



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA
DISTRIBUIDORA INVERSIONES CAMILA Y JPS EIRL DEL
DISTRITO DE TUMBES, 2021

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

AUTORA

ORTEGA MANRIQUE, DANIELI STEPHANIE

ORCID: 0000-0002-4617-6365

ASESORA

ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

TUMBES – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Ortega Manrique, Danieli Stephanie

ORCID: 0000-0002-4617-6365

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Tumbes, Perú.

ASESORA:

Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Chimbote, Perú.

JURADO:

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Azabache Arquino, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-8071-8327

Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-6760-5581

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Vilela Vargas, Víctor Hugo
ORCID: 0000-0003-2027-6920
Presidente

Mgtr. Azabache Arquino, Carmen Rosa
ORCID: 0000-0001-8071-8327
Miembro

Mgtr. Espinosa Otoyá, Víctor Hugo
ORCID: 0000-0002-6760-5581
Miembro

Estrada Díaz, Elida Adelia
ORCID: 0000-0001-9618-6177
Asesor

AGRADECIMIENTO

A mi casa de estudios Universidad los
Ángeles de Chimbote – Uladech por
formar profesionales en base a la ética
y valores cristianos.

Al Sr Roger Saldaña por
permitirme realizar esta
investigación a los clientes de su
distribuidora Inversiones Camila
y JPS.

A nuestro asesor DTI Estrada
Díaz Elida Adela. por guiarnos y
enseñarnos con paciencia y
sabiduría a elaborar
correctamente nuestra
investigación.

DEDICATORIA

Esta investigación va dedicada a mi padre que ha partido al cielo, se fue sin lograr verme con un título universitario, pero con la certeza que lo lograría porque siempre demostró la confianza en mí y lo orgulloso que estaba de que esté estudiando su carrera, tanto así que me llamaba “Colega”.

RESUMEN

El presente estudio Caracterización de la Calidad de Servicio de la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del distrito de tumbes, 2021. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Calidad del Servicio de la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes 2021. La investigación fue de diseño no experimental- transversal- descriptivo. Para el recojo de información se utilizó una muestra de 68 clientes de la empresa Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL. A quienes se les aplicó un cuestionario estructurado con 22 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: que el mayor valor le corresponde a la dimensión Seguridad lo que significa que el cliente se siente seguro de los productos recibidos por parte de la distribuidora, y elementos tangibles, lo cual nos indica que la distribuidora cuenta con ambientes cómodos y agradables para sus clientes, y, mientras que la dimensión que menor valor es la capacidad de respuesta, es decir la comunicación de los empleados con los clientes, esta comunicación no superan a la percepción de Fiabilidad. Por lo que se concluye que las dimensiones como seguridad y elementos tangibles son las que mejor potencializan la calidad de los servicios; sin embargo, en menor nivel lo hacen las dimensiones de capacidad de respuesta, fiabilidad y empatía.

Palabras clave: Calidad de servicio, Dimensiones, microempresa

ABSTRACT

The present study Characterization of the Quality of Service of the Distribuidora Inversiones Camila and Jps EIRL of the district of Tumbes, 2021. Its general objective was: To determine the characteristics of the Quality of the Service of the Distribuidora Inversiones Camila and Jps EIRL of the District of Tumbes 2021 The research was of a non-experimental-transversal-descriptive design. To collect the information, a sample of 68 clients of the company Distribuidora Inversiones Camila and Jps EIRL was used. To whom a structured questionnaire with 22 questions was applied through the survey technique, obtaining the following results: that the highest value corresponds to the Security dimension, which means that the customer feels confident about the products received by the distributor, and tangible elements, which indicates that the distributor has environments like and pleasant for its customers, and, while the dimension that least value is the response capacity, that is, the communication of employees with customers, This communication does not exceed the perception of Reliability. Therefore, it is concluded that dimensions such as security and tangible elements are the ones that best enhance the quality of services; however, at a lower level, the dimensions of responsiveness, reliability and empathy do.

Keywords: Quality of service, Dimensions, microenterprise

CONTENIDO

1. TITULO.....	i
2. EQUIPO DE TRABAJO	ii
3. JURADO EVALUADOR Y ASESOR	iii
4. AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
5. RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
6. CONTENIDO.....	viii
7. ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	7
III. HIPÓTESIS.....	19
IV. METODOLOGÍA	20
4.1 Diseño de la investigación	20
4.2 Universo y muestra	20
4.3. Definición y Operacionalización de la Variable	22
4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos	24
4.5 Plan de Análisis	24

4.6	Matriz de Consistencia.....	26
4.7	Principios Éticos.....	27
V.	RESULTADOS	29
5.1.	Resultados	29
5.2.	Análisis de Resultados	34
VI.	CONCLUSIONES	41
	ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	43
	RECOMENDACIONES	43
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA.....	44
	ANEXOS	48
	Anexo 1. Cronograma de actividades	48
	Anexo 2 - Presupuesto	49
	Anexo 3. Consentimiento informado	50
	Anexo 4 - Cuestionario	56
	Anexo 5. Validación del instrumento	58
	Anexo 6. Hoja de tabulación.....	66
	Anexo 7. Figuras.....	68
	Anexo 8. Turnitin.....	76

ÍNDICE DE TABLAS

Tablas:

Tabla 1. Características de la fiabilidad del servicio brindado por Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021	29
Tabla 2 – Características de la capacidad de respuesta del servicio brindado por Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021	30
Tabla 3. Características de la seguridad del servicio brindado por Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021	31
Tabla 4. Características de la empatía de seguridad del servicio brindado por Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021	32
Tabla 5. Características de los elementos tangibles del servicio brindado por Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021	33

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Si alguien en la distribuidora se compromete a hacer algo por mí, lo hará	68
Figura 2 - Los productos que me ofrece la distribuidora son presentados correctamente	68
Figura 3 – Cuando necesito ayuda, siento toda la confianza de acudir al personal	68
Figura 4 – En todo momento, todas horas de atención recibo un servicio de calidad	69
Figura 5 – El personal de la distribuidora siempre está dispuesto a ayudarme	69
Figura 6 – El personal de la distribuidora me ayuda a resolver algún problema	69
Figura 7 - Si solicito algo al personal de la distribuidora, cumplirán con ello.....	70
Figura 8 - Si requiero de algo especial, sé que me ayudarán a conseguirlo.....	70
Figura 9 - Me siento seguro de los productos recibidos por la distribuidora	70
Figura 10 - Confío en la integridad de las personas que trabajan en la distribuidora	71
Figura 11 - Confío en que nunca entrará a la distribuidora alguien que no esté autorizado.....	71
Figura 12 - Me siento tranquilo y seguro dentro del establecimiento de la distribuidora....	71
Figura 13 - El personal de la distribuidora siempre está atento a necesidades	72
Figura 14 - El personal de la distribuidora siempre está con una sonrisa en el rostro	72
Figura 15 - En la distribuidora me prestan una atención muy personal.....	72
Figura 16 - El ambiente que hay en la distribuidora me hace sentir cómodo(a).....	73
Figura 17 - El área de la distribuidora es agradable	73
Figura 18 - La distribuidora cuenta con instalaciones adecuadas	73
Figura 19 - Los trabajadores de la distribuidora tienen una apariencia limpia y agradable.....	74
Figura 20 - La distribuidora cuenta con todos lo necesario para sentirse cómodo	74
Figura 21 - Los productos que ofrece la distribuidora son variados y de calidad.....	74
Figura 22 - Los productos que ofrece la distribuidora son variados y de calidad.....	75

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como variable calidad en el rubro distribuidoras como establecimiento de estudio la distribuidora Camila y JPS EIRL, tiene por finalidad dar a conocer la calidad de servicio que ofrecen las distribuidoras a sus clientes, es así que Inversiones Camila y JPS EIRL, cuenta con 11 años dedicados a la colocación de productos de Consumo Masivo en todo el Departamento de Tumbes, ya sea canal minorista (Bodegas) como también al canal mayorista (Mercado), lo cual se ha venido posesionando en el medio, tiene como objetivo principal aumentar su nivel de Calidad de Distribución y cumplir las metas trazadas.

Hoy en día la competencia ceñida de Distribuidoras de Consumo Masivo ha llevado a una lucha constante por mantener la fidelidad de sus clientes, es así que podemos decir que es un trabajo continuo el ofrecer productos de buena calidad, mantener una Fuerza de Venta capacitada, reparto puntual con un trato respetuoso y paciente.

Sabiendo que la respuesta del cliente apuesta una función muy importante en el crecimiento del día a día de las distribuidoras, ya que vendría a convertirse en motor activo para evaluar la Calidad de Servicio que ofrece la Empresa, por ello la evaluación que ayudará a poner en funcionamiento una estrategia de mejora donde se propondrá hacer un análisis FODA por sí no se cumpla con la visión y misión de la Empresa, es más el cliente es el que abre el paso hacia el descubrimiento de nuevas oportunidades de innovar en una Empresa con el objetivo de obtener impactos positivos.

De la misma forma, el capital humano es el instrumento clave en la Empresa para el cumplimiento de las metas planteadas, de manera que el personal realice sus actividades de

forma eficaz, de tal forma que sus actitudes, conducta, destrezas y conocimientos lleven al renombre de la Empresa, se debe contar con un personal que se considere capaz de trabajar bajo la presión y cambios que amerite además de trabajar en equipo con motivación para conducir a la Empresa al desarrollo de la ventaja competitiva.

La preparación física y mental de la FFVV en una empresa conllevará al buen servicio que ofrezca una empresa a los consumidores finales, ya que si se logra fidelizar al cliente con la empresa y/o el producto para ello RRHH debe tener una idea clara de que es lo que necesita en un vendedor para que ofrezca su producto.

Ahora ¿Dónde es que empezaría el problema? Pues el problema surge cuando no se contrata a la persona idónea para las ventas o simplemente no invierten en capacitación del personal lo que causaría personas inexpertas y sin la actitud para ofrecer un buen producto y/o servicio.

La calidad de servicio es un tema que acapara gran atención a las líneas de investigación de Marketing. Las corrientes más importantes apuntan a establecer la diferencia que existe entre lo que los clientes esperan y lo que realmente reciben, otros establecen que este parámetro de medición no es el más adecuado, dado que lo primordial es estudiar de manera detallada las necesidades del cliente para entenderlo definiendo los procesos necesarios para atenderlo.

Cualquiera que sea la corriente o perspectiva de abordaje del tema; el problema se centra en determinar cómo se puede medir la calidad del servicio, de tal manera que las empresas conozcan si efectivamente el cliente está recibiendo lo esperado, y tomar los correctivos necesarios para lograr altos niveles de fidelidad por parte de éste. En

este sentido, la medición de la satisfacción del cliente es uno de los aspectos que permite tener una idea bastante clara de evaluación de este parámetro tan importante que atañe a todo tipo de organización, independientemente de cuál sea su actividad principal.

A lo largo de la historia, se ha desarrollado el tema de la calidad del servicio y de la importancia de su medición para que los resultados sean los deseados, es por esto que, definir indicadores que permitan llevar control de la calidad del servicio resulta de gran impacto en las empresas de servicio, debido a que, el no cumplimiento de ciertos niveles en estos indicadores puede llevar a las empresas a pagar multas o indemnizaciones a los usuarios afectados (Rojas-Ríos et al, 2016) citado en (Fontalvo et al., 2020). Adicionalmente es importante señalar que, desafortunadamente muchos administradores de empresas de servicio dejan de lado las expectativas de los clientes respecto al servicio prestado, por concentrarse, entre otros aspectos, en la calidad del producto, la financiación del negocio o en actividades básicas de la operación de la empresa, inadvirtiendo que el cliente busca algo más que un buen producto (Causado Rodríguez et al, 2019) citado en (Fontalvo et al., 2020).

En la actualidad, se han desarrollado los métodos utilizados para la gestión de la empresa, producto de esta globalización también se deriva del éxito de las pautas establecidas por las organizaciones japonesas, estas pautas están constituidas y sustentadas en los preceptos de la filosofía de la calidad. Por ello, la mayoría de organizaciones alrededor del mundo están orientadas a brindar servicios de alta calidad, lo que la convierte en una de las tareas más importantes a realizar, pero también se ha convertido en un proceso arduo y difícil de aplicar en las organizaciones que se dedican al servicio en general. Algunas personas creen que la globalización ha contribuido al proceso de internacionalización económica, involucrando el crecimiento del comercio y la inversión internacional,

conduciendo a la expansión del capitalismo como modelo económico mundial y modo de producción; además, también se refleja en la creciente importancia de la estructura financiera, El aumento del conocimiento, el desarrollo de la transnacionalización de la tecnología basada en el conocimiento y el surgimiento de las corporaciones multinacionales.(Rojas et al., 2020)

La Asociación de Bodegueros del Perú expone que existen más de 414 mil bodegas a nivel nacional, de ellas 113 mil se encuentran ubicadas en Lima Metropolitana (Barrientos, 2019), citado en (De la Cruz et al., 2021); de acuerdo con este precedente se deriva la relevancia de las bodegas dentro del presente estudio con el objetivo de mejorar la calidad en el servicio y con ello obtener incremento en ventas. Así mismo, se debe sumar que los bodegueros tienen grandes competidores en el mercado que están expandiéndose, tales como las tiendas por conveniencia, aquellas que surgen de un momento a otro como emprendimiento, ello sin contabilizar los supermercados. En consecuencia, para asegurar las ventas deseadas las bodegas deben mantener estándares de calidad que sus clientes requieren.

Por lo anteriormente mencionado se planteó la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las características de la calidad del servicio de la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL en el distrito de Tumbes 2021? Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la calidad de servicio de la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021.

Para alcanzar el objetivo general se establecieron los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de la fiabilidad del servicio brindado por Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021. Describir las

características de la capacidad de respuesta del servicio brindado por la Distribuidora Inversiones Camila y JPS EIRL del Distrito de Tumbes, 2021. Identificar las características de la seguridad del servicio brindado por la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021. Describir las características de la empatía brindado por la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021. Describir las características de la satisfacción de los elementos tangibles del servicio brindado por la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021.

Esta investigación es importante para la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, debido a que la información recaudado le servirá para determinar la calidad de servicio que le ofrece a sus clientes, y así poder trabajar en lo que le hace falta para brindar un servicio de calidad, asimismo servirá para las personas interesadas en estudiar las características de la calidad del servicio de una distribuidora y/o bodega, lo cual le puede servir como referencia para futuras investigaciones.

En el campo de la justificación de la presente investigación se justifica en lo práctico, porque utiliza mecanismos que permiten comprender y orientar sobre la calidad del servicio. Teóricamente es razonable porque incluye la apertura de la calidad d el servicio basada en el conocimiento del uso de herramientas prácticas y de bajo costo, y utilizan todos los procesos internos de la empresa en el área de Tumbes. (Miller y Salkiu, 2002) citado en (Peña, 2019).

Tiene una justificación metodológica para la aplicación sistematizada del proceso de la investigación encaminada a la detención de datos cuantitativas que determinan las características sin vulneración alguna y se recoja los datos en un solo momento en este caso Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL.(Hernández et al., 2017).

Institucionalmente este estudio beneficiara a la universidad, servirá de aportes para la biblioteca constituyéndose en una base de consultas para próximas investigaciones que realicen a futuras generaciones de estudiantes, además permitirá a la MyPe el manejo de negocio motivando al cambio, para una mejor prestación de los servicios.(Hernández et al., 2017)

La investigación fue de diseño no experimental- transversal- descriptivo. Para el recojo de información se utilizó una muestra de 68 clientes de la empresa Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL. A quienes se les aplicó un cuestionario estructurado con 22 preguntas a través de la técnica de la encuesta; dentro de los resultados: se puede evidenciar que la dimensión Elementos tangibles fue la que mejor resultados arrojó al evidenciar que la distribuidora se preocupa por sus instalaciones, dado que la mayoría de los encuestados manifestaron que se sienten cómodos mientras esperan su atención, es decir que a los clientes les gusta que las instalaciones sean cómodas y adecuadas y que se encuentran limpias y agradables. Del mismo modo, lo hizo la dimensión seguridad al reflejar los encuestados que confían en la integridad del personal, al no permitirse el ingreso de personas extrañas, al expresar que se sienten tranquilos y seguros dentro del establecimiento y al ser atendidos en sus deseos y necesidades. Por lo que se concluye que las dimensiones como elementos tangibles y seguridad son las que mejor potencializan la calidad de los servicios; sin embargo, en menor nivel lo hacen las dimensiones de capacidad de respuesta, fiabilidad y empatía.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Pincay & Parra (2020) en su investigación titulada “*Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador*” tuvo como objetivo general analizar la gestión de calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras en Ecuador, a través de una revisión documental. La metodología se desarrolló bajo el paradigma cualitativo, el método inductivo fue empleando para realizar la revisión documental-descriptiva llevada a cabo en dos fases, una destinada a la búsqueda de las fuentes primarias y la segunda la realización del análisis de contenido de la información. La fuente de información estuvo conformada por 38 artículos/trabajos de grado, seleccionándose una muestra de 13 estudios que cumplieron con los criterios establecidos. Los resultados apuntan a identificar las condiciones en las que operan las PYMES comercializadoras en relación a la gestión de la calidad del servicio al cliente, pudiéndose conocer que en este tipo de empresas no se emplean sistemas de gestión de calidad y los métodos de evaluación del servicio son poco fidedignos. Por último, desconocen el alcance y los objetivos de la gestión de calidad. Se concluye que las PYMES constituyen piezas fundamentales para el crecimiento económico que deben ser acompañadas de un proceso de formación constante que apunte hacia las mejoras de los factores internos (actitudes y conocimiento de los empleados); así como de prácticas propias de la empresa a favor de una gestión de calidad de servicio al cliente, siendo el modelo SERVQUAL uno de los más confiables para la evaluación de la calidad del servicio al cliente en una organización empresarial.

Espinosa & Parra (2020) en su investigación titulada “*Gestión de la calidad en los servicios de atención al cliente. Caso Cooperativa Chone Ltda*” tuvo como objetivo general evaluar la gestión del servicio de atención al cliente y su contribución a la mejora de la calidad. El estudio se desarrolló en el cantón Chone, provincia de Manabí (Ecuador). La investigación se establece desde la perspectiva descriptiva, enfocada en un análisis cuantitativo, cualitativo y de campo. Como instrumentos de recolección de información se utilizó la observación directa y la instrumentación de la encuesta direccionada a una población universo de 66.117 socios y una muestra de 382 observaciones. Los resultados demostraron que los factores de confort en las instalaciones, funcionalidad de los equipos, apropiada intervención en problemas financieros, capacitación de los funcionarios, amabilidad en el trato, probidad y diligencia en la gestión documental, evidencian un alto nivel de satisfacción con la calidad de los servicios recibidos desde la perspectiva de los clientes. No obstante, se identificaron comentarios de usuarios con cierta inconformidad en relación a la calidad de los servicios en aspectos como el tiempo de espera, la administración de los turnos y la cantidad de requisitos, por lo que se incluye una propuesta de intervención para el mejoramiento de la calidad en los servicios de atención al cliente. Se concluye que la adecuada gestión del servicio de atención al cliente contribuye a la mejora de la calidad en la Cooperativa Chone Ltda.

Acosta (2019) en su investigación titulada “*Plan de Mejoramiento de Servicio de Calidad en la Captación de Nuevos Clientes en el Comercial Joselito del Cantón Baba*”. Tuvo como objetivo general Diseñar un plan de mejoramiento de servicio, para la captación de nuevos clientes en el comercial Joselito, La calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos primordiales que se deben cumplir dentro de cada una de las empresas; sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, deben de

demostrar la capacidad que tienen para desempeñarse en esta área, ya que al ser la primera imagen que se da a los clientes ayuda a mantenerse en la preferencia de los mismos, y si se llega a alterar pueden convertirse en una amenaza. Más, sin embargo, en muchas ocasiones puede llegar a ser empleado por las organizaciones incorrectamente, afectando tanto al desarrollo y crecimiento de las mismas, por lo cual, principalmente se debe definir la importancia de dicho servicio al cliente, para poder estructurar adecuadamente la forma más óptima de llevarlo a cabo.

Antecedentes Nacionales

Escobar (2019) en su investigación titulada “*Gestión de Calidad y Servicio al Cliente en las Mype Rubro bodegas, Asentamiento Humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019*”, tuvo como objetivo general identificar las características de la gestión de calidad y servicio al cliente en las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019. Empleando la metodología tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y corte transversal, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 5 MYPE del rubro bodegas, a quienes se le aplicó un cuestionario de 28 preguntas relacionadas a las variables de la investigación. Obteniendo los siguientes resultados: el 40% de los propietarios de las MYPE tienen entre 25 a 46 y más de 50 años, el 40% son casados, 80% de género femenino, 40% tienen grado de instrucción primarios y secundarios, 80% de las MYPE rubro bodegas tienen más de 10 años en el mercado y el 60% cuentan con 1 a 2 trabajadores. Sobre la gestión de calidad el 100% de las MYPE están pendientes de las ineficiencias que existen en el local para corregirlas de manera rápida y adecuada, asimismo el 100% de las MYPE están abastecidas con nuevos productos o reponiendo los que están por agotarse. Con respecto a servicio al cliente el

82.03% de las MYPE aceptan las sugerencias de mejora por parte de sus cliente y a la vez el 100% cuenta con un ambiente atractivo a la vista del cliente.

Abal (2019) “La Calidad del Servicio como Estrategia de la Satisfacción del Cliente en la bodega “Adara” del Distrito de San Rafael – 2018”, tuvo como objetivo general Determinar las principales características de la calidad del servicio como estrategia de la satisfacción del cliente en la bodega Adara del distrito de San Rafael – 2018. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva - cuantitativa y un diseño transaccional. Para el recojo de la información se identificó una población de 1000 clientes, de los cuales se escogió una muestra de 70 clientes a quienes se les aplicó una encuesta de 6 preguntas con lo que se obtuvo los siguientes resultados: Del total de clientes encuestados mencionan solo el 8.57% están de acuerdo con la calidad de servicio que brinda la bodega Adara, el 34% de los encuestados manifiestan que no están de acuerdo con la calidad de servicio que brinda la bodega y el 57.14% de clientes manifiestan que avece están de acuerdo con la calidad de servicio que ofrece la bodega Adara ubicado en el distrito de San Rafael. Finalmente, como conclusión: Los resultados evidencian que la Bodega Adara no está trabajando la calidad de servicio como una estrategia para fidelizar a sus clientes en el distrito de San Rafael.

Gonzales (2018), “Caracterización de la Competitividad y Calidad de Servicio en las Mype Comerciales Rubro Abarrotes de Castilla, año 2018”, tuvo como objetivo general determinar las características de la competitividad y calidad de servicio en las MYPES rubro abarrotes de Castilla. La investigación es de tipo cuantitativa, presenta un nivel descriptivo con un diseño no experimental de corte transversal; se diseñó un instrumento de recojo de información que fue validado por expertos realizando 15

preguntas de la variable competitividad y 15 de la variable de calidad de servicio haciendo un total de 30 preguntas las cuales son preguntas cerradas con escala nominal y ordinal, las unidades económicas de estudio fueron las MYPES rubro bodegas de abarrotes de la Avenida Grau – Castilla; la muestra estuvo conformada por 4 bodegas con un total de 12 trabajadores además se consideró a 384 clientes a criterio de investigador. Dentro de las conclusiones es que las principales características de las MYPES si cuentan con un número regular de trabajadores, donde presentan algunas bodegas buena calidad de producto, buena atención al cliente, variedad de productos y competencia. Las características de la calidad de servicio es que los clientes manifiestan que la atención es buena, por otro lado, en cuanto a la amabilidad de los empleados los clientes la consideran regular además los clientes requieren que capaciten al personal para una mejor atención. Los factores de la calidad de servicio que más inciden son el precio y buena atención

Antecedentes Locales

Chira (2021) en su investigación Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario en las Mypes del Sector Comercio Rubro Establecimientos de Abarrotes en el Distrito de Corrales, año 2019, tuvo como objetivo general determinar las características de la calidad de servicio y satisfacción del usuario en las MYPES de la sección comercio rubro establecimientos de abarrotes en el distrito de Corrales, año 2019; tuvo como objetivo general determinar las características de la calidad de servicio y satisfacción del usuario en las MYPES del sector comercio rubro establecimiento de abarrotes en el distrito de Corrales, año 2019, aplicando una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y de diseño no experimental, a una población y muestra de 68 clientes; utilizando la

encuesta como instrumento de recolección de datos se concluyó que los establecimientos de abarrotes deben de contar con equipos modernos, que los empleados estén siempre en capacitaciones para brindar una buena atención, que los dueños y trabajadores de los establecimientos de abarrotes deben estar predispuestos para solucionar cualquier problema que se les presente y siempre deben de brindar una información veraz y confiable mostrando credibilidad.

Vinces (2020) en su investigación titulada Caracterización de Calidad de Servicio en las Mypes del Sector Comercio Rubro Tiendas de Abarrotes: “Caso Tienda mi Karlita” - en el Distrito de Tumbes, año 2019 tuvo como objetivo general Determinar la caracterización de calidad de servicio en las MyPes del sector servicio tiendas de abarrotes: “CASO TIENDA MI KARLITA” – en el distrito de Tumbes, año 2019. Utilizando una metodología de investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal; con una población de una (01) empresa con una muestra de sesenta y ocho (68) clientes, aplicando la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de datos se concluyó y se identificó que las características específicas que los clientes consideran que no existe capacidad de compromiso por parte de los vendedores, la seriedad es muy resaltante pero podría utilizar mayor comprensión de los pedidos que pueden realizar los caseros; la integridad genera formalidad en el servicio de atención, además existe una disposición natural en atención, en su totalidad no existe un buen trabajo en equipo por parte de los vendedores, pero su capacidad de ver el lado bueno si se percibe a nivel medio.

Chota (2018) en su investigación titulada Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad en las Mypes en El Sector Comercio Rubro Distribuidora De Abarrotes en El Distrito De Tumbes, 2017, tuvo como objetivo general Determinar la caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las MyPes el sector comercio rubro distribuidoras en el distrito de Tumbes, 2017. El tipo de investigación Descriptivo, su nivel es cuantitativo y el diseño no experimental; para este trabajo se usó una población de 8 MYPES, aplicando el cuestionario usando la encuesta como técnica a 68 clientes para la variable gestión de calidad y competitividad; la información fue analizada mediante datos estadísticos y su descripción para identificar y determinar las características que presentan las distribuidoras de abarrotes en el distrito de Tumbes, 2017. Concluyendo que los principales elementos de la gestión de calidad en donde se refleja que el elemento precio siempre es la pieza vital para asegurar la compra, cabe indicar que el elemento impacto social busca interrelacionar al cliente y trabajadores, es por ello que se manifestó además que siempre el negocio cumple con satisfacer las exigencias de los clientes, puesto que siempre se ofrece un servicio de calidad, sintiéndose satisfechos de los productos ofrecidos por las distribuidoras.

2.2 Bases teóricas

Calidad

Hoy en día la mayoría coincide en el deseo de superar la calidad de los productos o servicios para ser líderes entre la competencia y mantenernos en el negocio. Hay personas que opinan que mejorar se daría con el hecho de presionar por la calidad en la labor en la que se encarga cada uno del talento humano de la Empresa, en pocas palabras, creen que solo se necesita imponer presión a los trabajadores.”

Según Taguchi citado en (Jabaloyes et al., 2020) señala que “La calidad de un producto es la mínima pérdida impuesta a la sociedad durante la vida de dicho producto” y añade a continuación “La pérdida impuesta a la sociedad coincide con la pérdida de la empresa a largo plazo”. Mientras que la preocupación occidental es la de que los productos cumplan las especificaciones, los japoneses, de acuerdo con la filosofía de Taguchi, se preocupan por la uniformidad de sus productos alrededor del valor nominal tratando de conseguir que la variación sea cada vez menor.

Flores, (2018), nos dice que “La calidad es el conjunto de características que el servicio posee y a través de las cuales se consigue satisfacer las expectativas del cliente”.

Servicio

Philips Kotler citado en (Meneses, 2017) define al servicio como “todo aquello que se ofrece en un mercado para atención, adquisición, uso o consumo que puede satisfacer un deseo o necesidad, el cual incluye objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas”

Horovitz, (1990) citado en (Figueroa, 2018) indica que “Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo”

Lovelok, (1990) citado en (Figueroa, 2018) manifiesta que “El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: La satisfacción del cliente y la eficiencia operacional”.

Por ello podemos definir al servicio, como la acción o el conjunto de actividades que son destinadas a la satisfacción de una determinada necesidad de los clientes

Calidad de Servicio

Mariana Pizzo, citado en (Mateos, 2019) señala que, "la calidad en el servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio ágil, adecuado, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta

comprendido, atendido y servido personalmente, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando mayores ingresos y menores costos para la organización”.

Santomá, (2008) citado en (Meneses, 2017) definió “la calidad de servicio como un concepto subjetivo, que depende de las opiniones de los clientes, y que resulta de la comparación que hace el cliente entre la percepción sobre la prestación del servicio y las impresiones previas al consumo”.

La calidad de un servicio se obtiene de comparar las expectativas que el cliente tenía sobre el servicio y los productos servidos y la percepción real del servicio y los productos que se han servido. Cuanto menor es la diferencia entre las expectativas y la percepción del cliente sobre el servicio mayor será la satisfacción del cliente y por tanto, mayor la calidad del servicio.(Flores, 2018)

La calidad de servicio posee diversas características, entre la más importantes se encuentran las siguientes: destreza; es decir, lo que el cliente espera y lo que en sí recibe; seguridad ya que la clientela debe observar que aquello que se le brinda carezca de dificultades; tangibilidad por lo que el ambiente y los equipos de la empresa deben estar en perfectas condiciones, de la misma manera los trabajadores han de estar aseados y presentables en todo momento; empatía, la cual consiste en colocarse en el lugar del consumidor, con la única finalidad de tener conocimiento de lo que éste siente y piensa para de esta manera entenderlo mejor; y por ultimo respuesta, que tiene que ver con la habilidad de dar un servicio cada vez más rápido; puesto que los consumidores con el tiempo se vuelven algo rígidos en este aspecto. (Piattini & García, 2016)

Dimensiones:

Elementos Tangibles

Representa la apariencia física del establecimiento, es decir, las instalaciones, los equipos, y aquellos elementos que entran en contacto con el cliente al momento de adquirir el servicio. (Meneses, 2017)

Capacidad de Respuesta

Es la capacidad de comunicarse con el cliente, de ayudarlos y proveerlos de un servicio rápido y oportuno, debemos estar atentos a las necesidades del cliente y/o a cualquier duda o consulta que tenga, brindándole toda la información que requiera o necesite. (Meneses, 2017)

Seguridad

Es la que siente el cliente tanto dentro de las instalaciones del establecimiento, como en la atención de los trabajadores, mostrando 100% seguridad al momento de atender al cliente. (Meneses, 2017)

Empatía

Es la capacidad de ponerse en el lugar del cliente, esto quiere decir, ser capaz de comprender las necesidades que ellos tienen. Convertirse en una persona considerada no es fácil y, en muchos casos, también requiere una serie de requisitos previo. (Montejano 2019)

Fiabilidad

La fiabilidad es uno de los principales focos de satisfacción, ya que es el factor inequívoco de la administración como calidad. En este sentido, la calidad inquebrantable se identifica directamente con la correcta satisfacción de los compromisos con los clientes. (Meneses, 2017)

Se refiere a la capacidad de realizar los servicios prometidos de manera confiable y concienzuda. Esto quiere decir que el establecimiento ha cumplido su promesa con el servicio ofrecido.

III. HIPÓTESIS

D'Aquino & Barrón, (2020) en el presente trabajo de investigación Caracterización de la Calidad de servicio de la distribuidora inversiones Camila y JPS EIRL del distrito de tumbes, 2021, no se planteó hipótesis.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

El trabajo de investigación fue de diseño de investigación no experimental-transversal-descriptivo.

- Fue no experimental porque no se manipuló, deliberadamente a la variable calidad de servicio, solo se presentó tal y como se manifestó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de alteraciones. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017)
- Fue transversal porque el estado de investigación Caracterización de la calidad de servicio de la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021. Se realizó en un espacio de tiempo determinado, el cual tuvo un inicio y un fin específicamente en el año 2019. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017)
- Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de la Calidad de servicio como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro Distribuidoras del Distrito de Tumbes, 2021.(Hernández, Fernández, & Baptista, 2017)

4.2 Universo y muestra

4.2.1 Universo

García, (2016), Manifiesta que el universo es el conjunto de elementos que tienen una característica común que es observable y acerca del cual queremos realizar determinados estudios.

Por ello La Distribuidora Inversiones Camila JPS EIRL, brinda sus servicios a una determinada cantidad de personas de la jurisdicción del Distrito de Tumbes y esa viene a ser el universo de estudio.

Para la variable calidad de servicio se utilizó una la población es infinita, porque la investigación estuvo dirigida a los clientes de la empresa Distribuidora Inversiones Camila JPS EIRL.

4.2.2 Muestra

Cuando las poblaciones de variables son infinitas, entonces no se conocen las características de la población, por tanto, para determinar la muestra de la variable, se aplicó la siguiente fórmula estadística infinita. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017)

$$n = \frac{(Z)^2 p \cdot q}{(e)^2}$$

Dónde:

n = a ser estudiada

Z = considerado (para 90% de confianza Z= 1.645

p = Probabilidad 0.5%

q = No probabilidad (donde Q= 1-P) q = 0.5%

e = Error permitido (10%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{(1.645)^2(0.50)(0.50)}{(0.1)^2}$$

$$n = \frac{(2.706025)(0.25)}{(0.01)}$$

$$n = 68$$

4.3. Definición y Operacionalización de la Variable

Variable	Definición	Operacionalización de la variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems (escala valorativa de Likert de 1 a 5)
Calidad de servicio	La calidad de un servicio se obtiene de comparar las expectativas que el cliente tenía sobre el servicio y los productos servidos y la percepción real del servicio y los productos que se han servido. (Flores, 2018)	Aplicación del instrumento de medición SERV PERF	<p>1. Fiabilidad</p> <p>2. Capacidad de respuesta</p> <p>3. Seguridad</p>	<p>1. Implica la habilidad que tiene la organización para ejecutar el servicio prometido de forma adecuada y constante.</p> <p>2. Representa la disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido.</p> <p>3. son los conocimientos y atención mostrados por los empleados respecto al servicio que están brindando, además de la habilidad de los</p>	<p>Si alguien en la distribuidora se compromete a hacer algo por mí, lo hará</p> <p>Los distintos productos que me ofrece la distribuidora son presentados correctamente. Desde la primera vez Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza de acudir al personal de la distribuidora para que se haga cargo de mi asunto</p> <p>En todo momento, todas horas de atención recibo un servicio de calidad</p> <p>El personal de la distribuidora siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme</p> <p>Si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal de la distribuidora me ayuda para resolverlo inmediatamente</p> <p>Si solicito algo al personal de la distribuidora, me informarán exactamente cuando me lo proporcionarán y cumplirán con ello</p> <p>Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en la distribuidora, sé que me ayudarán a conseguirlo</p> <p>Me siento seguro de los productos recibidos por la distribuidora</p> <p>Confío en la integridad de las personas que trabajan en la distribuidora</p> <p>Confío en que nunca entrará a la distribuidora alguien que no esté autorizado para hacerlo</p>

				Me siento tranquilo y seguro dentro del establecimiento de la distribuidora
	4. Empatía.	4. Es el grado de atención personalizada que ofrecen las empresas a sus clientes.	mismos para inspirar confianza y credibilidad	<p>El personal de la distribuidora siempre está atento a necesidades</p> <p>El personal de la distribuidora siempre está con una sonrisa en el rostro, se muestra interesado por servir a los clientes</p> <p>En la distribuidora me prestan una atención muy personal</p> <p>El ambiente que hay en la distribuidora me hace sentir cómodo(a)</p> <p>El área de la distribuidora es agradable</p>
	5. Elementos Tangibles	1. Representa los muebles y equipos que se encuentran en el establecimiento.	1. Representa los muebles y equipos que se encuentran en el establecimiento.	<p>La distribuidora cuenta con instalaciones adecuadas</p> <p>Los trabajadores de la distribuidora tienen una apariencia limpia y agradable</p> <p>La distribuidora cuenta con todos lo necesario para sentirse cómodo mientras espera su atención</p> <p>La distribuidora cuenta con las instalaciones, fáciles y adecuadas que necesito</p> <p>Los productos que ofrece la distribuidora son variados y de calidad</p>

4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos.

Técnica: La técnica que se utilizó para la recolección de Datos fue la encuesta, debido a que se dirige hacia una muestra de la población, para conseguir obtener información relevante sobre dicha población.(Domínguez et al., 2018)

Instrumento: Se utilizó el cuestionario, (D'Aquino & Barrón, 2020), nos dice que el cuestionario es “Un instrumento para la recolección de datos, rigurosamente estandarizado, que traduce y operacionaliza determinados problemas que son objeto de investigación”, este instrumento nos sirvió para medir la calidad de servicio Serv Perf el cual es un cuestionario de 22 preguntas y serán medidos a través de la escala de Likert que tiene una escala de 5 puntos, siendo 1: totalmente en desacuerdo; 2: en desacuerdo; 3: neutral; 4: de acuerdo; 5: totalmente de acuerdo y para la captación de clientes se hará la revisión bibliográfica para determinar si la atención brindada es la esperada por los clientes

4.5 Plan de Análisis

Trejo, (2021) nos dice que el plan de análisis consiste en concentrar, ordenar y clasificar todos los datos que se obtuvieron por medio de la técnica documental o de campo con el propósito de tener mayor control sobre ellos y manipularlos para allanar el camino hacia el análisis de la información.

Para ordenar, y clasificar los resultados obtenidos se utilizó en primera instancia el programa Word para redactar el trabajo de investigación, utilizando de la mano el programa Mendeley para la elaboración de las citas y referencias bibliográficas, posteriormente se utilizó el programa Excel, el cual se utilizó para realizar la tabulación

y las figuras de la información adquirida a través del cuestionario aplicado, posteriormente, se utilizó el programa Turnitin, para visualizar el porcentaje de plagio, el programa utilizado fue el Power Point el cual nos permitió elaborar y presentar las diapositivas para la sustentación del trabajo de investigación, finalmente el programa PDF, para la presentación del trabajo

4.6 Matriz de Consistencia

TÍTULO	OBJETIVO GENERAL	VARIABLE	Población y Muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos	Análisis
Caracterización De La Calidad De Servicio De La Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021	Determinar las características de la calidad de servicio de la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021.	Calidad de servicio	Para la variable de calidad de servicio se utilizó una muestra de la población es infinita, porque la investigación estuvo dirigida a los clientes de la empresa Distribuidora Inversiones Camila JPS EIRL.	- Fue experimental porque no se manipuló, deliberadamente a la variable de calidad de servicio. - Fue transversal porque se realizó en un espacio de tiempo determinado, el cual tuvo un inicio y un fin específicamente en el año 2019. - Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de la Calidad de servicio.	Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario	Los programas utilizados fueron: Word: para redactar el trabajo de investigación Mendeley: Para realizar las citas y referencias bibliográficas Excel: para el procesamiento de los datos obtenidos de la encuesta PDF: para la presentación del trabajo Turnitin: para la verificación del porcentaje de plagio Power Point: para la sustentación del trabajo de investigación
Caracterización De La Calidad De Servicio De La Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021	Determinar las características de la fiabilidad del servicio brindado por la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021.	Calidad de servicio	Para la variable de calidad de servicio se utilizó una muestra de la población es infinita, porque la investigación estuvo dirigida a los clientes de la empresa Distribuidora Inversiones Camila JPS EIRL.	- Fue experimental porque no se manipuló, deliberadamente a la variable de calidad de servicio. - Fue transversal porque se realizó en un espacio de tiempo determinado, el cual tuvo un inicio y un fin específicamente en el año 2019. - Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de la Calidad de servicio.	Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario	Los programas utilizados fueron: Word: para redactar el trabajo de investigación Mendeley: Para realizar las citas y referencias bibliográficas Excel: para el procesamiento de los datos obtenidos de la encuesta PDF: para la presentación del trabajo Turnitin: para la verificación del porcentaje de plagio Power Point: para la sustentación del trabajo de investigación
Caracterización De La Calidad De Servicio De La Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021	Identificar las características de la seguridad del servicio brindado por la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021.	Calidad de servicio	Para la variable de calidad de servicio se utilizó una muestra de la población es infinita, porque la investigación estuvo dirigida a los clientes de la empresa Distribuidora Inversiones Camila JPS EIRL.	- Fue experimental porque no se manipuló, deliberadamente a la variable de calidad de servicio. - Fue transversal porque se realizó en un espacio de tiempo determinado, el cual tuvo un inicio y un fin específicamente en el año 2019. - Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de la Calidad de servicio.	Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario	Los programas utilizados fueron: Word: para redactar el trabajo de investigación Mendeley: Para realizar las citas y referencias bibliográficas Excel: para el procesamiento de los datos obtenidos de la encuesta PDF: para la presentación del trabajo Turnitin: para la verificación del porcentaje de plagio Power Point: para la sustentación del trabajo de investigación
Caracterización De La Calidad De Servicio De La Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021	Describir las características de la satisfacción de los elementos tangibles del servicio brindado por la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021.	Calidad de servicio	Para la variable de calidad de servicio se utilizó una muestra de la población es infinita, porque la investigación estuvo dirigida a los clientes de la empresa Distribuidora Inversiones Camila JPS EIRL.	- Fue experimental porque no se manipuló, deliberadamente a la variable de calidad de servicio. - Fue transversal porque se realizó en un espacio de tiempo determinado, el cual tuvo un inicio y un fin específicamente en el año 2019. - Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de la Calidad de servicio.	Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario	Los programas utilizados fueron: Word: para redactar el trabajo de investigación Mendeley: Para realizar las citas y referencias bibliográficas Excel: para el procesamiento de los datos obtenidos de la encuesta PDF: para la presentación del trabajo Turnitin: para la verificación del porcentaje de plagio Power Point: para la sustentación del trabajo de investigación

4.7 Principios Éticos

Durante la ejecución del presente estudio se respetaron los principios para investigación en humanos, autonomía, justicia y confidencialidad (Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura, 2017); velando por el cumplimiento de las expectativas que presenta la investigación; se aplicó principios éticos como la protección a las personas, cuidado del medio ambiente y la biodiversidad, libre participación y derechos a estar informado, beneficencia no maleficencia y justicia. Código de Ética Para La Investigación (2019), en la presente investigación usaremos los siguientes principios:

Los principios éticos como lo manifiestas el manual de código de ética utilizados son los siguientes.

Protección de las personas: Durante la investigación se protegió la identidad de las personas que participaron de ella mediante la formulación de la encuesta respetando su privacidad.

Libre participación y derecho a estar informado: Se aplicó la encuesta a los participantes luego de informarles la finalidad del estudio de la mano con el consentimiento informado, solicitándoles su participación, posteriormente su firma del consentimiento informado

Beneficencia y no-maleficencia: con este principio se tuvo un balance riesgo – beneficio positivo y justificado, asegurando el cuidado y el bienestar de los involucrados en la investigación, sin causar daños, ni efectos adversos en el establecimiento en este caso “Distribuidora Inversiones Camila y JPS”

Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad: No se causó daño al medio ambiente con la presente investigación, por ello se utilizó papel reciclado para la realización de las encuestas con el fin de no contribuir a la contaminación del medio ambiente.

Justicia: Se brindó un trato amable tanto al dueño del establecimiento como a nuestros encuestados, sin dar lugar a prácticas injustas, respetando a cada uno de los participantes de la encuesta y al dueño del establecimiento.

Integridad científica: Se evitó el engaño en todos los aspectos de la investigación, sin incurrir en plagio de información, procediendo con rigor científico, asegurando así la validez de los métodos, fuentes y datos, garantizando así la veracidad de todo el proceso de investigación.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1. Características de la fiabilidad del servicio brindado por Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021

Características de la fiabilidad	N	%
Si alguien en la distribuidora se compromete a hacer algo por mí, lo hará		
Siempre	21	30.88
Casi siempre	31	45.59
De vez en cuando	16	23.53
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
Los productos que me ofrece la distribuidora son presentados correctamente		
Siempre	21	30.88
Casi siempre	31	45.59
De vez en cuando	16	23.53
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
Cuando necesito ayuda, siento toda la confianza de acudir al personal		
Siempre	23	33.88
Casi siempre	25	36.76
De vez en cuando	20	29.41
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
En todo momento, todas horas de atención recibo un servicio de calidad		
Siempre	21	30.88
Casi siempre	31	45.59
De vez en cuando	16	23.53
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
El personal de la distribuidora siempre está dispuesto y ayudarme		
Siempre	31	45.59
Casi siempre	26	38.23
De vez en cuando	11	16.18
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a clientes de Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL

Tabla 2 – Características de la capacidad de respuesta del servicio brindado por Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021

Características de la capacidad de respuesta	N	%
El personal de la distribuidora me ayuda a resolver algún problema		
Siempre	23	33.88
Casi siempre	25	36.76
De vez en cuando	20	29.41
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
Si solicito algo al personal de la distribuidora, cumplirán con ello.		
Siempre	21	30.88
Casi siempre	31	45.59
De vez en cuando	16	23.53
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
Si requiero de algo especial, sé que me ayudarán a conseguirlo		
Siempre	23	33.88
Casi siempre	25	36.76
De vez en cuando	20	29.41
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a clientes de Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL

Tabla 3. Características de la seguridad del servicio brindado por Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021

Características de la Seguridad	N	%
Me siento seguro de los productos recibidos por la distribuidora		
Siempre	51	75.00
Casi siempre	13	19.12
De vez en cuando	4	5.88
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
Confío en la integridad de las personas que trabajan en la distribuidora		
Siempre	21	30.88
Casi siempre	31	45.59
De vez en cuando	16	23.53
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
Confío en que nunca entrará a la distribuidora alguien que no esté autorizado		
Siempre	21	30.88
Casi siempre	31	45.59
De vez en cuando	16	23.53
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
Me siento tranquilo y seguro dentro del establecimiento de la distribuidora		
Siempre	23	33.88
Casi siempre	25	36.76
De vez en cuando	20	29.41
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a clientes de Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL

Tabla 4. Características de la empatía del servicio brindado por Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021

Características de la empatía	N	%
El personal de la distribuidora siempre está atento a necesidades		
Siempre	21	30.88
Casi siempre	31	45.59
De vez en cuando	16	23.53
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
El personal de la distribuidora siempre está con una sonrisa en el rostro.		
Siempre	23	33.88
Casi siempre	25	36.76
De vez en cuando	20	29.41
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
En la distribuidora me prestan una atención muy personal		
Siempre	23	33.88
Casi siempre	25	36.76
De vez en cuando	20	29.41
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
El ambiente que hay en la distribuidora me hace sentir cómodo(a)		
Siempre	21	30.88
Casi siempre	31	45.59
De vez en cuando	16	23.53
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
El área de la distribuidora es agradable		
Siempre	21	30.88
Casi siempre	31	45.49
De vez en cuando	16	23.53
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a clientes de Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL

Tabla 5. Características de los elementos tangibles del servicio brindado por Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021

Características de los elementos tangibles	N	%
La distribuidora cuenta con instalaciones adecuadas		
Siempre	23	32.82
Casi siempre	25	36.76
De vez en cuando	20	29.41
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
Los trabajadores de la distribuidora tienen una apariencia limpia y agradable.		
Siempre	31	45.59
Casi siempre	26	38.24
De vez en cuando	11	16.18
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
La distribuidora cuenta con todos lo necesario para sentirse cómodo		
Siempre	35	51.47
Casi siempre	22	32.35
De vez en cuando	11	16.18
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
La distribuidora cuenta con las instalaciones, fáciles y adecuadas que necesito		
Siempre	31	45.59
Casi siempre	26	38.24
De vez en cuando	11	16.18
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
Los productos que ofrece la distribuidora son variados y de calidad		
Siempre	23	33.88
Casi siempre	25	36.76
De vez en cuando	20	29.41
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a clientes de Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL

5.2. Análisis de Resultados

Características de la fiabilidad del servicio brindado por Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021

En cuanto a la dimensión fiabilidad, podemos observar que el 30.88% manifiesta que siempre, si alguien la distribuidora se compromete hacer algo por mi lo hará, mientras que el 45.59% manifiesta que casi siempre y finalmente un 23.53% manifiesta que de vez en cuando, en cuanto a la pregunta si los distintos productos que ofrece la distribuidora son presentados correctamente desde la primera vez, podemos apreciar que un 30.88% manifiesta que siempre son presentados correctamente, un 45.59% manifiesta que casi siempre y finalmente un 23.53% manifiesta que de vez en cuando son presentados correctamente, en cuanto a la pregunta cuando necesito ayuda o algo en particular, siendo toda la confianza de acudir al personal de la distribuidora para que se haga cargo de mi asunto un 33.88% manifestó que siempre siente toda la confianza de acudir al personal de la distribuidora, mientras que un 36.76% señalo que casi siempre y finalmente un 29.41% indico que de vez en cuando siente toda la confianza de acudir al personal, con respecto a la pregunta en todo momento, todas horas de atención recibo un servicio de calidad, el 30.88% manifiesto que siempre recibe un servicio de calidad, el 45.59% manifestó que casi siempre y finalmente un 23.53% manifestó que de vez en cuando recibe un servicio de calidad, finalmente en cuando a la pregunta, el personal de la distribuidora siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme, el 45.59% manifestó que siempre, el 38.24% señaló que casi siempre, y finalmente el 16.18% indico que de vez en cuando el personal está dispuesto a atenderlo y ayudarlo, lo cual coincide con la investigación de Abal (2019), la cual señala que el 57.14% de clientes manifiestan que avece están de acuerdo con la calidad de servicio que ofrece la bodega Adara ubicado en el distrito de San Rafael. Finalmente, como conclusión: Los resultados evidencian que la

Bodega Adara no está trabajando la calidad de servicio como una estrategia para fidelizar a sus clientes en el distrito de San Rafael.

De los resultados obtenidos se puede señalar que los clientes sienten confianza en el personal ya que siempre está dispuesto a ayudarlos cuando lo necesitan, asimismo evidencian que casi siempre reciben un servicio de calidad esto porque la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL casi siempre hace lo que les promete.

Características de la Capacidad de Respuesta del servicio brindado por Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021

Respecto a la dimensión capacidad de respuesta, en cuanto si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal de la distribuidora me ayuda a para resolverlo inmediatamente, el 33.88% manifiesto que siempre recibe ayuda para resolver algún problema que se le presente, mientras que 36.76% señalo que casi siempre recibe ayuda, y un 29.41% señalo que de vez en cuando recibe ayuda, en cuanto a la pregunta si solicito algo el personal de la distribuidora, me informará exactamente cuando me lo proporciona y cumplirán con ello, el 30.88% señalo que siempre recibe información mientras que 45.59%, señala que casi siempre recibe la información y un 23.53% indico que de vez en cuando es informado exactamente cuándo le proporcionan y cumplirán cuando solicita algo. Respecto a la pregunta Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en la distribuidora, sé que me ayudarán a conseguirlo, el 32.82% señalo que siempre le ayudan a conseguirlo, un 36.76% señalo que casi siempre, mientras que un 29.41% señalo que de vez en cuando recibe ayuda para conseguir algo que no se encuentra en la distribuidora, coincidiendo con Gonzales (2018), quien señala que los clientes manifiestan que la atención es buena, por otro lado en cuanto a la amabilidad de los empleados los clientes la consideran regular además los clientes requieren que capaciten al personal para una mejor atención. .

De estos resultados se puede decir que el 40.30% de los clientes casi siempre recibe un servicio de calidad en cuanto a la capacidad de respuesta por parte de los trabajadores de la distribuidora, esto según los clientes se da ya que en ocasiones el personal no los ayuda a solucionar algún problema que se le suscite, o no cumplen con darles el producto que están solicitando ya que no se encuentra en tienda y no le ayudan a conseguir dicho producto.

Características de la seguridad del servicio brindado por la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021

Respecto a las características de la seguridad, en cuando a la pregunta Me siento seguro de los productos recibidos por la distribuidora, el 75.00% que siempre se siente seguro de los productos recibidos por la distribuidora, mientras que un 19.12% señaló que casi siempre se siente seguro y un 5.95% indico que de vez en cuando se siente seguro, en cuanto, Confío en la integridad de las personas que trabajan en la distribuidora, el 30.88% indica que siempre confía en la integridad de las personas que trabajan en la distribuirá, un 45.59% señala que casi siempre se siente seguro, mientras que el 23.53% indica que de vez en cuando se siente seguro, respecto a Confío en que nunca entrará a la distribuidora alguien que no esté autorizado para hacerlo, el 30.88% manifiesta que siempre confía en que nunca entrará a la distribuidora alguien que no esté autorizado, mientras que en 45.59% señala que casi siempre confía, y el 23.53% indica que de vez en cuando confía en que nunca entrará a la distribuidora alguien que no esté autorizado, respecto a Me siento tranquilo y seguro dentro del establecimiento de la distribuidora, el 32.82% señala que siempre se siente tranquilo y seguro, el 36.76% señala que casi siempre, mientras que el 30.88% indica que de vez en cuando se siente tranquilo y seguro dentro del establecimiento de la distribuidora, coincidiendo con Vines (2020) que manifiesta, que no existe capacidad de compromiso por parte de los vendedores, la seriedad es muy resaltante pero podría utilizar mayor comprensión

de los pedidos que pueden realizar los caseros; la integridad genera formalidad en el servicio de atención, además existe una disposición natural en atención, en su totalidad no existe un buen trabajo en equipo por parte de los vendedores, pero su capacidad de ver el lado bueno si se percibe a nivel medio.

De los resultados obtenidos se puede decir que en cuanto a la dimensión seguridad el 47.79% de los clientes se sienten seguros mientras que el 58.21% de los clientes sienten poco seguros dentro de las instalaciones ya que en algún momento pueden ingresar al establecimiento personas ajenas a la distribuidora,

Características de la empatía del servicio brindado por la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021

En cuanto a las características de la empatía, en cuanto si El personal de la distribuidora siempre está atento a necesidades el 30.88% señala que el personal de la distribuidora siempre está atento, el 45.59% indica que casi siempre el personal de la distribuidora está atento, mientras que el 23.53% señala que de vez en cuando él personas de la distribuidora está atento. El personal de la distribuidora siempre está con una sonrisa en el rostro, se muestra interesado por servir a los clientes, el 32.82% señalo que el personal siempre esta con una sonrisa en el rostro, un 36.76% indico que casi siempre mientras que el 30.88% señalo que de vez en cuando el personal está con una sonrisa en el rostro, en cuanto si En la distribuidora me prestan una atención muy personal, un 32.82% indico que siempre le prestan una atención muy personal, un 36.76% señalo que casi siempre, mientras que un 30.88% indico que de vez en cuando el personal le prestan una atención muy personal, respecto a El ambiente que hay en la distribuidora me hace sentir cómodo(a), el 30.88% manifestó que siempre, el 45.59% señalo que casi siempre, mientras que el 23.53% indica que de vez en cuando se siente como con el ambiente de la distribuidora, en cuanto si El área

de la distribuidora es agradable, el 30.88% señala que siempre, el 45.59% indica que casi siempre, y un 23.53% señala que de vez en cuando es agradable el ambiente de la distribuidora, coincidiendo con la investigación de Abal (2019), la cual señala que el 57.14% de clientes manifiestan que avece están de acuerdo con la calidad de servicio que ofrece la bodega Adara ubicado en el distrito de San Rafael. Finalmente, como conclusión: Los resultados evidencian que la Bodega Adara no está trabajando la calidad de servicio como una estrategia para fidelizar a sus clientes en el distrito de San Rafael.

De los resultados podemos apreciar que el 42.69% de los clientes manifiestan que casi siempre reciben un servicio de calidad por parte de los empleados en cuanto a la empatía que tiene el trabajador con los clientes, debido a que en ocasiones el personal se mostraba con molestia en su cara, haciéndole sentir al cliente incomodo en alguna oportunidad, no dándoles una atención personalizada a los clientes.

Características de los elementos tangibles del servicio brindado por la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021

Respecto a las características de los elementos tangibles, en cuando a si La distribuidora cuenta con instalaciones adecuadas, el 32.82% manifestó que siempre, el 36.76% señalo que casi siempre mientras que el 30.88% indico que de vez en cuando, las instalaciones de la distribuidora son adecuadas, en cuando a si Los trabajadores de la distribuidora tienen una apariencia limpia y agradable, el 44.78% de los clientes indico que siempre, un 38.81% señalo que casi siempre mientras que el 16.42% manifestó que de vez en cuando la distribuidora tiene una apariencia limpia y agradable, respecto a si La distribuidora cuenta con todos lo necesario para sentirse cómodo mientras espera su atención, el 50.75% de los clientes indica que siempre, un 32.82% señala que casi siempre, mientras que un 16.42% manifiesta que de vez en cuando se siente como mientras espera su atención,

en cuanto a si La distribuidora cuenta con las instalaciones, fáciles y adecuadas que necesito, el 44.78% de los clientes indico que siempre, un 38.81% señala que casi siempre, mientras que un 16.42% manifiesta que de vez en cuando la distribuidora cuenta con las instalaciones, fáciles y adecuadas, respecto a si Los productos que ofrece la distribuidora son variados y de calidad, el 32.82% indica que siempre, un 36.76% señala que casi siempre mientras que un 30.88% manifiesta que de vez en cuando los productos que ofrece la distribuidora son varios y de calidad, coincidiendo con Abal (2019) el 57.14% de clientes manifiestan que avece están de acuerdo con la calidad de servicio que ofrece la bodega Adara ubicado en el distrito de San Rafael. Finalmente, como conclusión: Los resultados evidencian que la Bodega Adara no está trabajando la calidad de servicio como una estrategia para fidelizar a sus clientes en el distrito de San Rafael.

De los resultados podemos apreciar que el 41.19% de los clientes se sienten cómodos dentro de las instalaciones de la distribuidora, pero que en cuanto a la calidad del servicio brindado por la distribuidora no es la adecuada.

Por ello en cuanto a los resultados obtenidos para las dimensiones, podemos observar que el mayor valor le corresponde a la dimensión Seguridad (Tabla 3) y elementos tangibles (Tabla 5), lo cual nos indica que la distribuidora cuenta con ambientes como y agradables para sus clientes, y se siente seguro de los productos recibidos por parte de la distribuidora, mientras que la dimensión que menor valor es la capacidad de respuesta, es decir la comunicación de los empleados con los clientes, esta comunicación no superan a la percepción de Fiabilidad. Esta discrepancia en los resultados de las dimensiones podría interpretarse al igual que en una bodega podría sentir la misma comunicación respecto de una ubicada en una zona urbana y muy moderna; o sea, estoy confiado, pero tengo

limitaciones al comunicarme con los empleados. Esto indica entonces que la Distribuidora Inversiones Camila tendrá que realizar una mejor atención y comunicación con sus clientes, que el personal de servicio ayude más a sus clientes si se les llegase a presentar algún problema.

VI. CONCLUSIONES

- Respecto a las características de la fiabilidad se concluye que la mayoría de los clientes se sienten casi satisfechos ya que el personal de la distribuidora casi siempre está dispuesto a ayudarlos cuando lo necesitan, por ello no se sienten con la confianza de acudir al personal cuando necesita ayuda o algo en particular ya que muchas veces la distribuidora se compromete a hacer algo por ellos y no lo realiza en el momento indicado o simplemente no lo hace.
- Respecto a las características de la capacidad de respuesta se concluye que la mayoría de los clientes se sienten casi satisfechos ya que, si en algún momento necesita ayuda, o requiere algo especial que no se encuentra en la distribuidora el personal de la distribuidora lo ayuda a resolverlo de manera inmediata, informándoles exactamente cuándo le proporcionarán o cumplirán con ello.
- Respecto a las características de la seguridad se concluye que la mayoría de los clientes que se sienten seguros con los productos recibidos, confiando en la integridad del personal, por cual señala que sienten confianza en que nunca entrarán personas ajenas al establecimiento, lo cual genera en ellos tranquilidad y seguridad dentro de las instalaciones de la distribuidora.
- Respecto a las características de la empatía se concluye que la mayoría de los clientes se sienten satisfechos con la calidad del servicio brindado por la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL, la distribuidora busca ponerse en el lugar del cliente por ello dentro del establecimiento, también cuentan con pequeñas encuestas para los clientes referentes al servicio, lo cual esto le sirve para conocer las necesidades de los clientes y así poder mejorar el servicio para que pueda satisfacer a sus clientes

- Respecto a las características de los elementos tangibles se concluye que la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL, se preocupa por sus instalaciones, dado que la mayoría manifestaron que se sienten cómodos mientras esperan su atención, es decir que a los clientes les gusta que las instalaciones sean cómodas y adecuadas y que se encuentran limpias y agradables.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

RECOMENDACIONES

Trabajar en estrategias para fidelizar a los clientes y ofrecerles un servicio 100% de calidad

Involucrar y capacitar al personal de manera constante sobre las metas de la distribuidora, para optimizar la atención al cliente y así mantener informado al cliente que este lo necesite.

Mantener restricciones para el acceso al área de trabajo, para que así solo ingrese el personal autoriza otorgándole al cliente una mayor seguridad, demostrando que solo accede personal autorizado y no personas ajenas al establecimiento.

Orientar al personal que debe controlar sus emociones y transmitir un bien estado de ánimo para transmitirle al cliente la confianza y tranquilidad que ellos necesitan, así los clientes puedan recomendarlos con amigos y/o familiares.

Adecuar las instalaciones por áreas para que el cliente tenga una mejor visión de los productos que ofrecen y así lograr que las instalaciones sean fáciles y accesibles para todos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA

- Abal, E. (2019). *La Calidad del Servicio como Estrategia de la Satisfacción del Cliente en la bodega “Adara” del Distrito de San Rafael – 2018* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/13694/SATISFACCIÓN_CLIENTE_ABAL_ASCAYO_EMERSON_.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Acosta, R. (2019). *Plan de Mejoramiento de Servicio de Calidad en la Captación de Nuevos Clientes en el Comercial Joselito del Cantón Baba* [Instituto Superior Tecnológico Bolivariano]. <https://repositorio.itb.edu.ec/bitstream/123456789/716/1/PROYECTO DE GRADO DE ACOSTA SUAREZ.pdf>
- Chira, R. (2021). *Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario en las Mypes del Sector Comercio Rubro Establecimientos de Abarrotes en el Distrito de Corrales, año 2019* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/22128/CALIDAD_DE_SERVICIO_SATISFACCION_DEL_USUARIO_CHIRA_OLIVOS_REYNALDO_MANUEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chota, R. (2018). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad en las Mypes en El Sector Comercio Rubro Distribuidora De Abarrotes en El Distrito De Tumbes, 2017* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. Gestión de calidad, Competitividad y MyPes.
- D’Aquino, M., & Barrón, V. (2020). *Proyecto y metodología de la investigación* (1° Edición). Editorial Maipue. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/160000>
- De la Cruz, G., Benites, L., & Zapata, T. del C. (2021). *Calidad en el Servicio del Trade Marketing a las Bodegas de Lima Metropolitana, en el Sector de Consumo Masivo para el Rubro de*

Chocolate [Pontificia Universidad Católica del Perú]. <https://orcid.org/0000-0001-5993-0892>

Dominguez, M. C., Medina, M. del C., Martínez, M. I., & López, E. (2018). Metodología de investigación para la educación y la diversidad. In *UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia*. UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia. <https://elibro.net/es/lc/bibsipan/titulos/106003>

Escobar, A. paola. (2019). “*Gestión de Calidad y Servicio al Cliente en las Mype Rubro bodegas, Asentamiento Humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019*” [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15700/SERVICIO_AL_CLIENTE_MYPE_ESCOBAR_RAMOS_ASTRID_PAOLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Espinosa, J., & Parra, C. (2020). Gestión de la calidad en los servicios de atención al cliente. Caso Cooperativa Chone Ltda. [Imprenta y Casa Editora “Coni”]. In *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional, ISSN-e 2550-682X, Vol. 5, N°. 8, 2020, págs. 42-65* (Vol. 5, Issue 8). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7554392&info=resumen&idioma=SPA>

Figueroa, Y. (2018). *CARACTERIZACIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE RESTAURANTES MENÚ DEL DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2018* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/21310/CALIDAD_DE_SERVICIO_CALIDAD_SATISFACCION_AL_CLIENTE_FIGUEROA_LOPEZ_YETTI_YARUSSI.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Flores, A. (2018). *Servicio en restaurante*. RA-MA. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/105635>

Fontalvo, T., De la hoz, E., & De la Hoz, E. (2020). Método de evaluación de la calidad del servicio de una unidad de atención al usuario en una empresa de servicio de agua en Colombia. *Scielo*,

31(4), 27–34. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000400027>

- García, J. (2016). *Metodología de la investigación para administradores*. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/70269>
- Gonzales, I. (2018). *Caracterización de la Competitividad y Calidad de Servicio en las Mype Comerciales Rubro Abarrotes de Castilla, año 2018* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6260/COMPETITIVIDAD_CALIDAD_DE_SERVICIO_GONZALES_CARRION_INGRID_FIORELLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). *Metodología de la investigación* (Sexta). McGraw Hill.
- Jabaloyes, J., Carot, J., & Carrión, A. (2020). *Introducción a la gestión de la calidad*. Universidad Politécnica de Valencia. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/165233>
- Mateos, M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*. (1º). IC Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/124251?page=16>
- Meneses, M. (2017). *CALIDAD DE SERVICIO E INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES EN LOS RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE AYACUCHO, 2017*. [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5347/CALIDAD_SATISFACCION_DE_CLIENTES_RESTAURANTES_MENESES_CONTRERAS_MARIA_PAMELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Montejano, S. (2019). *¿Qué es la empatía y cómo desarrollarla?*
- Peña, L. (2019). *CARACTERIZACIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO RUBRO MULTISERVICIOS: “CASO SERVICIOS MÚLTIPLES*

GALNEY” – EN EL DISTRITO DE TUMBES, AÑO 2019 [Universidad católica los Ángeles de Chimbote].

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14821/CALIDAD_SERVICIOS_MYPES_LESLY_LIETH_PENA_MORAN.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Piattini, M., & García, F. (2016). *Calidad de Sistemas de Información* (Ra-Ma editorial (ed.); Tercera ed).

Pincay, Y., & Parra, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador [Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP)]. In *Dominio de las Ciencias, ISSN-e 2477-8818, Vol. 6, N° 3, 2020 (Ejemplar dedicado a: Julio-Septiembre 2020), págs. 1118-1142* (Vol. 6, Issue 3).

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539747&info=resumen&idioma=SPA>

Rojas, C., Niebles, W., Pacheco, C., & Hernández, H. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Scielo, 31*(4), 221–232. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>

Trejo, K. (2021). *Fundamentos de Metodología para la realización de Trabajos de Investigación*. Editorial Parmenia. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/183470>

Código de Ética para la Investigación, Pub. L. No. Versión 002, 1 (2019).

Vinces, A. (2020). *Caracterización de Calidad de Servicio en las Mypes del Sector Comercio Rubro Tiendas de Abarrotes: “Caso Tienda mi Karlita” - en el Distrito de Tumbes, año 2019* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15783/CALIDAD DE SERVICIO_MYPES_VINCES_ARCELA_ANTONINO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15783/CALIDAD_DE_SERVICIO_MYPES_VINCES_ARCELA_ANTONINO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Anexos

Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
Nº	Actividades	Año 2019								Año 2021							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X	X	X													
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación			X													
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación				X												
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o docente Tutor				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de literatura					X											
7	Elaboración del consentimiento informado						X										
8	Ejecución de la metodología							X									
9	Resultados de la investigación							X									
10	Conclusiones y recomendaciones								X								
11	Redacción del pre informe de investigación									X	X						
12	Redacción del Informe Final											X	X				
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación													X	X		
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															X	
15	Redacción de artículo científico																X

Anexo 2 - Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.30	68	20.40
• Fotocopias	0.10	52	5.20
• Empastado	0	0	0
• Papel bond A-4 (500 hojas)	13.00	1	13.00
• Lapiceros	0.80	3	2.40
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			141.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	3.00	6	18.00
Sub total			18.00
Total de presupuesto desembolsable			159.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			

Anexo 3. Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FILIAL TUMBES

"Año de la Lucha Contra la Corrupción e Impunidad"

Tumbes, 04 de Junio del 2019

Oficio N° 0912-2019-COORD-ULADECH CATÓLICA – TUMBES

Sr.

Roger Saldaña Espinoza
Gerente General Distribuidora e inversiones Camila y Jps
Ciudad.- Tumbes

Asunto : Solicito Brindar Facilidades

Tengo el honor de dirigirme a Usted para expresarle mi cordial saludo y a la vez solicitarle se le brinde el apoyo y las facilidades a la alumna **DANIELI STEPHANIE ORTEGA MANRIQUE**, de la Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas de la Escuela Profesional de Administración del V ciclo de nuestra Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, para que realice su investigación sobre la calidad del servicio mediante aplicación de encuestas a los clientes y a la vez solicitamos la autorización para que la alumna pueda usar el nombre de la Distribuidora en su investigación, la cual durará 2 años, cuyo título es **"CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA DISTRIBUIDORA INVERSIONES CAMILA Y JPS EIRL DEL DISTRITO DE TUMBES, 2019"**.

Conocedor de su alto espíritu de colaboración en beneficio de la formación y superación de la juventud de nuestra región, le expreso las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
Ing. Dr. Sergio Castro-Marín
COORDINADOR
FILIAL TUMBES


DISTRIBUIDORA INVERSIONES CAMILA Y JPS EIRL
S.R.L. TUMBES
ROGER SALDAÑA ESPINOZA
GERENTE



Dr. Tumbes 297 – Chimbote, Perú
Teléfono: (043) 40446
Web Site: www.uladech.edu.pe



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo, 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 de título **“CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA DISTRIBUIDORA INVERSIONES CAMILA Y JPS EIRL DEL DISTRITO DE TUMBES, 2019”** Y es dirigido por Ortega Manrique, Danieli Stephanie, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los clientes para proponer mejoras en la calidad de servicio que presta la peluquería – Spa *Átrévete* a sus clientes de la ciudad de Tumbes, y de esta manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. 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 genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

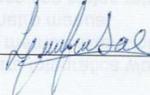
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo 2111162132@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Luisa Molina Galvez

Fecha: 26-09-21

Correo electrónico: _____

Firma del participante: 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo, 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 de título **“CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA DISTRIBUIDORA INVERSIONES CAMILA Y JPS EIRL DEL DISTRITO DE TUMBES, 2019”** Y es dirigido por Ortega Manrique, Danieli Stephanie, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los clientes para proponer mejoras en la calidad de servicio que presta la peluquería – Spa Atrévete a sus clientes de la ciudad de Tumbes, y de esta manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. 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 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 medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo 2111162132@uladech.pe 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: Diana Katherine Nuñez Gálvez

Fecha: 20 - 09 - 2019

Correo electrónico: diananunzgalvez@gmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo, 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 de título **“CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA DISTRIBUIDORA INVERSIONES CAMILA Y JPS EIRL DEL DISTRITO DE TUMBES, 2019”** Y es dirigido por Ortega Manrique, Danieli Stephanie, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los clientes para proponer mejoras en la calidad de servicio que presta la peluquería – Spa Atrévete a sus clientes de la ciudad de Tumbes, y de esta manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. 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 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 medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo 2111162132@uladech.pe 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: Maysa Mendoza Preciado

Fecha: 27-09-2019

Correo electrónico: _____

Firma del participante: [Firma]

INDICE

104-100-02-80848102-0102



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo, 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 de títula “**CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA DISTRIBUIDORA INVERSIONES CAMILA Y JPS EIRL DEL DISTRITO DE TUMBES, 2019**” Y es dirigido por Ortega Manrique, Danieli Stephanie, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los clientes para proponer mejoras en la calidad de servicio que presta la peluquería – Spa Atrévete a sus clientes de la ciudad de Tumbes, y de esta manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. 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 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 medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo 2111162132@uladech.pe 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: Teodora Pizano Huan

Fecha: 29-07-2019

Correo electrónico: doita Pizano@gmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo, 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 de título **“CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA DISTRIBUIDORA INVERSIONES CAMILA Y JPS EIRL DEL DISTRITO DE TUMBES, 2019”** Y es dirigido por Ortega Manrique, Danieli Stephanie, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los clientes para proponer mejoras en la calidad de servicio que presta la peluquería – Spa Atrévete a sus clientes de la ciudad de Tumbes, y de esta manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. 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 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 medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo 2111162132@uladech.pe 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: Deleana Alejandra Medina

Fecha: 29-09-2019

Correo electrónico: _____

Firma del participante: [Firma]

Anexo 4 - Cuestionario

Estimado cliente, estoy realizando un trabajo de investigación titulado "CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA DISTRIBUIDORA INVERSIONES CAMILA Y JPS EIRL DEL DISTRITO DE TUMBES, 2021" la información que usted proporcionará será utilizada solo con fines académicos y conservados con absoluta confidencialidad, por lo que se agradece su valiosa colaboración.

ITEMS	PREGUNTAS	VALORACIONES				
		NUNCA	CASI NUNCA	DE VEZ EN CUANDO	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
1	Si alguien en la distribuidora se compromete a hacer algo por mí, lo hará					
2	Los distintos productos que me ofrece la distribuidora son presentados correctamente. Desde la primera vez					
3	Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza de acudir al personal de la distribuidora para que se haga cargo de mi asunto					
4	En todo momento, todas horas de atención recibo un servicio de calidad					
5	El personal de la distribuidora siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme					
6	Si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal de la distribuidora me ayudan para resolverlo inmediatamente.					
7	Si solicito algo al personal de la distribuidora, me informarán exactamente cuando me lo proporcionarán y cumplirán con ello					
8	Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en la distribuidora, sé que me ayudarán a conseguirlo					
9	Me siento seguro de los productos recibidos por la distribuidora					
10	Confío en la integridad de las personas que trabajan en la distribuidora					
11	Confío en que nunca entrará a la distribuidora alguien que no esté autorizado para hacerlo					
12	Me siento tranquilo y seguro dentro del establecimiento de la distribuidora					
13	El personal de la distribuidora siempre está atento a necesidades					

14	El personal de la distribuidora siempre está con una sonrisa en el rostro, se muestra interesado por servir a los clientes					
15	En la distribuidora me prestan una atención muy personal.					
16	El ambiente que hay en la distribuidora me hace sentir cómodo(a)					
17	El área de la distribuidora es agradable					
18	La distribuidora cuenta con instalaciones adecuadas					
19	Los trabajadores de la distribuidora tienen una apariencia limpia y agradable					
20	La distribuidora cuenta con todos lo necesario para sentirse cómodo mientras espera su atención.					
21	La distribuidora cuenta con las instalaciones, fáciles y adecuadas que necesito.					
22	Los productos que ofrece la distribuidora son variados y de calidad.					

Anexo 5. Validación del instrumento

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): José Fernando Escobedo Gálvez

1.2. Grado Académico: Magister

1.3. Profesión: Licencia en Administración

1.4. Institución donde labora: ULADECH

1.5. Cargo que desempeña: Asesor de tesis

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Ortega Manrique, Danieli Stephanie

1.8. Carrera: Administración

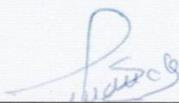
II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Fiabilidad							
Si alguien en la distribuidora se compromete a hacer algo por mí, lo hará	X		X		X		
Los distintos productos que me ofrece la distribuidora son presentados correctamente. Desde la primera vez.	X		X		X		
Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza de acudir al personal de la distribuidora para que se haga cargo de mi asunto	X		X		X		
En todo momento, todas horas de atención recibo un servicio de calidad	X		X		X		
El personal de la distribuidora siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme	X		X		X		
Dimensión 2: Capacidad de Respuesta							
Si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal de la distribuidora me ayudan para resolverlo inmediatamente	X		X		X		
Si solicito algo al personal de la distribuidora, me informarán exactamente cuando me lo proporcionarán y cumplirán con ello	X		X		X		
Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en la distribuidora, sé que me ayudarán a conseguirlo	X		X		X		
Dimensión 3: seguridad							

Me siento seguro de los productos recibidos por la distribuidora	X		X		X		
Confío en la integridad de las personas que trabajan en la distribuidora	X		X		X		
Confío en que nunca entrará a la distribuidora alguien que no esté autorizado para hacerlo	X		X		X		
Me siento tranquilo y seguro dentro del establecimiento de la distribuidora	X		X		X		
Dimensión 4: Empatía							
El personal de la distribuidora siempre está atento a necesidades	X		X		X		
El personal de la distribuidora siempre está con una sonrisa en el rostro, se muestra interesado por servir a los clientes	X		X		X		
En la distribuidora me prestan una atención muy personal	X		X		X		
El ambiente que hay en la distribuidora me hace sentir cómodo(a)	X		X		X		
El área de la distribuidora es agradable	X		X		X		
Dimensión : Elementos Tangibles							
La distribuidora cuenta con instalaciones adecuadas	X		X		X		
Los trabajadores de la distribuidora tienen una apariencia limpia y agradable	X		X		X		
La distribuidora cuenta con todos lo necesario para sentirse cómodo mientras espera su atención	X		X		X		
La distribuidora cuenta con las instalaciones, fáciles y adecuadas que necesito	X		X		X		
Los productos que ofrece la distribuidora son variados y de calidad	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Mg. José Fernando Escobedo Gálvez

DNI N° 44632438

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Sosa Orellana Cristihan

1.2. Grado Académico: Maestro

1.3. Profesión: Licenciado en Administración

1.4. Institución donde labora: Consultoría y Marketing S.R.L.

1.5. Cargo que desempeña: Apoderado

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Ortega Manrique, Danieli Stephanie

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Fiabilidad							
Si alguien en la distribuidora se compromete a hacer algo por mí, lo hará	X		X		X		
Los distintos productos que me ofrece la distribuidora son presentados correctamente. Desde la primera vez	X		X		X		
Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza de acudir al personal de la distribuidora para que se haga cargo de mi asunto	X		X		X		
En todo momento, todas horas de atención recibo un servicio de calidad	X		X		X		
El personal de la distribuidora siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme	X		X		X		
Dimensión 2: Capacidad de Respuesta							
Si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal de la distribuidora me ayudan para resolverlo inmediatamente	X		X		X		
Si solicito algo al personal de la distribuidora, me informarán exactamente cuando me lo proporcionarán y cumplirán con ello	X		X		X		
Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en la distribuidora, sé que me ayudarán a conseguirlo	X		X		X		
Dimensión 3: seguridad							

Me siento seguro de los productos recibidos por la distribuidora	X		X		X	
Confío en la integridad de las personas que trabajan en la distribuidora	X		X		X	
Confío en que nunca entrará a la distribuidora alguien que no esté autorizado para hacerlo	X		X		X	
Me siento tranquilo y seguro dentro del establecimiento de la distribuidora	X		X		X	
Dimensión 4: Empatía						
El personal de la distribuidora siempre está atento a necesidades	X		X		X	
El personal de la distribuidora siempre está con una sonrisa en el rostro, se muestra interesado por servir a los clientes	X		X		X	
En la distribuidora me prestan una atención muy personal	X		X		X	
El ambiente que hay en la distribuidora me hace sentir cómodo(a)	X		X		X	
El área de la distribuidora es agradable	X		X		X	
Dimensión : Elementos Tangibles						
La distribuidora cuenta con instalaciones adecuadas	X		X		X	
Los trabajadores de la distribuidora tienen una apariencia limpia y agradable	X		X		X	
La distribuidora cuenta con todos lo necesario para sentirse cómodo mientras espera su atención	X		X		X	
La distribuidora cuenta con las instalaciones, fáciles y adecuadas que necesito	X		X		X	
Los productos que ofrece la distribuidora son variados y de calidad	X		X		X	

Otras observaciones generales:


 LIC. CRISTHIAN SOSA ORELLANA
 ABOGADO

Firma

Mg. Sosa Orellana Cristihan

DNI N° 00373944

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

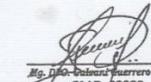
- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Sosa Guerrero García Galvani
- 1.2. **Grado Académico:** Magister en Dirección de Personas y Organizaciones
- 1.3. **Profesión:** Licenciado en Administración
- 1.4. **Institución donde labora:** Universidad Nacional de Tumbes
- 1.5. **Cargo que desempeña:** Docente
- 1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario
- 1.7. **Autor del instrumento:** Ortega Manrique, Danieli Stephanie
- 1.8. **Carrera:** Administración

II. Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Fiabilidad							
Si alguien en la distribuidora se compromete a hacer algo por mí, lo hará	X		X		X		
Los distintos productos que me ofrece la distribuidora son presentados correctamente. Desde la primera vez	X		X		X		
Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza de acudir al personal de la distribuidora para que se haga cargo de mi asunto	X		X		X		
En todo momento, todas horas de atención recibo un servicio de calidad	X		X		X		
El personal de la distribuidora siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme	X		X		x		
Dimensión 2: Capacidad de Respuesta							
Si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal de la distribuidora me ayudan para resolverlo inmediatamente	X		X		X		
Si solicito algo al personal de la distribuidora, me informarán exactamente cuando me lo proporcionarán y cumplirán con ello	X		X		X		
Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en la distribuidora, sé que me ayudarán a conseguirlo	X		x		X		
Dimensión 3: seguridad							
Me siento seguro de los productos recibidos por la distribuidora	X		X		X		

Confío en la integridad de las personas que trabajan en la distribuidora	X		X		X		
Confío en que nunca entrará a la distribuidora alguien que no esté autorizado para hacerlo	X		X		X		
Me siento tranquilo y seguro dentro del establecimiento de la distribuidora	X		X		X		
Dimensión 4: Empatía							
El personal de la distribuidora siempre está atento a necesidades	X		X		X		
El personal de la distribuidora siempre está con una sonrisa en el rostro, se muestra interesado por servir a los clientes	X		X		X		
En la distribuidora me prestan una atención muy personal	X		X		X		
El ambiente que hay en la distribuidora me hace sentir cómodo(a)	X		X		X		
El área de la distribuidora es agradable	X		X		X		
Dimensión : Elementos Tangibles							
La distribuidora cuenta con instalaciones adecuadas	X		X		X		
Los trabajadores de la distribuidora tienen una apariencia limpia y agradable	X		X		X		
La distribuidora cuenta con todos lo necesario para sentirse cómodo mientras espera su atención	X		X		X		
La distribuidora cuenta con las instalaciones, fáciles y adecuadas que necesito	X		X		X		
Los productos que ofrece la distribuidora son variados y de calidad	X		X		X		

Otras observaciones generales:


 Mg. Dña. Patricia Guerrero García
 CLAD: 09883

DNI N°: 45101586

Alfa de Cronbach

SUJETO	PREGUNTA																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
SUJETO 1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
SUJETO 2	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4
SUJETO 3	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5
SUJETO 4	5	3	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5
SUJETO 5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
SUJETO 6	3	5	3	3	5	5	3	5	5	3	5	3	3	5	5	3	5	3	3	5	5	3
SUJETO 7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
SUJETO 8	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4
SUJETO 9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
SUJETO 10	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4
SUJETO 11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
SUJETO 12	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4
SUJETO 13	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
SUJETO 14	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5
SUJETO 15	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
SUJETO 16	3	5	3	3	4	4	3	4	5	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3
SUJETO 17	4	5	4	4	3	3	4	3	5	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4
SUJETO 18	5	5	5	5	3	3	5	3	5	5	3	5	5	3	3	5	3	5	5	3	3	5
SUJETO 19	3	5	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
SUJETO 20	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4
SUJETO 21	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4
SUJETO 22	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
SUJETO 23	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4
SUJETO 24	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
SUJETO 25	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
SUJETO 26	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5
SUJETO 27	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5
SUJETO 28	5	3	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5
SUJETO 29	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3
SUJETO 30	3	4	3	3	5	5	3	5	5	3	5	3	3	5	5	3	5	3	3	5	5	3
SUJETO 31	3	3	3	3	5	5	3	5	5	3	5	3	3	5	5	3	5	3	3	5	5	3
SUJETO 32	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
SUJETO 33	5	3	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5
SUJETO 34	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5
SUJETO 35	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5
SUJETO 36	5	4	5	4	3	3	4	3	5	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4
SUJETO 37	5	5	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
SUJETO 38	5	4	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

SUJETO 39	5	5	5	4	3	3	4	3	5	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4
SUJETO 40	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
SUJETO 41	4	4	4	3	5	5	3	5	5	3	5	3	3	5	5	3	5	3	3	5	5	3
SUJETO 42	4	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3
SUJETO 43	4	4	4	3	5	5	3	5	5	3	5	3	3	5	5	3	5	3	3	5	5	3
SUJETO 44	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
SUJETO 45	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5
SUJETO 46	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5
SUJETO 47	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
SUJETO 48	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5
SUJETO 49	5	4	5	4	3	3	4	3	5	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4
SUJETO 50	5	4	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
SUJETO 51	5	5	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
SUJETO 52	4	4	4	4	3	3	4	3	5	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4
SUJETO 53	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
SUJETO 54	4	4	4	3	5	5	3	5	4	3	5	3	3	5	5	3	5	3	3	5	5	3
SUJETO 55	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3
SUJETO 56	4	4	4	3	5	5	3	5	4	3	5	3	3	5	5	3	5	3	3	5	5	3
SUJETO 57	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5
SUJETO 58	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4
SUJETO 59	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
SUJETO 60	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
SUJETO 61	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4
SUJETO 62	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
SUJETO 63	3	4	3	3	5	5	3	5	3	3	5	3	3	5	5	3	5	3	3	5	5	3
SUJETO 64	3	5	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3
SUJETO 65	3	5	3	3	5	5	3	5	3	3	5	3	3	5	5	3	5	3	3	5	5	3
SUJETO 66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
SUJETO 67	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5
VARIANZA	0.5	0.5	0.5	0.6	0.5	0.5	0.6	0.5	0.4	0.6	0.5	0.6	0.6	0.5	0.5	0.6	0.5	0.6	0.6	0.5	0.5	0.6

α (alfa) 0.9012457
 K (N° de items) 68
 Vi= Varianza de cada
 Items 12.6313657
 Vt= varianza Total 113.518326

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left(1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right)$$

Anexo 6. Hoja de tabulación

ÍTEM	PREGUNTAS	VALORACIONES				
		NUNCA	CASI NUNCA	DE VEZ EN CUANDO	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
FIABILIDAD						
1	Si alguien en la distribuidora se compromete a hacer algo por mí, lo hará	0	0	16	31	20
2	Los distintos productos que me ofrece la distribuidora son presentados correctamente. Desde la primera vez	0	0	16	31	20
3	Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza de acudir al personal de la distribuidora para que se haga cargo de mi asunto	0	0	20	25	22
4	En todo momento, todas horas de atención recibo un servicio de calidad	0	0	16	31	20
5	El personal de la distribuidora siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme	0	0	11	26	30
CAPACIDAD DE RESPUESTA						
6	Si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal de la distribuidora me ayudan para resolverlo inmediatamente	0	0	20	25	22
7	Si solicito algo al personal de la distribuidora, me informarán exactamente cuando me lo proporcionarán y cumplirán con ello	0	0	16	31	20
8	Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en la distribuidora, sé que me ayudarán a conseguirlo	0	0	20	25	22
SEGURIDAD						
9	Me siento seguro de los productos recibidos por la distribuidora	0	0	4	13	50
10	Confío en la integridad de las personas que trabajan en la distribuidora	0	0	16	31	20
11	Confío en que nunca entrará a la distribuidora alguien que no esté autorizado para hacerlo	0	0	16	31	20
12	Me siento tranquilo y seguro dentro del establecimiento de la distribuidora	0	0	20	25	22
EMPATÍA						
13	El personal de la distribuidora siempre está atento a necesidades	0	0	16	31	20
14	El personal de la distribuidora siempre está con una sonrisa en el rostro, se muestra interesado por servir a los clientes	0	0	20	25	22
15	En la distribuidora me prestan una atención muy personal			20	25	22
16	El ambiente que hay en la distribuidora me hace sentir cómodo(a)	0	0	16	31	20
17	El área de la distribuidora es agradable	0	0	16	31	20

ELEMENTOS TANGIBLES						
18	La distribuidora cuenta con instalaciones adecuadas	0	0	20	25	22
19	Los trabajadores de la distribuidora tienen una apariencia limpia y agradable	0	0	11	26	30
20	La distribuidora cuenta con todos lo necesario para sentirse cómodo mientras espera su atención	0	0	11	22	34
21	La distribuidora cuenta con las instalaciones, fáciles y adecuadas que necesito	0	0	11	26	30
22	Los productos que ofrece la distribuidora son variados y de calidad	0	0	20	25	22

Anexo 7. Figuras

Características de la fiabilidad del servicio brindado por Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021

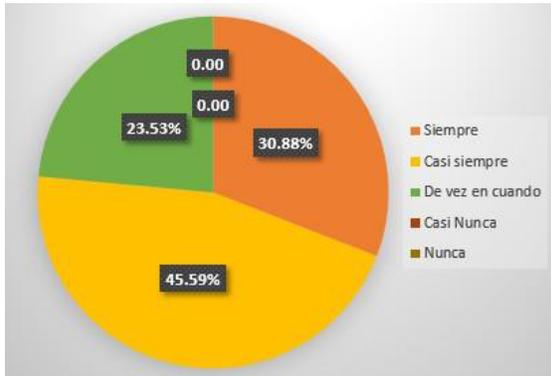


Figura 1 – Si alguien en la distribuidora se compromete a hacer algo por mí, lo hará

Fuente: Tabla 1

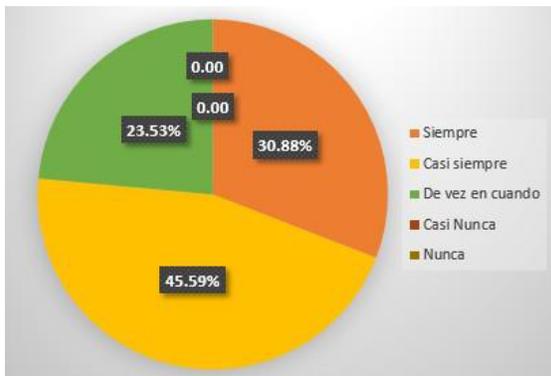


Figura 2- Los productos que me ofrece la distribuidora son presentados correctamente

Fuente: Tabla 1



Figura 3 – Cuando necesito ayuda, siento toda la confianza de acudir al personal

Fuente: Tabla 1

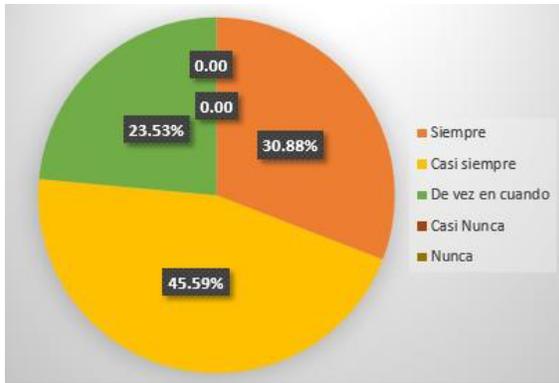


Figura 4 – En todo momento, todas horas de atención recibo un servicio de calidad

Fuente: Tabla 1

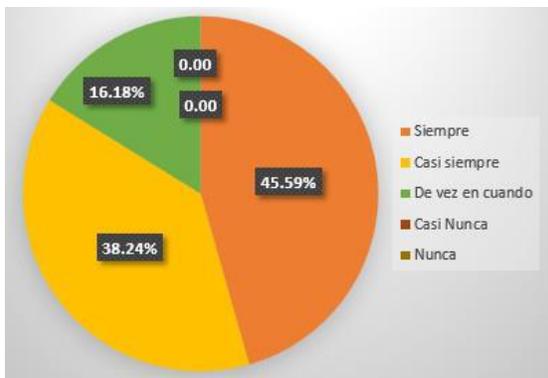


Figura 5 – El personal de la distribuidora siempre está dispuesto a ayudarme

Fuente: Tabla 1

Características de la Capacidad de Respuesta del servicio brindado por Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021



Figura 6 – El personal de la distribuidora me ayuda a resolver algún problema

Fuente: Tabla 2



Figura 7 - Si solicito algo al personal de la distribuidora, cumplirán con ello

Fuente: Tabla 2



Figura 8 - Si requiero de algo especial, sé que me ayudarán a conseguirlo

Fuente: Tabla 2

Características de la seguridad del servicio brindado por la Distribuidora Inversiones

Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021



Figura 9 - Me siento seguro de los productos recibidos por la distribuidora

Fuente: Tabla 3

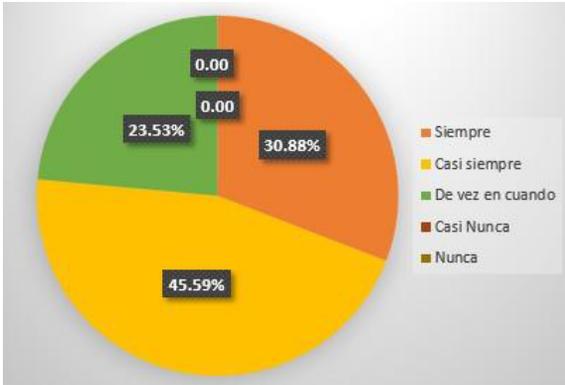


Figura 10 - *Confío en la integridad de las personas que trabajan en la distribuidora*

Fuente: Tabla 3



Figura 11 - *Confío en que nunca entrará a la distribuidora alguien que no esté autorizado*

Fuente: Tabla 3



Figura 12 - *Me siento tranquilo y seguro dentro del establecimiento de la distribuidora*

Fuente: Tabla 3

Características de la empatía del servicio brindado por la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021



Figura 13 - El personal de la distribuidora siempre está atento a necesidades

Fuente: Tabla 4



Figura 14 - El personal de la distribuidora siempre está con una sonrisa en el rostro

Fuente: Tabla 4



Figura 15 - En la distribuidora me prestan una atención muy personal

Fuente: Tabla 4

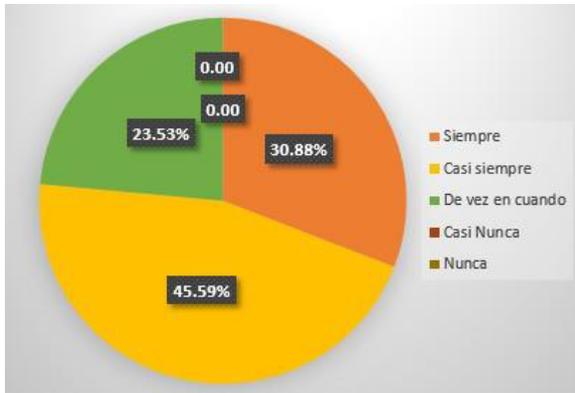


Figura 16 - El ambiente que hay en la distribuidora me hace sentir cómodo(a)

Fuente: Tabla 4

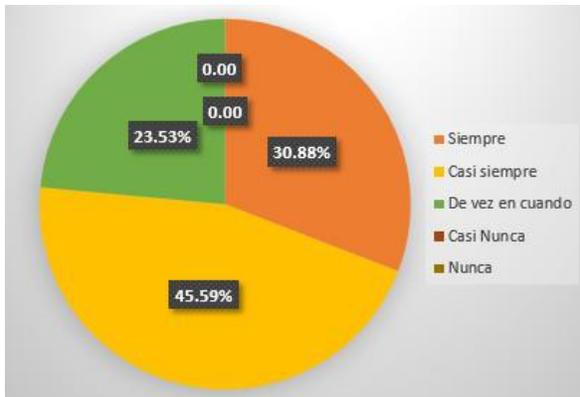


Figura 17 - El área de la distribuidora es agradable

Fuente: Tabla 4

Características de los elementos tangibles del servicio brindado por la Distribuidora Inversiones Camila y Jps EIRL del Distrito de Tumbes, 2021



Figura 18 - La distribuidora cuenta con instalaciones adecuadas

Fuente: Tabla 5

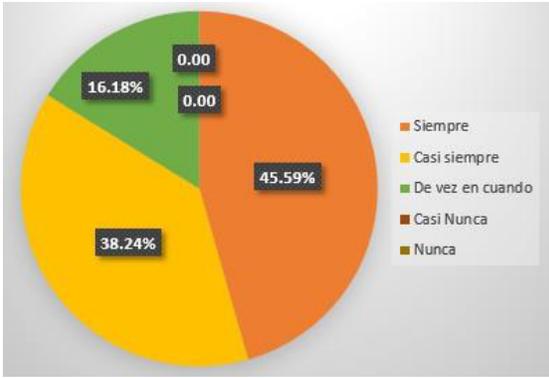


Figura 19 - Los trabajadores de la distribuidora tienen una apariencia limpia y agradable.

Fuente: Tabla 5

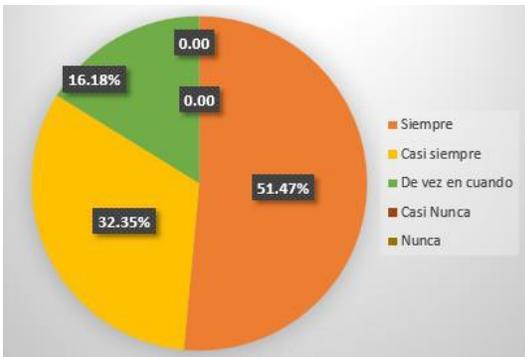


Figura 20 - La distribuidora cuenta con todos lo necesario para sentirse cómodo

Fuente: Tabla 5

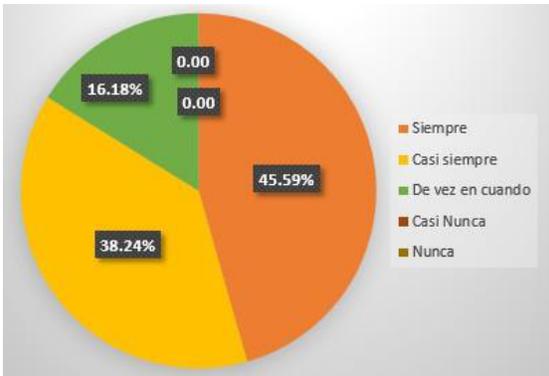


Figura 21 - Los productos que ofrece la distribuidora son variados y de calidad

Fuente: Tabla 5



Figura 22 - Los productos que ofrece la distribuidora son variados y de calidad

Fuente: Tabla 5

TINV IV-DORTEGAM INFORME DE INVESTIGACIÓN - TURNITIN -2021-2

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo