



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y
PLANEACIÓN EN LAS MYPE RUBRO FERRETERÍAS
DEL CERCADO DE TAMBOGRANDE, 2022**

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

AUTORA

ALTAMIRANO DIAZ, ELIZABETH

ORCID: 0000-0002-7613-5329

ASESORA

PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEE

ORCID: 0000-0001-8823-2655

PIURA-PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Altamirano Díaz, Elizabeth

ORCID: 0000-0002-7613-5329

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Estudiante de Pregrado,

Piura, Perú

ASESORA

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Facultad de Ciencias e

Ingeniería, Escuela Profesional de Administración, Piura, Perú

JURADO

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa, José Germán

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

AUTORA

Mgtr. María del Carmen Rosillo de Purizaca

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Presidente

Dr. José Germán Salinas Gamboa

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Miembro

Dra. María Isabel Mino Asencio

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

Dra. Mercedes René Palacios de Briceño,

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO

A Dios Por darme las fuerzas suficientes, para seguir adelante, a las Mype del rubro ferretería por brindarme apoyo para recoger información necesaria para la investigación, a la universidad por brindarme la formación, a mi asesora por compartir conmigo sus conocimientos.

DEDICATORIA

A mis padres por haberme otorgado la vida, por ser mi soporte, ejemplo de fortaleza, a enfrentar las circunstancias difíciles y de manera especial a tener confianza y fe, por apoyarme a seguir adelante en mi carrera.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar las características de gestión de calidad y planeación en las Mype rubro ferretería del cercado de Tambogrande, 2022. La metodología fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal, la población en gestión de calidad fue infinita con clientes, en planeación fue finita con trabajadores; el tamaño muestral fue 167 clientes y 16 trabajadores. Se aplicó la técnica de la encuesta e instrumento el cuestionario con 31 preguntas. Los principales resultados fueron: el 90% están conformes siempre les resuelven con productos que necesitan, el 91% están contentos porque los colaboradores siempre brindan el servicio ofrecido. El 100% de los trabajadores tienen excelente comunicación interna y el 94% conocen las acciones a seguir y cumplir para el logro de objetivos y programas. Concluyendo que a los clientes siempre les dan solución con productos que realmente necesitan, los colaboradores están dispuestos a resolverles problemas a los clientes con el servicio ofrecido. Los trabajadores tienen excelente comunicación interna y conocen las acciones a seguir para el logro de objetivos acorde a los programas.

Palabras clave: Calidad, componente, dimensión, gestión, planeación, Mype, Ferretería

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the characteristics of quality management and planning in the Mypes hardware store of the Tambogrande fence, 2022. The methodology was quantitative, descriptive level, non-experimental cross-sectional design, the population in quality management was infinite with clients, in planning it was finite with workers; the sample size was 136 clients and 16 workers. The survey technique was applied and the questionnaire with 31 questions was instrumented. The main results were: 90% are satisfied they always solve them with products they need, 91% are happy because the collaborators always provide the service offered. 100% of the workers have excellent internal communication and 94% know the actions to follow and comply with in order to achieve objectives and programs. Concluding that customers are always given solutions with products that they really need, employees are willing to solve problems for customers with the service offered. The workers have excellent internal communication and know the actions to follow to achieve the objectives according to the programs.

Keywords: Quality, component, dimension, management, planning, Mype, Hardware store

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO.....	viii
INDICE DE TABLAS.....	x
INDICE DE FIGURAS.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	9
2.1. Antecedentes	9
2.2 Bases teóricas de la investigación	18
2.2.1 <i>Gestión de calidad</i>	19
2.2.2 <i>Planeación</i>	24
III. HIPÓTESIS.....	28
IV. METODOLOGÍA.....	29
4.1. Diseño de la investigación.	29
4.2. Población y muestra	29
4.3. Definición y operacionalización de variables.....	31
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	34
4.5. Plan de análisis	35
4.6. Matriz de consistencia.....	35
4.7. Principios éticos	37
V. RESULTADOS.....	39
5.1. Resultados	39
5.2. Análisis de Resultados.....	52
VI. CONCLUSIONES.....	62
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	64
RECOMENDACIONES.....	64

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	65
ANEXOS	
Anexo 1. Instrumento de recolección de datos	72
Anexo 2: Matriz indicador pregunta	81
Anexo 3: Validación de instrumentos de recolección de datos.....	84
Anexo 4: Evidencia de reporte de Turnitin... ..	94
Anexo 5: Evidencia de no adeudo.	93

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características demográficas	39
Tabla 2. Características demográficas	41
Tabla 3. Características demográficas	43
Tabla 4. Componentes de la Gestión comercial	44
Tabla 5. Dimensiones de la Calidad del servicio.	46
Tabla 6. Beneficios de la Planeación	48
Tabla 7. Elementos de la Planeación	50

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Gráfico de barras que representa a Características demográficas.....	39
Figura 2. Gráfico de barras que representa a Características demográficas	41
Figura 3. Gráfico de barras que representa a Características demográficas	43
Figura 4. Gráfico de barras que representa a Componentes de la Gestión comercia.....	45
Figura 5. Gráfico de barras que representa a Dimensiones de la Calidad de servio.....	46
Figura 6. Gráfico de barras que representa a Beneficios de la planeación	48
Figura 7. Gráfico de barras que representa a Elementos de la Planeación	51

I. INTRODUCCIÓN

El aspecto político y económico de todo país es relevante en el crecimiento de las diferentes actividades emprendedoras, representando el mayor impulso y fuerza de la economía, principalmente porque la mayoría representan la gestión comercial, fortalecen el aspecto gerencial, y calidad de servicio a sus consumidores. (Organización de las Naciones Unidas, 2018)

Según Alvares (2016) miembro del Banco Central de Reserva en Piura, manifestó que la región Piura aporta al Producto Bruto Interno con el 4.8%, así también dijo que Piura tiene un millón cuatrocientos ochentaicuatro mil de pobladores, siendo la región que ocupa el tercer lugar con mayor cantidad de personas.

En Chile, los hogares tienen un mercado dinámico de materiales de construcción, según el artículo publicado por Parraguez (2018) expresó que los hogares chilenos movilizan el 87% es comercializado en las ferreterías de grandes cadenas, como Sodimac entre otras, y el 13% en las ferreterías conocidas como tradicionales o independientes; siendo el canal independiente el de mayores ventas, adecuados a las necesidades reales de los consumidores.

El flujo de la economía está en gran parte, en las Mypes, representan el 99.5% de la gran cantidad de empresas, son generadoras de población económicamente activa –(PEA) en el 60%, el ente regulador o de control es el Ministerio de la Producción. (Mariana, 2020)

En Perú los emprendedores del sector ferretero están dispuestos a enfrentar los cambios de la nueva gestión, tener pensamiento de futuro, y en proyectos a largo plazo,

fortalecen y mejoran sus ventas y obtener mejores resultados. (Rivera, 2017). Aunque, por otra parte, las organizaciones objeto de la investigación, en la zona de Tambogrande se observó que presentan cierta carencia en planificación, no logran identificar fácilmente las necesidades internas, la administración es ligeramente empírica, poniendo en riesgo la sostenibilidad de la empresa. (Mimbela, López, & CHillcce, 2018)

En el Perú, el sector ferretero la producción se disparó al 4,55%, y de enero-octubre de 2021 incremento el 15,99%. En la construcción, vinculados a la ferretería, presentó variación de -3,10% dada la contracción el retraso de obras públicas en -14,01% incidiendo mayormente con -23,83% en los gobiernos regionales y locales (Carhuavilca 2021)

Piura tiene grandes oportunidades de crecimiento en el sector ferretero y sostenibilidad en el mercado por las actividades con las que se vincula, en el rubro de la construcción de casas, edificios, hospedajes, entre otras. Los emprendedores tienen muchas opciones de éxito porque las ferreterías se enfocan en el área de proyectos, suministrando productos y servicios para obras de infraestructura, edificación e interiores, a través de empresas constructoras. Existen ferreterías en todas partes de Piura, todas distribuyen productos que logren satisfacer las necesidades de sus clientes, en el sector de la construcción; la estructura organizacional es pequeña de igual forma la gestión gerencial pero ordenada, responsable y con actitud de triunfo. (Tarazona, 2019)

El movimiento ferretero en el distrito de Tambogrande, está dado por la construcción de viviendas programada e individuales, los proyectos ejecutados por el gobierno local en carreteras, canales de irrigación, construcción de veredas, entre otras

actividades complementarias que requieren además de cemento, agregados (arena, hormigón fino y grueso, confitillo y arena) así mismo la comercialización de pinturas, herramientas pequeñas y canto rodado con granulometría específica, plásticos, mangueras, materiales eléctricos, de fontanería en general, eternit, calaminas y otros.

En el Perú en esta época de pandemia por el COVID19, ha motivado a los emprendedores en el sector ferretero, a innovar frente a los cambios del consumidor y seguir de cerca la recuperación económica, ha sido el sector menos afectado en las ventas, gracias a que la mayoría implementó la venta por correo, wasap, llamada telefónica, y la entrega mediante el sistema a domicilio, respecto al pago implementaron las transferencias bancarias por celular, todo ello al conocer las mayores necesidades de hogar producto de estar el mayor tiempo en casa, por el trabajo remoto.

Las Mypes, materia del estudio, conducen la gestión comercial con cierta dificultad e innovan actividades que les permita conocer mejor las necesidades de sus clientes; las Mypes se enfrentan a factores desde lo interno y lo externo. A nivel del factor externo o macro ambiente, se tiene la técnica del PESTEL, desde el factor político constituido por normas, leyes, reglamentos, las políticas fiscales emitidas por organismos gubernamentales desde los tres niveles de gobierno; el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), Superintendencia de Administración Tributaria-(SUNAT), Superintendencia de Registros Públicos (SUNARP), Ministerio de la Producción (PRODUCE). Organismos que se encargan de motivar, promover y velar por el cumplimiento de las disposiciones del estado.

La legislación laboral en el Perú es muy dispersa, generalmente se acude a la regulación del Texto Único Ordenado de la Ley de Competitividad y Productividad

Laboral del Decreto Legislativo 728, y las normas específicas de cada sector, es el caso del sector ferretero donde los trabajadores que manipulan los productos corren riesgos y estar expuestos a accidentes. (Chaname, 2021)

Cabe mencionar que, Berru (2022) manifestó que la incertidumbre política que vive el país, es la razón por la cual el sector privado no invierte. Precisó que pese a la presencia de la pandemia COVID19, la industria del cemento ha mostrado crecimiento del 50% lo que va de la mano con el gasto fiscal del GORE-Piura, desarrollando los conjuntos habitacionales sociales, viviendas y techo propio, colegios, postas médicas, actividades que movilizan el comercio de las ferreterías en todos sus aspectos.

Desde el aspecto económico, según Velarde (2021) manifestó que las ferreterías fueron afectadas, incluso se vieron obligadas a tener personal con contrato suspendido, la mayoría de las Mypes a puerta cerrada atendieron, con la modalidad de delivery, esto les ha permitido, de cierta forma cumplir con sus objetivos.

Así mismo en lo sociocultural las personas responsables de conducir una organización, el emprendimiento lo asumen en su mayoría, para cubrir sus necesidades personales y comerciales, las culturas de las personas pasan y el tiempo transcurre sin que hayan podido adecuar un sistema logístico en el sector ferretero que permita a la empresa ver orden, disciplina, dedicación e identificación para con la organización.

En lo que respecta al plano tecnológico, las Mypes fortalecen y mejoran la competitividad, con lo tecnológico usan herramientas innovan, e invierten en equipo móvil Smartphone, WhatsApp, Facebook, Zoom, You tube, para tener control directo sobre los movimientos del almacén, garantizar la oferta al cliente, por otra parte, usan el sistema de pago con dinero plástico.

Por otra parte, en el ámbito ecológico el sector ferretero materia de la investigación, tiene frente a la naturaleza una alta responsabilidad, las medidas de reciclaje de cartones, plásticos, vidrios, pinturas, debiendo tener el máximo miramiento con todo lo que les abraza y asegurar el bienestar de las personas y las generaciones con mejor calidad de la naturaleza. (Rodríguez, 2020)

De acuerdo a lo legal, con miras a una protección integral se promulgo: “Ley N° 28611, Ley General del Ambiente. Decreto Supremo N° 008-2005-PCM, que aprueba el Reglamento de la Ley N°28245, Ley Marco del Sistema Nacional de Gestión Ambiental. Ley 30056, Ley promocional de competitividad de las Mypes.

Considerando el ámbito interno, los dueños en la mayoría realizan las labores de gerente titular o administrador, asumiendo la administración, finanzas y gestión comercial, no delegan responsabilidad las ferreterías objeto de la investigación tienen locales propios donde desarrollan las actividades de compras, almacenamiento, logística interna y externa y la relación comercial con proveedores y consumidores.

Las personas involucradas dan vida a los canales de comunicación, entre (trabajadores–gerencia -clientes), al lenguaje técnico y corporativo, no todos tienen habilidad en la gestión comercial. El dominio ferretero presenta administración tradicional, competencias, especialización, división de trabajo y las tareas de control. (García, 2017)

Con respecto a la planeación el accionar es limitado se centran en operaciones de acuerdo a las ventas, teniendo como base las ventas de meses anteriores,

identificando los productos de mediano y mayor volumen de ventas, siendo la oferta la respuesta a la demanda del mercado y satisfacción de los consumidores. (García, 2017)

En el distrito de Tambogrande se caracteriza por su modelo productivo en base a la actividad agrícola y pecuaria, con infraestructura de riego, cultivos de exportación y con una gran tendencia al desarrollo agroindustrial, proyectos priorizados por la sociedad civil, las ferreterías abastecen con productos que realmente requiere el mercado, y brindan servicios complementarios, materiales para acabados de pisos, paredes y otros propios de la construcción.

La actual investigación proviene de la línea de investigación: gestión de calidad en las Mype, línea que ha sido asignada para la Escuela de Administración de ULADECH CATÓLICA.

Por todos los aspectos mencionados, se consideró como interrogante de la presente investigación, ¿Cuáles son las características de Gestión de calidad y Planeación en las Mype rubro ferretería del cercado de Tambogrande, 2022?

Determinado e identificado el problema se planteó como objetivo general: determinar las características de Gestión de calidad y Planeación en las Mype rubro ferretería del cercado de Tambogrande, 2022; de igual forma se plantearon los objetivos específicos siguientes: (a) Conocer los componentes de la gestión comercial en las Mype rubro ferretería del cercado de Tambogrande, 2022; (b) Determinar las dimensiones de la calidad del servicio en las Mype rubro ferretería del cercado de Tambogrande, 2022; (c) Reconocer los beneficios de la planeación en las Mype rubro ferretería del cercado de Tambogrande, 2022; (d) Identificar los elementos de la planeación en las Mype rubro ferretería del cercado de Tambogrande, 2022

Por todo lo manifestado en la investigación, esta se justifica en lo práctico ya que se busca soluciones en el mundo ferretero en especial en la gestión comercial y la planificación, desde un análisis de los factores internos y externos a que se enfrentan las Mypes, buscando estrategias que ayuden a mejorar el sistema logístico. Por otra parte, esta investigación es uno de los requisitos exigidos por la SUNEDU para lograr la titulación.

Además, se justifica desde la opción metodológica, por la aplicación y desarrollo de los instrumentos de recolección de datos de forma confiable, servirán para futuras investigaciones del mismo rubro y las variables, pudiendo ser utilizados en futuras investigaciones.

Del mismo modo se justifica desde la perspectiva teórica por los contenidos del marco teórico establecidos en la gestión de calidad y planificación, conceptualizaciones o definiciones emitidas por diferentes autores, motivan a la reflexión y el dialogo en el campo ferretero.

Por otra parte, la metodología aplicada en la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal, la técnica de recojo de información utilizada fue la encuesta, con el instrumento del cuestionario, habiendo formulado las preguntas con los componentes de la gestión comercial, dimensiones de la calidad del servicio de la gestión de calidad; beneficios y elementos de la planeación.

En la presente investigación los principales resultados obtenidos fueron: el 90% están conformes siempre les resuelven con productos que necesitan, el 91% están contentos porque los colaboradores siempre brindan el servicio ofrecido. El 100% de los

trabajadores tienen excelente comunicación interna y el 94% conocen las acciones a seguir y cumplir para el logro de objetivos y programas.

Por otra parte, las principales conclusiones fueron, que a los clientes siempre les dan solución con productos que realmente necesitan, los colaboradores están dispuestos a resolverles problemas a los clientes con el servicio ofrecido. Los trabajadores tienen excelente comunicación interna y conocen las acciones a seguir para el logro de objetivos acorde a los programas.

Así mismo la investigación quedó delimitada desde la perspectiva:

Temática por la variable gestión de calidad y planeación

Psicográfica: microempresas rubro ferreterías;

Geográfica: Centro de Tambogrande;

Temporal: año 2022.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

Gestión de Calidad

Guzmán (2020) presentó una investigación denominada: *“Estrategia para mejorar la atención al cliente del Centro Ferretero “MEGACUMBAS” matriz de la ciudad de Puyo”*. Proyecto previo a la obtención del título de ingeniera en empresas y administración de negocios. Universidad Regional Autónoma de los Andes-Puyo-Ecuador. Objetivo: diseñar estrategias administrativas que permita mejorar la atención al cliente del centro ferretero “MEGACUMBAS” matriz de la ciudad de Puyo. Metodología de carácter piloto, descriptivo y propositivo talentos implícitos internamente en el paradigma investigativo al ubicar datos cualitativos y cuantitativos a través de una investigación explicativa.

Llegó a las siguientes conclusiones de la investigación: determinó que el centro ferretero MEGACUMBAS de la ciudad del Puyo carece de un direccionamiento estratégico y de una estructura organizacional ocasionando que los empleados de la empresa desconozcan de la cadena de mando. Se observó que la relación de vendedor y cliente no era la correcta debido a la poca comunicación que se ejercía al momento de vender los productos, provocando que se pierda clientes potenciales.

Castaño, & Quintero (2019) presentaron una investigación denominada *“Oportunidades y retos de las Pymes ferreteras frente a la Industria 4.0. Institución Universitaria Esumer. Medellín Colombia”*. El objetivo de esta investigación es buscar el pro y contra de la industria 4.0 frente a las pymes ferreteras situadas en Medellín. La metodología de investigación, el enfoque de este trabajo es mixto, el estudio tomado en este proyecto es aplicado, así mismo se realizará un análisis del sector ferretero y

mostrar las estrategias que deben tomar para adaptar la revolución industrial 4.0 a su proceso logística.

Conclusión las pymes ferreteras tienen grandes posibilidades de crecimiento y si enfoca la logística 4.0 a su cadena de valor potencializaría las compañías totalmente y abarcaría con mayor certeza las necesidades del mercado. La industria 4.0, fomenta al crecimiento y evolución no solo de la industria sino también de la mano de obra, ya que se acabarán algunos puestos, pero se generarán muchos más con mayores exigencias, pero con mejores posibilidades. Por otra parte, la logística 4.0 reducirá costos, eliminará la pérdida, el tiempo y genera mejores resultados, es una inversión con altos índices de ganancia, además, el sector ferretero, puede verse afectado directamente a nivel logístico, por afrontar los cambios de forma correcta.

Yrigoyen (2019) presentó su investigación denominada “*La Calidad del servicio y la Satisfacción del cliente en el sector ferretero caso: zona denominada Las Malvinas” en Lima Metropolitana 2018*”. El objetivo de esta investigación ha sido determinar el nivel de la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en los negocios ferreteros ubicados en el área denominada “Las Malvinas” en la ciudad de Lima Metropolitana, en 2018. La metodología de investigación se ha basado en una investigación aplicada, con diseño correlacional. La calidad del servicio se ha medido a través del Servqual.

Concluyendo que sí existe relación significativa entre la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en los negocios ferreteros. Sí existe relación significativa entre la tangibilidad en la gestión de calidad del servicio y la satisfacción de los clientes, además entre la fiabilidad en la gestión de calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en los negocios ferreteros. Por otra parte, la relación

significativa entre la capacidad de respuesta de la gestión de calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en los negocios ferreteros. También existe relación significativa entre la seguridad en la gestión de calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en los negocios ferreteros finalmente existe relación significativa entre la empatía en la gestión de calidad del servicio y la satisfacción de los clientes.

Merchán (2017) en su tesis denominada, *“Propuesta de un modelo de Gestión Administrativo-Financiero para la microempresa Ferretería Espinoza ubicada en el distrito Metropolitano de Quito, año 2016”*, se propuso como objetivo general diseñar un modelo de gestión administrativo-Financiero para la microempresa Ferretería Espinoza ubicada en el distrito Metropolitano de Quito, año 2016. Desarrolló una investigación de tipo descriptiva – documental.

Concluye que no existen controles administrativos ni financieros, lo que dificulta a la gerencia el cumplimiento de sus objetivos. La Microempresa “Ferretería Espinoza” es una empresa unipersonal dedicada a la actividad comercial como es la venta de artículos de ferretería y materiales de construcción, una actividad que en el año 2013 tuvo un aporte al PIB del 10,44%. A través del diagnóstico realizado a la microempresa “Ferretería Espinoza” se pudo determinar que no existen controles administrativos ni financieros, lo que dificulta a la gerencia el cumplimiento de sus objetivos. Pese a que el inventario representa un 45% de sus activos la microempresa no posee un sistema contable – financiero que permita controlar este rubro.

Velásquez (2020) presentó su investigación denominada *“La gestión de calidad y el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del distrito de Sullana, año 2018”*, presentada en la Universidad Católica

Los Ángeles de Chimbote. Tuvo por objetivo general determinar las características de la gestión de calidad y el marketing en la micro y pequeñas empresas en el rubro ferretería en el distrito de Sullana, año 2018, la investigación fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativa diseño no experimental de corte transversal.

Se concluye que se puede identificar que los principios de la gestión que se aplica a las Mype ferreterías que se basan dependen de su enfoque de sus clientes. Se determina que el planeamiento del marketing busca un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos van obtener lo que necesitan, dado que la organización cumple con los requerimientos del consumidor o cliente ya que define el producto, el definir sus precios, promover y distribuirlos a cada Mype así concluimos que el planeamiento ayuda a buscar el proceso de Mype.

Alva & Mauricio (2017) presentó su tesis *“La Calidad de servicio y su Influencia en la satisfacción de los clientes de la ferretería j & a EIRL. Bagua 2017”* tesis para obtener el título de Licenciado en Administración, presentada en la Escuela Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego - Trujillo-Perú. Objetivo fue determinar de qué manera la calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes de la ferretería J&A E.I.R.L, utilizó la metodología del tipo de investigación explicativo de corte transversal.

Concluyó que, en la dimensión elementos tangibles los clientes, no hicieron una buena evaluación con respecto a las instalaciones del establecimiento, y la apariencia de los trabajadores. En fiabilidad los clientes se sienten satisfechos con el cumplimiento que la ferretería tiene con sus compromisos, lo que demuestra gran confianza de la clientela hacia la empresa. La Capacidad de respuesta los clientes hallan

que los empleados de la ferretería siempre se encuentran dispuestos a ayudar y responder todas las dudas e inquietudes que puedan tener, dándose en un ambiente agradable. La Seguridad los clientes observan credibilidad y conocimientos demostrado por los trabajadores genera convicción en la satisfacción de sus necesidades de los clientes. La empatía los clientes valoran el trato brindado por el personal.

Pulache (2019) presentó su investigación denominada “*Caracterización de la gestión de calidad y el financiamiento de las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018*” tesis para optar el título profesional de licenciado en administración presentada a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Presentó como objetivo general describir las principales características de la gestión de calidad y el financiamiento de las empresas comerciales agroquímicos en el distrito de Tambogrande año 2018, la investigación fue de tipo cuantitativa, descriptiva de diseño no experimental – transversal.

Esta investigación tiene las siguientes conclusiones: para la variable gestión de calidad, los clientes consideran que la empresa donde adquiere sus productos no realiza estudios sobre la consecuencia de riesgos y los impactos que produce los productos químicos, en cuanto a la variable financiamiento, los microempresarios consideran que poseen productos innovadores que cubren las necesidades de sus clientes, las Mypes cumplen con los principios de la gestión de calidad en su mayoría; se identificaron beneficios de la gestión de calidad como el mejoramiento de los productos y la satisfacción.

Rivera, Avalos & Reyes (2019) presentaron su trabajo denominado “*Evaluación de la percepción del servicio al cliente de los usuarios de ferretería ACES, JEA S.A de C. V. de la zona metropolitana de San Salvador*”. El Salvador, trabajo

presentado para optar el grado de Técnico de Mercadeo y Ventas en la Facultad de Ciencias Empresariales Técnico en Mercadeo y Ventas de la Universidad Tecnológica El Salvador. San Salvador. Centro América. El objetivo fue: determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el servicio que brinda la Ferretería ACES, JEA S.A. DE C.V, de la zona metropolitana de San Salvador, el Salvador – 2018. La Metodología fue exploratoria, descriptiva, cualitativa.

Concluyó que en la dimensión de capacidad de respuesta se identificó que los colaboradores tienen déficit en la disponibilidad para atender al cliente. En fiabilidad en relación a calidad del servicio se evaluó que los colaboradores tienen déficit en el conocimiento del producto, información sobre el uso del producto. La empatía en relación a calidad del servicio se evaluó que existe un déficit en la amabilidad y respeto, ambiente agradable. En seguridad se evaluó que existe déficit de los colaboradores con el conocimiento de logística de inventario, la dimensión de elementos tangibles es un problema por la falta de señalización y ubicación de los productos.

Sánchez. & Saucedo. (2021) trabajo presentado denominado “*La calidad de servicio y su relación con la imagen corporativa de los clientes de la Ferretería y Acabados CASAMAR E.I.R.L, Tarapoto, año 2018*”. Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, presentado en la Escuela Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín-Tarapoto. Su objetivo general fue: establecer la relación entre calidad de servicio y la imagen corporativa de la ferretería y acabados CASAMAR E.I.R.L, Tarapoto, año 2018. El diseño de la investigación fue no experimental.

Concluyo que: respecto a las dimensiones estudiadas demuestran niveles altos de satisfacción por parte los colaboradores, la empresa cumple con la aplicación de las

herramientas del manejo organizacional, buscando el crecimiento y generar productividad para el inversionista y satisfacción del cliente. Respecto a la imagen corporativa, de la empresa se encuentra en un nivel aceptable ya que del análisis de sus dimensiones se observa, buena atención a los clientes, es eficiente, son amables; donde la innovación que realiza la empresa son las adecuadas, lo que representa progreso con la sociedad y lo más importante se preocupa por la seguridad de sus colaboradores.

Planeación

Cardona (2019) presentó su investigación denominada “*Formulación de un Plan Estratégico para la ferretería doble AA en el distrito de Buenaventura (2020-2024). Colombia*” Trabajó para optar al título de Administradora de Empresas, en la Universidad del Valle, Sede Pacífico-Buenaventura – Colombia. El objetivo general fue: formular un plan estratégico para la Ferretería Doble AA en el distrito de Buenaventura, para los años 2020-2024. La metodología de la investigación que se realizó fue de tipo descriptivo, porque su alcance no va más allá de listar o describir las posibles estrategias, oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades de la empresa.

Concluyendo que: la situación actual de la empresa se evidenció falencias a nivel interno y externo puesto que por un lado se desconocen algunos procesos de acuerdo el análisis interno y en algunos casos no se ponen en práctica porque no poseen relevancia para la organización por otra parte no se tiene en cuenta mucha información en cuanto al entorno que lo rodea. Por otra parte, el macroambiente y el análisis de la industria determinó información valiosa y precisa para que la empresa podrá evitar las amenazas y aprovechar las oportunidades. La filosofía institucional se determinó con el análisis con respecto a la filosofía empresarial donde se propuso una misión, visión,

principios éticos y valores corporativos; que establecerá el rumbo y dirección de la organización.

Camacho (2017) presentó su investigación denominada *“Diseño de un plan estratégico para la ferretería ferromero 2017 – 2019”* Universidad de Cundinamarca. Objetivo general: diseñar un plan estratégico para la Ferretería FERROMERO de acuerdo a una revisión teórica de los distintos modelos de planeación estratégica. La metodología fue de tipo descriptiva, aplicó las técnicas de la encuesta y entrevista.

En conclusión, la empresa está siendo manejada de una forma desordenada debido a que no presenta una estructura clara y organizada en cada una de sus áreas. La falta de capacitación de sus fundadores presenta una clara debilidad ya que puede traer como consecuencia el estancamiento de la ferretería pues esta situación los llevaría a evitar enfrentarse a situaciones de riesgo o aprovechar las situaciones que se presenten en su entorno. La ubicación de la ferretería FERROMERO es excelente y estratégica por ser un sector bastante comercial y en una vía principal, sin embargo, se hace necesario invertir en publicidad e implementar estrategias que logren atraer mayor clientela y fidelizarla mucho más, para tal fin se establecieron las políticas generales, misión, visión, valores y objetivos para la famiempresa.

Quezada (2017) presentó su investigación denominada *“Propuesta de un plan estratégico para la ferretería “San Antonio” de la ciudad de zumbi cantón centinela del cóndor de la provincia de Zamora Chinchipe”*. Objetivo general incrementar la comercialización de los artículos y materiales de ferretería en general. En el desarrollo metodológico del presente trabajo investigativo, se utilizaron los método deductivo,

inductivo, descriptivo y estadístico; técnicas como la observación, la misma que permitió conocer la situación actual de la empresa.

Conclusiones: a través del análisis situacional se pudo realizar un diagnóstico externo, teniendo un panorama completo de la empresa, en base al cual se determinó las oportunidades y amenazas de la empresa, se efectuó el estudio de variables macroeconómicas y su incidencia en la empresa. - La ponderación de las oportunidades y amenazas, consideradas en la Matriz EFE dio un resultado de 2.87 en el total del valor promedio ponderado lo que señala que con un buen plan se podrán combatir sus amenazas para poder desarrollarse eficientemente en el mercado. La matriz EFI se analizó la estructura organizacional de la institución; filosofía corporativa, plan de capacitación, tecnología utilizada, etc., estos aspectos permitieron detectar las fortalezas y debilidades cuya ponderación dio un resultado de 2.08, lo que indica que la empresa se encuentra en una posición adecuada para corregir sus debilidades.

Cumapa (2021) presentó su investigación denominada *“Planificación y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector construcción: caso Constructor y Servicios Generales Golden Green EIRL- Callería, 2020”*. Trabajo para optar el grado de bachiller en administración de la Escuela Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas de la Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Objetivo general: determinar el proceso de planificación y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector construcción: caso Constructora y Servicios Generales Golden Green EIRL del distrito de Callería, 2020.” La metodología se caracterizó por ser del tipo cuantitativa, nivel descriptivo y de diseño no experimental, transversal.

Concluyendo que, en relación al proceso de planificación, solo una parte del personal -en su mayoría cercano a la gerencia media- está inmerso en las actividades que proyectan las operaciones importantes de la empresa como las compras, movimientos de almacén, pero se descuida al personal operativo que tiene contacto con el público cliente o ejecuta lo planificado, por lo que existe una oportunidad de mejora.

Pintado (2019) presentó su investigación denominada “*Propuesta de Mecanismos de Control Interno para la Gestión de Almacenes de la Empresa: Depósitos y Ferretería del Pacífico E.I.R.L. - Paita, 2017*” Universidad Cesar Vallejo. Objetivo fue realizar una descripción de cómo se están llevando a cabo los diferentes procesos en los almacenes, para poder tener un diagnóstico de su gestión actual. La investigación tiene un enfoque cualitativo, de tipo estudio de caso e intencional.

Conclusiones de la empresa: “Depósitos y Ferretería del Pacífico E.I.R.L.”, no ha aplicado procedimientos que le permitan tener un orden o control al recepcionar sus mercaderías, ya que, no tiene documentos que amparen la ejecución correcta de las actividades que se dan en el proceso. La empresa materia de estudio, no ha considerado poner énfasis en su almacenamiento, es decir, en asegurar que toda la mercadería ingresada. La empresa no está velando eficientemente por los stocks que mantiene en sus almacenes, pese a haber implementado un software denominado CONTASIS. La organización no ha implementado ninguna medida de seguridad correspondiente al momento de elegir o seleccionar las mercaderías que han sido solicitadas por los clientes, del mismo modo, no realiza una extracción y transporte adecuado.

2.2 Bases teóricas de la investigación

La base teórica viene a ser la elaboración de propuestas teóricas y conceptuales sobre las variables de gestión de calidad y planeación, las dimensiones gestión

comercial, así como los beneficios y elementos de la planeación, de forma ordenada y secuencial.

2.2.1 Gestión de calidad

Gestión

Alcántara (2019) explica que el término gestión es una palabra que tiene predominio en las organizaciones, se vincula directamente en la fase administrativa, gerencial de los procesos propios del desarrollo de la misión de una empresa cuyas actividades se ejercen al interior de forma corporativa.

Calidad

Cano (2019) expresó que la palabra calidad es muy amplia desde la perspectiva organizacional, no viene a ser un término exclusivo de los procesos productivos, también está vinculado con el servicio que se le ofrece al consumidor.

Gestión de Calidad.

Díaz & Salazar (2020) expresaron que gestionar implica conocer los procesos de una organización, orientados a brindar bienes y servicio, asegurar que los productos defectuosos sean identificados en el proceso y no en manos del consumidor, asegurando satisfacción a los clientes.

Servicio.

Martínez (2018) el servicio viene a ser la complejidad de actividades que una organización despliega para ofrecer en el momento y lugar adecuado al cliente, las organizaciones buscan lograr la excelencia en la prestación del servicio, aumentar su rentabilidad, asegurando la fidelización del consumidor.

Calidad de servicio.

Según, Valls, Román, chica & Salgado (2017) señalan que, la calidad del servicio es satisfacer un requerimiento esperado, pudiendo ser un producto/servicio, además se integran otros factores como son el trato, la atención, el tiempo y la puntualidad de entrega, lo que les permite diferenciarse.

Gestión Comercial.

Cardona (2019) expresó que, la convivencia en el mundo empresarial del personal los conlleva al cambio permanente, motivado por las necesidades de los consumidores; siguen al consumidor por los cambios de actitud que presenta, para satisfacerle sus necesidades, expectativas y quede satisfecho.

De acuerdo con Salazar (2020) manifestó que, hablar de gestión comercial viene a darle vida al intercambio de bienes por intereses de dos o más personas satisfaciendo necesidades. Es la parte final que concretizan en común por acuerdo las partes.

Componentes de la Gestión comercial.

Según Salazar (2020) manifestó que, en un mercado amplio y muy competitivo, la gestión comercial debe ser más dinámica y realizarse con más fuerza. Buscar en el mercado diferentes oportunidades para diversificar los objetivos y metas trazadas en este proceso mencionó los siguientes componentes de la gestión comercial: planificación, gestión de ventas, gestión de marketing, gestión de clientes y otras áreas.

1-Planificación, considerada como la necesidad de las organizaciones en generar mayor dinamismo en sus procesos, lograr llegar al cumplimiento de sus objetivos y metas

trazados, vieron el proceso de la planeación como una herramienta que les permita presentar propuestas de desarrollo, delimitando acciones a ser empresarialmente mucho más competitivos, y tener sostenibilidad en el mercado. (Chiavenato, 2017)

2-*Gestión de ventas*, emprendedor que no cuida el crecimiento de ventas, es negocio sin rotación de productos en sus almacenes, no genera desplazamiento de producción y el ciclo se inmoviliza paralizando el proceso productivo, como consecuencia de no vender y no hacer algo por mejorar los volúmenes de venta. Los planes o sistemas de ventas requieren ser coherentes con las buenas prácticas, con los flujos de ventas, supervisión, y desarrollo de la comunicación (Artal, 2017)

3- *Gestión de marketing*, es relevante que el emprendedor, tenga en consideración que la gestión del marketing, aborda diferentes procedimientos, diferenciar el marketing operativo del estratégico. Los factores a tener presente: por parte del vendedor el producto o servicio, el precio, la promoción y la plaza; y por parte del comprador el artículo que cubra su expectativa, el costo, las ventajas del producto o servicio y la comunicación vendedora – comprador. La planeación del marketing se preocupa por resolver preguntas del mercado ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Quién? y ¿Cuándo? y poder lanzar al mercado el producto o servicio que le de satisfacción y cubra sus expectativas al cliente. (Cardona, 2017)

4- *Gestión de clientes*, Uno de los fines de toda empresa es generar relación con el cliente en el contexto de su entorno; Cliente es toda persona que compra un producto o servicio. Existen dos tipos de clientes el interno que son los integrantes de la empresa y los clientes externos, estos presentan algunas características como: los clientes principales, son aquellos que están fidelizados y siempre realizan sus compras en ella.

Los clientes del entorno social constituidos por la sociedad en general sin distinciones, sin motivación para adquirir en el negocio, y los Proveedores son los que provisionan de los insumos, materias primas, o producto terminado para que se desarrolló el ciclo de la actividad empresarial y gerencial.

Dimensiones de la Calidad del Servicio

Según Yrigoyen (2019) manifestó que la calidad de servicio representa las prestaciones que el cliente tiene como expectativa de recibir, en función del costo, la reputación de la organización.

Según Valdiviezo (2019), manifestó que existen tres dimensiones para la prestación de la calidad de servicio:

- ***Dimensión 1 Expectativas del cliente:*** donde el servicio opera con ciertos estándares, donde la expectativa de la persona es la base primordial para evaluar la calidad del servicio que prestan los trabajadores de la organización.

- ***Dimensión 2 Percepción del cliente:*** conceptualmente viene a ser la manera de organizar datos, de acuerdo con la experiencia; desarrollando la metodología de esta dimensión con los servicios que tienen características muy especiales, formándose el juicio sobre la calidad del servicio, por ello describe 5 dimensiones:

1. Elementos tangibles: representados por la apariencia de las cosas, la infraestructura, los espacios, las áreas verdes, los muebles, equipos e instalaciones que se visualizan a la vista en la organización.

2. Fiabilidad. Es la parte en que las personas muestran la habilidad que tienen para realizar el servicio ofrecido.

3. Capacidad de respuesta. Se centra en la pre disposición de las personas integrantes de la organización, para ayudar a resolver un problema del cliente en el interior del local.

4. Seguridad. Viene a ser la evidente capacidad y conocimiento que tienen los trabajadores para hacer las cosas bien a la primera, generando confianza y credibilidad en la prestación del servicio.

5. Empatía. Representa el nivel o grado de atención individualizada que le prestan a las personas con el propósito que logren cubrir su expectativa y estén satisfechos.

- **Dimensión 3. Satisfacción del cliente.** Las organizaciones trabajan por identificar qué es lo que desea el consumidor, y acorde a esta realidad diseñar los bienes y servicios

Por otra parte, según Yrigoyen (2019) indicó que, para la evaluación de la calidad de servicio se tiene en cuenta los siguientes factores conocidos además como dimensiones de la calidad del servicio.:

Elementos tangibles: la apariencia de todos los bienes físicos.

Cumplimiento de promesa: representa el compromiso de entrega del servicio de forma correcta y oportunamente

Actitud de servicio: como en toda organización encontramos personas con actitudes positivas y negativas, se trabaja para siempre el cliente sea atendido con mucha frecuencia con disposición de escucharle y resolver sus problemas

Competencia del personal: el cliente siempre será quien evalúe si el trabajador es competente para prestar el servicio.

2.2.2 Planeación

Según, Cardona (2019) manifestó que la planeación se enmarca en la forma de ver el futuro de la empresa, proporciona a sus líderes las herramientas necesarias para evaluar la situación actual y cómo plantear las alternativas de solución.

Para, Quezada (2017) la planeación viene a ser la evaluación de toda la situación presente, factible de poder hacer las mejoras, reorientar los objetivos y las metas. En todo ello tiene relevancia la experiencia de los dueños o gerentes, quienes toman las decisiones.

Beneficios de la Planeación

Quezada (2017) manifestó, las organizaciones que se convierten proactivas, dinámicas y diseñan su futuro visionariamente, ejercen mejor control de las acciones que ejecutan, con mejor capacidad de prevención de los problemas. Entre los beneficios se tiene:

- **Identificación y explotación de oportunidades:** la identificación de oportunidades se realiza a través del análisis descriptivo el cual ayuda a conocer los deseos de los clientes y que oferta el mercado; motiva el desarrollo del potencial de las capacidades de los recursos humanos,
- **Mejora la coordinación, ejecución y control de las actividades.** la comunicación es clave en la toma de decisiones en la ejecución y control de actividades planificadas en el marco de un plan de trabajo de las tareas en el cumplimiento de metas y objetivos.
- **Mejor administración y uso del tiempo y los recursos:** la administración del tiempo permite a los directivos y trabajadores lograr mayor rendimiento, con el mismo número de horas de trabajo, y lograr más producción con mayor concentración de lo que se hace.

- ***Perfeccionamiento del tiempo y recurso ante la corrección de decisiones:*** las personas y directivos trabajan en la búsqueda del error cero, es decir, hacer las cosas bien desde la primera vez.
- ***Integración de esfuerzo de los individuos:*** ayuda a que las personas que integran la organización se manejen como equipos de trabajo en la búsqueda de soluciones integrales que hagan a la organización más eficiente, rentable y competitiva.
- ***Involucramiento proactivo en el cambio futuro:*** la planeación no es estática, es flexible desde todos sus extremos, permite la transformación o modificación de procesos y procedimientos involucrándose en el cambio permanente.
- ***Búsqueda de equipos de trabajo eficientes:*** permite contar con personal que suma en la organización, se asegura el logro de metas cumplir objetivos de forma planificada, disminuyendo toda clase de incertidumbre y riesgo.
- ***Promoción de la creación para la comunicación interna:*** mejorando las metas, objetivos claros se mejora la comunicación interna entre todas las personas involucradas.
- ***Reducción de los riesgos y la incertidumbre:*** antes de planificar, los directivos deben hacer y conocer la evaluación interna que les permita conocer sus fortalezas y debilidades, y como pueden aprovechar las oportunidades que les ofrece el mercado, así como contrarrestar sus amenazas.
- ***Conduce a la dirección a pensar de forma sistemática y estratégica:*** exige a los directivos a mirar a la empresa como un todo, logrando que sus integrantes reflexionen y den todo de si mirando el futuro.

- **Orienta los recursos a mejores oportunidades generando mayores niveles de rentabilidad:** proporcionar recursos en el momento oportuno, destinados a incrementar la rentabilidad de la empresa.

Elementos de la Planeación

Según Quezada (2017) manifestó que los elementos para una planificación están dados por:

Visión. El emprendedor muestra sus habilidades de visionario y creativo para involucrarse en el cambio, comprender a plenitud el giro del negocio, fijándose nuevos futuros como retos que debe vencer a largo plazo, que le pueda o permitir los cambios y responder a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?

Misión. Es el norte de la organización, son las operaciones realizadas para llegar al mercado, y perdurar en el tiempo distinguiéndonos de otras actividades económicas, es clara y despierta emociones y sentimientos positivos entre los que la leen.

Valores. Los valores determinan criterios generales que las personas usan en determinado comportamiento deseable o indeseable; y los valores organizacionales que responden a políticas de la organización.

Objetivos. Son todos aquellos propósitos que la organización se propone alcanzar, comprometiendo en ellos a los integrantes que la conforman.

Políticas. Son todas las guías de la institución que ayudan en las tomas de decisiones en la organización.

Procedimientos. Son aquellos que definen la forma y como se ha de realizar un trabajo, especificando paso a paso y quienes intervienen en el mismo.

Presupuesto. Lo constituye la parte financiera, es decir cuánto costará el desarrollo de actividades planificadas, llevar el control de los recursos, mirando los ingresos y gastos.

Programa. Es la serie de actividades que debe realizar la organización, para cumplir su plan de acción en tiempo determinado con cumplimiento de metas.

III. HIPÓTESIS

La presente investigación realizada en el sector ferretero del distrito de Tambogrande, es descriptiva en el contexto general, se conocen sus características tal como se encuentran desde su contexto natural, por ello no requiere formulación de hipótesis. Hernández & Mendoza (2019) definen que la hipótesis de la investigación pretende probar el fenómeno de investigación como explicaciones tentativas de respuesta.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación.

Según Hernández & Mendoza (2019) manifestó que las investigaciones cuantitativas se derivan de fenómenos que pueden ser medibles y demostrables numéricamente. Por lo tanto, la presente investigación fue de tipo cuantitativo, buscó estudiar los fenómenos desde el interior de la organización, así como del exterior.

Por otra parte, Hernández & Mendoza (2019) expresó que la investigación descriptiva utiliza indicadores a fin de identificar las características en el estado que se encuentren. Por lo tanto, el nivel de la presente investigación fue descriptivo, dado que sólo se describieron las características de las variables en estudio,

Finalmente (Hernández & Mendoza, 2019) define el diseño de la presente investigación no experimental, transversal, descriptiva y cuantitativa. Por lo que la investigación fue de diseño no experimental, porque no se manipularon deliberadamente las variables de gestión de calidad y planeamiento de las Mype objeto del estudio. Por otra parte, la investigación fue de corte transversal porque el estudio de gestión de calidad y planeamiento en las Mype, sector comercial ferreterías de Tambogrande. Se realizó en un espacio de tiempo determinado, con un único inicio y un fin en el mismo día puntualmente en el año 2022.

4.2. Población y muestra

En la presente investigación se consideran las ferreterías del cercado del distrito de Tambogrande, siendo las Unidades Económicas materia de estudio en número de 5 ferreterías, se precisa que una con dos locales en distinta ubicación, pero el dueño es el mismo y con la misma razón social.

Población.

Para la variable gestión de calidad, la población fue infinita con los clientes.

Para la variable Planeación, la población fue finita, dado que se tiene identificados los elementos de 16 trabajadores. Según Pino (2018) la población viene a ser un grupo de elementos que serán estudiados, puede ser una persona, familia, o negocios, conforme lo indicado en la presente investigación los elementos son personas en físico.

Cuadro - Relación de MYPEs

Orden	Razón Social	Trabajador
1	917 708 738 501	2
2	917 708 738 502	3
3	917 708 738 503	8
4	917 708 738 504	2
5	917 708 738 505	1
Totales		16

Muestra:

El tamaño muestral para la variable Gestión de Calidad, se aplicó fórmula

probabilística, siendo: $n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$

Donde:

Z = Corresponde al valor estadístico de 1.81, con el nivel de confianza del 93%

p = 0,50 proporción deseada (+);

q = 0,50 proporción no deseada (-)

e = 0.07 error muestral de 7%

Formula:

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

Reemplazando datos

$$n = \frac{1.81^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50}{0.07^2}$$

$$n = \frac{3.2761 \cdot 0.50 \cdot 0.50}{0.0049}$$

$$n = \frac{0.819025}{0.0049}$$

$$n = 167.14795918$$

$$n = 167 \text{ clientes}$$

El tamaño muestral obtenido es aceptable para la investigación.

El tamaño muestral de la variable planificación, fueron 16 trabajadores, siendo menor de 50 elementos, conforme Hernández, Fernández & Baptista (2014) no corresponde aplicar método probabilístico, donde se tiene que $n = N$, por tanto, $N = 16$ entonces $n = 16$, por tanto, la muestra es de 16 personas.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Definición y Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Operacionalización de las variables	Indicadores	escala de medición	
Gestión de calidad	Diaz & Salazar (2020) gestionar implica conocer los procesos de una organización, orientados a brindar bienes y servicio, el término calidad consiste en asegurar que los productos defectuosos sean identificados en el proceso y no en manos del consumidor, por ello este es el término que más ha evolucionado en aras de asegurar satisfacción a los clientes.	Gestión comercial	La dimensión Gestión Comercial se operacionaliza con sus indicadores: planificación, gestión de ventas, de marketing y de clientes. Con la técnica de la encuesta y el Instrumento del cuestionario	Planificación	Nominal	
				Gestión de ventas	Nominal	
				Gestión de marketing	Nominal	
				Gestión de clientes	Nominal	
		Dimensiones de la calidad de servicio	La dimensión Calidad de Servicio se operacionaliza con los indicadores: Expectativa del cliente, Percepción del cliente con elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, además con satisfacción del cliente. Con la técnica de la encuesta y el Instrumento del cuestionario.	Expectativa del cliente	Nominal	
					Elementos tangibles	Nominal
					Fiabilidad	Nominal
					Capacidad de respuesta	Nominal
					Seguridad	Nominal
					Empatía	Nominal
Satisfacción del cliente	Nominal					
Planeación	Según, Cardona (2019) manifestó que la planeación se enmarca en la forma de ver el futuro de la empresa, proporciona a sus líderes las herramientas necesarias para evaluar la situación actual y cómo plantear las alternativas de solución.	Beneficios	La dimensión beneficios de la planeación se operacionaliza con los indicadores. Identificación de oportunidades, Control de las actividades, Uso del tiempo y los recursos, Integración de esfuerzos, Involucramiento proactivo, Comunicación interna, Reducción de riesgos, Orientación de los recursos. Con la técnica de la encuesta y el Instrumento del cuestionario	Identificación de oportunidades	Nominal	
				Control de las actividades	Nominal	
				Uso del tiempo y los recursos	Nominal	
				Integración de esfuerzos	Nominal	
				Involucramiento proactivo	Nominal	
				Comunicación interna	Nominal	

			Reducción de riesgos	Nominal	
			Orientación de los recursos	Nominal	
		Elementos de la planeación	La dimensión Elementos de la Planeación se operacionaliza con los indicadores: visión, misión, valores, objetivos, políticas, procedimientos, presupuesto y programa. Con la técnica de la encuesta y el Instrumento del cuestionario.	Visión	Nominal
				Misión	Nominal
				Valores	Nominal
				Objetivos	Nominal
				Políticas	Nominal
				Procedimientos	Nominal
				Presupuesto	Nominal
				Programa	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica.

En la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, logrando información relevante de los propietarios, trabajadores y clientes de las ferreterías, las preguntas se formularon con información de las variables y las dimensiones de la investigación, a fin de conocer las características más relevantes que aplican las ferreterías en la gestión comercial y el planeamiento. Según Hernández & Mendoza (2019) manifestó que recolectar datos implica desarrollar métodos para cuantificar.

Instrumento.

En la presente investigación se utilizó el cuestionario, las preguntas fueron puestas a consideración de tres expertos de juicio quienes validaron las preguntas en su contenido, objetividad, suficiencia, intencionalidad, y coherencia. Según Hernández & Mendoza (2019) expresaron que la validez es un instrumento con el cual se buscará medir los datos a obtener.

La participación de los dueños fue relevante ya que ayudaron con la data del número de clientes fidelizados o muy cercanos que en promedio llegan a comprar diariamente, información que se muestra en el cuadro, la encuesta se efectuó en un solo día, con la participación de quince personas que estuvieron perfectamente informados de la importancia de la investigación, distribuidos acorde al volumen de clientes de cada una de las ferreterías.

Resultados para la encuesta			
MYPE	Clientes	(%)	Encuestador
1	18	10.78	2
2	20	11.98	2
3	86	51.49	7
4	25	14.97	2
5	18	10.78	2
Totales	167	100	15

4.5. Plan de análisis

Según Suárez (2019), el plan de análisis abarca la técnica del cuestionario, ayudó a comprender la intencionalidad de las preguntas formuladas a definirse antes de recoger los datos que se obtuvieron de las Mype ferreteras del cercado de Tambogrande, se encuestó a los trabajadores y clientes con el apoyo de los emprendedores en relación a clientes que frecuentan la ferretería. Los datos fueron procesados, a través del programa Microsoft Excel. Microsoft Word, Microsoft Power Point, SPSS.

4.6. Matriz de consistencia

Matriz de Consistencia				
Título	Problema	Objetivos	Variable	Metodología
		General:		
Caracterización de gestión de calidad y planeación en las Mype rubro ferretería del mercado de Tambograde, 2022	¿Cuáles son las características de gestión de calidad y planeación en las Mype rubro ferretería del mercado de Tambograde, 2022?	Determinar las características de gestión de calidad y planeación en las Mype rubro ferretería del mercado de Tambograde, 2022		Tipo: Cuantitativa Nivel: Descriptiva Diseño: No experimental- corte transversal
		Específicos		
		Conocer los componentes de la gestión comercial en las Mype rubro ferretería del Mercado de Tambograde, 2022	Gestión de Calidad	Población para gestión de calidad infinita y para planeación finita
		Determinar las dimensiones de la calidad del servicio en las Mype rubro ferretería del Mercado de Tambograde, 2022		
		Reconocer los beneficios de la planeación en las Mype rubro ferretería del mercado de Tambograde, 2022	Planeación	Muestra: Gestión de Calidad 167 clientes y Planeación fue 16 trabajadores.
		Identificar los elementos de la planeación en las Mype rubro ferretería del mercado de Tambograde, 2022.		

4.7. Principios éticos

En la presente investigación se tomó en cuenta los principios éticos siguientes:

Protección a las personas: el trato a las personas, se garantizará el respeto a la cultura y formas de ser de los que participan en la investigación, se precisa que los integrantes en su mayoría fueron mayores de edad con actitudes positivas de obtener los resultados que se busca en la investigación, se protegió la privacidad, en tanto ellos no precisen se difunda su aporte, las personas que tengan disponibilidad participaran voluntariamente y se protegerá sus derechos fundamentales.

Beneficencia y no maleficencia: en todo momento la investigación busco beneficio para la comunidad, fue aplicada con el propósito de conocer la imagen positiva y atención adecuada hacia los clientes por parte de los trabajadores y a estos últimos por parte de los propietarios por el mayor rendimiento de la empresa.

Justicia: se comunicó con anticipación y oportuna a los participantes sobre la finalidad de la investigación, así también toda opinión y sugerencia fue bien recibida, en aras de fortalecer la recolección de la información.

Integridad científica: el anonimato de las personas que intervinieron en la respuesta de las encuestas, se manejó con respeto, en ningún caso han firmado los instrumentos, es decir no se ha visualizado sus nombres, sus documentos de identidad, ello garantizó que su participación fue anónima y total discreción.

Libre participación y derecho de estar informado: todos los participantes tuvieron el derecho a decidir con libertad su participación, en ningún caso se le

obliga, de igual forma estuvieron informados en todo momento de la importancia y finalidad de la investigación.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: en ningún momento se puso en peligro la vida de los seres vivos, en el desarrollo de la recolección de datos se utilizó exclusivamente el material necesario para el desarrollo de la actividad.

V. RESULTADOS

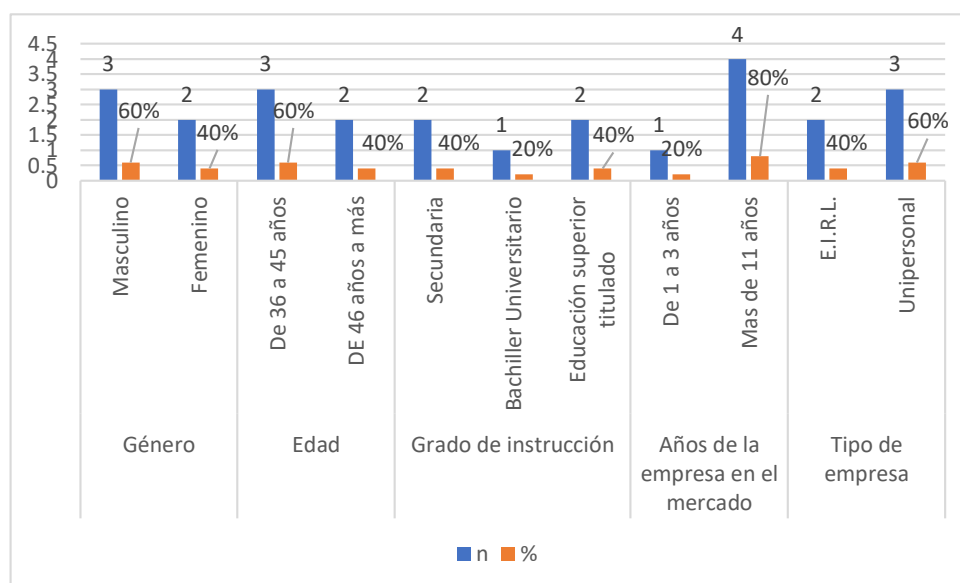
5.1. Resultados

Resultados demográficos

Tabla 1. Características demográficas

		n	%	Total
Género	Masculino	3	60	100%
	Femenino	2	40	
Edad	De 36 a 45 años	3	60	100%
	DE 46 años a más	2	40	
Grado de instrucción	Secundaria	2	40	100%
	Bachiller Universitario	1	20	
	Educación superior titulado	2	40	
Años de la empresa en el mercado	De 1 a 3 años	1	20	100%
	Más de 11 años	4	80	
Tipo de empresa	E.I.R.L.	2	40	100%
	Unipersonal	3	60	

Nota: Encuesta aplicada a los propietarios
Elaboración propia



Nota 1. Gráfico de barras que representa a características demográficas

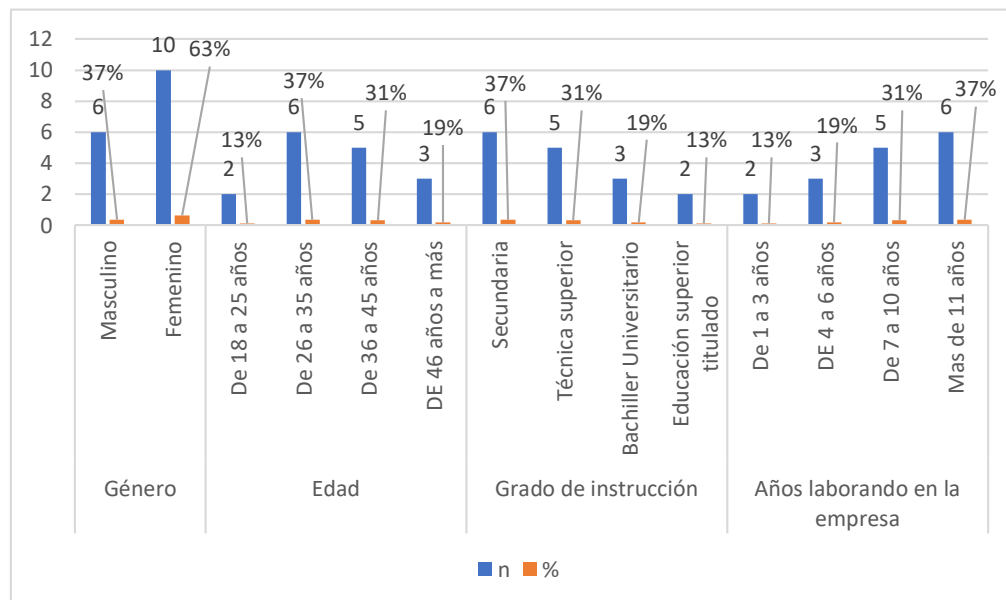
Elaboración propia

El 60% de los encuestados son de género masculino; el 60% se encuentran en el rango de edades de 36 a 45 años; respecto al grado de instrucción el 40% de los encuestados tienen el nivel de estudios de secundaria seguido con el mismo porcentaje con estudios superior titulado y el 20% con estudios universitarios con grado de bachiller; con relación a los años de la empresa en el mercado ferretero el 80% tienen más de 11 años; con respecto al tipo de empresa un 60% son unipersonales y las restantes son personas jurídicas (E. I. R. L.)

Tabla 2. Características demográficas

		n	%	Total
Género	Masculino	6	37	100%
	Femenino	10	63	
Edad	De 18 a 25 años	2	13	100%
	De 26 a 35 años	6	37	
	De 36 a 45 años	5	31	
	DE 46 años a más	3	19	
Grado de instrucción	Secundaria	6	37	100%
	Técnica superior	5	31	
	Bachiller Universitario	3	19	
	Educación superior titulado	2	13	
Años laborando en la empresa	De 1 a 3 años	2	13	100%
	DE 4 a 6 años	3	19	
	De 7 a 10 años	5	31	
	Mas de 11 años	6	37	

Nota 2: Encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia



Nota 2. Gráfico de barras que representa a características demográficas

Elaboración propia

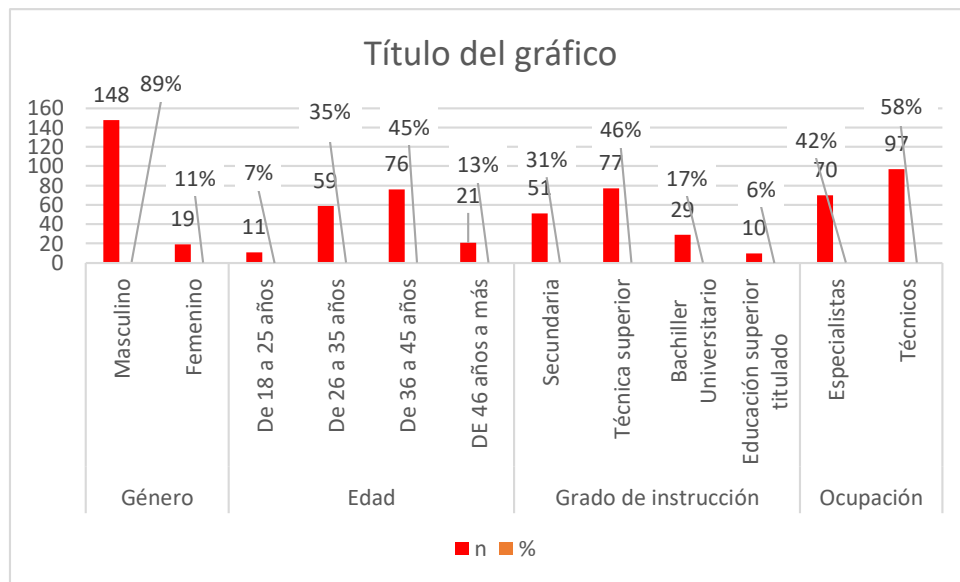
El 63% de los encuestados son del género femenino; el 37% se encuentran en el rango de edades del 26 a 35 años; respecto al grado de instrucción el 37% de los encuestados tienen educación secundaria, 31% con estudios técnico superior, 19% con estudios universitarios con grado de bachiller y el 13% con educación superior universitaria titulados; años laborando en la empresa el 37% de los encuestados con más de 11 años.

Tabla 3. Características demográficas

		n	%	Total
Género	Masculino	148	89	100%
	Femenino	19	11	
Edad	De 18 a 25 años	11	7	100%
	De 26 a 35 años	59	35	
	De 36 a 45 años	76	45	
	DE 46 años a más	21	13	
Grado de instrucción	Secundaria	51	31	100%
	Técnica superior	77	46	
	Bachiller Universitario	29	17	
	Educación superior titulado	10	6	
Ocupación	Especialistas	70	42	100%
	Técnicos	97	58	

Nota 3: Encuesta aplicada a los clientes

Elaboración: propia



Nota 3. Gráfico de barras que representa a características demográficas

Elaboración: propia

El 89% de los encuestados son del género masculino; respecto a la edad el 45% tienen de 36 a 45 años; respecto al grado de instrucción el 46% de los encuestados con estudios superior técnica, el 31% tienen nivel de estudios secundarios, el 17% son bachilleres y el 6% con nivel de estudio superior; respecto a la ocupación el 58% son técnicos.

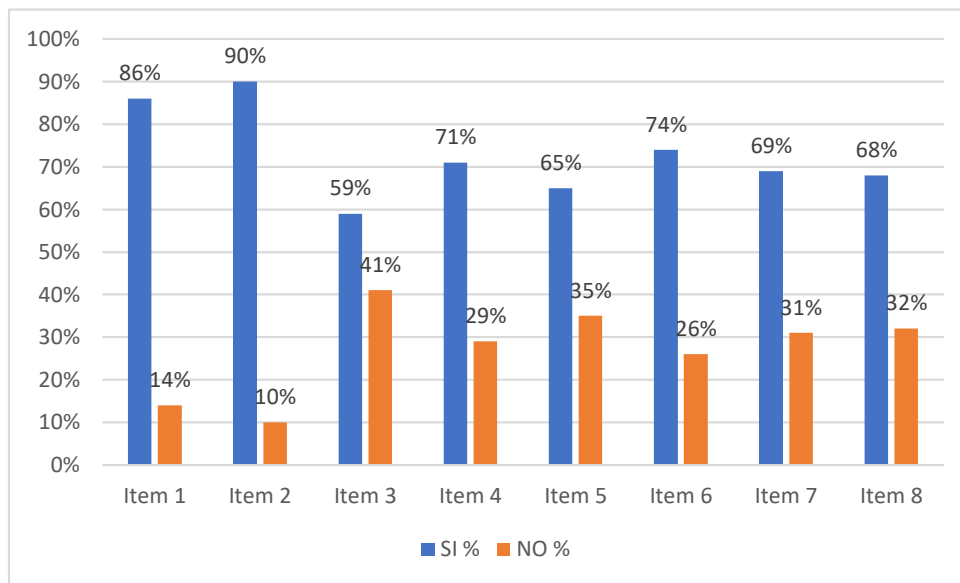
5.1.1. Gestión de Calidad

5.1.1.1. Objetivo: Conocer los componentes de la gestión comercial en las Mype rubro ferretería del cercado de Tambograde, 2022

Tabla 4. Componentes de la Gestión comercial

N.º	Ítem	SI		NO		Total	
		f	%	f	%	f	%
1	¿Considera usted que, en la ferretería, ofrecen productos que resuelve sus necesidades?	143	86	24	14	167	100
2	¿En la ferretería siempre le plantean una solución, ofertándole el producto que requiere?	151	90	16	10	167	100
3	¿Por lo general le explican las especificaciones del producto que va a comprar?	99	59	68	41	167	100
4	¿Usted como cliente de la ferretería es informado de la calidad del producto que compra??	119	71	48	29	167	100
5	¿Considera que la ferretería tiene especialista para comercializar sus productos?	108	65	59	35	167	100
6	¿El uso de las Redes Sociales en la ferretería, fortalece la relación empresa-cliente?	123	74	44	26	167	100
7	¿Usted como cliente de la ferretería, es informado de los productos que están en oferta?	115	69	52	31	167	100
8	¿El tiempo para explicar las bondades del producto, le permite decidir la comprar?	113	68	54	32	167	100

Nota 4: Encuesta aplicada a los clientes
Elaboración propia



Nota 4. Gráfico de barras que representa a Componentes de la Gestión comercial

Elaboración propia

El 90% de los clientes están conformes ya que siempre les plantean una solución, un 86% expresan que siempre les ofertan productos que resuelven sus necesidades, el 74% de los encuestados si mantienen comunicación constante a través de las redes sociales, el 71% son informados en detalle de las características y bondades de los productos, el 69% siempre es informado de ofertas que brindan las ferreterías de forma oportuna, el 68% si deciden su compra con la información y explicación que recibe en el momento del producto y el 65% manifestaron que si tienen especialistas.

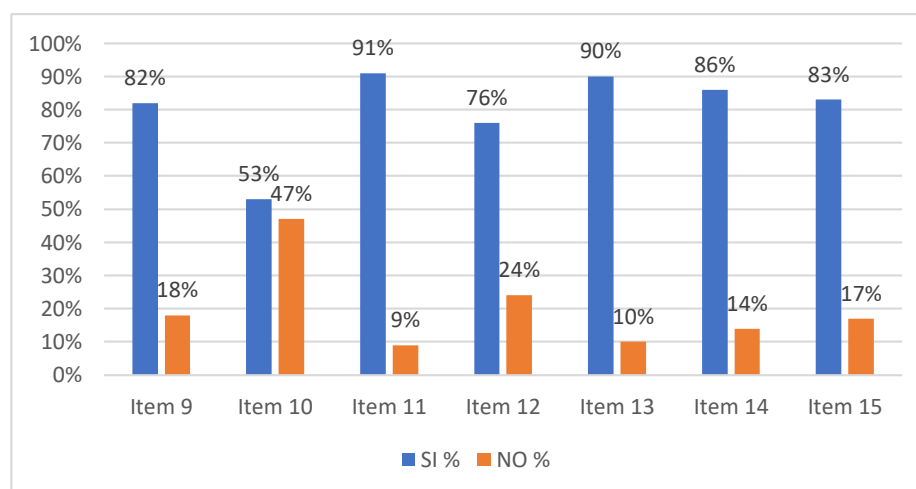
5.1.1.2. Objetivos: Determinar las dimensiones de calidad del servicio en las Mype rubro ferretería del cercado de Tambograde, 2022

Tabla 5. Dimensiones de la Calidad del servicio.

N.º	Ítem	SI		NO		Total	
		f	%	f	%	f	%
9	¿Los trabajadores de la ferretería le brindaron servicio expedito y rápido a la primera vez?	137	82	30	18	167	100
10	¿La empresa tiene instalaciones adecuadas para exhibir sus productos ferreteros?,	89	53	78	47	167	100
11	¿Cuándo, usted como cliente ha tenido un problema, la empresa mostro interés en resolverlo?	152	91	15	9	167	100
12	¿Los empleados de la ferretería, están dispuestos para ayudarle a resolver algún problema?	127	76	40	24	167	100
13	¿Los empleados, son amables de manera constante y le infunden confianza?	150	90	17	10	167	100
14	¿Cada vez que acude a la ferretería le brindan atención individualizada?	144	86	23	14	167	100
15	¿Los empleados siempre están disponibles para entender sus necesidades específicas?	139	83	28	17	167	100

Nota 5: Encuesta aplicada a los clientes

Elaboración propia



Nota 5. Gráfico de barras que representa a Dimensiones de la Calidad de servicio

Elaboración propia

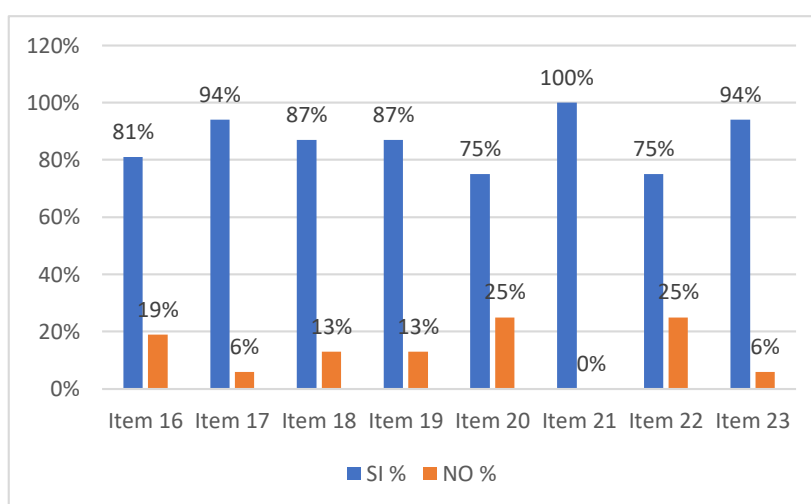
El 91% de los clientes encuestados consideran que la empresa siempre se ha mostrado dispuesta a ayudar a resolverles problemas, el 90% siempre es atendido con amabilidad y muestras de confianza, el 86% si reciben atención individualizada garantizándoles calidad de servicio; el 83% si es escuchado ante sus necesidades puntuales y específicas del mundo ferretero, el 82% si reciben atención expedita y rápida, el 76% si es ayudado a resolver el problema que se le presente en el momento de la compra y el 53% manifiestan que si tienen instalaciones adecuadas, ordenas para exhibir sus productos.

5.1.1.3. Objetivo: Reconocer los beneficios de la planeación en las Mype, rubro ferretería del cercado de Tambograde, 2022

Tabla 6. Beneficios de la Planeación

N.º	Ítem	SI		NO		Total	
		F	%	f	%	f	%
16	¿El servicio personalizado en la ferretería es requerido con mucha frecuencia por los clientes?	13	81	3	19	16	100
17	¿El control en su área le permite cumplimiento de metas en la ferretería?	15	94	1	6	16	100
18	¿El adecuado uso del tiempo y recursos en la ferretería mejora su productividad?	14	87	2	13	16	100
19	¿El trabajo en equipo en la ferretería le ayuda a la empresa a alcanzar sus objetivos?	14	87	2	13	16	100
20	¿Cree usted que el dueño de la ferretería tiene personalidad proactiva y resuelve problemas?	12	75	4	25	16	100
21	¿Considera que en la ferretería existe buena relación entre los trabajadores?	16	100	0	0	16	100
22	¿Usted planifica sus tareas para evitar los riesgos y mejorar el resultado?	12	75	4	25	16	100
23	¿Los directivos le asignan oportunamente los recursos para realizar sus tareas?	15	94	1	6	16	100

Nota 6: Encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia



Nota 6: Gráfico de barras que representa a Beneficios de la planeación

Elaboración propia

El 100% de los trabajadores encuestados consideran que, si existen buenas relaciones entre los colaboradores, el 94% el control si les permite mejorar el desarrollo de actividades y mejoran el cumplimiento de metas, así mismo los directivos les asignan oportunamente los recursos para cumplir a satisfacción sus tareas; el 87% dijeron que el uso adecuado del tiempo, los recursos les ayuda a mejorar la productividad y alcanzar los objetivos, el 81% garantizan la atención y servicio personalizado, y el 75% planifican el desarrollo de sus tareas evitando accidentes, y consideran que el dueño es proactivo y resuelve problemas.

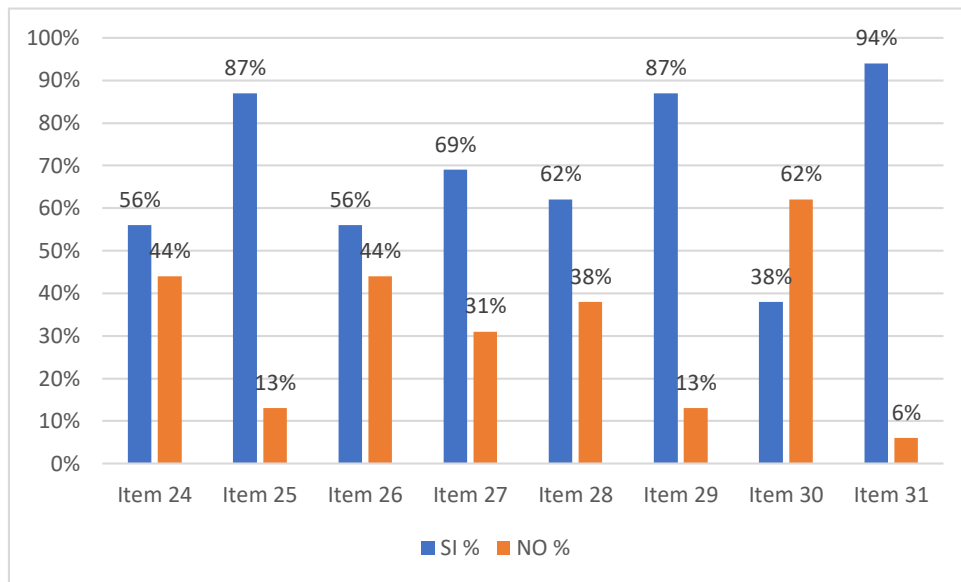
5.1.1.4. Objetivo: Identificar los elementos de la planeación en las Mype rubro ferretería del cercado de Tambograde, 2022.

Tabla 7. Elementos de la Planeación

N.º	Ítem	SI		NO		Total	
		f	%	f	%	f	%
24	¿Considera que, con la formulación de la visión, influirá en el desarrollo de la Ferretería?	9	56	7	44	16	100
25	¿Con el planteamiento de la misión de la ferretería el personal logrará que sea más competitiva?	12	87	4	13	16	100
26	¿Los directivos de la ferretería han declarado y difundido los valores personales e institucionales	9	56	7	44	16	100
27	¿Los directivos han declarado, explicado y difundido los objetivos de la ferretería para el logro de sus metas?	11	69	5	31	16	100
28	¿Dispone de un sistema de identificación de competencias necesarias para el buen desempeño de los puestos en la ferretería?	10	62	6	38	16	100
29	¿Los directivos han declarado, y difundido los procedimientos con que cuenta la ferretería para brindar la atención a sus clientes?	14	87	2	13	16	100
30	¿Conoce usted si los directivos han asignado presupuesto para el impulso de actividades de su entorno social?	6	38	10	62	16	100
31	¿Conoce usted las acciones a seguir para el cumplimiento de sus tareas y ayudar al logro de objetivos?	15	94	1	6	16	100

Nota 7: Encuesta aplicada a los trabajadores

Elaboración propia



Nota 2. Gráfico de barras que representa a Elementos de la Planeación

Elaboración propia

El 94% de los trabajadores encuestados manifestaron conocer sus tareas y tener disposición para el logro de los objetivos, el 87% dijeron conocer los procedimientos asegurando calidad de servicio y atención al cliente, así mismo consideran que la misión ayuda a que el personal se involucre con la organización, el 69% dicen que si les han difundido los objetivos organizacionales para mejorar el logro de metas, el 62% señala que la ferretería dispone de sistema de identificación de competencias para el puesto de trabajo, y el 56% dijeron que la visión influye en el crecimiento de la organización, por otra parte, conocen los valores organizacionales y personales que les ayudan a dirigir su comportamiento y actitudes en la empresa.

5.2. Análisis de Resultados

5.2.1. Gestión de Calidad

5.2.1.1. Objetivo: Conocer los componentes de la gestión comercial en las Mype rubro ferretería del cercado de Tambograde, 2022

En la tabla 4 denominada “Componentes de la gestión comercial - Clientes” se observa que el 90% de los clientes señalan que los negocios de las ferreterías tienen grandes opciones de crecimiento al ofrecer productos que requiere el comprador; el 86% de los ferreteros logran resolver sus necesidades con los productos que ofertan; además un 74% de los clientes manifestaron que las ferreterías hacen uso de las redes sociales fortaleciendo la relación empresa – cliente; por otra parte, el 71% de clientes considera que si es informado de las características y calidad del producto que compra.

Es por ello, Castaño & Quintero (2019) concluye que las ferreterías tienen grandes posibilidades de crecimiento al centrarse en la logística acorde con la cadena de valor, tienen la capacidad de conocer a profundidad las necesidades del mercado. Por otra parte, Chiavenato (2017) menciona que el dinamismo empresarial es un factor importante en el desarrollo de las actividades.

Así mismo, Merchán (2017) concluye que la gestión comercial va mucho más allá, el orden la planificación, un buen sistema de distribución y estudio de mercado contribuye a brindar satisfacción a los clientes. Por otra parte, Cardona (2017) señala que la planeación ayuda a conocer el mercado y ofertar productos que realmente satisfagan sus necesidades.

Es por ello que, Merchán (2017) concluye que los negocios de las ferreterías investigan permanentemente el mercado, para conocer las necesidades de los compradores y atenderlos acorde con las especificaciones del producto que va a comprar. Por lo tanto, Artal (2017) dice que el crecimiento de ventas propicia el desplazamiento de la producción, por tanto, los procesos productivos tienen movimiento de manera permanente.

Por otro lado, Pulache (2019) el mundo ferretero se preocupa por informar las bondades del producto, asegurando la calidad de lo que ofertan, generando satisfacción y beneficio al comprador. Por otra parte, Cardona (2017) menciona que los emprendedores del rubro ferretero, aseguran que los productos que ofertan aseguren satisfacción a los clientes.

Por ende, Guzmán (2020) concluyó observando que no existía buena comunicación del vendedor con el cliente en el momento de vender el producto, generando pérdida de compradores. Por otra parte, Cardona (2017) señala que el emprendedor no debe olvidar los diferentes procesos que forman parte del marketing operativo y las técnicas de venta, entre ellas la de cara a cara informando las características del producto y encaminar la concretización de la venta.

Además, Guzmán (2020) observó que entre el vendedor y el cliente no existía la actitud adecuada, más por parte del vendedor, sin embargo, el cliente puso en evidencia el dominio del uso de las redes sociales, que indudablemente en la empresa era dominio de una tercera persona, pero no del vendedor. Por otra parte, Artal (2017) detalla que la principal preocupación del marketing es utilizar las herramientas y técnicas que den respuesta a las preguntas del mercado.

Es por ello que, Pulache (2019) concluyo que los microempresarios tienen dominio en el mercado con productos innovadores que poseen características propias del producto y el comprador quede satisfecho. Por otra parte, Salazar (2020) señala que toda empresa, su fin es relacionarse con los clientes desde el entorno en que se desarrolla comercialmente.

Finalmente, Velásquez (2020) menciona que el comprador determina el producto que requiere para su accionar personal o laboral en sus características, las organizaciones adecuan sus procesos sociales, atendiendo al cliente desde que ingresa hasta que define su compra, siendo los trabajadores las personas de que el cliente se valla satisfecho. Por otra parte, Salazar (2020) indica que cliente es toda persona que adquiere un bien o servicio, los proveedores tienen la responsabilidad de proveer los productos que exige el cliente, así como los colaboradores desde su calidez y empatía hacia el cliente.

5.2.1.2 Objetivo: Determinar las dimensiones de la calidad del servicio en las Mype rubro ferretería del cercado de Tambograde, 2022

En la tabla 5 denominada “Dimensiones de la Calidad del servicio” – clientes, se observó que el 91% de los clientes expresan que si son atendidos por la organización cuando se les presenta un problema y muestran interés en resolverlo, el 90% afirman que los empleados les infunden confianza y amabilidad; el 86% de los clientes dijeron que en la ferretería les brindan atención individualizada y el 83% afirma que los empleados siempre están disponibles para explicar las bondades del producto que satisface sus necesidades, además el 82% dijeron que los trabajadores si les brindan servicio expedito desde la primera compra.

Es por ello que, Alva & Mauricio (2017) dijeron que la calidad del servicio que brinda en las ferreterías cubre la expectativa del cliente, generando satisfacción a los compradores, con un servicio de atención y dinámico. Por otro lado, Yrigoyen (2019) manifestó sobre los costos, la calidad del producto que tiene como expectativa recibir el cliente, en el marco de asegurar la credibilidad de la empresa y la confianza que brindan los trabajadores en los tratos para concretizar o cerrar una compra.

Por otra parte, Rivera, Avalos & Reyes (2019) concluye que las ferreterías respecto a la dimensión elementos tangibles, presentan dificultades por ausencia de una adecuada señalización y falta de visibilidad de los productos, no se aprecia orden. Por otro lado, Valdiviezo (2019) menciona que los productos, las instalaciones de la organización son ellos elementos tangibles, además los espacios, muebles, así como otros que están o son visibles a las personas.

Por ende, Alva & Mauricio (2017) concluye que en cuanto a fiabilidad los clientes muestran satisfacción por la entrega oportuna y el cumplimiento de compromisos, con ello demuestran confianza hacia la clientela de la ferretería. Por otro lado, Valdiviezo (2019) mencionó que las personas muestran habilidad para realizar el o los servicios que tiene expectativa de recibir conforme.

Así mismo, Alva & Mauricio (2017) concluye que los clientes encuentran en los trabajadores que siempre están dispuestos para ayudarle a resolver algún problema e incluso responden a sus dudas e inquietudes dándose todo ello en un ambiente agradable y de amicalidad. Por otra parte, Valdiviezo (2019) indica que la capacidad de respuesta en la organización está en la predisposición de los integrantes de la organización no sólo para resolver un problema del cliente, sino hacen que el cliente se sienta a gusto y no extrañe nada.

Además, Rivera, Avalos & Reyes (2019) concluyen los negocios de ferretería ACES JEA S.A existe déficit de conocimiento de parte de los que integran la organización, no dan seguridad, por ende, no existe confianza en la logística interna y de los inventarios, no ayudan a resolver inconvenientes. Por otra parte, Valdiviezo (2019) detalla que la capacidad, habilidad y conocimiento de los colaboradores para hacer las tareas generan en los clientes seguridad y credibilidad en los servicios que tienen como expectativa recibir.

Por otro lado, Alva & Mauricio (2017) concluye que en cuanto a la empatía los clientes valoran todo lo brindado por los colaboradores, lo resaltante es que ellos los trabajadores logran entender y conocer que requiere el cliente, en algunos casos se anticipan por que claramente entienden el sentir del cliente. Por otra parte, Valdiviezo (2019) detalla que el nivel de atención individualizada que brindan a los clientes es lograr cubrir la expectativa del consumidor y que termine satisfecho.

Es por ello que, Salazar (2020) concluye que para la organización la fundamental preocupación es la satisfacción del cliente, más allá del estudio de mercado buscan llegar al cliente con gestión de calidad de servicio, donde los empleados siempre están disponibles para entender sus necesidades. Por otra parte, Valdiviezo (2019) detalla que el personal de la institución es clave, identificando que es lo que realmente quiere el cliente en el contexto de los bienes y servicios.

5.2.2. Planeación

5.2.1.3 Objetivo: Reconocer los beneficios de la planeación en las Mype rubro ferretería del cercado de Tambograde, 2022

En la tabla 6 denominada “Beneficios de la planeación” – Trabajadores se observa que el 100% de los trabajadores encuestados están conformes con la

comunicación interna que existe entre ellos y los dueños, el 94% considera adecuado el control del desarrollo de las tareas, además los dueños o quienes hacen sus veces distribuye ordenada y oportunamente los recursos para el logro de las metas; , el 87% indican que usan adecuadamente los recursos y administran el tiempo, unifican esfuerzos a través del trabajo en equipo; el 81% indican que logran identificar qué es lo que realmente puede necesitar el cliente a partir de ahí le brindan atención personalizada; finalmente el 75% del personal de las ferreterías se involucran e identifican con la organización, son proactivos y siempre encuentran solución a los problemas, reducen los riesgos en busca de mejores resultados.

Por ende, Cardona (2019) señala que los trabajadores evidencian ciertas falencias y de alguna firma desconocen ciertos procesos internos que no les permite la atención individualizada. Por otra parte, Quezada (2017) manifiesta que la identificación de oportunidades forma parte de la evaluación y diagnóstico, aprovechando oportunidades que brinda el mercado e identificando que quiere el cliente.

Por otra parte, Cardona (2019) manifiesta que controlar las actividades requiere el uso ordenado de lo que la rodea en el interior y poner en marcha formalmente los procesos por pequeños que sean, pero exigen control. Por otra parte, Quezada (2017) señala que el control de las actividades ayuda a mejorar la coordinación y ejecución de las acciones establecidas, desde una determinada toma de decisiones planificada para el logro de las metas.

Además, Camacho (2017) concluyó que, para que, la organización tenga resultados esta no debe ser manejada en forma desordenada, por el contrario, es

exigible una estructura que permita el uso de los recursos y los tiempos para mejorar su productividad. Por otra parte, Quezada (2017) manifiesta que administrar el tiempo y los recursos permitir a los dueños e integrantes a mejorar y lograr un mayor rendimiento, con el mismo número de horas de trabajo efectivo

Además, Camacho (2017) concluye que la organización define un plan de trabajo o de acción, determina el camino para todos los integrantes, alineando el rumbo que necesita la organización para alcanzar sus objetivos. Por otra parte, Quezada (2017) manifiesta que la integración de esfuerzos de las personas que forman parte de la empresa, con el manejo de equipos y herramientas hacen más dinámico su trabajo y de manera integrada buscan soluciones a los problemas.

Por ende, Camacho (2017) señala que los gerentes o dueños que dirigen empresas ferreteras, es casi imposible que suceda el estancamiento, los emprendedores frente a una situación difícil trabajan incansablemente para encontrar el camino de solución, se sienten seguros de involucrarse constantemente con el cambio. Por otra parte, Quezada (2017) manifiesta que el involucramiento proactivo viene a ser el camino del cambio hacia el futuro, es flexible desde todos sus extremos con la transformación, modificación el cambio permanente de procesos y procedimientos.

Es por ello que, Sánchez & Saucedo (2021) señalan que los colaboradores tienen buena comunicación, tienen manejo organizacional, se preocupan por el crecimiento personal, sus acciones son productivas buscando productividad para el propietario y satisfacción del cliente. Por otra parte, Quezada (2017) manifiesta que

la comunicación interna viene a ser el resultado de la promoción de metas y objetivos bien claros entendibles de redacción sencilla, que involucra a todos los trabajadores.

Así mismo, Sánchez & Saucedo (2021) señalan que en el sector ferretero los riesgos disminuyen por el buen conocimiento del nivel logístico. Por otra parte, Quezada (2017) manifiesta que los planificadores deben conocer muy de cerca los factores internos donde identifican sus oportunidades y debilidades en el contexto de lo que ofrecen al mercado, esto les ayuda a reducir los riesgos en los procesos productivos y procedimientos de atención.

Finalmente, Camacho (2017) concluye que el diagnóstico de la ferretería Ferromero está siendo manejada en forma desordenada ya que no presenta una estructura organizacional bien definida, por lo que los colaboradores no identifican con claridad las áreas. Por otra parte, Quezada (2017) señala que orientar los recursos es llevarlos a lograr mejores oportunidades de desarrollo, mayores niveles de rentabilidad, ya que los recursos se proporcionan oportunamente y para el propósito definido.

5.2.1.4. Objetivo: Identificar los elementos de la planeación en las Mype rubro ferretería del mercado de Tambogrande, 2022

En la tabla 7 denominada “Elementos de la planeación” -trabajadores, se observa que, el 94% de los trabajadores encuestados señalan que si conocen las acciones y tareas a seguir en los programas establecidos para el logro de objetivos organizacionales, el 87% indican que tener conocimiento de la misión de la ferretería los compromete a que esta sea más competitiva, además conocer la mecánica de los procedimientos les ayuda a brindar un mejor servicio a los clientes; el 69% señalan que si han difundido y explicado los objetivos de la ferretería, el

62% conocen las políticas de la empresa, así como los sistemas para el desempeño del puesto, y finalmente el 56% indican que la visión y los valores son parte de su comportamiento de cambio permanente.

Es por ello que, Cumapa (2021) concluye que la Mype Golden Green EIRL, sólo una parte, del personal se involucra en las actividades que proyectan la empresa. Por otra parte, Quezada (2017) indica que los emprendedores muestran habilidades de ser visionario y creativo sabe involucrar a los demás en el cambio constante.

Por lo tanto, Pintado (2019) concluye que Ferretería del Pacífico EIRL, no ha aplicado procedimientos para recepción de mercadería, gestión de documentos, demostrando no tener planteamiento claro de control de los productos que son la razón de ser de la empresa. Por otra parte, Quezada (2017) dice que el norte de una organización son las diferentes operaciones que ejecuta para permanecer en el mercado y distinguirse de los demás actuando positivamente.

Además, Camacho (2017) indica en su conclusión que es necesario que la empresa invierta en difusión y publicidad y generen la atracción de los clientes para que conozcan las políticas, misión, valores, así como los objetivos en el marco de un plan de acción. Por otra parte, Quezada (2017) dice que los valores vienen a ser la guía de comportamiento de las personas en lo individual y lo organizacional.

Así mismo, Pintado (2019) concluye que la empresa en estudio no consideró poner énfasis y orden en la documentación vinculada a las salidas de la mercadería. Por otra parte, Quezada (2017) detalla que, las organizaciones fijan propósitos que establecen alcanzar, por ello los directivos declaran, fijan y difunden los objetivos que deben alcanzar con los integrantes.

Por ende, Cumapa (2021) concluye que la empresa en estudio, en lo que a procesos respecta no vincula a todos los trabajadores, sólo una parte de ellos en operaciones relevantes. Por otra parte, Quezada (2017) indica que las políticas institucionales son identificadas desde el contexto del desempeño y las competencias de la organización coordinado con los integrantes de la empresa.

Además, Cardona (2019) concluyo indicando que, la organización cuenta con procesos para el manejo interno organizacional, ponen en práctica procedimientos y en marcha procesos administrativos y operacionales. Por otra parte, Quezada (2017) menciona que los procedimientos son la declaración de la forma de hacer las tareas asegurando calidad de servicio y atención al cliente.

Además, Pintado (2019) concluye que la empresa Depósitos y Ferretería del Pacífico E.I.R.L. no consideró presupuestar seguros para la mercadería, albergando distintos productos y además la empresa no vela por mantener los stocks en sus almacenes. Por otra parte, Quezada (2017) indica que la asignación de presupuesto para el impulso de actividades de su entorno social, define y asegura el costo planificado para luego evaluar y controlar su ejecución.

Finalmente, Camacho (2017) concluye la poca capacitación a sus fundadores la ferretería FERROMERO presenta serias debilidades para establecer programas de fortalecimiento de capacidades a sus integrantes. Por otra parte, Quezada (2017) menciona que un programa identifica la gama de actividades a desarrollar de forma específica para el cumplimiento de sus tareas y ayudar al logro de objetivos

VI. CONCLUSIONES

Los componentes de la gestión comercial que se identificaron y que utilizan las Mype rubro ferretería del cercado de Tambogrande son la planificación, la gestión de marketing ofertando productos que requiere el consumidor y difunden a través de las redes sociales; además la gestión de ventas y gestión de clientes, brindan atención personalizada dan a conocer las especificaciones del producto que le ayuda al comprador a cerrar la venta.

Las dimensiones de la calidad del servicio determinadas y que utilizan las Mype del rubro de ferretería del cercado de Tambogrande fueron la fiabilidad y seguridad ya que brindan confianza, credibilidad con la habilidad con que los trabajadores hacen las cosas; así también aplican la empatía ya que dan atención personalizada; además, la capacidad de respuesta los trabajadores siempre están dispuestos a ayudar al cliente y resolverle algún problema; así mismo se enfocan en la satisfacción y expectativa del cliente considerando la participación activa y dinámica del trabajador.

Con relación a los beneficios de la planeación se identificó que emplean la comunicación interna, también el control de las actividades y la orientación de los recursos poniendo énfasis en el trabajo en equipo; además implementan el uso del tiempo y los recursos con la integración de esfuerzos para lograr sus objetivos; así también utilizan la identificación de oportunidades, como la reducción de riesgos por que revisan los lugares de trabajo y evitan daños materiales y personales.

Con respecto a los elementos de la planeación se determinó que emplean programas que identifican acciones para la ejecución de tareas. Además, se conoció

que utilizan la misión y procedimientos, que son elementos que dan impulso al logro de los objetivos; asimismo se enfocan en los objetivos y políticas para lograr las metas; algunos consideran que la visión influye en el desarrollo de la empresa. La mayoría no impulsa los presupuestos para actividades del entorno empresarial.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

RECOMENDACIONES.

Fortalecer la gestión de clientes, complementando con la de Marketing y ventas, mediante planes de acción orientados a que el trabajador tenga claro dominio de las características del producto que oferta y describa con habilidad al cliente.

Establecer un Plan de acción orientado a la mejora de las instalaciones de la ferretería, a la organización y clasificación de productos. Además, proponer e implementar un Programa de fortalecimiento de capacidades para los trabajadores.

Establecer Dinámicas grupales sobre actitud proactiva para fortalecer el espíritu de equipo innovador y proactivo entre sus trabajadores.

Crear un programa de capacidades orientado a que colaboradores puedan llegar a identificarse con la visión, valores, objetivos y los presupuestos, organizacionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade, M. (2014). Comentario del 10 de febrero a “Características de importancia de las pymes en la economía”. Las Pymes Peruanas. Consulta: 17 de noviembre de 2017. <http://peruvianpymes.blogspot.pe/>
- Alcántara. (2019). Calidad de servicio y la satisfacción del cliente – Centro Comercial Polvos Azules, Barranca – 2018. Repositorio Universidad San Pedro. http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/10660/Tesis_59655.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alva Castillo. E. M. & Mauricio Saavedra. J. F. (2017) La Calidad de servicio y su Influencia en la satisfacción de los clientes de la ferretería j & a EIRL. Bagua 2017 tesis para obtener el título de licenciado en administración. Universidad Privada Antenor Orrego, facultad de ciencias económicas escuela profesional de administración. Trujillo-Perú. https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/2999/1/RE_ADMI_EVELYN.ALVA_JOSE.MAURICIO_CALIDAD.DE.SERVICIO_DATOS.PDF
- Artal, Castells. M. (2017). Dirección de Ventas y organización del departamento de ventas y gestión de vendedores. 15ª Edición. Editora: ESIC-EDITORIAL. <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2019/08/28-Direccion-de-ventas-Manuel-Artal-Castells.pdf>
- Álvarez, R. (2016). 2017: Piura continuará creciendo. *Revista Empresario*,
- Berru. A. (Domingo 02 de enero de 2022)” 180 mil empleos recuperados en 2 años y exportaciones aumentaron” *Actualidad – El Tiempo. Página 3.*
- Casanueva, C., & García, J. (2015). Prácticas de la Gestión Empresarial. Mc Graw Hill.
- Córdova, Baldeón. Isaac. (2012) El proyecto de investigación cuantitativa. Editorial San Marcos. E.I.R.L.
- Cano, I. (2019). Comunicación empresarial y atención al cliente (CEAC). <https://books.google.com.pe/books?id=YtOdDwAAQBAJ&pg=PA189&source=gbp toc r&cad=3#v=onepage&q&f=false>

- Central de Compras Públicas (2020) PERÚ COMPRAS brinda nuevas oportunidades de E-commerce para sector ferretero. Nota de Prensa. Convocatoria para participar en los Catálogos Electrónicos cierra el 19 de octubre. Oficina de Comunicaciones. 15 de octubre de 2020 - 12:51 p. m.- <https://www.gob.pe/institucion/perucompras/noticias/307533-peru-compras-brinda-nuevas-oportunidades-de-e-commerce-para-sector-ferretero>
- Carhuavilca., B. D. (2021) jefe del Instituto Nacional de Estadística e Informática, Informe Técnico Producción Nacional No.12- diciembre 2021- octubre 2021. <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/12-informe-tecnico-produccion-nacional-oct-2021.pdf>
- Chaname. A. J. (2021) ¿Cuáles son los regímenes laborales en el Perú? Artículo visto el 30.12.2021. obtenido de <https://lpderecho.pe/cuales-son-los-regimenes-laborales-en-el-peru-bien-explicado/>
- Chiavenato, Idalberto. (2017) Planeación estratégica fundamentos y aplicaciones. Tercera edición. Editora, McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C. V.
- D'Alessio. Ipinza. F. (2015). El Proceso Estratégico. Un enfoque de gerencia. Tercera edición. Por Pearson Educación del Perú S.A.
- Diaz & Salazar (2020) La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial <https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/547/553>
- Eurostat, (2016). *La pyme española y los retos que afronta*. Recuperado de, <https://www.bbva.com/es/la-pyme-espanola-los-retos-afronta/>
- Guzmán, G. R. (2020). Estrategia para mejorar la atención al cliente del Centro Ferretero “MEGACUMBAS” matriz de la ciudad de Puyo. Proyecto de investigación previo a la obtención del título de ingeniera en empresas y administración de negocios. Universidad Regional Autónoma de los Andes-Puyo-Ecuador. <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/13108/1/PIUPADM0002-2020.pdf>

- Gonzaga. C. J. (2012). Plan de Desarrollo Concertado 2012 – 2021. Municipalidad distrital de Tambogrande. Descentralizado – participativo. <http://www.munitambogrande.gob.pe/documentos/planeamiento/PDC.pdf>
- García. C. M.E. (2017) Caracterización de la Capacitación y Competitividad de las Mype comerciales rubro ferreterías del AA.HH. San Pedro - Piura, 2017. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración, presentada en la Escuela Profesional de Administración, de la Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1901/CAPACITACION_COMPETITIVIDAD_GARCIA_CALLE_MAGALI_ELITA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Group. B.C. (2018) (13 de febrero, 2018) El reciclaje de plástico, medida urgente. Todo Ferretería RDF. (Visitado 2 de enero 2022) <http://todoferreteria.com.mx/el-reciclaje-de-plasticos/>
- Hernández, R.S. Fernández. R.C. & Baptista. P.L. (2014). Metodología de la investigación. Editorial. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S. A. de C. V.
- Hernández, Roberto. S. & Mendoza, Torres. C. (2019). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixta. Editora, McGraw-Hill/ Interamericana. Editores, S. A. de C. V.
- Mariana, I. (7 de septiembre de 2020). Reactivando la economía emprendedora en el Perú. *programa de las naciones unidas para el desarrollo Perú*. Recuperado el 26 de octubre de 2021, de <https://www.pe.undp.org/content/peru/es/home/presscenter/articles/2020/reactivando-la-economia-emprendedora-en-el-peru.html>
- Meléndez Lahura Alexandra. (2017). *Propuesta de implementación del sistema de gestión de calidad en una industria pesquera según la norma ISO 9001:2015*. Retrieved from <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9337>
- Mimbela de la Cruz, C., López, I. I y CHillce, R. M. (2018) estudio de caso de empresa familiar ferretera. estrategias de crecimiento empresarial: gestión

- de cartera de clientes e incorporación de nuevos productos. Recuperada de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12394/MIMBELA%20DE%20LA%20CRUZ_LOPEZ%20ISMI%C3%91O_CHILLCCE%20RAMOS_01_12_2018.pdf?sequence=8&isAllowed=
- Martínez, T. V. (2018). Calidad de servicio y satisfacción del cliente. No 1 edición (Estudios S).
- Monteagudo. Bueno. R. (2014). Didáctica del Planeamiento Estratégico. Segunda edición.
- Milla. Lostaunau. L. (2007) El Poder del Planeamiento Estratégico. Primera edición. Editora San Marcos.
- Organización de las Naciones Unidas, (2018). *La ONU considera que las pymes son la espina dorsal de la economía y las mayores empleadoras del mundo*. Recuperado de, <https://www.20minutos.es/noticia/3382959/0/pymes-microempresas-onu-economia-empleo/>
- Pino. Gotuzzo. R. (2018) Metodología de la Investigación – Elaboración de diseños para contrastar hipótesis. Editorial San Marcos E. I. R. L. Segunda edición: 2018 Primera reimpresión octubre de 2018
- Parraguez, C.- Socio PMG Chile (2018). Artículo y noticias sobre: Ferreterías independientes: una oportunidad de rentabilidad para proveedores de materiales de construcción. <https://www.pmgchile.com/ferreterias-independientes-una-oportunidad-de-rentabilidad-para-proveedores-de-materiales-de-construccion/>
- Pareja. J. (2015) director Comercial at TEMPEL GROUP – Perú con su artículo. El mercado ferretero peruano. Una mirada al sector ferreterías (6 de agosto del 2015) <https://es.linkedin.com/pulse/el-mercado-ferretero-peruanouna-mirada-al-sector-jorge-pareja>
- Rivera Muñoz. I. Y. Avalos Castillo. K.Y. & Reyes Hernández. I. J. (2019) Evaluación de la percepción del servicio al cliente de los usuarios de ferretería ACES, JEA S.A. de C.V. de la zona metropolitana de San Salvador, El Salvador. Facultad de Ciencias Empresariales Técnico en

Mercadeo y Ventas. Universidad Tecnológica El Salvador. San Salvador, Centro América.

<http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/941001212.pdf>

Rojas, Risco. D. (2014) La Biblia del Marketing. Editores LEXUS. Departamento de creación-Editorial de Lexus Editores. Publicación para McGraw-Hill, Pearson y Lexus.

Rodríguez. G. A. (2020) (29 de diciembre 2020) Cuidado y protección del medio ambiente. Un compromiso con la vida (+audio) CMKK Radio Bayamo (visitado 02 de enero 2022)
<https://www.radiobayamo.icrt.cu/2020/12/29/cuidado-y-proteccion-del-medio-ambiente-un-compromiso-con-la-vida-audio/>

Suárez, J. (2019) *El plan de análisis*. Obtenido de http://udocente.sespa.princast.es/documentos/Metodologia_Investigacion/Présentaciones/5_plan_analisis.pdf

Sánchez. García. E. & Saucedo. Fernández. Y (2021) trabajo presentado denominado “La calidad de servicio y su relación con la imagen corporativa de los clientes de la Ferretería y Acabados CASAMAR E.I.R.L, Tarapoto, año 2018”. Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, presentado en la Escuela Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín-Tarapoto. Recuperada de: <https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/4044/ADMINISTRACI%C3%93N%20-%20Esgar%20S%C3%A1nchez%20Garc%C3%ADa%20%26%20Yabe%20Saucedo%20Fern%C3%A1ndez.pdf?sequence=1&isAllowed>

Tarazona, P. D. (2019). Caracterización del financiamiento en las empresas del sector comercio - rubro ferretero del distrito 26 de octubre – Piura, periodo 2018. Tesis para optar el Título Profesional de Contador Público, presentada ante la Escuela Profesional de Contabilidad de la Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas de la Universidad Católica Los ángeles de Chimbote.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8899/FINANCIAMIENTO_GESTION_FINANCIERA_TARAZONA_PANGALIMA_DIANA_CAROLINA.pdf?sequence

Valdivieso, Solari. G. A. (2020) propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del distrito de Huaral, 2019 tesis para optar el título profesional de licenciado en administración, presentada en la facultad de ciencias contables, financieras y administrativas escuela profesional de administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/18442/Atencion_cliente_Mypes_Valdivieso_Solari_Grover_Andres.pdf?sequence=1

Valls, F. W., Román, V. V., Chica, O. C., & Salgado, C. G. (2017). La calidad del servicio. Vía segura para alcanzar la competitividad. Edición: Primera (Editorial).

Velarde., J. (2021) Reporte de Inflación junio 2021-Panorama actual y proyecciones macroeconómicas-2021-2022. Banco Central de Reserva del Perú. Biblioteca Nacional del Perú No. 2005-6985.
<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2021/junio/reporte-de-inflacion-junio-2021.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Instrumento de recolección de datos

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

CUESTIONARIO

Estimado Propietario, estoy realizando un trabajo de investigación, solicito su colaboración, respondiendo con sinceridad el presente cuestionario. La prueba es totalmente anónima. El cuestionario tiene por objetivo: Determinar las características de gestión de calidad y planeación en las Mype, rubro ferretería, del cercado de Tambograde, 2022.

A continuación, encontrará preguntas las cuales agradezco de antemano responda de manera honesta y responsable, marcando con una (X) en la opción que usted verdaderamente considera que es lo correcto.

DATOS DEL PARTICIPANTE

Género

- a) Masculino
- b) Femenino

Edad

- a) De 18 a 25 años
- b) De 26 a 35 años
- c) De 36 a 45 años
- d) De 46 años a más

Grado de instrucción

- a) Secundaria
- b) Técnica superior
- c) Bachiller universitario
- d) Educación superior titulado

Años de la empresa en el mercado

- a) De 1 a 3 años
- b) De 4 a 6 años
- c) De 7 a 10 años
- d) Más de 11 años

Tipo de empresa

- a) E.I.R.L
- b) S.R.L.
- c) Unipersonal

- d) S.A.A.
- e) S.A.C.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

CUESTIONARIO

¡Buen día! estimado cliente, Se le invita a participar de una encuesta la cual, es realizada por un estudiante de la carrera de administración de la Universidad los ángeles de Chimbote, con la finalidad de recolectar información para una investigación denominada: **Determinar las características de gestión de calidad y planeación en las Mype, rubro ferretería, del cercado de Tambograde, 2022.** Los datos que se recolectarán serán anónimos y para mayor información con respecto a estos resultados puede realizar su consulta al correo: elixdiaz2018@gmail.com.

A continuación, se presentan una serie de preguntas las cuales agradezco de antemano responda de manera honesta y responsable, marcando con una (X) en la opción que usted verdaderamente considera que es lo correcto.

Características demográficas de los clientes.

Género

- a) Masculino
- b) Femenino

Edad

- a) De 18 a 25 años
- b) De 26 a 35 años
- c) De 36 a 45 años
- d) De 46 años a más

Grado de Instrucción

- a) Secundaria
- b) Técnica superior
- c) Bachiller universitario
- d) Educación Superior titulado

Ocupación

- a) Especialista
- b) Técnicos

Variable Gestión de Calidad

O.E.01 Conocer los componentes de la gestión comercial en las Mype, rubro ferretería, Cercado de Tambograde, 2022

1. ¿Considera usted que, en la ferretería, ofrecen productos que resuelve sus necesidades?

Sí () No ()

2. ¿En la ferretería siempre le plantean una solución, ofertándole el producto que requiere?

Sí () No ()

3. ¿Por lo general le explican las especificaciones del producto que va a comprar?

Sí () No ()

4. ¿Usted como cliente de la ferretería es informado de la calidad del producto que compra?

Sí () No ()

5. ¿Considera que la ferretería tiene especialista para comercializar sus productos?

Sí () No ()

6. ¿El uso de las Redes Sociales en la ferretería, fortalece la relación empresa-cliente?

Sí () No ()

7. ¿Usted como cliente de la ferretería, es informado de los productos que están en oferta?

Sí () No ()

8. ¿El tiempo para explicar las bondades del producto, le permite decidir la comprar?

Sí () No ()



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION
CUESTIONARIO

¡Buen día! estimado trabajador, Se le invita a participar de una encuesta la cual, la cual es realizada por un estudiante de la carrera de administración de la Universidad los ángeles de Chimbote, con la finalidad de recolectar información para una investigación denominada: Determinar las características de gestión de calidad y planeación en las Mype, rubro ferretería, del cercado de Tambograde, 2022. Los datos que se recolectarán serán anónimos y para mayor información con respecto a estos resultados puede realizar su consulta al correo: elixdiaz2018@gmail.com.

A continuación, se presentan una serie de preguntas las cuales agradezco de antemano responda de manera honesta y responsable, marcando con una (X) en la opción que usted verdaderamente considera que es lo correcto.

DATOS DEL PARTICIPANTE

Género

- a) Masculino
- b) Femenino

Edad

- a) De 18 a 25 años
- b) De 26 a 35 años
- c) De 36 a 45 años
- d) De 46 años a más

Grado de Instrucción

- a) Secundaria
- b) Técnica superior
- c) Bachiller universitario
- d) Educación Superior titulado

Años laborando en la empresa

- a) De 1 a 3 años
- b) De 4 a 6 años
- c) De 7 a 10 años
- d) Más de 11 años

Variable: Planeación

O.E. 03 Reconocer los Beneficios de la Planeación en las Mype, rubro ferretería del cercado de Tambograde, 2022

16. ¿El servicio personalizado en la ferretería es requerido con mucha frecuencia por los clientes?

Sí () No ()

17. ¿El control en su área le permite cumplimiento de metas en la ferretería?

Sí () No ()

18. ¿El adecuado uso del tiempo y recursos en la ferretería mejora su productividad?

Sí () No ()

19. ¿El trabajo en equipo en la ferretería le ayuda a la empresa a alcanzar sus objetivos?

Sí () No ()

20. ¿Cree usted que el dueño de la ferretería tiene personalidad proactiva y resuelve problemas?

21. ¿Considera que en la ferretería existe buena relación entre los trabajadores?

Sí () No ()

22. ¿Usted planifica sus tareas para evitar los riesgos y mejorar el resultado?

Sí () No ()

23. ¿Los directivos le asignan oportunamente los recursos para realizar sus tareas?

Sí () No ()

O.E. 04 Identificar los elementos de la planeación en las Mype, rubro ferretería del cercado de Tambograde, 2022

24. ¿Considera que, con la formulación de la visión, influirá en el desarrollo de la Ferretería?

Sí () No ()

25. ¿Con el planteamiento de la misión de la ferretería el personal logrará que sea más competitiva?

Sí () No ()

26. ¿Los directivos de la ferretería han declarado y difundido los valores personales e institucionales

Sí () No ()

27. ¿Los directivos han declarado, explicado y difundido los objetivos de la ferretería para el logro de sus metas?

Sí () No ()

28. ¿Dispone de un sistema de identificación de competencias necesarias para el buen desempeño de los puestos en la ferretería?

Sí () No ()

29. ¿Los directivos han declarado, y difundido los procedimientos con que cuenta la ferretería para brindar la atención a sus clientes?

Sí () No ()

30. ¿Conoce usted si los directivos han asignado presupuesto para el impulso de actividades de su entorno social?

Sí () No ()

31. ¿Conoce usted las acciones a seguir para el cumplimiento de sus tareas y ayudar al logro de objetivos?

Sí () No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2: Consentimiento Informado

79

Anexo 2: Consentimiento Informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula Caracterización de gestión de calidad y planeación en las Mype rubro ferretería del cercado de Tambograde, 2022, y es dirigido por Br. en Adm. Elizabeth Altamirano Díaz, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Describir los componentes de la gestión comercial, dimensiones de la calidad de servicio, los beneficios y etapas de la Planeación de las Mype rubro Ferreterías del Centro de Tambograde, 2022

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará siete minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los medios de difusión. Si desea, también podrá escribir al correo xxxxx, 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: Elizabeth Altamirano Díaz

Fecha: 14-01-2022

Correo elizdiaz2018@gmail.com electrónico:

Firma [Firma] del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):
[Firma]

Anexo 3: Matriz indicador pregunta

Matriz Indicador preguntas					
Variable	Dimensión	Indicadores	Items	Escala	Fuente
Gestión de calidad	Gestión comercial	Planificación estratégica	¿Considera usted que, en la ferretería, ofrecen productos que resuelve sus necesidades?	Nominal	Cliente
			¿En la ferretería siempre le plantean una solución, ofertándole el producto que requiere?	Nominal	Cliente
		Gestión de ventas	¿Por lo general le explican las especificaciones del producto que va a comprar?	Nominal	Cliente
			¿Usted como cliente de la ferretería es informado de la calidad del producto que compra?	Nominal	Cliente
		Gestión de marketing	¿Considera que la ferretería tiene especialista para comercializar sus productos?	Nominal	Cliente
			¿El uso de las Redes Sociales en la ferretería, fortalece la relación empresa-cliente?	Nominal	Cliente
	Gestión de clientes	¿Usted como cliente de la ferretería, es informado de los productos que esta oferta?	Nominal	Cliente	
		¿El tiempo para explicar las bondades del producto, le permite decidir la comprar?	Nominal	Cliente	
	Dimensiones de la calidad de servicio	Expectativa del cliente	¿Los trabajadores de la ferretería le brindaron servicio expedito y rápido a la primera vez?	Nominal	Cliente
		Elementos tangibles	¿La empresa tiene instalaciones adecuadas para exhibir sus productos ferreteros?,	Nominal	Cliente
		Fiabilidad	¿Cuándo usted como clientela tenida un problema, la empresa mostro interés en resolverlo?	Nominal	Cliente
		Capacidad de respuesta	¿Los empleados de la ferretería, están dispuestos para ayudarle a resolver algún problema?	Nominal	Cliente
		Seguridad	¿Los empleados, son corteses de manera constante y le infunden confianza?	Nominal	Cliente
		Empatía	¿Cada vez que acude a la ferretería le brindan atención individualizada?	Nominal	Cliente
Satisfacción del cliente		¿Los empleados siempre están disponibles para entender sus necesidades específicas?	Nominal	Cliente	

Matriz Indicador preguntas					
Variable	Dimensión	Indicadores	Items	Escala	Fuente
Planeación	Beneficios de la Planeación	Identificación de oportunidades	¿El servicio personalizado en la ferretería es requerido con mucha frecuencia por los clientes?	Nominal	Trabajador
		Control de las actividades	¿El control en su área le permite cumplimiento de metas en la ferretería?	Nominal	Trabajador
		Uso del tiempo y los recursos	¿El adecuado uso del tiempo y recursos en la ferretería mejora su productividad?	Nominal	Trabajador
		Integración de esfuerzos	¿El trabajo en equipo en la ferretería le ayuda a la empresa a alcanzar sus objetivos?	Nominal	Trabajador
		Involucramiento proactivo	¿Cree usted que el dueño de la ferretería tiene personalidad proactiva y resuelve problemas?	Nominal	Trabajador
		Comunicación interna	¿Considera que en la ferretería existe buena relación entre los trabajadores?	Nominal	Trabajador
		Reducción de riesgos	¿Usted planifica sus tareas para evitar los riesgos y mejorar el resultado?	Nominal	Trabajador
		Orientación de los recursos	¿Los directivos le asignan oportunamente los recursos para realizar sus tareas?	Nominal	Trabajador
	Elementos de la Planeación	Visión	¿Considera que con la formulación de la visión influirá en el desarrollo de la Ferretería?	Nominal	Trabajador
		Misión	¿Con el planteamiento de la misión de la ferretería el personal logrará que sea más competitiva?	Nominal	Trabajador
		Valores	¿Los directivos de la ferretería han declarado y difundido los valores personales e institucionales?	Nominal	Trabajador
		Objetivos	¿Los directivos han declarado, explicado y difundido los objetivos de la ferretería para el logro de sus metas?	Nominal	Trabajador
		Políticas	¿Dispone de un sistema de identificación de competencias necesarias para el buen desempeño de los puestos en la ferretería?	Nominal	Trabajador
		Procedimientos	¿Los directivos han declarado, y difundido los procedimientos con que cuenta la ferretería para brindar la atención a sus clientes?	Nominal	Trabajador
		Presupuesto	¿Conoce usted si los directivos han asignado presupuesto para el impulso de actividades de su entorno social?	Nominal	Trabajador
Programa	¿Conoce usted las acciones a seguir para el cumplimiento de sus tareas y ayudar al logro de objetivos?	Nominal	Trabajador		

Anexo 4: Validación de instrumentos de recolección de datos



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

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

Yo, Fernando Suárez Carrasco, identificado con
DNI 026.16.283...MAGÍSTER EN Administración.....:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos del cuestionario, elaborado por la estudiante, Elizabeth, Altamirano Díaz para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestral) seleccionada para el trabajo de investigación denominado: Caracterización de gestión de calidad y planeación en las MYPE rubro Ferretería del mercado de Tambograde, 2022, que se encuentra realizando.

Luego de haber realizado la revisión pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones (de ser el caso) hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados. Por lo cual firmo y sello la presente.

Piura, enero 2022


Fdo. Fernando Suárez Carrasco S.
CLAB: 05461

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Caracterización de gestión de calidad y planeación en las MYPE rubro ferretería del Cercado de Tambogrande, 2022									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
OE 1	Conocer la gestión comercial en las Mype rubro ferretería del Cercado de Tambogrande, 2022								
1	¿Considera usted que, en la ferretería, ofrecen productos que resuelven sus necesidades?	X			X		X		X
2	¿En la ferretería siempre le plantean una solución, ofertándole el producto que requiere?	X			X		X		X
3	¿Por lo general le explican las especificaciones del producto que va a comprar?	X			X		X		X
4	¿Usted como cliente de la ferretería es informado de la calidad del producto que compra?	X			X		X		X
5	¿Considera que la ferretería tiene especialista para comercializar sus productos?	X			X		X		X
6	¿El uso de las Redes Sociales en la ferretería, fortalece la relación empresa-cliente?	X			X		X		X
7	¿Usted como cliente de la ferretería, es informado de los productos que esta oferta?	X			X		X		X
8	¿El tiempo para explicar las bondades del producto, le permite decidir la comprar?	X			X		X		X
OE2	Determinar las dimensiones de la calidad del servicio en las Mype rubro ferretería del Cercado de Tambogrande, 2022								
9	¿Los trabajadores de la ferretería le brindaron servicio expedito y rápido a la primera vez?	X			X		X		X
10	¿La empresa tiene instalaciones adecuadas para exhibir sus productos ferreteros?	X			X		X		X
11	¿Cuándo usted, como cliente ha tenido un problema, la empresa mostro interés en resolverlo?	X			X		X		X
12	¿Los empleados de la ferretería, están dispuestos para ayudarle a resolver algún problema?	X			X		X		X
13	¿Los empleados, son corteses de manera constante y le infunden confianza?	X			X		X		X
14	¿Cada vez que acude a la ferretería le brindan atención individualizada?	X			X		X		X
15	¿Los empleados siempre están disponibles para entender sus necesidades específicas?	X			X		X		X


 Lic. J. Sebastián Salazar Contreras 2°
 CIAD: 05401

OE3	Reconocer los beneficios de la planeación en las Mype rubro ferretería del mercado de Tambogrande, 2022							
16	¿El servicio personalizado en la ferretería es requerido con mucha frecuencia por los clientes?	X			X	X	X	X
17	¿El control en su área le permite cumplimiento de metas en la ferretería?	X			X	X	X	X
18	¿El adecuado uso del tiempo y recursos en la ferretería mejora su productividad?	X			X	X	X	X
19	¿El trabajo en equipo en la ferretería le ayuda a la empresa a alcanzar sus objetivos?	X			X	X	X	X
20	¿Cree usted que el dueño de la ferretería tiene personalidad proactiva y resuelve problemas?	X			X	X	X	X
21	¿Considera que en la ferretería existe buena relación entre los trabajadores?	X			X	X	X	X
22	¿Usted planifica sus tareas para evitar los riesgos y mejorar el resultado?	X			X	X	X	X
23	¿Los directivos le asignan oportunamente los recursos para realizar sus tareas?	X			X	X	X	X
OE4	Identificar los elementos de la planeación en las Mype, rubro ferretería del mercado de Tambogrande, 2022							
24	¿Considera que con la formulación de la visión influirá en el desarrollo de la Ferretería?	X			X	X	X	X
25	¿Con el planteamiento de la misión de la ferretería el personal logrará que sea más competitiva?	X			X	X	X	X
26	¿Los directivos de la ferretería han declarado y difundido los valores personales e institucionales?	X			X	X	X	X
27	¿Los directivos han declarado, explicado y difundido los objetivos de la ferretería para el logro de sus metas?	X			X	X	X	X
28	¿Dispone de un sistema de identificación de competencias necesarias para el buen desempeño de los puestos en la ferretería?	X			X	X	X	X
29	¿Los directivos han declarado, y difundido los procedimientos con que cuenta la ferretería para brindar la atención a sus clientes?	X			X	X	X	X
30	¿Conoce usted si los directivos han asignado presupuesto para el impulso de actividades de su entorno social?	X			X	X	X	X
31	¿Conoce usted las acciones a seguir para el cumplimiento de sus tareas y ayudar al logro de objetivos?	X			X	X	X	X


 Sr. Fernando Salinas Corrales Sr.
 CLAD: 00661



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

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

Yo, VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO....., identificado con
DNI 02860873.....MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN.....:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos del cuestionario, elaborado por la estudiante, Elizabeth, Altamirano Díaz para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestral) seleccionada para el trabajo de investigación denominado: Caracterización de gestión de calidad y planeación en las MYPE rubro Ferretería del cercado de Tambograde, 2022, que se encuentra realizando.

Luego de haber realizado la revisión pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones (de ser el caso) hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados. Por lo cual firmo y sello la presente.

Piura, enero 2022

VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO
RUC 0140-0218

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Caracterización de gestión de calidad y planeación en las MYPE rubro ferretería del cercado de Tambogrande, 2022									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso o sesgado?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
OE 1	Conocer la gestión comercial en las Mype rubro ferretería del Cercado de Tambogrande, 2022								
1	¿Considera usted que, en la ferretería, ofrecen productos que resuelven sus necesidades?	X			X		X		X
2	¿En la ferretería siempre le plantean una solución, ofertándole el producto que requiere?	X			X		X		X
3	¿Por lo general le explican las especificaciones del producto que va a comprar?	X			X		X		X
4	¿Usted como cliente de la ferretería es informado de la calidad del producto que compra?	X			X		X		X
5	¿Considera que la ferretería tiene especialista para comercializar sus productos?	X			X		X		X
6	¿El uso de las Redes Sociales en la ferretería, fortalece la relación empresa-cliente?	X			X		X		X
7	¿Usted como cliente de la ferretería, es informado de los productos que esta oferta?	X			X		X		X
8	¿El tiempo para explicar las bondades del producto, le permite decidir la compra?	X			X		X		X
OE2	Determinar las dimensiones de la calidad del servicio en las Mype rubro ferretería del Cercado de Tambogrande, 2022								
9	¿Los trabajadores de la ferretería le brindaron servicio expedito y rápido a la primera vez?	X			X		X		X
10	¿La empresa tiene instalaciones adecuadas para exhibir sus productos ferreteros?	X			X		X		X
11	¿Cuándo usted, como cliente ha tenido un problema, la empresa mostro interés en resolverlo?	X			X		X		X
12	¿Los empleados de la ferretería, están dispuestos para ayudarlo a resolver algún problema?	X			X		X		X
13	¿Los empleados, son corteses de manera constante y le infunden confianza?	X			X		X		X
14	¿Cada vez que acude a la ferretería le brindan atención individualizada?	X			X		X		X
15	¿Los empleados siempre están disponibles para entender sus necesidades específicas?	X			X		X		X

OE3	Reconocer los beneficios de la planeación en las Mype rubro ferretería del cercado de Tambograde, 2022						
16	¿El servicio personalizado en la ferretería es requerido con mucha frecuencia por los clientes?	X		X	X	X	
17	¿El control en su área le permite cumplimiento de metas en la ferretería?	X		X	X	X	
18	¿El adecuado uso del tiempo y recursos en la ferretería mejora su productividad?	X		X	X	X	
19	¿El trabajo en equipo en la ferretería le ayuda a la empresa a alcanzar sus objetivos?	X		X	X	X	
20	¿Cree usted que el dueño de la ferretería tiene personalidad proactiva y resuelve problemas?	X		X	X	X	
21	¿Considera que en la ferretería existe buena relación entre los trabajadores?	X		X	X	X	
22	¿Usted planifica sus tareas para evitar los riesgos y mejorar el resultado?	X		X	X	X	
23	¿Los directivos le asignan oportunamente los recursos para realizar sus tareas?	X		X	X	X	
OE4	Identificar los elementos de la planeación en las Mype, rubro ferretería del cercado de Tambograde, 2022						
24	¿Considera que con la formulación de la visión influirá en el desarrollo de la Ferretería?	X		X	X	X	
25	¿Con el planteamiento de la misión de la ferretería el personal logrará que sea más competitiva?	X		X	X	X	
26	¿Los directivos de la ferretería han declarado y difundido los valores personales e institucionales?	X		X	X	X	
27	¿Los directivos han declarado, explicado y difundido los objetivos de la ferretería para el logro de sus metas?	X		X	X	X	
28	¿Dispone de un sistema de identificación de competencias necesarias para el buen desempeño de los puestos en la ferretería?	X		X	X	X	
29	¿Los directivos han declarado, y difundido los procedimientos con que cuenta la ferretería para brindar la atención a sus clientes?	X		X	X	X	
30	¿Conoce usted si los directivos han asignado presupuesto para el impulso de actividades de su entorno social?	X		X	X	X	
31	¿Conoce usted las acciones a seguir para el cumplimiento de sus tareas y ayudar al logro de objetivos?	X		X	X	X	



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


ANEXO

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

Yo, Victor Hugo Vilela Vargas, identificado con DNI
02659033, con CLAD N° Reg. 2134, Por medio de la presente hago
constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección
de datos del cuestionario, elaborado por la estudiante. Br. Elizabeth, Altamirano Díaz
para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestral) seleccionada
para el trabajo de investigación denominado: Caracterización de gestión de calidad y
planeación en las MYPE, rubro Ferretería del cercado de Tambograde, 2022, que se
encuentra realizando.

Luego de haber realizado la revisión pertinente se recomienda al estudiante tener en
cuenta las observaciones (de ser el caso) hechas al instrumento con la finalidad de
optimizar sus resultados. Por lo cual firmo y sello la presente.

Piura, enero 2022



Victor Hugo Vilela Vargas
REGISTRO Nº 02134

MATRIZ DE VALIDACION DE JUICIO POR EXPERTOS									
Caracterización de gestión de calidad y planeación de las MYPE, rubro ferreterías del cercado de Tambogrande, 2022									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
OE 1	Conocer las características de los componentes de gestión comercial en las Mype, rubro Ferretería, del Cercado de Tambogrande, 2022								
1	¿Considera usted que en la ferretería, ofrecen productos que resuelve sus necesidades?	X			X		X		X
2	¿En la ferretería siempre le plantean una solución, ofertándole el producto que requiere?	X			X		X		X
3	¿Por lo general le explican las especificaciones del producto que va a comprar?	X			X		X		X
4	¿Usted como cliente de la ferretería es informado de la calidad del producto que compra.?	X			X		X		X
5	¿Considera que la ferretería tiene especialista para comercializar sus productos?	X			X		X		X
6	¿El uso de las Redes Sociales en la ferretería, fortalece la relación empresa-cliente?	X			X		X		X
7	¿Usted como cliente de la ferretería, es informado de los productos que están en oferta?	X			X		X		X
8	¿El tiempo para explicar las bondades del producto, le permite decidir la compra?	X			X		X		X
OE2	Determinar las características de las dimensiones de calidad del servicio en las Mype, rubro Ferretería del Cercado de Tambogrande, 2022								
9	¿Los trabajadores de la ferretería le brindaron servicio expedito y rápido a la primera vez?	X			X		X		X
10	¿La empresa tiene instalaciones adecuadas para exhibir sus productos ferreteros?,	X			X		X		X
11	¿Cuándo usted como cliente ha tenido un problema, la empresa mostró interés en resolverlo?	X			X		X		X
12	¿Los empleados de la ferretería, están dispuestos para ayudarlo a resolver algún problema?.	X			X		X		X
13	¿Los empleados, son corteses de manera constante y le infunden confianza?	X			X		X		X
14	¿Cada vez que acude a la ferretería le brindan atención individualizada?	X			X		X		X
15	¿Los empleados siempre están disponibles para entender sus necesidades específicas?	X			X		X		X
OE3	Reconocer las características de los beneficios de la planeación en las Mype, rubro Ferretería del cercado de Tambogrande, 2022								


 MYPE Ferretería del Cercado de Tambogrande
 2022

16	¿El servicio personalizado en la ferretería es requerido con mucha frecuencia por los clientes?	X		X	X	X
17	¿El control en su área le permite cumplimiento de metas en la ferretería?	X		X	X	X
18	¿El adecuado uso del tiempo y recursos en la ferretería mejora su productividad?	X		X	X	X
19	¿El trabajo en equipo en la ferretería le ayuda a la empresa a alcanzar sus objetivos?	X		X	X	X
20	¿Cree usted que el dueño de la ferretería tiene personalidad proactiva y resuelve problemas?	X		X	X	X
21	¿Considera que en la ferretería existe buena relación entre los trabajadores?	X		X	X	X
22	¿Usted planifica sus tareas para evitar los riesgos y mejorar el resultado?	X		X	X	X
23	¿Los directivos le asignan oportunamente los recursos para realizar sus tareas?	X		X	X	X
OE4	Identificar las características de los elementos de la planeación en las Mype, rubro Ferretería del cerado de Tambogrande, 2022.					
24	¿Considera que con la formulación de la visión, influirá en el desarrollo de la Ferretería?	X		X	X	X
25	¿Con el planteamiento de la misión de la ferretería el personal logrará que sea más competitiva?	X		X	X	X
26	¿Los directivos de la ferretería han declarado y difundido los valores personales e institucionales?	X		X	X	X
27	¿Los directivos han declarado, explicado y difundido los objetivos de la ferretería para el logro de sus metas?	X		X	X	X
28	¿Dispone de un sistema de identificación de competencias necesarias para el buen desempeño de los puestos en la ferretería?	X		X	X	X
29	¿Los directivos han declarado, y difundido los procedimientos con que cuenta la ferretería para brindar la atención a sus clientes?	X		X	X	X
30	¿Conoce usted si los directivos han asignado presupuesto para el impulso de actividades de su entorno social?	X		X	X	X
31	¿Conoce usted las acciones a seguir para el cumplimiento de sus tareas y ayudar al logro de objetivos?	X		X	X	X

Mgr. Lic. Adm. Víctor Vilela Vargas


REGISTRO ADMINISTRATIVO




Anexo 5: Evidencia de reporte de Turnitin.

Mis entregas

Sección 1

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
turnitin-informe final - Sección 1	6 dic 2021 - 11:59	3 mar 2022 - 23:59	13 dic 2021 - 11:59

 Actualizar entregas

	Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud [▲]		
 Ver recibo digital	<u>INFORME FINAL</u>	1772563903	27/02/2022 23:34	0% 		--

Anexo 6: Evidencia de no adeudo

CAJA MUNICIPAL DE SULLANA S.A RUC-20102881347
 175 Oficina Especial Cruceta
 9567 - COBRO DE CONVENIOS DE RECAUDACION
 Usuario Fecha Hora Refer. Mon.
 LEER 11-01-22 10:17:05 20764127 S/.

Empresa: UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE
 Cuenta: 120-112-1002650
 Codigo Id. Usuario: 811111116
 Usuario: ALTAMIRANO DIAZ ELIZABETH

Fecha	Descripcion	Importe	Mora	Total
15-12-21	MITALLE 2021	240.00	0.00	240.00
07-01-22	PINSTALLO1 2021	540.00	0.00	540.00
30-01-22	PINSTALLO2 2021	540.00	0.00	540.00
Sub-Total				1.320.00
Total Servicio de Recaudacion				1.320.00
Efectivo:		S/. *****1,320.00		

** Firma y Sello del Cajero al dorso **

CAJA MUNICIPAL DE SULLANA S.A RUC-20102881347
 175 Oficina Especial Cruceta
 9567 - COBRO DE CONVENIOS DE RECAUDACION
 Usuario Fecha Hora Refer. Mon.
 JUMA 18-03-22 02:24:57 22962245 S/.

Empresa: UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE
 Cuenta: 120-112-1002650
 Codigo Id. Usuario: 811111116
 Usuario: ALTAMIRANO DIAZ ELIZABETH

Fecha	Descripcion	Importe	Mora	Total
22-02-22	PENSTALLO3 2021	540.00	0.00	540.00
17-03-22	PENSTALLO4 2021	540.00	0.00	540.00
20-03-22	SERV.ANT 2021	100.00	0.00	100.00
Sub-Total				1,180.00
Total Servicio de Recaudacion				1,180.00
Efectivo:		S/. *****1,180.00		

** Firma y Sello del Cajero al dorso **

