos a su personal por el desempeño que realiza?					
Calidad del producto					

7. ¿La empresa cuenta con un manual O libro de reclamaciones?					
8. ¿Considera usted que los productos que ofrece la empresa son los más adecuados para satisfacer a sus clientes?					
9. ¿La empresa organiza diariamente sus actividades?					
10. ¿La empresa brinda los recursos necesarios para realizar adecuadamente la labor de sus trabajadores?					
11. ¿La empresa trasmite confianza a su personal?					
12. ¿Los trabajadores muestran un interés apropiado para resolver problemas e inquietudes?					
Calidad del servicio					
13. ¿Considera usted que la empresa brinda un servicio de calidad?					
14. ¿Las instalaciones que se disponen son las más adecuadas para mejorar el servicio y calidad del producto?					
15. ¿los precios que ofrece la empresa son los más adecuados para los intereses de los clientes?					
16. ¿La empresa monitorea con frecuencia las actividades desarrolladas por su personal?					
17. ¿sus clientes recomiendan sus productos y servicios ofrecidos?					
18. ¿Con que frecuencia se aplican medidas preventivas					
19. ¿Con que frecuencia se aplican medidas correctivas?					

II. ENCUESTA A LOS CLIENTES

INSTRUCCIONES: Marque por favor lo que a su criterio es la alternativa correcta

En donde: 5= Nunca; 4= Casi Nunca; 3= A veces; 2= Casi siempre; 1= Siempre

Calidad del Servicio	1	2	3	4	5
1. ¿Las instalaciones están acorde con los servicios ofrecidos					
2. ¿Considera que existe comodidad en las instalaciones de los productos y los espacios?					
3. ¿Considera que los trabajadores se encuentran bien vestidos y con una apariencia cuidada?					
4. ¿En la empresa existe puntualidad del servicio que se le brinda?					
5. ¿El personal de la ferretería se encuentra capacitado para suplir sus dudas y demandas?					
6. ¿Los trabajadores de la ferretería demuestran actitud positiva hacia la atención que usted desea?					
7. ¿Los colaboradores de la ferretería son comunicativos y asertivos en el servicio que busca?					
8. ¿Considera que los trabajadores brindan disposiciones asertivas para resolver los problemas que tiene con el servicio?					
9. ¿Los trabajadores de la ferretería les brinda una atención personalizada?					
10. ¿Los trabajadores muestran cortesía y amabilidad con la atención?					
11. ¿Los trabajadores siempre están dispuestos a ayudar con sus necesidades?					
Expectativas					
12. ¿El precio del producto está acorde al mercado?					
13. ¿Cree usted que el precio que paga por el producto es justo?					

14. ¿La ferretería le permite solicitar sugerencias o reclamos para una mejora en la calidad del producto y servicio dado?					
15. ¿La comunicación entre los trabajadores y usted es adecuada y entendible?					
16. ¿Los productos que ofrecen las ferreterías son de buena calidad?					
17. ¿El trabajador da una imagen de honestidad y confianza					
18. ¿Los trabajadores son muy eficientes al momento de efectuar la venta del producto?					
19. ¿El precio del producto está acorde al mercado?					
20. ¿El uso del producto ayuda a cumplir sus expectativas?					

Anexo 03: validez de instrumento

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación	
Nombres y Apellidos: Anaya Moreno Yuri A.	
N° DNI / CE: 43774068	
Teléfono / celular: 935151020	Email: amorenoya@hotmail.com
Título profesional: Magister en Administración	
Grado académico: Maestría: X	Doctorado: _____
Especialidad: Licenciado en administración	
Institución que labora: Municipalidad Provincial de Huarmey	
Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis	
Titulo: La Gestión De Calidad Y Su Relación Con La Satisfacción De Clientes De Las Ferreterías De La Ciudad Ayabaca, 2023	
Autor(es): Castillo Gaona Ruth Karina	
Programa académico: 2023_2	
 MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE QUILLO LUGAR: HUARMAY Lic. Anaya Moreno Yuri Anaymiles DNI: 43774068 JEFE DE LA OFICINA DE ABASTECIMIENTO Y PATRIMONIO	
Firma	Huella digital

Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

/Magister / Doctor: Anaya Moreno Yuri Arquimedes

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo:

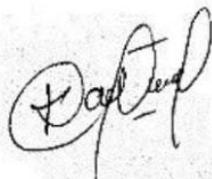
Ruth Karina Castillo Gaona egresado del Programa Académico de Ciencias e Ingeniería Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: **"LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES DE LAS FERRETERÍAS DE LA CIUDAD AYABACA, 2023"** y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



Firma

DNI: 77352603

4.6.3 Formato de Ficha de Validación (para ser llenado por el experto) – (Encuesta Gerentes y Trabajadores)

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LAS FERRETERIAS DE LA CIUDAD DE AYABACA, 2023.								
Variable 1: Gestión de calidad		Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
Dimensión 1: Calidad del personal		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿La empresa ofrece un buen trato a los clientes?	X		X		X		
2	¿La empresa capacita a su personal?	X		X		X		
3	¿La Empresa contrata al personal con el perfil requerido?	X		X		X		
4	¿Los trabajadores son tomados en cuenta en la toma de decisiones?	X		X		X		
5	¿La empresa incentiva a la creatividad y aprendizaje?	X		X		X		
6	¿La empresa ejecuta incentivos a su personal por el desempeño que realiza?	X		X		X		
Dimensión 2: calidad del producto								
7	¿La empresa cuenta con un manual O libro de reclamaciones?	X		X		X		
8	¿Considera usted que los productos que ofrece la empresa son los más adecuados para satisfacer a sus clientes?	X		X		X		
9	¿La empresa organiza diariamente sus actividades?	X		X		X		
10	¿La empresa brinda los recursos necesarios para realizar adecuadamente la labor de sus trabajadores?	X		X		X		
11	¿La empresa transmite confianza a su personal?	X		X		X		
12	¿Los trabajadores muestran un interés apropiado para resolver problemas e inquietudes?	X		X		X		
		X		X		X		
Variable 2: Satisfacción al cliente								
Dimensión 1: servicio esperado								
13	¿Considera usted que la empresa brinda un servicio de calidad?	X		X		X		
14	¿Las instalaciones que se disponen son las más adecuadas para mejorar el servicio y calidad del producto?	X		X		X		
Dimensión 2: servicio recibido								
15	¿Los precios que ofrece la empresa son los más adecuados para los intereses de los clientes?	X		X		X		

16	¿La empresa monitorea con frecuencia las actividades desarrolladas por su personal?	X		X		X		
17	¿Sus clientes recomiendan sus productos y servicios ofrecidos?	X		X		X		
18	¿Con que frecuencia la empresa aplican medidas preventivas	X		X		X		
19	¿Con que frecuencia la empresa aplican medidas correctivas?	X		X		X		

Variable 2: satisfacción de los clientes		Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
Dimensión 1: Calidad del servicio		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Las instalaciones están acorde con los servicios ofrecidos?	X		X		X		
2	¿Considera que existe comodidad en las instalaciones de los productos y los espacios?	X		X		X		
3	¿Considera que los trabajadores se encuentran bien vestidos y con una apariencia cuidada?	X		X		X		
4	¿En la empresa existe puntualidad del servicio que se le brinda?	X		X		X		
5	¿El personal de la ferretería se encuentra capacitado para suplir sus dudas y demandas?	X		X		X		
6	¿Los trabajadores de la ferretería demuestran actitud positiva hacia la atención que usted desea?	X		X		X		
7	¿Los colaboradores de la ferretería son comunicativos y asertivos en el servicio que busca?	X		X		X		
8	¿Considera que los trabajadores brindan disposiciones asertivas para resolver los problemas que tiene con el servicio?	X		X		X		
9	¿Los trabajadores de la ferretería les brinda una atención personalizada?	X		X		X		
10	¿Los trabajadores muestran cortesía y amabilidad con la atención?	X		X		X		
11	¿Los trabajadores siempre están dispuestos a ayudar con sus necesidades?	X		X		X		
Dimensión 2: expectativas								
12	¿El precio del producto está acorde al mercado?	X		X		X		
13	¿Cree usted que el precio que paga por el producto es justo?	X		X		X		
14	¿La ferretería le permite solicitar sugerencias o reclamos para una mejora en la calidad del producto y servicio dado?	X		X		X		

15	¿La comunicación entre los trabajadores y usted es adecuada y entendible?	X		X		X	
16	¿Los productos que ofrecen las ferreterías son de buena calidad	X		X		X	
17	¿El trabajador da una imagen de honestidad y confianza	X		X		X	
18	¿Los trabajadores son muy eficientes al momento de efectuar la venta del producto?	X		X		X	
19	¿El precio del producto está acorde al mercado?	X		X		X	

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (X) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Anaya Moreno Yuri A.

DNI 43774068



Firma



Huella digital

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos:

Gomero Fernández Fátima K.

N° DNI / CE: 72352442

Teléfono / celular: 99459923x

Email: gfernandezfk@hotmail.com

Título profesional:

Magister en Administración y Gestión Pública

Grado académico: Maestría: X

Doctorado: _____

Especialidad:

Gestión Pública

Institución que labora:

UGEL - Aija

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título: La Gestión De Calidad Y Su Relación Con La Satisfacción De Clientes De Las Ferreterías De La Ciudad Ayabaca, 2023

Autor(es):

Castillo Gaona Ruth Karina

Programa académico: 2023_2



Firma



Huella digital

Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

/Magister / Doctor Gomero Fernández Fátima Khaterin

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo:

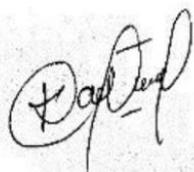
Ruth Karina Castillo Gaona egresado del Programa Académico de Ciencias e Ingeniería Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: **"LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES DE LAS FERRETERÍAS DE LA CIUDAD AYABACA, 2023"** y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



Firma

DNI: 77352603

4.6.3 Formato de Ficha de Validación (para ser llenado por el experto) – (Encuesta Gerentes y Trabajadores)

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LAS FERRETERIAS DE LA CIUDAD DE AYABACA, 2023.								
Variable 1: Gestión de calidad		Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
Dimensión 1: Calidad del personal		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿La empresa ofrece un buen trato a los clientes?	X		X		X		
2	¿La empresa capacita a su personal?	X		X		X		
3	¿La Empresa contrata al personal con el perfil requerido?	X		X		X		
4	¿Los trabajadores son tomados en cuenta en la toma de decisiones?	X		X		X		
5	¿La empresa incentiva a la creatividad y aprendizaje?	X		X		X		
6	¿La empresa ejecuta incentivos a su personal por el desempeño que realiza?	X		X		X		
Dimensión 2: calidad del producto								
7	¿La empresa cuenta con un manual O libro de reclamaciones?	X		X		X		
8	¿Considera usted que los productos que ofrece la empresa son los más adecuados para satisfacer a sus clientes?	X		X		X		
9	¿La empresa organiza diariamente sus actividades?	X		X		X		
10	¿La empresa brinda los recursos necesarios para realizar adecuadamente la labor de sus trabajadores?	X		X		X		
11	¿La empresa transmite confianza a su personal?	X		X		X		
12	¿Los trabajadores muestran un interés apropiado para resolver problemas e inquietudes?	X		X		X		
		X		X		X		
Variable 2: Satisfacción al cliente								
Dimensión 1: servicio esperado								
13	¿Considera usted que la empresa brinda un servicio de calidad?	X		X		X		
14	¿Las instalaciones que se disponen son las más adecuadas para mejorar el servicio y calidad del producto?	X		X		X		
Dimensión 2: servicio recibido								
15	¿Los precios que ofrece la empresa son los más adecuados para los intereses de los clientes?	X		X		X		

16	¿La empresa monitorea con frecuencia las actividades desarrolladas por su personal?	X		X		X	
17	¿Sus clientes recomiendan sus productos y servicios ofrecidos?	X		X		X	
18	¿Con que frecuencia la empresa aplican medidas preventivas?	X		X		X	
19	¿Con que frecuencia la empresa aplican medidas correctivas?	X		X		X	

Variable 2: satisfacción de los clientes		Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
Dimensión 1: Calidad del servicio		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Las instalaciones están acorde con los servicios ofrecidos?	X		X		X		
2	¿Considera que existe comodidad en las instalaciones de los productos y los espacios?	X		X		X		
3	¿Considera que los trabajadores se encuentran bien vestidos y con una apariencia cuidada?	X		X		X		
4	¿En la empresa existe puntualidad del servicio que se le brinda?	X		X		X		
5	¿El personal de la ferretería se encuentra capacitado para suplir sus dudas y demandas?	X		X		X		
6	¿Los trabajadores de la ferretería demuestran actitud positiva hacia la atención que usted desea?	X		X		X		
7	¿Los colaboradores de la ferretería son comunicativos y asertivos en el servicio que busca?	X		X		X		
8	¿Considera que los trabajadores brindan disposiciones asertivas para resolver los problemas que tiene con el servicio?	X		X		X		
9	¿Los trabajadores de la ferretería les brinda una atención personalizada?	X		X		X		
10	¿Los trabajadores muestran cortesía y amabilidad con la atención?	X		X		X		
11	¿Los trabajadores siempre están dispuestos a ayudar con sus necesidades?	X		X		X		
Dimensión 2: expectativas								
12	¿El precio del producto está acorde al mercado?	X		X		X		
13	¿Cree usted que el precio que paga por el producto es justo?	X		X		X		
14	¿La ferretería le permite solicitar sugerencias o reclamos para una mejora en la calidad del producto y servicio dado?	X		X		X		

15	¿La comunicación entre los trabajadores y usted es adecuada y entendible?	X		X		X	
16	¿Los productos que ofrecen las ferreterías son de buena calidad?	X		X		X	
17	¿El trabajador da una imagen de honestidad y confianza?	X		X		X	
18	¿Los trabajadores son muy eficientes al momento de efectuar la venta del producto?	X		X		X	
19	12 ¿El precio del producto está acorde al mercado?	X		X		X	

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (X) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Gomero Fernández Fátima K.

DNI 72352442



Firma



Huella digital

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos:
Uribe Cornelio Guido E.

N° DNI / CE: 70117561
Teléfono / celular: 986136871

Email: ucornelioge@hotmail.com

Título profesional:
Magister en Administración

Grado académico: Maestría: X Doctorado: _____

Especialidad:
Magister en administración

Institución que labora:
Independiente

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título: La Gestión De Calidad Y Su Relación Con La Satisfacción De Clientes De Las Ferreterías De La Ciudad Ayabaca, 2023

Autor(es):
Castillo Gaona Ruth Karina

Programa académico: 2023_2



Mg. Guido Elmer Uribe Cornelio
CLAD N° 12504

Firma



Huella digital

Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

/Magister / Doctor Uribe Cornelio Guido Elmer
Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo:
Ruth Karina Castillo Gaona egresado del Programa Académico de Ciencias e Ingeniería Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: **"LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES DE LAS FERRETERÍAS DE LA CIUDAD AYABACA, 2023"** y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



DNI: 77352603

Firma

4.6.3 Formato de Ficha de Validación (para ser llenado por el experto) – (Encuesta Gerentes y Trabajadores)

FICHA DE VALIDACIÓN*

TÍTULO: LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LAS FERRETERÍAS DE LA CIUDAD DE AYABACA, 2023.

	Variable 1: Gestión de calidad	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	Dimensión 1: Calidad del personal							
1	¿La empresa ofrece un buen trato a los clientes?	X		X		X		
2	¿La empresa capacita a su personal?	X		X		X		
3	¿La Empresa contrata al personal con el perfil requerido?	X		X		X		
4	¿Los trabajadores son tomados en cuenta en la toma de decisiones?	X		X		X		
5	¿La empresa incentiva a la creatividad y aprendizaje?	X		X		X		
6	¿La empresa ejecuta incentivos a su personal por el desempeño que realiza?	X		X		X		
	Dimensión 2: calidad del producto							
7	¿La empresa cuenta con un manual O libro de reclamaciones?	X		X		X		
8	¿Considera usted que los productos que ofrece la empresa son los más adecuados para satisfacer a sus clientes?	X		X		X		
9	¿La empresa organiza diariamente sus actividades?	X		X		X		
10	¿La empresa brinda los recursos necesarios para realizar adecuadamente la labor de sus trabajadores?	X		X		X		
11	¿La empresa transmite confianza a su personal?	X		X		X		
12	¿Los trabajadores muestran un interés apropiado para resolver problemas e inquietudes?	X		X		X		
		X		X		X		
	Variable 2: Satisfacción al cliente							
	Dimensión 1: servicio esperado							
13	¿Considera usted que la empresa brinda un servicio de calidad?	X		X		X		
14	¿Las instalaciones que se disponen son las más adecuadas para mejorar el servicio y calidad del producto?	X		X		X		
	Dimensión 2: servicio recibido							
15	¿Los precios que ofrece la empresa son los más adecuados para los intereses de los clientes?	X		X		X		

16	¿La empresa monitorea con frecuencia las actividades desarrolladas por su personal?	X		X		X		
17	¿Sus clientes recomiendan sus productos y servicios ofrecidos?	X		X		X		
18	¿Con que frecuencia la empresa aplican medidas preventivas	X		X		X		
19	¿Con que frecuencia la empresa aplican medidas correctivas?	X		X		X		

Variable 2: satisfacción de los clientes		Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
Dimensión 1: Calidad del servicio		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Las instalaciones están acorde con los servicios ofrecidos?	X		X		X		
2	¿Considera que existe comodidad en las instalaciones de los productos y los espacios?	X		X		X		
3	¿Considera que los trabajadores se encuentran bien vestidos y con una apariencia cuidada?	X		X		X		
4	¿En la empresa existe puntualidad del servicio que se le brinda?	X		X		X		
5	¿El personal de la ferretería se encuentra capacitado para suplir sus dudas y demandas?	X		X		X		
6	¿Los trabajadores de la ferretería demuestran actitud positiva hacia la atención que usted desea?	X		X		X		
7	¿Los colaboradores de la ferretería son comunicativos y asertivos en el servicio que busca?	X		X		X		
8	¿Considera que los trabajadores brindan disposiciones asertivas para resolver los problemas que tiene con el servicio?	X		X		X		
9	¿Los trabajadores de la ferretería les brinda una atención personalizada?	X		X		X		
10	¿Los trabajadores muestran cortesía y amabilidad con la atención?	X		X		X		
11	¿Los trabajadores siempre están dispuestos a ayudar con sus necesidades?	X		X		X		
Dimensión 2: expectativas								
12	¿El precio del producto está acorde al mercado?	X		X		X		
13	¿Cree usted que el precio que paga por el producto es justo?	X		X		X		
14	¿La ferretería le permite solicitar sugerencias o reclamos para una mejora en la calidad del producto y servicio dado?	X		X		X		

15	¿La comunicación entre los trabajadores y usted es adecuada y entendible?	X		X		X		
16	¿Los productos que ofrecen las ferreterías son de buena calidad	X		X		X		
17	¿El trabajador da una imagen de honestidad y confianza	X		X		X		
18	¿Los trabajadores son muy eficientes al momento de efectuar la venta del producto?	X		X		X		
19	¿El precio del producto está acorde al mercado?	X		X		X		

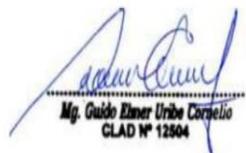
Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (X) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Uribe Cornelio Guido E.

DNI 70117561

g



Mg. Guido Elmer Uribe Cornelio
CLAD N° 12904

Firma



Huella digital

Anexo 4: confiabilidad del instrumento

TABULACION DE NCUESTAS

ENCUESTA A LOS GERENTES Y
TRABAJADORES

variable 01: Gestión de Calidad

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	TOTAL
1	3	4	4	4	4	2	5	2	1	4	3	2	3	3	2	3	4	4	4	61
2	3	5	3	3	5	1	5	2	2	4	2	2	3	4	2	4	4	4	4	62
3	3	4	2	3	3	5	5	1	2	3	2	3	3	3	1	4	3	5	5	60
4	2	5	3	5	5	3	5	1	3	3	1	3	2	4	1	5	4	4	4	63
5	1	5	3	5	5	3	5	2	1	2	1	4	2	3	2	5	2	5	5	61
6	2	5	2	5	5	4	5	3	4	3	1	3	1	4	3	4	5	4	4	67
7	3	5	4	5	3	5	4	3	3	4	1	3	1	4	2	5	5	3	3	66
8	4	4	4	5	3	5	5	1	2	5	3	1	4	4	3	4	3	3	3	66
9	2	5	5	3	2	4	5	2	2	5	2	1	4	5	3	3	4	3	3	63
10	1	5	5	4	4	3	5	3	4	3	2	1	3	3	4	2	3	5	5	65
VARIANZA	0.84	0.21	1.05	0.76	1.09	1.65	0.09	0.6	1.04	0.84	0.56	1.01	1.04	0.41	0.81	0.89	0.81	0.6	0.6	0.6
SUMATORIA DE VARIANZA	14.9																			
VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ÍTEMS	5.44																			

ENCUESTA A LOS CLIENTES

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	TOTAL
1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	TOTAL
2	3	4	4	4	4	2	5	2	1	4	3	2	3	3	2	3	4	4	4	61
3	3	5	3	3	5	1	5	2	2	4	2	2	3	4	2	4	4	4	4	62
4	3	4	2	3	3	5	5	1	2	3	2	3	3	3	1	4	3	5	5	60
5	2	5	3	5	5	3	5	1	3	3	1	3	2	4	1	5	4	4	4	63
6	1	5	3	5	5	3	5	2	1	2	1	4	2	3	2	5	2	5	5	61
7	2	5	2	5	5	4	5	3	4	3	1	3	1	4	3	4	5	4	4	67
8	3	5	4	5	3	5	4	3	3	4	1	3	1	4	2	5	5	3	3	66
9	4	4	4	5	3	5	5	1	2	5	3	1	4	4	3	4	3	3	3	66
10	2	5	5	3	2	4	5	2	2	5	2	1	4	5	3	3	4	3	3	63
11	1	5	5	4	4	3	5	3	4	3	2	1	3	3	4	2	3	5	5	65
VARIANZA	0.84	0.21	1.05	0.76	1.09	1.65	0.09	0.6	1.04	0.84	0.56	1.01	1.04	0.41	0.81	0.89	0.81	0.6	0.6	0.6
SUMATORIA DE VARIANZA	14.9																			
VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ÍTEMS	5.44																			

Escala de likerth	
Siempre	1
	2
Casi siempre	3
De vez en cuando	4
Casi nunca	4
Nunca	5

Anexo 05: Formato de consentimiento informado


PROCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula La Gestión de Calidad y su Relación con la Satisfacción de clientes de las Ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023. y es dirigido por Ruth Karina Castillo Gaona, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es optar el título profesional de Licenciada en Administración.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de un informe con con las conclusiones y recomendaciones respecto al tema. Si desea, también podrá escribir al correo karinacastillo_10@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

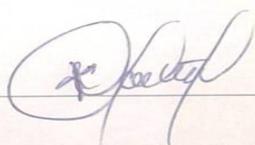
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: AMELIA HERRERA ROSILLO

Fecha: 10/10/2023

Correo electrónico:  _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información):  _____

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula La Gestión de Calidad y su Relación con la Satisfacción de clientes de las Ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023. y es dirigido por Ruth Karina Castillo Gaona, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es optar el título profesional de Licenciada en Administración.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de un informe con las conclusiones y recomendaciones respecto al tema. Si desea, también podrá escribir al correo karinacastillo_10@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: LUIS MOISÉS JIMÉNEZ RIVERA

Fecha: 10/10/2023

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula *La Gestión de Calidad y su Relación con la Satisfacción de clientes de las Ferreterías de la Ciudad de Ayabaca, 2023*, y es dirigido por Ruth Karina Castillo Gaona, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es optar el título profesional de Licenciada en Administración.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

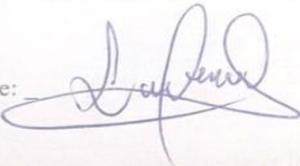
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de un informe con las conclusiones y recomendaciones respecto al tema. Si desea, también podrá escribir al correo karinacastillo_10@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

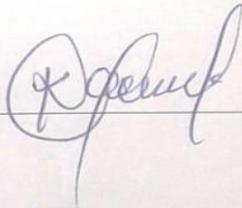
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: LUIS MOISÉS JIMÉNEZ RIVERA

Fecha: 10/10/2023

Correo electrónico: _____

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA

Anexo 06: to de aprobación de institución para recolección de datos

"AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO"

Ayabaca 30 de octubre del 2023

CARTA N°10 -2023" REYNA DEL CISNE"

SEÑOR(A) Castillo Gaona Ruth Karina

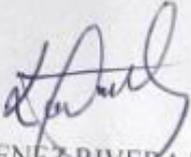
ASUNTO: Aceptación de solicitud para elaboración de investigación de tesis.

Por medio de la presente expreso mi cordial saludo u usted en nombre de la empresa REYNA DEL CISNE, con RUC N°10045275279. Domicilio legal jirón montero n°139 Ayabaca Piura y a la vez informarle lo siguiente.

Que, en atención al documento presentado por usted, donde solicita realizar su trabajo de investigación de su tesis titulada "LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LAS FERRETERÍAS DE LA CIUDAD DE AYABACA, 2023", se le informa que se acepta su solicitud para que realice su trabajo de investigación y todo lo que sea necesario, sabiendo que dicha investigación nos podría ayudar en la mejora de nuestra organización.

Sin otro particular.

Atentamente



JIMENEZ RIVERA LUIS MOISES
FERRTERIA REYNA DEL CISNE
RUC: N°10045275279

"AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO"

Ayabaca 25 de octubre del 2023

CARTA N°23 -2023" FERRETERIA JHONATAN"

SEÑOR(A) Castillo Gaona Ruth Karina

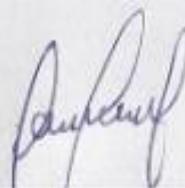
ASUNTO: Aceptación de solicitud para elaboración de investigación de tesis.

Por medio de la presente expreso mi cordial saludo u usted en nombre de la empresa FERRETERIA JHONATAN, con RUC N°10031275259. Domicilio legal jirón montero n°121 Ayabaca Piura y a la vez informarle lo siguiente.

Que, en atención al documento presentado por usted, donde solicita realizar su trabajo de investigación de su tesis titulada "LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LAS FERRETERÍAS DE LA CIUDAD DE AYABACA, 2023", se le informa que se acepta su solicitud para que realice su trabajo de investigación y todo lo que sea necesario, sabiendo que dicha investigación nos podría ayudar en la mejora de nuestra organización.

Sin otro particular.

Atentamente



HERRERA ROSILLO AMELIA
FERRETERIA JHONATAN
RUC: N°10031275259

"AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO"

Ayabaca 28 de octubre del 2023

CARTA N°30 -2023" FERRETERIA RIVERA -M.C.A"

SEÑOR(A) CASTILLO GAONA RUTH KARINA

ASUNTO: Aceptación de solicitud para elaboración de investigación de tesis.

Por medio de la presente expreso mi cordial saludo u usted en nombre de la empresa FERRETERIA RIVERA, con RUC N°10409127849. Domicilio legal circunvalación n°372 Ayabaca Piura y a la vez informarle lo siguiente.

Que, en atención al documento presentado por usted, donde solicita realizar su trabajo de investigación de su tesis titulada "LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LAS FERRETERÍAS DE LA CIUDAD DE AYABACA, 2023", se le informa que se acepta su solicitud para que realice su trabajo de investigación y todo lo que sea necesario, sabiendo que dicha investigación nos podría ayudar en la mejora de nuestra organización.

Sin otro particular.

Atentamente



MARGARITA CARMONA ALBERCA
FERRTERIA JHONATAN
RUC: N°10409127849

Anexo 07: evidencias de ejecución (Matriz y Declaración Jurada)

		BASE DE DATOS																	
TÍTULO DE APLICACIÓN: LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES DE LAS FERRETERÍAS DE LA CIUDAD DE AYABACA RUBRO FERRETERÍAS DE AYABACA, 2023.																			
Nº de cuestionario	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	ítem 11	ítem 12	ítem 13	ítem 14	ítem 15	ítem 16	ítem 17	ítem 18	ítem 19
												1	SIEMPRE						
		POBLACIÓN	45									2	CASI SIEMPRE						
		MUESTRA	15 (TRABAJADORES Y GERENTES)									3	A VECES						
												4	CASI NUNCA						
												5	NUNCA						
1	1	2	4	3	4	2	5	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	3
2	2	3	5	2	5	4	5	2	2	4	4	2	3	4	3	3	3	3	4
3	1	2	5	3	2	2	5	2	3	2	4	1	2	3	1	4	3	4	2
4	1	5	5	2	4	5	5	1	1	3	2	3	4	5	4	2	2	2	5
5	3	2	2	3	2	2	5	3	3	4	2	3	1	3	1	5	3	3	2
6	3	5	5	4	3	3	5	4	1	2	5	2	4	5	4	5	3	2	5
7	2	3	4	2	5	3	5	3	4	5	5	3	3	5	3	4	4	4	4
8	4	5	5	4	5	5	5	2	2	3	4	4	5	5	5	5	4	3	5
9	3	5	5	4	5	4	5	4	3	3	4	4	3	4	3	5	4	4	5
10	3	5	5	3	3	5	5	3	4	3	5	3	4	5	5	5	5	5	5
11	4	5	5	4	2	4	5	4	3	4	5	2	5	5	5	5	5	3	5
12	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5
13	3	5	5	4	5	5	5	3	4	4	5	3	5	5	4	5	4	4	5
14	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
15	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5

Fuente: Encuesta a trabajadores y gerentes de las empresas ferreteras de la ciudad Ayabaca

declaracion jurada

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Ruth Karina Castillo Gaona, identificado (a) con DNI, 77352603 con domicilio real en Av. Piura N°303, Distrito Ayabaca, Provincia Ayabaca, Departamento Piura.

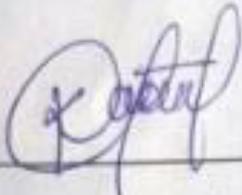
DECLARO BAJO JURAMENTO.

En mi condición de Bachiller con código de estudiante 0811172448 de la Escuela Profesional de Administración Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, semestre académico 2023-02:

1. Que los datos consignados en la tesis titulada LA GESTION DE CALIDAD Y SU RELACION CON LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES DE LAS FERRETERIAS DE LA CIUDAD DE AYABACA, 2023.

Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad.

Ayabaca, 23 de diciembre de 2023


Firma del estudiante/bachiller


Huella Digital

DNI 77352603