



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE

RUBRO FERRETERÍA: NEGOCIACIONES NAELA E.I.R.L

EN LA PROVINCIA DE SATIPO, 2021

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

**AUTOR:**

JUZCAMAYTA VALLES ELEANE YAMEL

ORCID: 0000-0002-5648-9752

**ASESOR:**

Mgtr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

**SATIPO –PERÚ  
2023**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTORA**

Juzcamayta Valles, Eleane Yamel

ORCID: 0000-0002-5648-9752

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Ayacucho, Perú

### **ASESOR**

Mgtr.Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e  
Ingeniería, Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

### **JURADOS**

Mgtr.Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000 0001 6176 191X

Mgtr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000 0003 2177 5676

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

## JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000-0001-6176-191X

Presidente

Mgtr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Miembro

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0000-9618-6177

Asesora

## **Agradecimiento**

A Dios por la vida y salud que me da y por la fuerza espiritual que me permitió lograr el propósito que tengo.

A todas aquellas personas que estuvieron apoyándome durante esta etapa de investigación por brindarme sus conocimientos y paciencia al compartir su sabiduría y expandir mi conocimiento para lograr mi meta en esta universidad prestigiosa católica los ángeles de Chimbote.

## **Dedicatoria**

A mis padres y tíos por su gran apoyo incondicional en esta etapa de mi vida, por el apoyo moral que siempre me brindaron en todo el proceso de mis estudios universitarios para ser una gran profesional, para mí una satisfacción dedicarles por que fueron mi soporte en toda mi etapa universitaria.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

1.	CARATULA .....	i
2.	EQUIPO DE TRABAJO .....	ii
3.	JURADO EVALUADOR Y ASESOR .....	iii
4.	AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA.....	iii
5.	ÍNDICE DE CONTENIDO .....	vi
6.	RESUMEN Y ABSTRACT.....	ix
I.	INTRODUCCIÓN.....	1
II.	REVISIÓN DE LITERATURA.....	4
2.1.	Antecedentes .....	4
2.2.	Bases teóricas.....	18
III.	HIPÓTESIS .....	22
IV.	METODOLOGÍA .....	23
4.1.	Diseño de investigación.....	23
4.2.	Población y muestra.....	23
4.3.	Definición y Operacionalización de variables.....	25
4.4.	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos .....	27
4.5.	Plan de Análisis .....	27
4.6.	Matriz de Consistencia .....	28
4.7.	Principios Éticos .....	29
V.	RESULTADOS.....	30
5.1.	Resultados .....	30
5.2.	Análisis de los resultados .....	43
VI.	Conclusiones .....	50
VII.	Recomendaciones .....	54
	Referencias Bibliográficas .....	56
	Anexo.....	59

## ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Valores para las correlaciones .....	32
Tabla 2 Coeficiente de correlacion entre la gestion de la calidad y servicio al cliente ..	33
Tabla 3 Coeficiente de correlacion entre la organizacion y servicio al cliente .....	35
Tabla 4 Coeficiente de correlacion entre la direccion y servicio al cliente .....	37
Tabla 5 Coeficiente de correlacion entre el servicio y la gestion de la calidad .....	39
Tabla 6 Coeficiente de correlacion entre en producto y la gestion de la calidad.....	41

## ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1 Coeficiente correlacion entre la Gestion de la calidad y Servicio al cliente .....	70
Figura 2 Coeficiente correlacion entre la Organizacion y Servicio al Cliente .....	70
Figura 3 Coeficiente correlacion entre la Direccion y Servicio al Cliente .....	71
Figura 4 Coeficiente correlacion entre Servicio y Gestion de la calidad .....	71
Figura 5 Coeficiente correlacion entre Producto y Gestion de la calidad .....	72

## RESUMEN

La presente investigación de la gestión de la calidad y servicio al cliente rubro ferretería: negociaciones Naela E.I.R.Len la provincia de Satipo, 2021 presento con el objetivo general Cuál es relación de la gestión de la calidad y servicio al cliente en la ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L. La metodología fue de diseño no experimental-de corte transversal-correlacional en el instrumento de recolección de datos se aplicó la encuesta y el cuestionario Asimismo la muestra está compuesta por un total de 122 clientes quienes fueron encuestados utilizando como instrumento la técnica de encuesta. estructurada por 20 preguntas de tipo Likert, para medir el grado de correlación se utilizó el programa SPSS con el coeficiente r Pearson en ambas variables que se obtuvo un valor de  $r=0,815$  el cual cuantifica la relación entre las variables Gestión de la Calidad y Servicio al Cliente, llegando a la conclusión que ambas variables se relacionan de manera positiva perfecta con el fin de lograr la satisfacción del cliente. La recomendación es crear un buen diseño de proceso administrativo para controlar de una manera organizada los productos de la empresa.

**Palabra clave:** Gestión de la calidad, Producto, Servicio

## ABSTRACT

The present investigation of quality management and customer service in the hardware store: Negotiations Naela E.I.R.L in the province of Satipo, 2021 I present with the general objective What is the relationship of quality management and customer service in the hardware store Negociaciones Naela E.I.R.L. The methodology was of a non-experimental-transversal - descriptive design, in the data collection instrument the survey and the questionnaire were applied. Likewise, the sample is made up of a total of 122 clients who were surveyed using the survey technique as an instrument. structured by 20 Likert-type questions, to measure the degree of correlation, the SPSS program was used with the Pearson r coefficient in both variables, obtaining a value of  $r=0.815$ , which quantifies the relationship between the variables Quality Management and Service to the Customer, reaching the conclusion that both variables are related in a perfect positive way in order to achieve customer satisfaction. The recommendation is to create a good administrative process design to control the company's products in an organized way.

Keyword: Quality management, Product, Service

## I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad existen muchas micro pequeñas empresas que son las fuentes más reconocidas por los ingresos económicos que generan en diferentes países del mundo por la gran cantidad de Mypes ya que es uno de los factores que más empleados genera, En el rubro de la ferretería han tenido un crecimiento en diferentes sectores que existe en todo el entorno global que afirma que tiene una buena demanda en sus productos.

Según Stumpo (2020) Las micro, pequeños y medianos establecimientos (MI PYMES) son un tema fundamental del tejido empresarial en América Latina, que se manifiesta en múltiples dimensiones, que incluyan su participación dentro del número general de sociedades o creación de procesos. Ellos y contrasta con una participación en el producto bruto de la vivienda (PIB) local de apenas 25%, situación que contrasta con la de los países de la Unión Europea, en los que se llega alcanzar, en promedio, el cincuenta y seis%

Según Comex (2021) El 51% de los empleadores que poseen mayormente una Micro y Pequeña en presa en el Perú son mujeres que tienen, en promedio, entre cuarenta y dos y cuarenta y tres años. Esto forma, más de la mitad de los vendedores encuestados (51%) son jefes de familia, lo que lo que podría sugerir que una gran participación del ingreso total del hogar (si no es el 100%) depende sin demora de los ingresos y rendimiento de la empresa comercial.

Las empresas o microempresas de ferreterías han sido adquiridas con frecuencia por la mayoría de las personas. en la ciudad de Satipo se encuentran 50 empresas conocidas como micro y pequeñas empresas de ferreterías.

Debido a lo mencionado anteriormente, se estableció como problema general:  
¿Cuál es relación de la gestión de la calidad y servicio al cliente en la ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L. Satipo?

Así mismo para dar solución al problema se planteó como objetivo general  
Determinar de qué manera se relaciona la gestión de calidad y servicio al cliente en la ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L. Satipo

Para cumplir la finalidad del objetivo general se determinaron los siguientes objetivos específicos: Determinar la relación entre la Organización y el servicio al cliente en la ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L, Detallar la relación entre la dirección y el servicio al cliente en la ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L, Determinar la relación entre la Atención y la Gestión de la Calidad en la ferretería Negociaciones Naela E.I.R.

Esta investigación se justificó de forma teórica, así mismo como justificación practica donde se muestra información didáctica y relevante que es beneficiosa para la organización ya que brindo ayuda al encontrar el problema que hoy en día tienen en los negocios. Por otro lado, la justificación metodológica que donde en esta investigación de recaudo información, datos muy relevantes de la empresa que brindara nuevos conocimientos en la organización.

La metodología utilizada fue de diseño no experimental - transversal – cuantitativo-corte transversal, para recolectar los datos se utilizó una población muestral compuesta por los clientes a quienes se les aplico las 20 preguntas mediante la técnica

que se llegó a recaudar en la empresa

La Gestión de la Calidad Camisón,(2017) Menciona que la organización es una herramienta muy importante que permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las diversas actividades que se ejecutan con el fin de lograr un conocimiento y implemento a la tecnología y comodidad del cliente.

En cuanto al servicio al cliente Según Beltrán,(2018) Menciona que el servicio al cliente es un soporte que se brinda a los clientes ya sea antes o después de la compra o venta, ya que los consumidores de esta época suelen dar mayor importancia a los atributos intangibles de los productos que consumen los clientes.

La siguiente investigación permitirá: Determinar cuál es relación de la gestión de calidad y servicio al cliente en la ferretería Negociaciones Naela Satipo, permitiendo analizar y determinar el nivel de satisfacción, en el estudio de investigación se utilizará la técnica de la encuesta para la recopilación de datos necesarios.

Por último, la metodología que se presentara el estudio de investigación es de tipo correlacional porque se midió la relación entre los tipos de variables de la Gestión de la Calidad y el servicio al cliente; siendo de tipo cuantitativo porque se utilizara la recopilación de datos para probar hipótesis a base de la medición numérica y el análisis estadístico, con herramientas estadísticas, informáticas y matemáticas y probar teorías para poder sacar resultados; también tiene un diseño no experimental de corte transversal.

Llegando a la conclusión que la gestión de calidad y el servicio al cliente tienen una significancia de positiva perfecta, por un trabajo en el servicio ya sea por un buen trato a los clientes por parte de los trabajadores logrando que los clientes expresen un buen servicio al cliente por los servicios que ofrece la empresa.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### **Antecedentes Internacionales**

#### **Variable 1 Gestión de la Calidad**

Según Ariza (2015) en sus tesis, *Diseño del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2015 para la comercialización de ferreterías en Colombia R.F.C. S.A.S. El objetivo diseñar el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 para la comercialización de ferreterías en Colombia R.F.C. S.A.S.* La metodología el diseño de investigación es cualitativo, el enfoque cuantitativo y cualitativo de la investigación, con una población la comercialización cuenta con 5 empleados, se toman como muestra 2 auxiliares de administrativos y de ventas, el instrumento utilizado es una investigación documental y teórica relevante para el desarrollo y soporte. Los resultados se obtuvieron el aspecto que mejor nivel representa es el liderazgo, con el 72%, mientras que el otro aspecto de mejora obtuvo 20% de calificación, siendo el más bajo. Aun así, es evidente que en el momento de realización del presente diagnostico existe un gran porcentaje faltante para alcanzar al 100% del cumplimiento de requisitos de la norma. Se concluye que el personal tanto administrativo como operativo vinculado al sistema de gestión de calidad es el principal factor a tener en cuenta al momento de su implementación, un programa de gestión de cambio y divulgación de estrategias y resultados para la consecución de resultados esperados.

Borja,(2017) “*Propuesta de un modelo de gestión en calidad de servicio, basado en la norma internacional ISO 9001: 2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo, caso: almacenes la rebaja*”, de la Universidad Internacional del Ecuador, Quito – Ecuador; para optar el Título de ingenieros en negocios internacionales; tiene un *Objetivo General* de definir un modelo de gestión en calidad de servicio basado en la norma ISO9001: 2008 para Almacenes la Rebaja; cuenta con una población general de los trabajadores de la empresa donde se utilizó los instrumentos como las entrevistas, encuestas y la observación, en la presente investigación se aplicó una *Metodología* tipo cuantitativa y de tipo correlacional de diseño no experimental, En el estudio de investigación se utilizó la técnica de la entrevista y recolección de llegando a la *Conclusión* de que se ha determinado que las oportunidades de la empresa, que dependen de su entorno externo, son: mayor capacidad de los clientes de adquisición de productos de primera necesidad por mejoramiento de la economía; incremento en el mercado por menores niveles de desempleo; y, tamaño cada vez menor de la oferta, debido al cierre de pequeños negocios en favor de almacenes de mayor tamaño. Además de que se estima que la aplicación de los procesos propuestos permitirá un mejoramiento de la imagen de la empresa y un incremento de las ventas gradual, gracias a un proceso de fidelización de la clientela. De esta manera se prevé un valor actual neto de los próximos cinco años de \$ 406.020,39 y una tasa interna de retorno de 185%; además de que la inversión se recupera en el transcurso del segundo año. Con estos resultados, se concluye que la implementación de la propuesta es factible financieramente.

## **Variable 2. Servicio al Cliente**

Según **Ortiz**, (2017) en su tesis denominada: “*el servicio al cliente en las ferreterías ubicadas en el perímetro de la terminal zona 4 de guatemala*” tesis para optar el título *profesional de administrador de empresas*; Menciona: que: “La tesis tiene como **objetivo**, brindar apoyo a través de un conjunto de herramientas administrativas, que contienen lineamientos que guiarán a todo el personal ferretero a desempeñar de manera más eficiente cada una de sus actividades orientadas a brindar un servicio que marque la diferencia. En la **metodología** de investigación es de tipo descriptivo, no experimental, transversal para propiciar la participación de cada persona, trabajando en temas concretos que impactan el servicio de la empresa y desarrollando planes de acción que permitan a los propietarios o administradores, tomar decisiones proactivas. La técnica de **instrumento** que se utilizó para la recolección de datos fue la encuesta. La **muestra** constituye el análisis de la situación actual del servicio al cliente en las empresas ferreteras objeto de estudio; se basa en la información obtenida por medio de entrevistas realizadas a los diez propietarios o administradores, a los sesenta y cinco empleados que laboran en estos centros de comercio y una muestra de cien clientes externos encuestados. De acuerdo a los **resultados** obtenidos en la encuesta de servicio al cliente, se comprueba la primera hipótesis objeto de análisis en éste proyecto, en donde se demuestra que empleados de las empresas ferreteras no reflejan una actitud positiva en la atención a los clientes, debido a la falta de motivación por parte del propietario o personas encargadas de contratarlos, inexistencia de planes de recompensas o reconocimientos, situación que origina un comportamiento negativo entre compañeros de trabajo (cliente interno) y desgano y apatía al atender a los consumidores.”

Según Taipei (2016) en su tesis denominada: *Estrategias De Servicio Al Cliente En*

*La Ferretería Franklin En La Ciudad De Estelí En El Año 2016, Para Optar Al Título De Licenciado En Administración De Empresas En El Año 2016 Por La UNAN- Managua, FAREM-Estelí,* Menciona que : “El tema sobre el cual se desarrolló esta investigación tiene como objetivo determinar la efectividad de las estrategias de Ferretería Franklin en la atención de sus clientes en el año 2016, con el fin de mejorar los niveles de satisfacción en los clientes utilizando al marketing como herramienta de influencia en las ventas en la ferretería. Así mismo se propondrá estrategias que mejoren los servicios en la atención a sus clientes. En esta investigación se identifican los elementos de empresa en la dirección administrativa, así mismo, se describen las principales funciones del personal para la toma de decisiones estratégicas, y la comercialización como un proceso de mejora continua. También, este proceso de investigación permitió proponer una estrategia de mejora en los servicios al cliente que favorezca la implementación de la misma como herramienta que conduzca a la excelencia de la calidad en los distintos niveles de dirección. El enfoque de la metodología de la investigación es cuantitativo. Para ello, fue necesario aplicar métodos empíricos, con los que se recolectó información a través de instrumentos tales como: entrevista y encuestas para brindar veracidad al documento, también se hizo uso del método teórico porque se verificó el comportamiento real del fenómeno, con las fuentes bibliográficas. En la ferretería son muchos los productos que se ofrecen, por tanto existen hombres y mujeres que visitan el local para realizar sus compras, obteniendo las siguientes muestras (43.6% visitan una vez al mes., 35.3% dos o tres veces al mes, 11.5% una o más veces a la semana, 9.6% menos de una vez al mes) Un producto es un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer aquello que necesita o que desea un consumidor con base en los resultados obtenidos en la Ferretería Franklin se recomienda realizar un análisis para aumentar los niveles de publicidad y capacitar al personal humano,

por lo tanto, se proponen líneas estrategias y acciones que contribuyan al fortalecimiento institucional que favorezca las mejores decisiones empresariales”.

Según Hernández (2015) En su tesis denominada *“Plan de marketing para la ferretería ferro centro oriente de la Ciudad de Shushufindi Provincia de Sucumbíos.”* estudio tuvo como principal objetivo la elaboración del Plan de Marketing para la ferretería Ferro Centro Oriente para el periodo 2012-2016, debido a la naturaleza del trabajo se utilizaron los métodos deductivo, inductivo, analítico y sintético, los cuales contribuyeron a realizar un estudio formativo que culmina con una propuesta práctica que aporta soluciones a la problemática que atraviesa la ferretería. La información que sustenta el trabajo se la obtuvo de la entrevista al gerente; encuesta a los 14 clientes internos integrado por los empleados que actualmente laboran en la empresa y a una muestra de 267 clientes externos de la empresa Ferretería Ferro Centro Oriente. Donde Finalmente se recomienda desarrollar los planes operativos propuestos los cuales han sido diseñados de tal manera que sean realizables y a la vez contribuyan al crecimiento sostenible de la empresa, es necesario señalar la importancia de los controles establecidos en el presente informe, en vista de que los mismos permitirán determinar el nivel de cumplimiento de los objetivos trazados, por lo que indispensable su aplicación.

### **Antecedentes Nacionales**

#### **Variable 1. Gestión de la calidad**

Según Castillo, (2019) en su tesis denominada *“caracterización de gestión de calidad e innovación de servicios en las mype, rubro ferreterías Piura centro, año 2017”* tesis para optar el título profesional de licenciado en administración; permite alcanzar como objetivo general: determinar las características que tiene la Gestión de Calidad e

Innovación de Servicios de las MYPE, rubro Ferretería Piura Centro, año 2017. Por lo cual la metodología propuesta para la investigación es de nivel descriptiva, tipo cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal, así mismo la técnica de recojo de información la encuesta y nominal. y el instrumento el cuestionario estructurado con preguntas cerradas de escala nominal Así mismo en análisis de resultados se identificó con respecto al primer objetivo específico, en los beneficios de la gestión de calidad el 100% de los clientes si se les brinda productos sustitutos de distintas marcas a menor precio en las ferreterías que acuden. Por otro lado, se conoció que, respecto al segundo objetivo específico, la importancia de la gestión de calidad el 100% de clientes si consideran que es de mucha utilidad las ferreterías en el centro de Piura.

Según yrigoyen (2019) En su tesis denominada *“la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el sector ferretero caso: zona denominada “las Malvinas” en lima metropolitana 2018”* como Objetivo general: Establecer la relación de la gestión de calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en los negocios ferreteros ubicados de la zona denominada las Malvinas en la ciudad de Lima Metropolitana, en el año 2018 La metodología de investigación se ha basado en una investigación aplicada, con diseño correlacional. La investigación utilizó muestras de 324 clientes de los negocios ferreteros ubicados en el área denominada “Las Malvinas”. La calidad del servicio se ha medido a través del Servqual, observando en los resultados obtenidos, que el coeficiente de correlación es  $Rho = 0.645$  con un nivel de significación  $p = 0.000$  ( $p < 0.05$ ), un hecho que nos ha permitido determinar que existe una relación significativa 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.

## **Variable 2. Servicio al cliente**

Según Sulca,(2018) su tesis denominada “*Características De La Gestión De Calidad Y Atención Al Cliente En La Ferretería Y Negocios Generales Arcadio S.A.C Del Distrito De Sullana, Año 2018*” Trabajo De Investigación Para Optar El Grado Académico De Bachiller En Ciencias Administrativas; se planteó el siguiente objetivo general: determinar las características de la Gestión de calidad y atención al cliente de la Ferretería y Negocios Generales Arcadio S.A.C del distrito de Sullana, año 2018. Se utilizó una investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal, se escogió una muestra de 68 clientes y 5 trabajadores, a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta utilizando como instrumento un cuestionario de 20 preguntas con escala Likert se obtuvieron los siguientes resultados: el 60% de los trabajadores manifestó que la empresa siempre tiene sus metas definidas, el 60% de los trabajadores señaló que en la ferretería siempre realiza inspecciones para evitar que productos defectuosos lleguen al cliente. Por otro lado, del total de clientes encuestados el 72,1 % señaló que siempre considera que el servicio es apropiado y en tanto que el 38,2% señaló que casi nunca se considera un cliente leal. Se concluyó que la ferretería tiene sus metas definidas, ejecuta constantemente inspecciones de los productos, los clientes consideran que el servicio es apropiado, pero pocos se consideran clientes leales.

Según Poma,(2016) en su tesis denominada: *Caracterización De La Gestión De Calidad Y Formalización De Las Mypes En El Sector Comercio Rubro Ferreterías En La Provincia De Leoncio Prado Tingo María Período 2015-2016*. Tesis Para Optar El Título Profesional De Licenciado En Administración, Menciona que: “La presente investigación, tuvo por objetivo describir principales características de la “Gestión de

Calidad y Formalización de las MYPES del sector rubro ferreterías de la Provincia de Leoncio Prado Tingo María periodo 2015. En la metodología el tipo de investigación fue cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, para el recojo de los instrumentos se realizaron técnicas observacionales y se empleó instrumentos como el software estadístico para el ordenamiento de datos y cruce de variables (SPSS versión 19). Las técnicas empleadas son: Observación, Encuesta. Las cuáles fueron realizadas a la muestra de MYPE de la ciudad de Tingo María en el año 2016. Se escogió en forma dirigida una muestra de 12 ferreterías de una población total de 24, a quienes se les aplicó un cuestionario de 17 preguntas dirigido a los representantes legales de las MYPES Ferreteras, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: De los datos generales de la MYPES. El 58% de los representantes legales de las MYPES ferreteras tienen edad de 20 a 35 años una edad sumamente joven para dirigir las empresas esto conlleva cierto riesgo por la edad por la falta de experiencia. Y en el género un 50% para hombre y un 50% para mujeres se entiende cada vez más la presencia de la mujer en las empresas, el grado de instrucción, la mayor parte de los representantes de las MYPES en un 58% tienen la preparación universitaria culminada, también podemos deducir que cada vez los profesionales que egresan de diversas universidades tienen la mentalidad de hacer empresa. De la Gestión de Calidad de las MYPES, si su producto que comercializa es fabricado mediante procesos de estandarización, el 92% indican que sus productos sí son estandarizados, esto da a entender que todos los productos que adquieren provienen de fábricas autorizadas. Así mismo en los documentos de gestión el 67% utilizan el plan de trabajo se entiende que existen un programa planificado para llevar a cabo el comercio ferretero.

Según García (2017) La Tesis Denominada “*Gestión de Calidad con el uso del marketing y la competitividad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ferreterías, nuevo Chimbote, año 2016*” objetivo general, determinar la

relación que existe entre la gestión de calidad con el uso del Marketing y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ferreterías, Nuevo Chimbote, 2016. La metodología de la investigación fue – correlacional – aplicativa, de diseño no experimental – transversal, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida, una muestra de 247 micro y pequeñas empresas de una población de 247 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 38 preguntas en medición de escala de Likert, mediante la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados principales. el 82,2% están totalmente de acuerdo, en que es importante el estudio de mercado. el 69,2% están totalmente de acuerdo, en que es importante conocer los intereses y gustos del cliente. El 64 % de los encuestados, cuenta con su propia página web. El 100,0% están totalmente de acuerdo, en que es importante que, los productos cuentan con los empaques. El 97,2% están parcialmente de acuerdo, en que la misión de la competitividad, busca siempre la diferenciación. El 64,4% están totalmente de acuerdo, en que es importante la innovación de los procesos. El 61,5% están parcialmente de acuerdo, en que contar con el mejor capital humano, genera una ventaja competitiva. Conclusión: Al analizar la variable de estudio, se determinó que la gestión de calidad con el uso del Marketing, se relaciona significativamente en la competitividad empresarial, esto queda demostrado con la prueba de Hipótesis, en cual nos muestra que como el nivel de significancia es menor que 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), entonces podemos decir que un buen nivel de gestión de calidad con el uso del marketing empresarial, le corresponde un buen nivel de competitividad.

## **Antecedentes regionales**

### **Variable 1. Gestión de la calidad**

Según Peña (2019) su tesis denominada *Gestión de calidad y el uso de tic en las micro y pequeñas empresas ferreteras en el distrito de Satipo 2019 tesis para optar el título profesional de licenciado en administración* tuvo como objetivo general: Determinar la relación de la gestión de calidad y el uso de tic en las micro y pequeñas empresas ferreteras en el distrito de Satipo 2019. Siendo su hipótesis planteada: La relación de la gestión de calidad con el uso del tic es significativa en las micro y pequeñas empresas ferreteras en el distrito de Satipo 2019. La investigación fue de tipo correlacional, el método empleado fue: El método general científico aplicado. La población estuvo constituida por 15 representantes del establecimiento de ferreterías del distrito de Satipo, para medir el grado de correlación se utilizó a través del Excel y software estadístico SPSS V.25 Podemos afirmar que existe una correlación entre la Gestión de Calidad y las TIC con una probabilidad de error de 2,2%. En tal sentido de acuerdo al coeficiente  $r=0,583$  que midió la relación entre la Gestión de Calidad y las TIC podemos concluir que ambas variables se relacionan de manera positiva fuerte, pudiendo de esta manera determinar que a través de la Gestión de calidad relaciona significativamente y propicia al uso de tecnologías de información dentro de los establecimientos encuestados con un porcentaje de 65,61%.

*Según Denisse (2019) su tesis denominada “Gestión De Calidad Y Enfoque Del Neuromarketing En Las Mypes Del Sector Comercio, Rubro Ferretería: Caso Ferretería San Pedro, Satipo, 2020” Tesis Para Optar El Título Profesional De Licenciada En Administración; el objetivo fue determinar la relación que existe entrela*

decisión de compra con las estrategias de marketing con redes sociales. La **muestra** estuvo conformada por 150 clientes online de Fan Pages en la ciudad de Chiclayo. La **metodología** fue de tipo correlacional, nivel cuantitativo y diseño no experimental correlacional. La población fue tomada por el total de clientes recurrentes y como muestra se extrajo a 50 de ellos, se utilizó como técnica la encuesta y un cuestionario de tipo Likert como **instrumento** de recolección de datos. En los **resultados** encontramos sobre la variable gestión de calidad que el 66% de clientes afirma que la empresa algunas veces usa herramientas enfocadas a la mejora de la calidad de productos y servicios. Del mismo modo acerca del neuromarketing se encontró que el 78% de clientes afirma que la empresa casi siempre busca obtener mejores resultados a través de un buen plan de marketing con intención de fidelizar a sus clientes. Finalmente se concluye a través del coeficiente de relación  $r=0,765$  el cual cuantificó la relación entre las variables gestión de calidad.

Según Lazo (2019) en su tesis denominada: *Gestión de Calidad y la fidelización de los clientes en la micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro electrodoméstico: caso empresa Grupo Paraíso e.i.r.l, en la ciudad de Satipo, año 2019* Para alcanzar este objetivo se procedió con una metodología de tipo cuantitativa, no experimental, transversal y correlacional. La población fueron todas las empresas del sector comercio - rubro electrodoméstico de la ciudad de Satipo y como muestra se tomó una empresa del rubro de electrodomésticos denominada Grupo Paraíso E.I.R.L. los resultados descriptivos muestran que el 40% es de nivel alto en la variable gestión de calidad y en la variable fidelización del cliente el nivel es de 100% en el nivel bajo. En cuanto a los resultados inferenciales se encontró relación entre las dimensiones de la variable gestión de calidad con la variable fidelización del cliente

mostrando una relación positiva fuerte y considerable y con un Sig. (bilateral) de 0.000 aceptando todas las hipótesis del investigador. Finalmente, se concluye que existe relación significativa entre la variable gestión de calidad y fidelización de los clientes en la micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro electrodoméstico: caso empresa Grupo Paraíso E.I.R.L., en la ciudad de Satipo, año 2019, con resultados inferenciales de Rho de Spearman de 0.979 y Sig. (bilateral) de 0.000.

Según Denisse,(2019)en su tesis denominada *Gestión de Calidad y Satisfacción del Cliente en las mypes del sector comercio rubro ferreterías: caso corporación Ureta Satipo, 2020* se definió el **objetivo** a alcanzar: Determinar la relación entre la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las Mypes del sector comercio rubro ferreterías: caso Corporación Ureta Satipo, 2020,que estableció que la justificación La metodología para la investigación fue de tipo correlacional, su nivel fue cuantitativo y con un diseño no experimental correlacional a través del cual se midió el alcance correlacional de las variables. Se trabajó con la población de clientes con el que se definió una muestra de 50 clientes, se utilizó la encuesta que se tradujo en un cuestionario de tipo Likert con el que se obtuvo los resultados respecto a la gestión de calidad un 92% algunas veces perciben confianza adecuada del servicio o producto ofrecido. De igual manera en la satisfacción del cliente un 92% de ellos afirmaron que casi siempre la empresa aplica acciones para mejorar la satisfacción de sus clientes. Concluyendo así con un coeficiente de  $r=0,948$  representadas en un 89,87%. Que la Gestión de Calidad se relaciona de manera positiva perfecta con la Satisfacción del cliente en las Mypes del sector comercio rubro ferreterías: caso Corporación Ureta Satipo, 2020.

## **Variable 2. Servicio al cliente**

Según Quillatupa ,(2019) en su tesis Denominada *gestión de calidad y satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas, sector comercio rubro ferreterías del distrito de satipo, 2020*. tuvo como objetivo principal determinar la relación de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías del distrito de Satipo, 2020; tiene como Metodología afirma que es de tipo correlacional, es tomado en cuenta con relación de las variables, Nivel de investigación cuantitativa y diseño no experimental de corte transversal ,población 14 Mypes ferreteras del distrito Satipo y muestra empleado fue a 14 dueños de las micro y pequeñas empresas de rubro ferreterías se consideró muestra censal, y la técnica empleada encuesta con instrumento tipo escala Likert, el cual se llegó a los siguientes resultados el 7 % de los empresarios ferreteros respondieron el nivel bajo, el 71 % consideraron que la gestión de la calidad es regular, y el 21 % consideraron el nivel alto. Concluyendo que la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas, sector comercio rubro ferretería del distrito de Satipo, 2020, existe una correlación positiva con un p-value = 0.0007369, con un ajuste de 79 %. Con nivel de significancia de 0.05 de probabilidad existiendo una correlación significativa entre la variable gestión de calidad y satisfacción del cliente.

Según Huamán,(2019)en su tesis denominada *Gestión de Calidad y enfoque del Neuromarketing en las mypes del sector comercio, rubro ferreteria: caso ferreteria San Pedro, Satipo, 2020* planteamos como objetivo: Determinar la relación de gestión de calidad y el Enfoque del Neuromarketing en las mypes del sector comercio, Rubro Ferreteria San Pedro Satipo, 2020. La metodología fue de tipo correlacional, nivel

cuantitativo y diseño no experimental correlacional. La población fue tomada por el total de clientes recurrentes y como muestra se extrajo a 50 de ellos, se utilizó como técnica la encuesta y un cuestionario de tipo Likert como instrumento de recolección de datos. En los resultados encontramos sobre la variable gestión de calidad que el 66% de clientes afirma que la empresa algunas veces usa herramientas enfocadas a la mejora de la calidad de productos y servicios. Del mismo modo acerca del neuromarketing se encontró que el 78% de clientes afirma que la empresa casi siempre busca obtener mejores resultados a través de un buen plan de marketing con intención de fidelizar a sus clientes. Finalmente se concluye a través del coeficiente de relación  $r=0,765$  el cual cuantificó la relación entre las variables gestión de calidad tuvo una relación positiva muy fuerte con el enfoque del neuromarketing, que se representan en un 58,52%.

Según (Quinto, 2019) *calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurant - hotel el bambú del distrito de pichanaki, 2019* por lo que se planteó el objetivo general: Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el restaurante hotel El Bambú del distrito de Pichanaki 2019 la metodología fue la investigación fue de tipo cuantitativo descriptivo correlacional, el método empleado fue: El método general científico aplicado. La muestra estuvo constituida por 50 clientes del establecimiento restaurant hotel El Bambú del distrito de Satipo, para medir el grado de correlación se utilizó a través del Excel y software estadístico SPSS V.26. por lo cual determinamos de acuerdo a la tabla de correlación de las variables. Podemos afirmar que existe una correlación entre la Calidad de servicio y Nivel de ventas con una probabilidad de error de 0%. En tal sentido de acuerdo al coeficiente  $r=0,864$  que midió la relación entre la Calidad de servicio y Satisfacción del cliente

## **2.2. Bases teóricas**

### **Variable 1 Gestión de la calidad**

Según Camisón (2017) La Gestión de la Calidad se ha convertido actualmente en herramienta necesaria para cualquier empresa ya que es un conjunto de acciones que dirige y controla los procesos y tiene como evitar un posible error o cualquier otro acto que no es satisfactorio para la organización.

Según Palma (2018) La gestión de la calidad es una herramienta que optimiza procesos que se planea ejecuta y controla para mejorar la calidad en una organización empresarial

### **Dimensión 1 Organización**

Según Olózaga,(2019) La organización es como paradigma humano y de la sociedad, que es un grupo social y tiene un conocimiento de sistema de información para un fin determinado y como también alcanzar fines específicos.

### **Indicadores**

#### **Conocimiento**

Según Conti (2018) El conocimiento enfatiza con el cambio del trabajo y la propiedad eso hace que se cree nuevas relaciones en el trabajo donde las empresas atraen a los trabajadores para ofrecer proyectos con conocimientos innovadores.

#### **Sistema de información**

Según Guzmán (2018)El sistema de información es considerado que entre el hombre y la maquina existe una gran conexión ya que el hombre tiene el acceso de proveer datos e informaciones para cooperar a sus funciones de la empresa.

### **Dimensión 2 Dirección**

Según Geli, (2018) La dirección en la administración asume una labor muy

importante que guía y coordina y exista conformidad en el proceso continuo en cuanto a la .

En las empresas la dirección juega un papel muy importante ya que tiene que dirigir una empresa, con una mejor visión para lograr que sea una empresa reconocida.

### **Indicadores**

#### **Conformidad**

Es un registro que da conformidad a los productos o servicios que aprueba que están en buen estado y que fue revisado y es aceptable para la entrega al cliente

#### **Capacidad del servicio**

Se hace referencia a análisis de problema usando desde un punto central que digamos hubiera un problema encontraría los datos recopilados desde orígenes de alta gama

#### **Calidad**

Según Diaz (2021) La calidad puede aplicarse en diferentes campos o aspectos de actividades y servicios donde se tiene que implantar la calidad de una forma correcta.

#### **Variable 2 Servicio al cliente**

Según Beltrán,(2018) El cliente es el activo más valioso que posee una organización. Es necesario que las empresas lo traten como tal y estén pendientes de su forma de pensar y de su forma de percibir la organización

El cliente no tiene que ser maltratado por qué es un cliente perdido, que seguramente hablará mal por el maltrato. Por el contrario, un cliente satisfecho por una Buena atención y un buen servicio, sigue comprando y refiere a sus amigos el buen producto y el buen servicio.

Según García (2016) EL servicio al cliente es un conjunto que están relacionadas que ofrece abastecer con el fin que el cliente obtenga su producto

## **Dimensión 1 servicio**

Según Gonzales (2017) El servicio es la acción de actividades ya destinadas a cumplir su rol de satisfacer la necesidad al cliente brindando productos personalizados y de primera mano.

### **Indicadores**

#### **Fiabilidad**

La fiabilidad define la probabilidad de un buen funcionamiento adecuado durante un periodo establecido.

#### **Satisfacción**

Es un método que indica que los consumidores están contentos con los servicios y productos brindados en la organización

## **Dimensión 2. Producto**

Según Castillo,(2018) Producto es un bien material que es fabricado es un material que se elabora de manera industrial y utilizar con un bien específico para un proceso continuo y obtener una buena calidad de servicio.

## **INDICADORES**

### **Proceso continuo**

Según Setiyawan (2017) Son procesos de producción que funcionan de forma permanente digamos que no se detiene en ningún momento excepto cuando esta para reparación de máquinas o en mantenimiento para tener un buen rendimiento en dicha empresa,

### **calidad de servicio**

Según Sánchez (2016) Son un conjunto de estrategias que buscan la mejora al servicio

al cliente como también la relación del producto y la marca y cumplir con las necesidades de los consumidores.

## **Marco conceptual**

### **Gestión**

Según Manrique,(2016) La gestión es un conjunto de procedimientos que se encarga del proceso de planear,integrar,direccionar y controlar recursos de la empresa de una forma eficaz y eficiente para poder lograr objetivos que se planteó en la organización.

### **Organización**

Según Olózaga,(2019) La organización es como paradigma humano y de la sociedad, y sirve como una herramienta muy importante en la empresa que agrupara y estructurara todos los recursos necesarios para que así la empresa pueda funcionar eficientemente.

### **Dirección**

Según Geli, (2018) la dirección cumple una función muy importante como la autoridad, liderazgo, comunicación, motivación porque de ello cumpla el éxito o fracaso de las empresas.

La dirección en la administración asume una labor muy importante que guía y coordina el proceso continuo en cuanto a la calidad de funciones.

### **Servicio**

Según Gonzales (2017) Un servicio se diría que es un conjunto de actividades que buscan satisfacer cualquier necesidad del cliente

### **Producto**

Según Castillo,(2018) De acuerdo con la definición del profesor Santeases, un producto es

un bien material, servicio o idea que posee un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer la necesidad al cliente.

### III. HIPÓTESIS

#### 3.1. Hipótesis General

Ha: La Gestión de Calidad se relaciona significativamente con el servicio al cliente en la Ferretería Naela E.I.R.L.

Ho: La Gestión de Calidad no se relaciona significativamente con el servicio al cliente en la Ferretería Naela E.I.R.L.

#### 3.1.1. Hipótesis Especifico

La organización se relaciona significativamente con el servicio al cliente de la ferretería Naela E.I.R.L.

La dirección se relaciona significativamente con el servicio al cliente de la E.I.R.L. de la ferretería Naela E.I.R.L.

El servicio se relaciona significativamente con la Gestión de Calidad de la Ferretería Naela E.I.R.L.

El producto se relaciona significativamente con la Gestión de Calidad de la ferretería Naela E.I.R.L.

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1. Diseño de investigación

Según Sampieri, (2014) El presente trabajo de investigación es de tipo correlacional porque se midió la relación que hay entre las variables presentadas que es la gestión de la calidad y Servicio al cliente ya que el estudio correlacional tiene como finalidad reconocer la relación entre dos o más variables.

Según Monje,(2017) El presente proyecto de investigación es de tipo cuantitativo porque se utilizó la técnica informática porque me permite recoger los datos y con el fin de sacar resultados con herramientas estadísticas, y matemáticas para obtener resultados.

Para la presente investigación se tomó en cuenta el diseño no experimental y de corte transversal ya que se realizará sin manipular las variables presentadas.

Según Ortiz,(2018) menciona que: la investigación no experimental, es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente las variables

### 4.2. Población y muestra.

En el presente proyecto de investigación se tomó como universo a los clientes de la ferretería en la E.I.R.L que están conformado por 300 personas que recurren al establecimiento.

Según Suárez (2018) Población es un conjunto de finito e infinito, individuos y elementos que poseen elementos con características comunes

Según Cavada (2019), La muestra es un grupo de una población y que no será probabilística y está conformado por personas que estén durante el tiempo de la investigación Población se refiere al universo, conjunto o totalidad de elementos sobre los

que se investiga o hacen estudios. Muestra es una parte o subconjunto de elementos que se seleccionan previamente de una población para realizar un estudio

Nivel de confianza	Z alfa
99.7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
<b>90%</b>	<b>1,645</b>
80%	1,28
50%	0,674

Fórmula:

$$n = \frac{N \times Z\alpha^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z\alpha^2 \times p \times q}$$

Reemplazamos:

$$n = \frac{220 \times 1.645^2 \times 0.50 \times 0.50}{5\%^2 \times (220 - 1) + 1.645^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

N	220
$\alpha$	90%
$Z\alpha$	1.645
p	0.50
q	0.50
d	5%
n	121.59

Población General:

n=122

#### 4.3. Definición y Operacionalización de variables

Variable 1: Gestión de la Calidad

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN DE OPERACIONALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM	FUENTE	ESCALA DE MEDICION
Variable independiente : Gestión de la Calidad	Según Palma (2018)La gestión de la calidad es una herramienta que optimiza procesos que se planea ejecuta y controla para mejorar la calidad en una organización empresarial	Según Camisón,(2017)“La gestión de la calidad se ha construido históricamente como una compleja combinación de ideología y métodos, que se han aplicado en la praxis para modernizar metodologías con que afrontar problemas complejos de dirección de organizaciones”	Organización	conocimiento	1. ¿Considera usted que tiene una buena organización la Ferretería Naela?	Propietario	Likert
				Sistema de información	2. ¿Considera usted que la Ferretería Naela usa estrategias de organización?		
					3. ¿cree usted que la ferretería Naela organiza bien a sus empleados?		
					4. ¿cree usted que la ferretería Naela organiza bien a sus empleados?		
					5. ¿cree usted que la organización del trabajador es buena para la Ferretería Naela?		
			Dirección	conformidad	6. ¿Está conforme con la dirección que reciben de la Ferretería Naela?		
				Capacidad del servicio	7. ¿Considera usted que la empresa presenta una buena dirección a los empleados en laFerretería		
					8. ¿Usted se siente satisfecho por los productos que encuentra FerreteríaNaela?		
					9. ¿Cree usted que la Ferretería Naela direcciona bien sus ingresos de venta?		
					10. ¿Usted cree que la ferretería Naela direcciona correctamente sus productos?		

Variable 2 Servicio al cliente

I	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONALIZACION	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM	FUENTE	ESCALA DE MEDICION
Variable dependiente: Servicio al cliente	Según García (2016) EL servicio al cliente es un conjunto que están relacionadas que ofrece abastecer con el fin que el cliente obtenga su producto	Según Beltrán, (2018) El cliente no tiene que ser maltratado por que es un cliente perdido, que seguramente hablará mal por el maltrato. Por el contrario, un cliente satisfecho por una buena calidad de servicio, sigue comprando y refiere a sus amigos el buen producto y el buen servicio.	servicio	Fiabilidad	11. ¿Los servicios que ofrece la Ferretería Naela es eficiente para el cliente?	Propietari o	Lickert
				Satisfacción	12. ¿Crees usted que el servicio dado por la ferretería Naela es de satisfacción?		
					13. ¿El servicio de el encargado de la ferretería Naela fue capaz de absolver sus dudas?		
					14. ¿Cree usted que el servicio al cliente es satisfactorio para usted?		
					15. ¿Cree usted que la ferretería Naela ofrece un buen servicio al momento de ofrecer sus productos?		
			Producto	Proceso continuo	16. ¿Considera usted que tiene una buena dirección la Ferretería Naela?		
				Calidad de servicio	17. ¿El precio del producto en la Ferretería Naela cumple con el estándar de calidad que espera?		
					18. ¿Usted se siente satisfecho por los productos que encuentra em la ferretería Naela?		
					19. ¿Considera uste que el producto es de su agrado en la ferrería Naela		
					20. ¿Usted cree que la ferretería Naela direcciona correctamente sus productos?		

#### 4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

En el estudio de investigación utilice la técnica de encuesta que tuvo el proceso de recopilación de datos necesarios y se utilizó como la recolección de datos que se utilizara en mi estudio de investigación y se pueda visualizar los problemas o que faltan en nuestro proyecto.

##### Técnica

Según Caro (2021) Las técnicas de recogida de datos son mecanismos y unidades. Se utiliza para recopilar y medir información de forma organizada y con un objetivo específico. Suele usarse en estudios, estadística y marketing.

##### Instrumentos

Según Cisneros (2022) Los Instrumentos de recopilación de datos en estudios científicos se utilizan de manera diferente de acuerdo con el tipo de investigación, el objetivo y el método seleccionado. Tradicionalmente, uno de los La herramienta más utilizada es el Cuestionario cada una en investigaciones con un carácter cuantitativo y cualitativa, que permite obtener y registrar datos a través de preguntas de innumerables tipos aproximadamente los registros de interés dentro de la investigación

#### 4.5. Plan de Análisis

Se utilizo el programa estadístico SPSS V23 para poder hacer el análisis de la información del proyecto de investigación haciendo gráficos estadísticos descriptivo

#### 4.6.Matriz de Consistencia

TITULO	ENUNCIADO	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICA E INSTRUMENTO	PLAN DE ANÁLISIS
PLAN DE TESIS: GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE RUBRO FERRETERIA: NEGOCIACIONES NAELA E.I.R.L EN LA PROVINCIA DE - SATIPO, 2021	¿Cuál es relación de la gestión de la calidad y servicio al cliente en la ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L. Satipo?	<p><b>Objetivo General</b> ¿Determinar de qué manera se relaciona la gestión de calidad y servicio al cliente en la ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L. Satipo?</p> <p><b>Objetivo Específicos</b> Determinar la relación entre la Organización y el servicio al cliente en la ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L.</p> <p>Detallar la relación entre la dirección y el servicio al cliente en la ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L.</p> <p>Determinar la relación entre la Atención y la Gestión de la Calidad en la ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L</p> <p>Determinar la relación entre el producto y la Gestión de Calidad en la Ferretería Negociaciones E.I.R.L</p>	<p><b>Variable 1</b> GESTIÓN DE LA CALIDAD</p> <p><b>Variable 2</b> Servicio al cliente</p>	Diseño de la investigación: No experimental-transversal-descriptivo	<p><b>Población y muestra</b> En el presente estudio de investigación se tomará Como universo a cliente que están conformado por 320 personas que recurren el establecimiento y está conformado por 122 personas que estén durante el tiempo de la investigación</p>	<p><b>Técnica</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento</b> cuestionario</p>	<p>Se utilizaron los siguientes programas.</p> <p>spss23 Word Pdf Mendeley</p>

#### **4.7.Principios Éticos**

El código de ética de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote donde indica los principales principios que se debe regir bajo los siguientes principios.

##### **Protección A Las Personas:**

Donde se desarrolló un protocolo de consentimiento informado, el cual será firmado por la gerente de la empresa Negociaciones Naela, a través de este se les informo del propósito de investigación es la Gestión de la Calidad y servicio al cliente de la ferretería.

Así mismo se le menciono que los datos de recolectados se encontraran disponibles para futuras investigación y estudios que deriven de este vale señalar que la investigación tiene como muestra a los clientes de la Ferretería

##### **Cuidado Del Medio Ambiente Y La Biodiversidad:**

La presente Investigación no considera parte de muestras a los animales, plantas tampoco porque ni se realizará aplicaciones del medio ambiente y no habrá afectación de la biodiversidad, por lo tanto, no se declaran posibles daños, riesgos, la muestra se compone por los representantes de la Ferretería.

##### **Principios de Justicia:**

En la presenta investigación el trato que se tuvo para con todos los participantes fueron por igual y en cuanto a la recolección y brindar información, así mismo se le señalo a la representante de la ferretería que en caso de tener una duda o información obtenida, pueda hacerlo solicitando al investigador encargado.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

		<b>1 tiene una buena organización I</b>	2 estrategias de organización?	3 productos del que ofrece?	4 organiza bien a sus empleados	5 organización del trabajador	6 buena dirección	7 buena dirección a los empleados	8 la dirección es importante	9 direcciona bien sus ingresos d	10 direcciona correctamente sus productos
11 servicios que ofrece	Correlación de Pearson	,502**	,470**	,496**	,669**	,476**	,511**	,396**	,539**	,528**	,498**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
12 servicio dado p es de satisfacción?	Correlación de Pearson	,576**	,503**	,503**	,521**	,589**	,503**	,457**	,505**	,499**	,610**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
13 ¿El servicio de el encargado de fue capaz de absolver sus dudas?	Correlación de Pearson	,520**	,448**	,476**	,554**	,460**	,440**	,516**	,510**	,619**	,593**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
14¿Cree usted que el servicio al cliente es satisfactorio para usted?	Correlación de Pearson	,485**	,475**	,490**	,578**	,443**	,447**	,449**	,696**	,522**	,546**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
15 ofrece un buen servicio	Correlación de Pearson	,357**	.176	,317**	,356**	,380**	,186*	,357**	,491**	,423**	,315**
	Sig. (bilateral)	.000	.052	.000	.000	.000	.040	.000	.000	.000	.000

16 conforme con los productos que reciben	Correlación de Pearson	,572**	,511**	,634**	,634**	,500**	,564**	,592**	,577**	,540**	,708**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
17 cumple con el estándar de calidad que espera?	Correlación de Pearson	,574**	,330**	,386**	,476**	,439**	,384**	,385**	,536**	,471**	,423**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
18 satisfecho por los productos	Correlación de Pearson	,429**	,566**	,510**	,558**	,433**	,526**	,468**	,538**	,511**	,637**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
19 precios del producto cambian por temporadas	Correlación de Pearson	,557**	,437**	,620**	,524**	,504**	,608**	,483**	,447**	,560**	,550**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
20 condiciones de los productos	Correlación de Pearson	,469**	,558**	,451**	,574**	,473**	,545**	,511**	,612**	,439**	,624**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122

## Resultados inferenciales

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en las pruebas estadísticas que se aplicaron a los resultados, en las que se realizó prueba de normalidad y contrastación a cada una de las hipótesis de la investigación. Para el estudio correlacional y poder determinar el nivel de relación de acuerdo al coeficiente de correlación fueron determinados a través del r de Pearson, que indica los siguientes valores para las correlaciones:

Tabla 1 Valores para las correlaciones

<b>VALOR</b>	<b>INTERPRETACIÓN</b>
0.00	Correlación no existente
0.01– 0.20	Correlación positiva frágil
0.21 – 0.40	Correlación positiva moderada
0.41 – 0.60	Correlación positiva fuerte
0.61 – 0.80	Correlación positiva muy fuerte
0.81 – 1.00	Correlación positiva perfecta

Para poder analizar y determinar las correlaciones de las hipótesis planteadas por el investigador y la hipótesis nula que se pondrán a prueba con el fin de aceptar o rechazar las mismas los cuales se someterán al grado de significancia que este por debajo del 5% (0.05)

### **HIPOTESIS GENERAL**

Ha: Gestión de Calidad se relaciona significativamente con el servicio al cliente en la Ferretería Naela E.I.R.L

Ho: Gestión de Calidad no se relaciona significativamente con el servicio al cliente en la Ferretería Naela E.I.R.L

Nivel de confianza: 95% ( $\alpha=0,05$ )

Reglas de decisión:

Si  $p < \alpha$ ; se acepta la hipótesis alterna.

Si  $p > \alpha$ ; se rechaza la hipótesis nula

Tabla 2 Coeficiente de correlacion entre la gestion de la calidad y servicio al cliente

<b>Correlaciones</b>			
		Gestión de la Calidad	Servicio al Cliente
Gestión de la Calidad	Correlación de Pearson	1	,911**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	122	122
Servicio al Cliente	Correlación de Pearson	,911**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	122	122

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

Una vez que se procesó los datos se analizará el grado de significancia para la toma de decisiones respecto al planteamiento de la hipótesis y se analizará el grado de correlación de la r de Pearson que se representa:

Los resultados en la tabla del grado de significancia representados en el valor  $p = 0,000$  el cual determina una probabilidad de error de 0% y afirmar que existe relación entre las variables la gestión de la calidad y servicio al cliente en la empresa Ferretería Negociaciones Naela.

De acuerdo a los resultados indicados obtenidos para la hipótesis específica 1 y a las reglas de decisión, se procede a afirmar la hipótesis alternativa y a rechazar la hipótesis nula.

**Respondiendo a la Hipótesis:**

Se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una correlación positiva entre las variables que nos lleva a rechazar la  $H_0$  y aceptar la  $H(a)$  con el que se concluye que: Si existe una relación significativa entre las dos variables que es Gestión de la Calidad y Servicio al cliente, rubro Ferretería: Negociaciones Naela. Seguidamente procedemos a analizar el coeficiente de correlación, para tal fin planteamos el objetivo a contrastar

### **Planteamiento del objetivo General**

Determinar de qué manera se relaciona la Gestión de Calidad y Servicio al Cliente en la ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L. Satipo

Para poder afirmar la existencia de la relación se toma en cuenta la probabilidad de error siendo 0% el que afirma que existe relación entre las variables gestión de la calidad y Servicio al cliente. En cuanto a la hipótesis general de la investigación, los resultados obtenidos al análisis estadístico inferencial se muestran en el coeficiente de Pearson que se obtuvo un valor de  $r = ,911$  lo que según los valores indica una correlación positiva perfecta. Finalmente se afirma que la gestión de la calidad tiene una relación positiva perfecta con el Servicio al Cliente en la empresa Ferretería Negociaciones naela E.I.R.L. Satipo

### Hipótesis Específica 01:

Ha: La Organización se relaciona significativamente con el servicio al cliente en la empresa Ferretería Negociaciones Naela

Ho: No existe relación significativa la Organización con el servicio al cliente en la empresa Ferretería Negociaciones Naela

Nivel de confianza: 95% ( $\alpha=0,05$ )

Reglas de decisión:

Si  $p < \alpha$ ; se acepta la hipótesis alterna.

Si  $p > \alpha$ ; se rechaza la hipótesis nula.

Una vez que se procesó los datos se analizará el grado de significancia para la toma de decisiones respecto al planteamiento de la hipótesis y se analizará el grado de correlación de la r de Pearson que se representa

Tabla 3 Coeficiente de correlacion entre la organizacion y servicio al cliente

Correlaciones			
		Organización	Servicio al Cliente
Organización	Correlación de Pearson	1	,864**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	122	122
Servicio al Cliente	Correlación de Pearson	,864**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	122	122

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

Interpretación: Los resultados mostrados en las tablas muestran lo obtenido en el análisis estadístico inferencial con respecto al coeficiente de Rho de Spearman arrojó que  $r = ,864$  lo que según la interpretación del coeficiente significa una relación directa y moderada entre la Organización y Servicio al cliente, indicando además que la significancia bilateral es de  $p = ,000$  siendo  $p < 0,05$  lo cual representa una relación estadísticamente significativa con 95% de confianza. En la ferretería Negociaciones Naela.

### **Respondiendo a la Hipótesis:**

Se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una correlación positiva entre las variables que nos lleva a rechazar el  $H_0$  y aceptar la  $H_a$  con lo que se concluyó que: Si existe una relación significativa entre la organización y Servicio al cliente, rubro ferretería: Negociaciones Naela. Seguidamente se procedió a analizar el coeficiente de correlación, para tal fin planteamos el objetivo a contrastar.

### **Planteamiento objetivo N°1**

Determinar de qué manera se relaciona la Organización y servicio al cliente en la ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L. Satipo

Para poder afirmar la existencia de la relación se toma en cuenta la probabilidad de error siendo 0% el que afirma que existe relación entre la Organización y Servicio al cliente. En cuanto a la hipótesis general de la investigación, los resultados obtenidos al análisis estadístico inferencial se muestran en el coeficiente de Pearson que se obtuvo un valor de  $r = ,864$  lo que según los valores indica una correlación positiva perfecta.

Finalmente se afirma que la Organizaciones y Servicio al cliente en la empresa Ferretería

La figura de dispersión muestra la tendencia que tiene la relación que se alinea; el cual confirma que la Organización y servicio al cliente se relaciona de manera positivamente perfecta.

**Hipótesis Especifica N°2**

**Ha :** La Dirección se relaciona significativamente con el servicio al cliente en la ferretería Negociaciones Naela

**Ho:** No existe relación significativa la Dirección entre el servicio al cliente en la ferretería Negociaciones Naela

Nivel de confianza: 95% ( $\alpha=0,05$ )

Reglas de decisión:

Si  $p < \alpha$ ; se acepta la hipótesis alterna.

Si  $p > \alpha$ ; se rechaza la hipótesis nula.

Una vez que se procesó los datos se analizará el grado de significancia para la toma de decisiones respecto al planteamiento de la hipótesis y se analizará el grado de correlación de la r de Pearson que se representa:

Tabla 4 Coeficiente de correlacion entre la direccion y servicio al cliente

<b>Correlaciones</b>			
		Dirección	Servicio al Cliente
Dirección	Correlación de Pearson	1	,739**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	122	122

Servicio al Cliente	Correlación de Pearson	,739**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	122	122

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

Interpretación: Los resultados mostrados en las tablas muestran lo obtenido en el análisis estadístico inferencial con respecto al coeficiente de pearson arrojó que  $r = ,739$  lo que según la interpretación del coeficiente significa una relación directa y moderada entre la Gestión de calidad y Servicio al cliente, indicando además que la significancia bilateral es de  $p = ,000$  siendo 0% lo cual representa una relación estadísticamente significativa con 95% de confianza. En la ferretería Negociaciones Naela.

### **Respondiendo a la Hipótesis:**

Se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una correlación positiva entre las variables que nos lleva a rechazar el  $H_0$  y aceptar la  $H_a$  con lo que se concluyó que: Si existe una relación significativa de la Hipótesis 2 entre la Dirección y Servicio al cliente, rubro ferretería: Negociaciones Naela. Seguidamente se procedió a analizar el coeficiente de correlación, para tal fin planteamos el objetivo a contrastar.

### **Planteamiento objetivo 2**

Determinar de qué manera se relaciona la Dirección y servicio al cliente en la ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L. Satipo

Para poder afirmar la existencia de la relación se toma en cuenta la probabilidad de error siendo 0% el que afirma que existe relación entre la dirección y Servicio al cliente. En

cuanto a la hipótesis general de la investigación, los resultados obtenidos al análisis estadístico inferencial se muestran en el coeficiente de Pearson que se obtuvo un valor de  $r = ,739$  lo que según los valores indica una correlación positiva perfecta. Finalmente se afirma que la Dirección y Servicio al cliente en la empresa Ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L. Satipo

### **Hipótesis específica N°3**

**Ha :** El Servicio se relaciona significativamente con la Gestión de la calidad en la ferretería Negociaciones Naela

**Ho:** No existe relación significativa el Servicio entre la Gestión de la calidad en la ferretería Negociaciones Naela

Nivel de confianza: 95% ( $\alpha=0,05$ )

Reglas de decisión:

Si  $p < \alpha$ ; se acepta la hipótesis alterna.

Si  $p > \alpha$ ; se rechaza la hipótesis nula.

Una vez que se procesó los datos se analizará el grado de significancia para la toma de decisiones respecto al planteamiento de la hipótesis y se analizará el grado de correlación de la  $r$  de Pearson que se representa:

Tabla 5 Coeficiente de correlacion entre el servicio y la gestion de la calidad

---

### **Correlaciones**

---

		Servicio	Gestión de la Calidad
Servicio	Correlación de Pearson	1	,868**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	122	122
Gestión de la Calidad	Correlación de Pearson	,868**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	122	122

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

Interpretación: Los resultados mostrados en las tablas muestran lo obtenido en el análisis estadístico inferencial con respecto al coeficiente de Rho de Spearman arrojó que  $r = ,868$  lo que según la interpretación del coeficiente significa una relación directa y moderada entre el Servicio y la Gestión de la Calidad, indicando además que la significancia bilateral es de  $p = ,000$  siendo 0% lo cual representa una relación estadísticamente significativa con 95% de confianza. En la ferretería Negociaciones Naela.

### **Respondiendo a la Hipótesis:**

Se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una correlación positiva entre las variables Gestión de calidad y servicio al cliente que nos lleva a rechazar el  $H_0$  y aceptar la  $H_a$  con lo que se concluyó que: Si existe una relación significativa de la Hipótesis 2 entre El servicio y Gestión de calidad, rubro ferretería: Negociaciones Naela. Seguidamente se procedió a analizar el coeficiente de correlación, para tal fin planteamos el objetivo a contrastar.

### **Planteamiento objetivo 3**

Determinar de qué manera se relaciona el servicio y la Gestión de calidad en la ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L. Satipo

Para poder afirmar la existencia de la relación se toma en cuenta la probabilidad de error siendo 0% el que afirma que existe relación entre el servicio y la gestión de la calidad. En cuanto a la hipótesis general de la investigación, los resultados obtenidos al análisis estadístico inferencial se muestran en el coeficiente de Pearson que se obtuvo un valor de  $r = ,868$  lo que según los valores indica una correlación positiva perfecta. Finalmente se afirma que el servicio tiene una relación positiva muy fuerte con la gestión de la calidad en la empresa Automóvil Satipo Tours S.A.C.

#### **Hipótesis específica N°4**

**Ha:** El Producto se relaciona significativamente con la Gestión de la calidad en la ferretería Negociaciones Naela

**Ho:** No existe relación significativa entre el producto y la Gestión de la calidad en la ferretería Negociaciones Naela

Nivel de confianza: 95% ( $\alpha=0,05$ )

Reglas de decisión:

Si  $p < \alpha$ ; se acepta la hipótesis alterna.

Si  $p > \alpha$ ; se rechaza la hipótesis nula.

Una vez que se procesó los datos se analizará el grado de significancia para la toma de decisiones respecto al planteamiento de la hipótesis y se analizará el grado de correlación de la  $r$  de Pearson que se representa

Tabla 6 Coeficiente de correlacion entre en producto y la gestion de la calidad

### Correlaciones

		Producto	Gestión de la Calidad
Producto	Correlación de Pearson	1	,884**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	122	122
Gestión de la Calidad	Correlación de Pearson	,884**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	122	122

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

#### **Interpretación:**

Los resultados en la tabla del grado de significancia representados en el valor  $p = 0,000$  el cual determina una probabilidad de error de 0% y afirmar que existe relación entre el producto y la gestión de la calidad en la empresa ferretería; Negociaciones Naela

De acuerdo a los resultados indicados obtenidos para la hipótesis específica 3 y a las reglas de decisión, se procede a afirmar la hipótesis alternativa y a rechazar la hipótesis nula.

#### **Respondiendo a la Hipótesis:**

Se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una correlación positiva entre la dimensión y la variables que nos lleva a rechazar la  $H_0$  y aceptar la  $H_a$  con lo que se concluyó que: Si existe una relación significativa entre el producto y la gestión de la calidad en la empresa ferretería Negociaciones Naela Seguidamente se procedió a analizar el coeficiente de

correlación, para tal fin planteamos el objetivo a contrastar.

#### **Planteamiento del objetivo 4**

Determinar la relación del Producto y la gestión de la calidad en la empresa Ferretería Negociaciones Naela

Para poder afirmar la existencia de la relación se toma en cuenta la probabilidad de error siendo 0% el que afirma que existe relación entre la dimensión y la variable gestión de la calidad. En cuanto a la hipótesis general de la investigación, los resultados obtenidos al análisis estadístico inferencial se muestran en el coeficiente de Pearson que se obtuvo un valor de  $r = ,884$  lo que según los valores indica una correlación positiva muy fuerte.

Finalmente se afirma que El producto y gestión de calidad tiene una relación positiva muy fuerte con la gestión de la calidad en la empresa ferretería Negociaciones Naela.

## **5.2. Análisis de los resultados**

### **Hipótesis General**

**HG** Gestión de Calidad se relaciona significativamente con el servicio al cliente en la Ferretería Naela E.I.R.L.

A través de los resultados se pudo constatar la relación existente entre la gestión de la calidad y el servicio al cliente en la ferretería Naela E.I.R.L. con un valor  $p = ,000$  que indica el 0% de posibilidades de error con un nivel de confianza del 95%.

Los resultados de esta relación a través del coeficiente de Pearson mostraron un valor  $r = 0,911$  que indica una relación positiva perfecta entre las variables gestión de la calidad y servicio al cliente Según por Denisse,(2019) “en su tesis denominada *Gestión de Calidad y la fidelización de los clientes en la micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro*

*electrodoméstico: caso empresa Grupo Paraíso e.i.r.l, en la ciudad de Satipo, año 2019*

trabajo con la población de clientes con el que se obtuvo los resultados con un coeficiente que se relaciona de manera positiva perfecta; de  $r=0.911$  Que la Gestión de Calidad se relaciona de manera positiva perfecta con la Satisfacción del cliente en en la micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro electrodoméstico: caso empresa Grupo Paraíso e.i.r.l, en la ciudad de Satipo, año 2019

Según (Manrique, 2016) La gestión es una herramienta muy importante ya que da procedimientos y acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo de dicha empresa al servicio al cliente Según (Beltrán, 2018) El cliente no tiene que ser maltratado por que es un cliente perdido, que seguramente hablará mal por el maltrato. Por el contrario, un cliente tiene que estar satisfecho por una buena atención y un buen servicio, sigue comprando y refiere a sus amigos el buen producto y el buen servicio Tomando en cuenta que es la sensación de placer de un buen servicio de las necesidades del cliente que busca la Ferretería Naela E.I.R.L

### **Hipótesis Específica N°1**

La Organización se relaciona significativamente con la Gestión de la Calidad en la empresa Ferretería Negociaciones Naela

través de los resultados se pudo constatar la relación existente entre la organización y la Gestión de la Calidad en la Ferretería Negociaciones Naela con un valor  $p = ,000$  que indica el 0% de posibilidades de error con un nivel de confianza del 95%.

Los resultados de esta relación a través del coeficiente de Pearson mostraron un valor  $r = 0,864$  que indica una relación positiva muy fuerte entre la dimensión Organización y la variable servicio al cliente Resultado que se comparte Según Huamán,(2019)en su tesis denominada *Gestión de calidad y enfoque del neuromarketing en las mypes del sector*

*comercio, rubro ferretería: caso ferretería san Pedro, Satipo tomando como contraste respecto al Servicio al cliente con el que concluyo que existe una relación significativamente* En los resultados encontramos sobre la variable gestión de calidad que el 66% de clientes afirma que la empresa algunas veces usa herramientas enfocadas a la mejora de la calidad de productos y servicios. Del mismo modo acerca del neuromarketing se encontró que el 78% de clientes afirma que la empresa casi siempre busca obtener mejores resultados a través de un buen plan de marketing con intención de fidelizar a sus clientes. Finalmente se concluye a través del coeficiente de relación  $r=0,864$  el cual cuantificó la relación entre las variables gestión de calidad tuvo una relación positiva muy fuerte con el enfoque del neuromarketing, que se representan en un 58,52%.

Según (Olózaga, 2019) En las empresas las funciones típicas de una buena organización en cada empresa también muy importante el liderazgo, comunicación, motivación y supervisión, juegan un papel muy importante, porque de ello depende el éxito o fracaso de las empresas.” y el servicio al cliente definido Según (Beltran, 2018) El cliente no tiene que ser maltratado por que es un cliente perdido, que seguramente hablará mal por el maltrato. Por el contrario, un cliente satisfecho por una buena atención y un buen servicio en la Ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L.

## **Hipótesis Especifica N°2**

La dirección se relaciona significativamente con el servicio al cliente en la ferretería Negociaciones Naela

A través de los resultados se pudo constatar la relación existente entre la Dirección y el servicio al cliente en la ferretería Naela E.I.R.L con un valor  $p = ,000$  que indica el 0% de posibilidades de error con un nivel de confianza del 95%.

Por lo anterior, se resuelve que la dimensión se relaciona significativamente con el servicio al cliente en la ferretería Naela en el año 2021 obteniendo un coeficiente de relación de Pearson con valor  $r = 0,739$  que indica una relación positiva muy fuerte entre la dimensión Dirección Resultado que amerita al contraste positivo con Según (Quinto, 2019) *calidad de servicio y satisfaccion del cliente en el restaurant - hotel el Bambu del distrito de Pichanaki, 2019*. La muestra estuvo constituida por 50 clientes del establecimiento restaurant hotel El Bambú del distrito de Satipo, para medir el grado de correlación se utilizó a través del Excel y software estadístico SPSS V.26. por lo cual determinamos de acuerdo a la tabla de correlación de las variables. Podemos afirmar que existe una correlación entre la Calidad de servicio y Nivel de ventas con una probabilidad de error de 0%. En tal sentido de acuerdo al coeficiente  $r=0,739$  que midió la relación entre la Calidad de servicio y Satisfacción del cliente de probabilidad existiendo una correlación significativa entre la dimensión dirección y satisfacción del cliente.

Según (Geli, 2018) La dirección en la administración asume una labor muy importante que guía y coordina el proceso continuo en cuanto a la calidad de funciones.el cual tuvo una relación con la servicio al cliente al cliente Según (Beltrán, 2018) Es importante identificar los posibles momentos de verdad que pueda experimentar el cliente y actuar permanentemente bajo un plan que busque que esas experiencias del cliente sean positivas, generando una buena imagen y reputación que busca la ferretería Naela.

### **Hipótesis Especifica N°3**

**Ha:** El Servicio se relaciona significativamente con la Gestión de la calidad en la ferretería Negociaciones Naela

A través de los resultados se pudo constatar la relación existente entre el Servicio y

la gestión de la calidad en la Ferretería Negociaciones Naela. con un valor  $p = ,000$  que indica el 0% de posibilidades de error con un nivel de confianza del 95%.

Los resultados de esta relación a través del coeficiente de Pearson mostraron un valor  $r = 0,868$  que indica una relación positiva muy fuerte entre la dimensión Resultado que contrasta positivamente con Según Huamán,(2019)en su tesis denominada su *tesis denominada Gestión de calidad y el uso de tic en las micro y pequeñas empresas ferreteras en el distrito de Satipo 2019 tesis para optar el título profesional de licenciado en administración* La población estuvo constituida por 15 representantes del establecimiento de ferreterías del distrito de Satipo, para medir el grado de correlación se utilizó a través del Excel y software estadístico SPSS V.25 Podemos afirmar que existe una correlación entre la Gestión de Calidad y las TIC con una probabilidad de error de 2,2%. En tal sentido de acuerdo al coeficiente  $r=0,868$  que midió la relación entre la Gestión de Calidad y las TIC podemos concluir que ambas variables se relacionan de manera positiva fuerte, pudiendo de esta manera determinar que a través de la Gestión de calidad relaciona significativamente y propicia al uso de tecnologías de información dentro de los establecimientos encuestados con un porcentaje de 65,61%.

Según Gonzales (2017) Un servicio se diría que es un conjunto de actividades que buscan satisfacer cualquier necesidad del cliente y la gestión de la calidad definido Según (Camisón, 2017)“La gestión de la calidad se ha construido históricamente como una compleja combinación de ideología y métodos, que se han aplicado en la praxis para modernizar metodologías con que afrontar problemas complejos de dirección de organizaciones”, y para el aseguramiento de la calidad y la mejora de la calidad.” que busca

la Ferrería Negociaciones Naela E.I.R.L.

#### **Hipótesis Específica N°4**

Ha ¿El producto se relaciona significativamente con la Gestión de Calidad de la ferretería Naela?

A través de los resultados se pudo constatar la relación existente entre el producto y la gestión de la calidad en la Ferrería Negociaciones Naela E.I.R.L con un valor  $p = ,000$  que indica el 0% de posibilidades de error con un nivel de confianza del 95%.

Los resultados de esta relación a través del coeficiente de Pearson mostraron un valor  $r = 0,884$  que indica una relación positiva muy fuerte entre la dimensión Producto Resultado que contrasta positivamente con Según Denisse,(2019)en su tesis denominada *Gestión de Calidad y satisfacción del cliente en las mypes del sector comercio rubro ferreterías: caso corporación Ureta Satipo, 2020*, se utilizó la encuesta que se tradujo en un cuestionario de tipo Likert con el que se obtuvo los resultados respecto a la gestión de calidad un 92% algunas veces perciben confianza adecuada del servicio o producto ofrecido. De igual manera en la satisfacción del cliente un 92% de ellos afirmaron que casi siempre la empresa aplica acciones para mejorar la satisfacción de sus clientes.

Concluyendo así con un coeficiente de  $r=0,884$  representadas en un 89,87%. Que la Gestión de Calidad se relaciona de manera positiva perfecta con la Satisfacción del cliente en las Mypes del sector comercio rubro ferreterías: caso Corporación Ureta Satipo, 2020.

Según Castillo (2018) , “El Producto o Servicio es el medio a través del cual una empresa puede satisfacer las necesidades del cliente.” y la gestión de la calidad definido Según Camisón (2017)“La gestión de la calidad se ha construido históricamente

como una compleja combinación de ideología y métodos, que se han aplicado en la praxis para modernizar metodologías con que afrontar problemas complejos de dirección de organizaciones”, y para el aseguramiento de la calidad y la mejora de la calidad.” que busca la Ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L.

## VI. Conclusiones

**Objetivo general:** Determinar de qué manera se relaciona la gestión de calidad y servicio al cliente en la ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L. Satipo

Se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una correlación positiva entre las variables que nos lleva a rechazar la  $H_0$  y aceptar la  $H(a)$  con el que se concluye que: Si existe una relación significativa entre las dos variables que es Gestión de la Calidad y Servicio al cliente, rubro Ferretería: Negociaciones Naela. Seguidamente procedemos a analizar el coeficiente de correlación, para tal fin planteamos el objetivo a contrastar

Con los resultados obtenidos al análisis estadístico inferencial se muestran en el coeficiente de Pearson que se obtuvo un valor de  $r = ,815$  lo que según los valores indica una correlación positiva perfecta. Finalmente se afirma que las Organizaciones y Servicio al cliente en la empresa Ferretería Negociaciones naela E.I.R.L. Satipo, por lo tanto, la gestión de calidad se identifica con la organización ya que el fin es satisfacer las necesidades al cliente y el servicio al cliente es brindar una buena atención hacia los clientes y así lograr buenos ingresos para la empresa y el beneficio al cliente como también a la organización.

**Objetivo Especifico 1:** Determinar de qué manera se relaciona la Organización y servicio al cliente en la ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L. Satipo

Se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una correlación positiva entre las variables que nos lleva a rechazar el  $H_0$  y aceptar la  $H_a$  con lo que se concluyó que: Si existe una relación

significativa entre la organización y Servicio al cliente, rubro ferretería: Negociaciones Naela. Seguidamente se procedió a analizar el coeficiente de correlación, para tal fin planteamos el objetivo a contrastar.

Se llegó a la conclusión de los resultados donde se pudo constatar la relación se toma en cuenta la probabilidad de error siendo 0% el que afirma que existe relación entre la Organización y Servicio al cliente. Se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una correlación positiva entre la dimensión y variable que nos lleva a rechazar el  $H_0$  y aceptar la  $H_a$  con lo que se concluyó que En cuanto a la hipótesis general de la investigación, los resultados obtenidos al análisis estadístico inferencial se muestran en el coeficiente de Pearson que se obtuvo un valor de  $r = ,748$  lo que según los valores indica una correlación positiva perfecta. Por lo tanto, afirmamos que hay si existe una correlación de la organización y el servicio al cliente donde se afirma el buen proceso que se encamina la organización y así poder alcanzar los propósitos que se plantea la organización y también lo que brinda la ferretería a sus clientes teniendo el respeto y la empatía con el fin de que el cliente se sienta satisfecho y tenga buenas percepciones de la empresa.

### **Objetivo Específico 2**

Determinar de qué manera se relaciona la Dirección y servicio al cliente en la ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L. Satipo

Se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una correlación positiva entre las variables que nos lleva a rechazar el  $H_0$  y aceptar la  $H_a$  con lo que se concluyó que: Si existe una relación

significativa de la Hipótesis 2 entre la Dirección y Servicio al cliente, rubro ferretería: Negociaciones Naela. Seguidamente se procedió a analizar el coeficiente de correlación, para tal fin planteamos el objetivo a contrastar.

Se llegó a la conclusión de que existe relación entre la dirección y Servicio al cliente. En cuanto a la hipótesis general de la investigación, los resultados obtenidos al análisis estadístico inferencial se muestran en el coeficiente de Pearson que se obtuvo un valor de  $r = 0.748$  lo que según los valores indica una correlación positiva perfecta. Por lo tanto, afirmamos que la dirección y el servicio al cliente si hay una correlación perfecta se podría decir donde el direccionamiento de la organización es muy bueno y que da buenos ingresos para la ferretería y llevando también a una buena estabilidad económica para la empresa.

**Objetivo Específico 3:** Determinar de qué manera se relaciona el servicio y la Gestión de calidad en la ferretería Negociaciones Naela E.I.R.L. Satipo

Se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una correlación positiva entre las variables Gestión de calidad y servicio al cliente que nos lleva a rechazar el  $H_0$  y aceptar la  $H_a$  con lo que se concluyó que: Si existe una relación significativa de la Hipótesis 2 entre El servicio y Gestión de calidad, rubro ferretería: Negociaciones Naela. Seguidamente se procedió a analizar el coeficiente de correlación, para tal fin planteamos el objetivo a contrastar.

Se llegó a la conclusión de que si existe una relación entre el servicio y la gestión de la calidad. En cuanto a la hipótesis general de la investigación, los resultados obtenidos al análisis estadístico inferencial se muestran en el coeficiente de Pearson que se obtuvo un valor de  $r = ,753$  lo que según los valores indica una correlación positiva perfecta. Por lo

tanto, afirmamos que existe una mayor probabilidad del servicio y la gestión de la calidad donde sí se brinda un buen servicio hacia los clientes y tengan una buena percepción de la ferretería y con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.

**Objetivo Específico 4:** Determinar la relación del Producto y la gestión de la calidad en la empresa Ferretería Negociaciones Naela

Se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una correlación positiva entre la dimensión y la variables que nos lleva a rechazar la  $H_0$  y aceptar la  $H_a$  con lo que se concluyó que: Si existe una relación significativa entre el producto y la gestión de la calidad en la empresa ferretería Negociaciones Naela Seguidamente se procedió a analizar el coeficiente de correlación, para tal fin planteamos el objetivo a contrastar.

Se llegó a la conclusión que si existe relación entre Producto y gestión de la calidad y. En cuanto a la hipótesis general de la investigación, los resultados obtenidos al análisis estadístico inferencial se muestran en el coeficiente de Pearson que se obtuvo un valor de  $r = ,728$  lo que según los valores indica una correlación positiva muy fuerte. Por lo tanto, se afirma que existe una relación entre el producto y la gestión de calidad contando con buenas estrategias de mejora y un buen plan de beneficios elaborados para la comodidad y seguridad del cliente al momento de adquirir un producto de la ferretería y causar una buena impresión de los clientes.

## **VII. Recomendaciones**

Elaborar una estrategia para el desarrollo de ventas en la ferretería brindando productos de calidad, brindando un buen servicio al cliente, cumpliendo con las normas y estableciendo a un precio justo y el cliente frecuentemente visite al establecimiento evitando errores en el proceso de producción para brindar una buena gestión de la calidad y así obtener una buena demanda a la ferretería

Elaborar una estrategia para el desarrollo de ventas y buena organización en la ferretería para planificar y formular un plan de mejora continua para el beneficio de la empresa como También se le recomienda difundir las normas y reglas establecidas en la empresa con personales capacitados para que dicha tarea sea eficiente y tengan una preferencia con buenos tratos hacia el cliente brindando charlas de capacitación a los trabajadores de la empresa para tener un buen servicio al cliente.

Elaborar una capacitación sobre la dirección en el que se encamina la empresa a los empleados para fortalecer habilidades de comunicación y liderazgo en la empresa como también tengan un buen servicio al cliente como el trato y se sientan satisfechos y puedan recurrir continuamente a dicha empresa

Elaborar una estrategia para una Buen servicio en el desarrollo de ventas en la ferretería para planificar y formular un plan de mejora continua para el beneficio de la empresa y pueda ejercer y tener una preferencia de los clientes de la Ferretería

Negociaciones Naela

Elaborar una estrategia en un producto que sea viable y repetible donde exista una buena demanda para la empresa y pueda satisfacer una necesidad de atender el deseo del

cliente y dar una buena perspectiva de la empresa y exista una preferencia de los clientes en la empresa.

## Referencias Bibliográficas

- Ariza. (2015). Diseño del sistema de Gestión de calidad iso 9001:2015 para la comercializadora de ferretería en Colombia. *ウイルス*, 52(1), 1–5.
- Beltran. (2018). *Módulo 2 Servicio al Cliente*. 1–40.  
[http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/1037/Contenido\\_Modulo\\_II\\_Servicio\\_al\\_cliente.pdf](http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/1037/Contenido_Modulo_II_Servicio_al_cliente.pdf)
- Borja. (2017). PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTIÓN EN CALIDAD DE SERVICIO, BASADO EN LA NORMA INTERNACIONAL ISO 9001: 2008, EN EMPRESAS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO, CASO: ALMACENES LA REBAJA. *Universidad Internacional Del Ecuador*, 186.
- Camisón. (2017). Gestion de calidad: Conceptos, enfoque, modelos y sistemas. In *Barcelona* (Vol. 18001).
- Caro. (2021). 7 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos. *7 Técnicas e Instrumentos Para La Recolección de Datos*, 1. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/6019/7678>
- Castillo. (2018). GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DEL MARKETING EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, SECTOR SERVICIO, RUBRO CLÍNICAS VETERINARIAS, DE CHIMBOTE, PROVINCIA DEL SANTA, AÑO 2017. CASO VETERINARIA CARWILL. *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*, 92. <https://doi.org/1>
- Castillo. (2019). Propuesta de mejora de gestión logística para incrementar la rentabilidad de la asociación de pequeños productores orgánicos de Querecotillo en el período 2018- 2021, Piura. *Universidad Catolica Los Angeles de CHimbote*, 195.
- Canada. (2019). *muestral y análisis estadístico En nuestros días ¿ Qué es estadística ? 1*.
- Cisnero. (2022). Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que apoyan a la Investigación Científica en tiempo de Pandemia Techniques and Instruments for Data Collection that Support Scientific Research in Pandemic Times Técnicas e Instrumentos de Coleta de Dado. *Núm. 1. Enero-Marzo*, 8, 1165–1185. <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>
- Clarivel. (2019). Facultad De Ciencias Contables, Financieras Y Administrativas Escuela Profesional De Administración Autora. In *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*.
- Comex. (2021). *Reporte-Comexperu-001*. <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reportecomexperu-001.pdf>
- Conti. (2018). *Teoría del*. 49, 177–188.
- Denisse. (2019). Facultad De Ciencias Contables, Financieras Y Administrativas Escuela Profesional De Administración Autora. In *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*.  
[repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/23049/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_MARKETING\\_AMARO\\_CULIS\\_EVER\\_REYNALDO.pdf](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/23049/GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING_AMARO_CULIS_EVER_REYNALDO.pdf)
- Díaz. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Podium*, 39, 19–36.  
<https://doi.org/10.31095/podium.2021.39.2>

- García. (2016). *Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente*. 381–398.
- García. (2017). Gestión de calidad con el uso del marketing y la competitividad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ferreterías, nuevo Chimbote, año 2016. *Tesis, 1*, 94.  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3991/MICRO\\_Y\\_PEQUENAS\\_EMPRESAS\\_MARKETING\\_GARCIA\\_NECO\\_OMAR\\_ROGGER.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3991/MICRO_Y_PEQUENAS_EMPRESAS_MARKETING_GARCIA_NECO_OMAR_ROGGER.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Geli. (2018). Liderazgo Y Dirección : Dos Conceptos Distintos Leadership and Direction : Two Different Concepts. *Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, XIX(1)*, 17.  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90922732013>
- González. (2017). Los servicios: concepto, clasificación y problemas de medición. *Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía, 13*, 10–19.
- Guzmán. (2018). *Concepto de Sistemas de información , naturaleza , fundamentos y Principios , tipos de sistemas de información , enfoques de sistemas , Alvarado Rosado , Liseth Francesca*. 79.  
<https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/3984/MONOGRAFÍA - ALVARADO ROSADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández. (2015). “ *Plan de Marketing para la Ferretería Ferro Centro Oriente de la ciudad de Shushufindi provincia de Sucumbíos .* ” 207. [http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/8413/1/Martha Maribel Hernández Jiménez.pdf](http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/8413/1/Martha%20Maribel%20Hern%C3%A1ndez%20Jim%C3%A9nez.pdf)
- Huaman. (2019). Facultad De Ciencias Contables, Financieras Y Administrativas Escuela Profesional De Administración Autora. In *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*.  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10627/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_NEUROMARKETING\\_COMERCIO\\_FERRETERIA\\_CLIENTE\\_TORRE\\_CUSIPUMA\\_ESTRELLA\\_AGATA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10627/GESTION_DE_CALIDAD_NEUROMARKETING_COMERCIO_FERRETERIA_CLIENTE_TORRE_CUSIPUMA_ESTRELLA_AGATA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Lazo. (2019). Gestión de calidad y la fidelización de los clientes en la micro y pequeña empresa del sector comercio-rubro electrodoméstico: caso empresa grupo paraíso E.I.R.L, en la ciudad de Satipo, año 2019. In *Tesis para optar el grado académico de maestra en administración*.
- Manrique. (2016). Management and design: Convergence disciplinar. *Revista Científica Pensamiento y Gestión, 40*, 129–158. <https://doi.org/10.14482/pege.40.8808>
- Monje. (2017). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica. *Universidad Surcolombiana*, 1–216.
- Olózaga. (2019). La Organización. *Economía Básica*, 14–15. <https://doi.org/10.2307/j.ctvc5pc23.7>
- Ortiz. (2018). *Facultad De Ciencias Contables Financieras Y Administrativas Escuela Profesional De Contabilidad*. 152. <https://doi.org/10.14482/pege.40.8808>
- Palma. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre, 16(28)*, 179–195.
- Peña. (2019). Financieras Y Administrativas. In *Mayra Yanira Gomez Moran*.  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/823/CONTROL\\_INTERNO\\_ADMINISTRATIVO\\_SANCHEZ\\_ADANAQUE\\_ENID\\_YAQUELINE.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/823/CONTROL_INTERNO_ADMINISTRATIVO_SANCHEZ_ADANAQUE_ENID_YAQUELINE.pdf?sequence=1)
- Poma. (2016). Caracterización De La Gestión De Calidad Y Formalización De Las Mypes En El Sector

- Comercio Rubro Ferreterías En La Provincia De Leoncio Prado Tingo María Período 2015-2016. *Repositorio Virtual Uladech*, 124.  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1030/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_FORMALIZACION\\_POMA\\_SANCHEZ\\_NELS\\_DAVID.pdf](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1030/GESTION_DE_CALIDAD_FORMALIZACION_POMA_SANCHEZ_NELS_DAVID.pdf)
- Quinto. (2019). Financieras Y Administrativas. In *Mayra Yanira Gomez Moran*.  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/823/CONTROL\\_INTERNO\\_ADMINISTRATIVO\\_SANCHEZ\\_ADANAQUE\\_ENID\\_YAQUELINE.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/823/CONTROL_INTERNO_ADMINISTRATIVO_SANCHEZ_ADANAQUE_ENID_YAQUELINE.pdf?sequence=1)
- Sampiere. (2014). *Metodología de la Investigación* (INTERAMERI, Vol. 6, Issue 2).  
<http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
- Sánchez. (2016). Medición de la calidad en el servicio, como estrategia para la competitividad en las organizaciones. *Uv. Mx*, 110–117. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/03/11CA201602.pdf>
- Setiyawan. (2017). *PROCESO CONTINUO EN UNA EMPRESA INDUSTRIAL QUE PROCESA NUEZ DE MACADAMIA HORNEADA*. 1–14.
- Stumpo. (2020). MIPIMES en América Latina: Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las MIPYMES. In *Cepal*.
- Suárez. (2018). Población de estudio y muestra. *Curso de Metodología de La Investigación Unidad Docente de MFyC*, 1–36.  
[http://udocente.sespa.princast.es/documentos/memorias/Metodologia\\_Investigacion/Presentaciones/4\\_poblacion&muestra.pdf](http://udocente.sespa.princast.es/documentos/memorias/Metodologia_Investigacion/Presentaciones/4_poblacion&muestra.pdf)
- Sulca. (2018). Financieras Y Administrativas. In *Mayra Yanira Gomez Moran*.  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/823/CONTROL\\_INTERNO\\_ADMINISTRATIVO\\_SANCHEZ\\_ADANAQUE\\_ENID\\_YAQUELINE.pdf](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/823/CONTROL_INTERNO_ADMINISTRATIVO_SANCHEZ_ADANAQUE_ENID_YAQUELINE.pdf)
- Taipe. (2016). *Estrategias de servicio al cliente en la Ferretería Franklin en la ciudad de Estelí en el año 2016, para optar al título de Licenciado en administración de empresas en el año 2016 por la UNAN-Managua, FAREM-Estelí*.
- Yrigoyen. (2019). La Calidad del Servicio y la Satisfacción del Cliente en el sector ferretero caso: zona denominada “Las Malvinas” en Lima Metropolitana 2018. *Universidad San Martín de Porres*, 118.

## Anexo

### Anexo 1: Instrumento de recolección de datos

ENCUESTA ESTIMADO COLABORADOR:

La presente encuesta pretende recoger tu opinión sobre La Gestión de la Calidad y Servicio al Cliente en la Ferretería Naela E.I.R.L.. Satipo Por favor, contesta sinceramente a las siguientes preguntas y aseveraciones porque tus respuestas no tendrán un efecto ni positivo ni negativo en tu situación laboral.

Fecha: / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

**Ocupación:** Clientes ( ) Administrador ( ) trabajador ( )

**Grado de estudio:** Secundaria ( ) Superior Técnica ( ) Superior Universitaria ( ) Post. Grado ( )

**Instrucciones:** De acuerdo a las escalas marque con una "X" solo el número que mejor describa su experiencia en cada una de las preguntas. El significado de cada número es el siguiente.

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

ITEMS		VALORACIÓN				
<b>V1: GESTION DE CALIDAD</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>D1: Organización</b>						
1	¿Considera usted que tiene una buena organización la Ferretería Naela?					
2	¿Considera usted que la Ferretería Naela usa estrategias de organización?					
3	¿Cree usted que la ferretería Naela tiene organizado sus productos del que ofrece?					
4	¿cree usted que la ferretería Naela organiza bien a sus empleados?					
5	¿cree usted que la organización del trabajador es buena para la Ferretería Naela?					
<b>D2: Dirección</b>						
6	¿¿Está conforme con la dirección que reciben de la Ferretería Naela?					
7	¿Considera usted que la empresa presenta una buena dirección a los empleados en la Ferretería					
8	¿Usted se siente satisfecho por los productos que encuentra Ferretería Naela?					
9	¿Cree usted que la Ferretería Naela direcciona bien sus ingresos de venta?					
10	¿Usted cree que la ferretería Naela direcciona correctamente sus productos?					
<b>V2: SERVICIO AL CLIENTE</b>						
<b>D3: servicio</b>						
11	¿Los servicios que ofrece la Ferretería Naela es eficiente para el cliente?					
12	¿Crees usted que el servicio dado por la ferretería Naela es de satisfacción?					
13	¿El servicio de el encargado de la ferretería Naela fue capaz de absolver sus dudas?					
14	¿Cree usted que el servicio al cliente es satisfactorio para usted?					
15	¿Cree usted que la ferretería Naela ofrece un buen servicio al momento de ofrecer sus productos?					
<b>D4: Producto</b>						
16	¿Usted cree que la ferretería Naela direcciona correctamente sus productos?					
17	¿¿El precio del producto en la Ferretería Naela cumple con el estándar de calidad que espera?					
18	¿Usted se siente satisfecho por los productos que encuentra Ferretería Naela?					
19	¿Considera uste que el producto es de su agrado en la ferrería Naela					
20	¿ Usted cree que la ferretería Naela direcciona correctamente sus productos?					

## Anexo 2: Carta de autorización

"Año del del Bicentenario del Perú: 200 años de independencia"



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**PROYOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS DE LA FACULTAD  
DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS EN LA ESCUELA  
PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Solicito permiso para trabajo de Proyecto de Investigación

Señor:

CASTRO PACHARI Maria Alejandra

De mi consideración:

Yo **JUZCAMAYTA VALLES Eleane Yamel**, identificada con **DNI: 73823933** con domicilio **Psj Villas Luz N°141 Departamento de Junin-Provincia de Sapito-Monterrico**.

Ante usted respetuosamente me presento y expongo.

Que voy cursando la carrera de Administración 7<sup>mo</sup> ciclo de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, solicito a usted permiso para realizar mi Proyecto de Investigación sobre: **GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE RUBRO FERRETERIA: NEGOCIACIONES NAELA E.I.R.L EN LA PROVINCIA DE SATIPO, 2021** para optar el grado de Título de Administración.

Ruego a usted acceder a mi solicitud.

  
\_\_\_\_\_  
Castro Pachari Maria Alejandra

**Anexo 3: validación de instrumento**

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

**1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):**

VENTURA HURTADOTOLOMEO

**1.2. Grado Académico:** Maestría en Educación con Mención en

Docencia, Currículo eInvestigación

**1.3. Institución donde labora:** Universidad Peruana Los Andes

**1.4. Cargo que desempeña:** Docente en la Facultad de Administración

**1.5. Denominación del instrumento:** CUESTIONARIO

**1.6. Autor del instrumento:** JUZCAMAYTA VALLES Eleane Yamel

**1.7. Carrera:** ADMINISTRACIÓN

**II. VALIDACIÓN:**

N° de Ítem		Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Organización</b>								
1	¿Considera usted que tiene una buena organización la E.I.R.L. Ferretería Naela?	X		X		X		
2	¿Considera usted que la Ferretería Naela usa estrategias de organización?	X		X		X		
3	¿Cree usted que la ferrería Naela tiene organizado sus productos del que ofrece?	X		X		X		
4	¿cree usted que la ferretería Naela organiza bien a sus empleados?	X		X		X		
5	¿cree usted que la organización del trabajador es buena para la Ferretería Naela?	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Dirección</b>								
6	¿Considera usted que tiene una buena dirección la Ferretería Naela?	X		X		X		
7	¿Considera usted que la empresa presenta una buena dirección a los empleados en la Ferretería Naela?	X		X		X		
8	¿Cree usted que la dirección es importante para la ferretería Naela?	X		X		X		
9	¿Cree usted que la Ferretería Naela direcciona bien sus ingresos de venta?	X		X		X		
10	¿Usted cree que la ferretería Naela direcciona correctamente sus productos?	X		X		X		

**Ítems correspondientes al Instrumento 1**

## Ítems correspondientes al Instrumento 2

N° de Ítem		Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Servicio</b>								
11	¿Los servicios que ofrece la Ferretería Naela es eficiente para el cliente?	X		X		X		
12	¿Crees usted que el servicio dado por la ferretería Naela es de satisfacción?	X		X		X		
13	¿El servicio de el encargado de la ferretería Naela fue capaz de absolver sus dudas?	X		X		X		
14	¿Cuáles son los servicios que necesitamos ofrecer en la Ferretería Naela?	X		X		X		
15	¿Qué mejorarías de nuestro servicio en la ferretería Naela?							
<b>Dimensión 2: Producto</b>								
16	¿Qué productos crees que podrías agregar a nuestro stock en la Ferretería Naela?	X		X		X		
17	¿Cuáles son las marcas que prefieres al adquirir nuestros productos en la Ferretería Naela?	X		X		X		
18	¿Los empleados tienen conocimiento sobre los productos y su uso en la Ferretería Naela?	X		X		X		
19	¿Los precios de los productos son adecuados en la Ferretería Naela?	X		X		X		
20	¿Qué productos crees que podrías agregar a nuestro stock?	X		X		X		

**Otras observaciones generales:**



  
 Lic. Adm. Tolomeo Ventura Hurtado  
 CLAD 4579  
 M. MAESTRO EN EDUCACIÓN CON MENCIÓN  
 EN DOCENCIA, CURRÍCULA E INVESTIGACIÓN

Firma

VENTURA HURTADO TOLOMEO

DNI N°21010311

**Nota:** se adjunta el proyecto de investigación

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): RAUJO ARAUJO JUDITH IRENE
- 1.2. Grado Académico: Maestría en Educación con Mención en Docencia, Currículo e Investigación
- 1.3. Institución donde labora: Universidad Nacional de Trujillo
- 1.4. Cargo que desempeña: Docente Asistente III – Sede Huamachuco
- 1.5. Denominación del instrumento: CUESTIONARIO
- 1.6. Autor del instrumento: JUZCAMAYTA VALLES Eleane Yamel
- 1.7. Carrera: ADMINISTRACIÓN

**II. VALIDACIÓN:**

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Organización</b>							
¿Considera usted que tiene una buena organización la E.I.R.L. Ferretería Naela?	X		X		X		
¿Considera usted que la Ferretería Naela usa estrategias de organización?	X		X		X		
¿Cree usted que la ferretería Naela tiene organizado sus productos del que ofrece?	X		X		X		
¿Cree usted que la ferretería Naela organiza bien a sus empleados?	X		X		X		
¿Cree usted que la organización del trabajador es buena para la Ferretería Naela?	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Dirección</b>							
¿Considera usted que tiene una buena dirección la Ferretería Naela?	X		X		X		
¿Considera usted que la empresa presenta una buena dirección a los empleados en la Ferretería Naela?	X		X		X		
¿Cree usted que la dirección es importante para la ferretería Naela?	X		X		X		
¿Cree usted que la Ferretería Naela direcciona bien sus ingresos de venta?	X		X		X		
¿Usted cree que la ferretería Naela direcciona correctamente sus productos?	X		X		X		

## Ítems correspondientes al Instrumento 2

N° de Ítem		Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Servicio</b>								
11	¿Los servicios que ofrece la Ferretería Naela es eficiente para el cliente?	X		X		X		
12	¿Crees usted que el servicio dado por la ferretería Naela es de satisfacción?	X		X		X		
13	¿El servicio de el encargado de la ferretería Naela fue capaz de absolver sus dudas?	X		X		X		
14	¿Cuáles son los servicios que necesitamos ofrecer en la Ferretería Naela?	X		X		X		
15	¿Qué mejorarías de nuestro servicio en la ferretería Naela?	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Producto</b>								
16	¿Qué productos crees que podrías agregar a nuestro stock en la Ferretería Naela?	X		X		X		
17	¿Cuáles son las marcas que prefieres al adquirir nuestros productos en la Ferretería Naela?	X		X		X		
18	¿Los empleados tienen conocimiento sobre los productos y su uso en la Ferretería Naela?	X		X		X		
19	¿Los precios de los productos son adecuados en la Ferretería Naela?	X		X		X		
20	¿Qué productos crees que podrías agregar a nuestro stock?	X		X		X		

**Otras observaciones generales:**

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma

ARAUJO ARAUJO JIDITH IRENE DNI N°40496256

**Nota:** se adjunta el proyecto de investigación

# INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

## I. DATOS GENERALES:

**1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):** BENITO GONZALES Nerio Fidel

**1.2. Grado Académico:** Maestría en Educación con Mención en Docencia, Currículo e Investigación

**1.3. Institución donde labora:** Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa

**1.4. Cargo que desempeña:** Docente en la Facultad de Administración de Negocios Internacionales

**1.5. Denominación del instrumento:** Cuestionario

**1.6. Autor del instrumento:** Juzcamayta Valles Eleane Yamel

**1.7. Carrera:** Administración

## II. VALIDACIÓN:

### Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de Ítem		Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		Ítem contribuye a medir el indicador planteado		Ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>mención 1: Organización</b>								
1	¿Considera usted que tiene una buena organización la Ferretería Naela?	x		x		x		
2	¿Considera usted que la Ferretería Naela usa estrategias de organización?	x		x		x		
3	¿Cree usted que la ferretería Naela tiene organizado sus productos del que ofrece?	x		x		x		
4	¿Cree usted que la ferretería Naela organiza bien a sus empleados?	x		x		x		
5	¿Cree usted que la organización del trabajador es buena para la Ferretería Naela?	x		x		x		
<b>mención 2: Dirección</b>								
6	¿Considera usted que tiene una buena dirección la Ferretería Naela?	x		x		x		
7	¿Considera usted que la empresa presenta una buena dirección a los empleados en la Ferretería Naela?	x		x		x		
8	¿Cree usted que la dirección es importante para la ferretería Naela?	x		x		x		
9	¿Cree usted que la Ferretería Naela direcciona bien sus ingresos de venta?	x		x		xx		
10	¿Cree usted que la ferretería Naela direcciona correctamente sus productos?	x		x				

## Ítems correspondientes al Instrumento 2

N° de Ítem		Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 3: Servicio</b>								
1	¿Los servicios que ofrece la Ferretería Naela es eficiente para el cliente?	X		X		X		
2	¿Cree usted que el servicio dado por la ferretería Naela es de satisfacción?	X		X		X		
3	¿El servicio de el encargado de la ferretería Naela fue capaz de absolver sus dudas?	X		X		X		
4	¿Cree usted que el servicio al cliente es satisfactorio para usted?	X		X		X		
5	¿Cree usted que la ferretería Naela ofrece un buen servicio al momento de ofrecer sus productos?	X		X		X		
<b>Dimensión 4: Producto</b>								
6	¿Cumple con los productos que reciben de la Ferretería Naela?	X		X		X		
7	¿El precio del producto en la Ferretería Naela cumple con el estándar de calidad que espera?	X		X		X		
8	¿Cree usted se siente satisfecho por los productos que encuentra en la Ferretería Naela?	X		X		X		
9	¿Cree usted que los cambios o precios del producto cambian por temporadas en la Ferretería Naela?	X		X		X		
10	¿Cree usted que las condiciones de los productos están en buen estado en la ferretería Naela?	X		X		X		

Otras observaciones generales:

  
 COLEGIO DE LICENCIADOS EN ADMINISTRACION  
 CONSEJO DIRECTIVO NACIONAL  
 Lic. Adm. Nerio Fidel Benito Gonzales  
 CLAD - 16676  
 MGR. MESTRO EN EDUCACION CON MENCION EN  
 DOCENCIA, CURRICULA E INVESTIGACION

FIRMA

BENITO GONZALES NERIO FIDEL

DNI N° 20669577

**Nota:** se adjunta el proyecto de investigación

Anexo 4: Base de datos spss, excel

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4
2	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5
3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5
6	4	4	5	5	5	5	4	5	3	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5
7	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3
8	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5
9	5	4	5	4	3	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
10	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5
11	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4
12	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4
13	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
14	5	5	4	4	3	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5
18	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
19	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5
20	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4
21	5	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
26	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4
29	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
30	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
31	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
32	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
33	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
34	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
35	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3
36	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	4
38	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
39	3	3	3	3	3	4	2	4	4	2	4	2	3	4	4	3	2	4	3	3
40	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
41	5	5	5	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	5	5	5
42	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	3
43	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	4	4
44	3	3	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	3	5	3	5	4	4	4	4
45	4	3	3	3	3	3	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	3
46	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	5	3	5	3	3	3	5	5
47	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
48	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5

49	4	4	5	5	5	5	5	4	3	2	2	2	3	5	3	5	5	5	3	3
50	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5	3	5	5	3	5
51	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
52	5	5	5	4	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3
53	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	3
54	5	4	4	3	3	4	5	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5
55	5	5	4	4	3	5	3	5	3	5	3	5	4	4	5	5	5	4	4	5
56	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
61	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3
62	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
63	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5
64	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
65	3	3	4	3	4	5	5	4	5	5	3	4	5	5	4	4	4	3	5	5
66	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	5	5	5
67	4	4	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
68	5	5	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5
69	4	4	4	4	3	3	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
70	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
71	5	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4
72	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	3	5	3	5	3	5	5	5
73	3	4	5	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
74	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4
75	5	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4
77	4	4	4	3	5	3	5	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5
78	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4
79	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	3	5	5	2	5	4	5	4	5
80	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
81	5	4	4	3	5	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
82	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4
83	3	3	5	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
84	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
85	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
86	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5
87	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5
88	5	4	5	3	5	3	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5
89	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4
90	5	5	4	4	5	5	4	5	4	3	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5
91	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
92	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4
93	4	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
94	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5
95	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4
96	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4
97	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	4
98	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	3
99	3	4	4	3	5	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
100	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4
101	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5

102	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
103	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
104	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5
105	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	3
106	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4
107	4	4	5	4	5	4	5	5	4	3	5	3	5	3	5	5	5	5	4	4
108	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
109	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	5
110	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	5
111	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	3	5	4	5	3	5	5	5	5
112	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
113	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
114	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5
115	5	4	4	5	5	5	4	3	3	3	3	5	5	4	5	5	5	4	3	5
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
117	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	5	5	3	4	4	4	4	4	5
118	3	3	4	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4
119	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
120	4	4	3	5	5	4	4	3	4	5	4	5	3	4	5	4	3	3	3	4
121	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
122	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	5	4	3	5	5

**ANEXO 5**

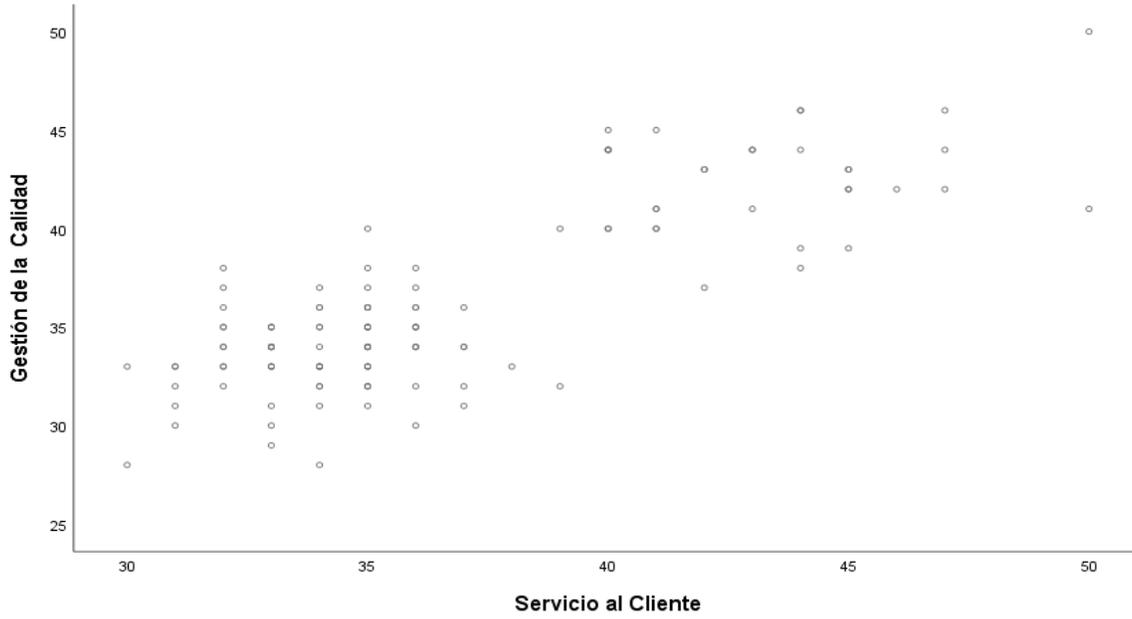


Figura 1 Coeficiente correlacion entre la Gestion de la calidad y Servicio al cliente

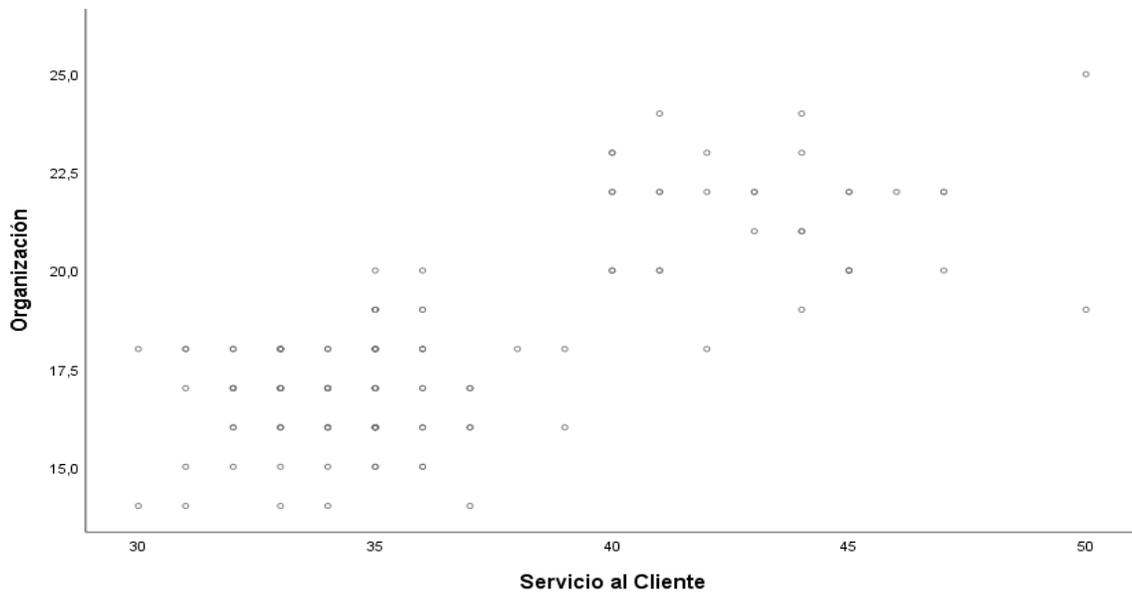


Figura 2 Coeficiente correlacion entre la Organizacion y Servicio al Cliente

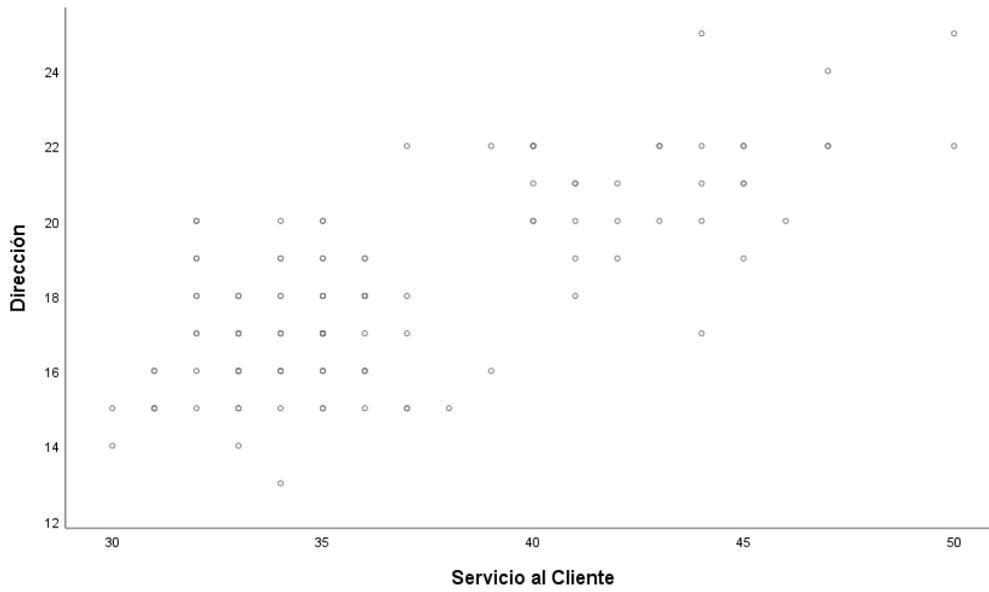


Figura 3 Coeficiente correlacion entre la Direccion y Servicio al Cliente

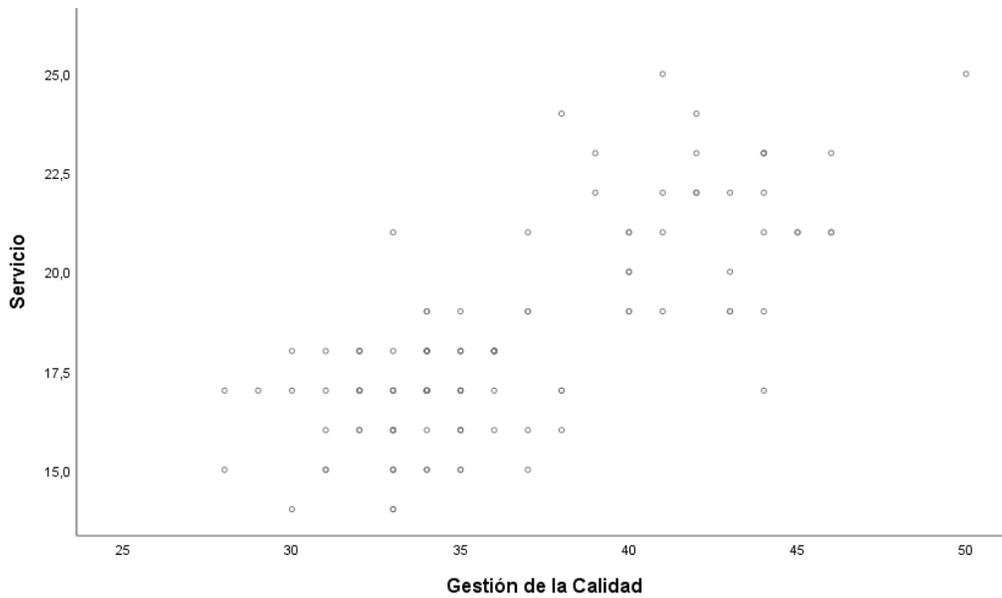


Figura 4 Coeficiente correlacion entre Servicio y Gestion de la calidad

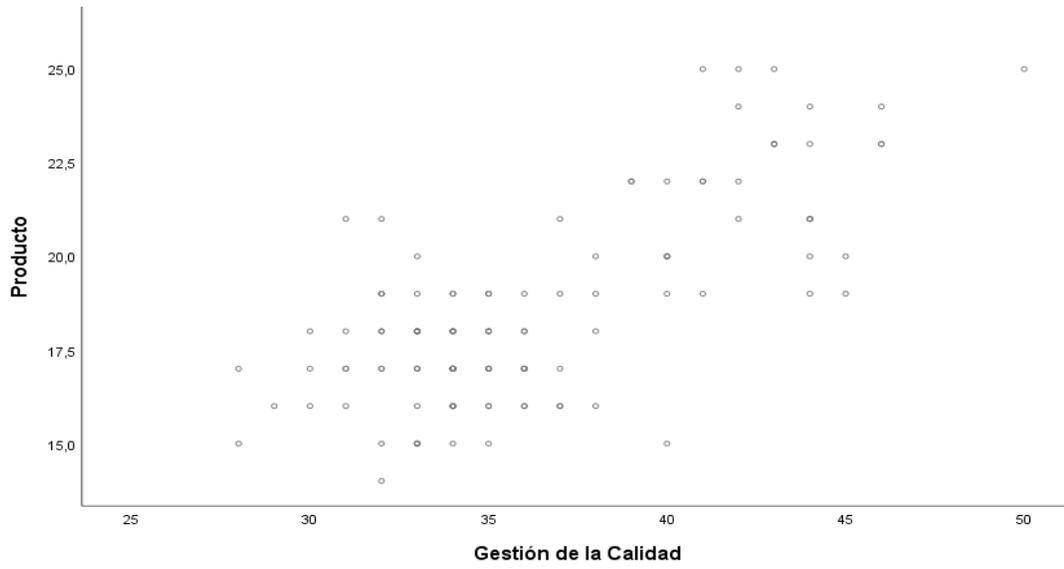


Figura 5 Coeficiente correlacion entre Producto y Gestion de la calidad

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

10%

INDICE DE SIMILITUD

10%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

## FUENTES PRIMARIAS

---

1

1library.co

Fuente de Internet

6%

2

repositorio.upci.edu.pe

Fuente de Internet

5%

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo