



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**“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**

AUTOR:

YANDARCY ALBERTO CASTILLO CANO

ASESORA:

Dra. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA – PERÚ

2019



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**“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**

AUTOR:

YANDARCY ALBERTO CASTILLO CANO

ASESORA:

Dra. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA – PERÚ

2019

HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Mgr. Iván Arturo Guzmán Castro

Secretario

Lic. Adm. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

Asesora

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la vida, la salud y concederme la sabiduría para lograr mis metas y objetivos en este proceso de preparación académica.

A las MYPE por ofrecerme la ayuda de manera desinteresada y brindarme la confianza apoyándome en mi investigación de tesis.

DEDICATORIA

A mis padres Lidia y Alberto por el esfuerzo dedicado la paciencia y el amor que me brindan siempre de tal manera me motiva a seguir trazando mis metas.

RESUMEN

La presente investigación estableció como objetivo determinar las Características que tiene la Gestión de Calidad e Innovación de Servicios de las MYPE, rubro Ferretería Piura Centro, año 2017. La metodología empleada para esta investigación es de nivel descriptiva, tipo cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal, siendo la técnica de recojo de datos la encuesta 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. También se identificó que con respecto al tercer objetivo específico, cualidades que tiene la innovación de servicios el 97,06% de los clientes encuestados respondieron que los trabajadores si logran detallar las características del producto. Así mismo se conoció que con respecto al cuarto objetivo específico, los tipos de innovación de servicios el 82,35% de los clientes encuestados respondieron que las ferreterías si les brindan catálogos para observar la variedad de productos. Finalmente se concluye que las MYPE que se encuentran ubicadas en el Centro de Piura del rubro Ferreterías deben seguir reforzando día a día el sistema de Gestión de Calidad e Innovación de Servicios así optimizaran su demanda en la venta de materiales y herramientas logrando tener participación en el desarrollo de proyectos urbanos y rurales.

Palabras claves: Calidad, Innovación, Necesidades, Satisfacción, Tecnología.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the Characteristics of the Quality Management and Service Innovation of the MSEs, Piñera Centro Ferretería, year 2017. The methodology used for this research is descriptive level, quantitative type, non-experimental design, cross section, being the data collection technique the survey and the instrument the structured questionnaire with closed questions of nominal scale. Likewise, in the analysis of results it was identified with respect to the first specific objective, in the benefits of the quality management 100% of the clients if they are offered substitute products of different brands at a lower price in the hardware stores that attend. On the other hand it was known that regarding the second specific objective, the importance of quality management 100% of customers if they consider that it is very useful hardware stores in the center of Piura. It was also identified that with respect to the third specific objective, qualities that service innovation has, 97.06% of the clients surveyed answered that the workers do manage to detail the characteristics of the product. Likewise, it was known that with respect to the fourth specific objective, the types of service innovation, 82.35% of the clients surveyed answered that the hardware stores do provide catalogs to observe the variety of products. Finally, it is concluded that the MSEs that are located in the Center of Piura of the Hardware store sector must continue reinforcing day by day the Quality Management and Service Innovation system thus optimizing their demand in the sale of materials and tools, achieving participation in the development of urban and rural projects.

Keywords: Quality, Innovation, Needs, Satisfaction, Technology.

TABLA DE CONTENIDO

HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
TABLA DE CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE CUADROS.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	13
2.1 Antecedentes.....	13
2.1.1 Gestión de calidad	13
2.1.2 Innovación de servicios.....	18
2.2. Marco Teórico	24
2.2.1 Teoría de la variable gestión de calidad.....	24
2.2.1.1 Beneficios de la gestión de calidad.....	25
2.2.1.2 Importancias de la gestión de calidad	26
2.2.2 Teoría de la variable innovación de servicios.....	27
2.2.2.1 Cualidades de innovación de servicios.....	28
2.2.2.2 Tipos de innovación de servicios.....	29
III. HIPÓTESIS	31
3.1 Hipótesis general	31
IV. METODOLOGÍA.....	32
4.1 Diseño de la investigación.....	32
4.2 Población y Muestra	33
4.3 Definición y operacionalización de las variables.....	36
4.4 Técnica e instrumento.....	38
4.5 Plan de análisis.....	38
4.6 Matriz de consistencia.....	39
4.7 Principios éticos.....	40
V. RESULTADOS.....	41
5.1 Resultados.....	41

5.2 Análisis de resultados.....	61
VI. CONCLUSIONES	81
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	83
ANEXOS.....	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1º: Minimiza gastos en la competencia	41
Tabla 2º: Brinda productos sustitutos	42
Tabla 3º: Confianza en los productos.....	43
Tabla 4º: Comodidad al ser atendido por el colaborador.....	44
Tabla 5º: Satisfacción por la atención.....	45
Tabla 6º: Productos de calidad.....	46
Tabla 7º: Productos genéricos.....	47
Tabla 8º: Satisfacción del producto.....	48
Tabla 9º: Utilidad de ferreterías en el centro.....	49
Tabla 10º: Implementar más productos.....	50
Tabla 11º: Productos con defectos.....	51
Tabla 12º: Verifica las condiciones del producto.....	52
Tabla 13º: Teléfono para pedidos.....	53
Tabla 14º: Detalle de las características del producto.....	54
Tabla 15º: Atención con amabilidad.....	55
Tabla 16º: Agradece por su visita.....	56
Tabla 17º: Volantes de publicidad.....	57
Tabla 18º: Catálogo de variedad de productos.....	58
Tabla 19º: Detector de billetes falsos.....	59
Tabla 20º: Cuenta con página web.....	60

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Relación de MYPE.....	35
Cuadro N° 2: Matriz de Operacionalización de las variables.....	36
Cuadro N° 3: Matriz de Consistencia.....	39
Cuadro N° 4: Matriz de Indicador de preguntas.....	97
Cuadro N° 5: Libro de códigos.....	98

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación busca obtener información sobre las MYPE, para ayudar en su crecimiento empresarial además proviene de la línea de investigación denominada: Gestión de Calidad e Innovación de Servicios en las MYPE, línea que ha sido fijada por la escuela profesional de administración. Así, la situación escrita permite anunciar el problema: ¿Qué características tiene la Gestión de Calidad e Innovación de Servicios en las MYPE rubro Ferreterías Piura Centro año 2017? Ante este problema 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.

Y como objetivos específicos: (a) Identificar los beneficios que tiene la Gestión de Calidad en las MYPE, rubro Ferreterías Piura Centro, año 2017; (b) Conocer la importancia que tiene la Gestión de Calidad en las MYPE, rubro Ferreterías Piura Centro, año 2017; (c) Identificar las cualidades que tiene la Innovación de Servicios en las MYPE, rubro Ferreterías Piura Centro, año 2017; (d) Conocer los tipos de Innovación de Servicios en las MYPE, rubro Ferreterías 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. La investigación queda delimitada desde la perspectiva temática por las variables: Gestión de Calidad e Innovación de Servicios, Psicográficamente por las MYPE rubro Ferreterías, desde la perspectiva geográfica: el estudio de investigación se realizará en el departamento de Piura-Centro, donde se limita desde el Óvalo Bolognesi seguidamente a la intersección

de la Av. Loreto con Sánchez Cerro así mismo desde la Av. Sánchez Cerro con cruce a la calle Lima descendiendo al puente Bolognesi y delimitación temporal año 2017.

Ante la problemática investigada hoy en día las MYPE de productos y servicios que se encuentran ubicadas en el Centro de la ciudad de Piura como es el caso del rubro ferreterías, los últimos años ha tenido un incremento en su actividad, lo que ha provocado una mayor demanda de materiales y herramientas para el desarrollo de proyectos urbanos y rurales.

Lo que permite identificar que las empresas ofertantes de estos insumos, como son las ferreterías del Centro de Piura, se conviertan en un elemento importante en el rubro de la construcción. Sin embargo, el desconocimiento de sus administradores en cuanto a la formulación y aplicación de estrategias comerciales ha provocado que éstas no puedan desarrollar su contribución en el mercado.

Además, la capacidad humana que labora en las ferreterías muestra una formación profesional limitada en aprendizaje en el sector productivo. Los negocios no usan tecnologías para la comercialización del producto lo que genera una baja calidad, así ofreciendo productos corrientes, y sobre todo carecen de investigaciones que permitan identificar claramente las necesidades del comprador, lo que ha dado lugar a que estos negocios no logren desarrollar una ventaja ni posición competitiva.

García (2015) considera que los consumidores individuales tienen diferentes gustos y necesidades, y los artículos que mejor satisfacen sus preferencias son considerados como los que ostentan una gran calidad divisada. Habitualmente, cuando los clientes obtienen bienes en las ferreterías, estos dan de notar su malestar respecto a la atención que se ofrece en las mismas; este trato sin duda deriva de la falta de capacitación que los vendedores tienen a la hora de atender al cliente.

Otro de los inconvenientes que se presentan es el insuficiente número de personas que laboran en el área de ventas, generando una tardía atención a los compradores y una demora en la entrega de los bienes debido a una baja gestión de calidad.

En el proyecto de investigación se observa a las MYPE empresas que están caracterizadas con el problema que surgen a raíz de la escasez de muchas personas como también es el tema de los siguientes factores: el desempleo y la fuerte demanda de consumidores, esto emocionalmente guiadas por esta necesidad, en consecuencia, tratan de ver sus propia fuentes de ingreso económico.

Actualmente, los compradores se encuentran más informados sobre las características que poseen los productos que desean adquirir, esto sumado al progreso de la competencia ha obligado a las pequeñas empresas a buscar mecanismos que les permitan mantenerse y progresar en el rubro que desarrollan sus actividades. Esto también sucede en las ferreterías de nuestra ciudad de Piura, haciéndose necesario utilizar estrategias de comercialización a fin de mejorar los aspectos que influye dentro de su actividad comercial, para compensar las necesidades del mercado.

Es notorio que, la mayoría de ferreterías del centro de Piura, presentan instalaciones que no tienen una correcta distribución de su espacio físico, pues al momento de la compra los clientes no puedan circular cómodamente generando insatisfacción durante la experiencia de compra.

Experiencias propias y de personas conocidas, permiten establecer que la generalidad de ferreterías no cuentan con todos los productos que los compradores buscan, generando que se deba visitar varias ferreterías para poder adquirir todos los productos, lo que no permite brindar satisfacción en los clientes

En el nivel de ambiente externo se encuentra como factor político legal según el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), constituyó el programa Especial de Apoyo Financiero a la Microempresas y Pequeñas Empresas del Banco de la Nación. Así mismo la Asociación de pequeñas y medianas Industriales del Perú (APEMIPE), se espera que este programa financie a más de 100mil microempresas y pequeñas empresas en el país

Las MYPE rubro ferreterías trabajan con los tres tipos de régimen tributarios los cuales son: El Régimen Único simplificado, El Régimen Especial de Renta y el Régimen General del Impuesto a la Renta. Por lo mismo que son pequeñas empresas por que van acorde con su capacidad tributaria y tienen un fin lucrativo, es decir generan ganancias.

En Concejo Nacional de Trabajo (CNT) propuso evaluar la propuesta de algunos gremios laborales para incrementar de manera progresiva la Remuneración Mínima Vital en el país, informo el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (Villasante, 2016).

El reciente planteamiento de la (CTP) Confederación de Trabajadores del Perú el aumento del salario mínimo asciende a 930 soles. Villasante menciona que por ahora lo más significativo es mantener el nivel de ocupación en el país, dinamizando las actividades económicas (Gestión, 2018).

En cuanto el caso de las MYPE rubro ferreterías, algunas de ellas se verían afectados si se aumentarían el sueldo ya que ellos se valen por la comercialización de sus productos a mayor sea su demanda de mercadería mayor estabilidad tendrán sus trabajadores contratados, pero existen temporadas donde decaen las ventas y se ven

obligados a reducirles el sueldo mínimo, de forma que si se aumenta el sueldo mínimo habrán más horas de jornada laboral y si no se produce una demanda exitosa se verán forzados en recurrir, en reducir personal.

El Ministerio de Ambiente (MINAM), tiene como finalidad supervisar, dirigir y ejecutar una política nacional del ambiente. Que ha ido contribuyendo y motivando a las empresas a tener una mayor responsabilidad con la ecología, por medio de un premio ala eco eficiencia empresarial (Comercio, 2014).

El Premio a la Eco eficiencia Empresarial 2010 es convocado por el Ministerio del Ambiente (MINAM) y la Universidad Científica del Sur (UCS), para promover y reconocer la iniciativa que tienen las empresas, a través de ecoeficientes, suscitando la protección del medio ambiente, produciendo eficientemente los recursos naturales, además de contribuir la competitividad del país. Las MYPE rubro Ferreterías trabajan con materiales que pueden ser alta mente tóxicos, que perjudicarían al medio ambiente como así mismo a las personas, de esta manera se ven obligados a trabajar con las Normas ISO 18001, compromiso de la empresa de velar por la salud ocupacional, y la Norma ISO 14001, herramienta que la empresa utiliza en el cuidado del ecosistema.

Cabe mencionar que el factor económico, según los estudios económicos del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), en el año 2015 la tasa de inflación anual se bajó de un 4.30% desde un 4.47% sin embargo la cifra es superior al rango de meta para el BCRP, se tiene previsto que para este año 2016 la tasa de inflación termine en el límite superior meta de inflación en un 1 % y 3% en el transcurso del año. La variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor en Piura es de 0.82% en Marzo lo más alto que va del año, provocando el alza de precios afectando la cartera de los consumidores en la región de Piura. (Sánchez, 2016)

Las MYPE rubro Ferretería del Centro de Piura ven obligados aumentar sus precios si la tasa de inflación va en aumento, esto porque existe escasez de recursos minerales, producidos por algún fenómeno ocurrido en el sector minero, así mismo en las fábricas de plásticos, donde la mayoría de productos de ferretería están elaboradas a base de estos compuestos, obligando a sus proveedores aumentar el precio de sus productos para sus clientes de las MYPE rubro Ferreterías, así mismo lo hacen las MYPE para el consumidor final que es la población.

En Piura, en materia de progreso, muestra grandes conglomerados comerciales, las MYPE y el Mercado de Piura, que comercializan multiplicidad de bienes, como productos de primera necesidad, materiales de construcción, ferretería e hidrocarburos entre otros demostrando el nivel de competencia de estas micro empresas, puesto que en lo que va del años el rubro MYPE Ferretería presenta un balance de demanda en sus productos dependiendo al estado económico de los consumidores, donde se observa que la mayor demanda de estos materiales se observa en los meses de Enero, Febrero y Marzo, debido que son meses donde la población emplea su beneficios salariales para construir o remodelar sus hogares.

Con respecto a los factores socioculturales, según la Defensoría del Pueblo (DP), registró 221 conflictos (174 activos y 47 latentes). Un 64% de ellos tiene origen socio ambiental y está principalmente vinculado a la actividad minera. Falta de información, débiles mecanismo de participación y dialogo son solo algunos de los factores impulsores de los numerosos conflictos en todo el país, que han generado la paralización de importantes proyectos de inversiones (públicas y privadas), así como la muerte de numerosas personas. De tal forma que afecta en la comercialización de minerales dándole un costo exorbitante de lo normal, ocasionando el aumento de

precio de los productos como galvanizados y varillas de construcción que son a base de estos minerales.

Viéndose obligados los dueños de las ferreterías a aumentar el precio de sus productos ocasionando la poca demanda de ellos y paralizando algunas obras de la ciudad a falta de presupuesto.

Según la INEI (2016) la percepción de inseguridad ciudadana registra un 86,7% pese haber rebajado 0,7%. Así lo indica un informe de encuesta. Se trata de datos del módulo especializado en Seguridad Ciudadana en las Encuestas Nacionales de Programas Estratégicos (ENAPRES), los cuales fueron obtenidos en base a 33 mil encuestas a hogares en zonas urbanas a nivel nacional, y no en base a denuncias efectuadas, demostrando que la inseguridad ciudadana está perjudicando a la población, dentro de ello, los más afectados son las pequeñas y grandes empresas que son extorsionados atentando contra la integridad personal y familiar, obligándoles a entregar fuerte sumas de dinero así declarando en quiebra sus negocios. Piura presenta un nivel de delincuencia elevado donde se ven afectados comerciantes de ferreterías que día a día sufren con esta inseguridad así mismo sus clientes como otros consumidores. Por ello, se pide que los candidatos a gobiernos regionales y locales expongan sus propuestas para enfrentar el problema. (Anders, 2015).

Por otro lado el factor tecnológico, el progreso de Perú se ve limitado por barreras tales como el sistema educativo de baja calidad, que obstaculiza el progreso del país para un excelente uso de la tecnología. De tal forma este tipo de noticias afecta a las MYPE rubro Ferreterías por que limita en el progreso de la empresas en cuanto a la tecnología, además en estos tipos de negocios se solicita de la habilidad de las

matemáticas debido a que se maneja un sistema numérico en cuanto el área de almacén, entrada y salida del producto donde se maneja un riguroso control de calidad, a falta de estos son conocimientos de parte del personal contratado puede generar pérdida de dinero para la empresa, así mismo va dirigido para los que trabajan en caja donde se recepciona el efectivo. Un importante avance es el acceso a internet y teléfono lo cual señala que el acceso a las Tics tiene importancia para la sociedad, de esta manera incrementando el desarrollo de las MYPE rubro Ferreterías en el Perú gracias al uso de las tecnología, dando como resultados favorables en el intercambio de servicios y bienes con sus clientes.

Según los estudios realizados de Porter (2014) menciona las fuerzas competitivas: La rivalidad entre competidores, en Piura centro existe una relación de MYPE rubro Ferreterías, que brindan variedad de bienes de primera necesidad para el hogar lo que logra cumplir las necesidades de sus clientes. Así mismo existe la competitividad entre los comerciantes donde ellos buscan tener más clientela, aprovechándose de las debilidades de los otros así emplean estrategias de ventas que sean atractivas para la visión de sus clientes.

En amenazas de nuevos competidores, en la Centro de Piura se observa que en las micro y pequeñas empresas rubro Ferretería, comparten sus clientes con otros comerciantes del mismo rubro pero en los últimos años en la ciudad de Piura se han establecidos, supermercados que manejan una alta gama de productos para el hogar como lo son: Maestro, Sodimac, Promart, entre otros. Ofreciendo servicios de calidad, atención de cliente de primera y precios que están al alcance del bolsillo del consumidor, así logrando quitar protagonismo a las MYPE rubro Ferretería del Centro de Piura.

En amenazas de productos sustitutos, en la Centro de Piura se observa que en las MYPE rubro Ferretería, se observa que los productos que se ofrecen en las ferreterías no presentan con frecuencia productos sustitutos por los mismos que son únicos en su caracterización, lo que si se pueden diferenciar por la calidad de sus acabados y el tipo de marca que refleja el producto.

En poder de negociación de los proveedores, en la Centro de Piura se observa que en las MYPE rubro Ferretería, se frecuentan de manera espontánea ya que de ellos mantienen su stock de mercadería actualizada, sin embargo existe riesgos como la poca demanda del consumidor final hacia la ferretería, ocasionando retraso en el pago de sus proveedores de tal forma que crea una mala imagen para la empresa.

En el poder de negociación de los consumidores, en la Centro de Piura se observa que en las MYPE rubro Ferretería, se presenta un balance de precios donde los clientes piden que la mercadería que desean adquirir sea acorde al dinero que manejan en efectivo, sin embargo el vendedor maneja una lista de precios donde figura que la mercadería tiene otro valor, ahí entran tallar la habilidad de negociar, donde el vendedor llega un acuerdo con el comprador que no perjudique a ambos.

Por otro lado el ambiente interno de cada MYPE es diferente y posee fortalezas y debilidades distintas de las demás, el realizar un análisis interno le facilita a la organización evaluar su desempeño y capacidades, reconociendo de esta manera sus propias fortalezas y debilidades; que en conjunto con la misión y la visión serán parte de la base de objetivos y estrategias. Estas estrategias y objetivos irán encaminados hacia el aprovechamiento de las fortalezas de la empresa y a superar sus debilidades. (Thomson, 2014).

Una de las herramientas más manejadas en el análisis interno, es el análisis de la cadena de valor, es una herramienta que posibilita identificar las actividades estratégicas primarias y secundarias de todos los procesos necesarios para entregar a los clientes productos y servicios de calidad, y así se facilitaría encontrar y establecer ventajas para la empresa. (Vicuña, 2016).

Al analizar las MYPE del rubro Ferretería Piura Centro la mayoría de ellos no poseen una buena gestión de calidad en sus productos por falta de conocimiento de las normas ISO 9001, así mismo existe poca creatividad en la innovación de servicios hacia el consumidor final.

Dado lo anterior, se considera necesario el estudio y análisis de esta problemática con el propósito de ofrecer a las MYPE del rubro Ferretería una estrategia que les permita crear, un buen desarrollo en gestión de calidad e innovación de servicios con personal capacitada, con la finalidad de lograr los objetivos de la organización.

De acuerdo a la situación antes caracterizada, se puede enunciar el problema como: ¿Qué características tiene la Gestión de Calidad e Innovación de Servicios en las MYPE, rubro Ferretería Piura Centro, año 2017? .En la presente investigación el objetivo general a lograr es determinar las características que tiene la Gestión de Calidad e Innovación de Servicios de las MYPE, rubro Ferretería Piura Centro, año 2017.

De la misma forma los objetivos específicos son: (a) Identificar los beneficios que tiene la Gestión de Calidad en las MYPE, rubro ferretería Piura Centro, año 2017; (b) Conocer la importancia que tiene la Gestión de Calidad en las MYPE, rubro Ferretería Piura Centro, año 2017; (c) Identificar las cualidades que tiene la Innovación de Servicios en las MYPE, rubro Ferretería Piura Centro, año 2017; (d) Conocer los tipo de Innovación de Servicios en las MYPE, rubro Ferretería Piura Centro, año 2017.

Por otro lado en la justificación practica tiene como finalidad determinar las características que tiene la Gestión de Calidad e Innovación de Servicios de los propietarios en las MYPE rubro Ferreterías Piura Centro, además porque permite cumplir con un requisito que la ULADECH ha establecido para la obtención del título profesional. Si bien las MYPES simbolizan un rol muy significativo en la economía del país, el terreno donde se despliegan todavía es muy débil, se observan bajos índices de duración de estas empresas (Ruiz, 2017).

En la actualidad las MYPE rubro Ferreterías solo se preocupan en vender sus productos conformándose con las ganancias del día considerándolo como buena venta, lo que les permite no observar el éxito, estancándose con el tipo de venta tradicional y no innovando. En la justificación teórica se examina un problema común que se presenta en las pequeñas empresas rubro ferreterías y se propone alternativas de solución factibles para este tipo de empresas comerciales.

La innovación de servicios es una ventaja competitiva en cualquier tipo de negocios, en las empresas de atención de clientes es lo que distingue a una empresa de otra. En una ferretería, los clientes se captan gracias al trato que se les brinda, la rapidez del servicio y la comodidad del lugar. La atención al cliente es un factor concluyente en la obtención del progreso en el negocio.

En cuanto la justificación metodológica la investigación es conveniente porque permite determinar las características de la Gestión de Calidad e Innovación de Servicios de las MYPE Ferreterías para estar en la capacidad para elaborar un buen plan estratégico de rubro Ferreterías en el Centro de Piura; con fuentes primarias y secundarias para el recojo de datos, además se va determinar la muestra para la cual se va utilizar el método de la investigación científica así se obtendrá el tamaño de la población, y se diseñará un cuestionario para el recojo de información para los empresarios, trabajadores y clientes.

Con esta investigación se beneficiará las micros y pequeños empresarios de rubro ferreterías ya que podrán tener una mejor atención y a la vez permitir que los bienes que se ofrezcan sean de buena calidad y la atención sea eficiente. También permite que los empresarios utilicen estrategias para hacerse más competitivos frente a un mercado exigente.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Gestión de calidad

Rojas (2016) realizó una investigación titulada “Implementación del sistema de gestión de calidad según la norma ISO 9001 en Ferreterías (Guayaquil), año 2015” en la Universidad Politécnica del litoral de Ecuador. El tipo de metodología que se utilizó es descriptiva, siendo así la conclusión: la implementación del sistema de gestión de calidad servirá para realizar una evaluación de capacidad a nivel organizacional para cumplir con los requisitos del cliente, reglamentarios internos, además para prevenir las desconformidades.

Para el desarrollo de la metodología se realizó capacitaciones al personal acerca de la gestión de calidad y los beneficios que tendría en la compañía, se realizó la planificación de la implementación del SGC y se determinó el comité de calidad, manual de calidad, política y objetivos de calidad, procedimientos e instructivos de trabajo, indicadores de gestión.

Santana (2014) realizó una investigación titulada “Gestión de calidad y Competitividad en la industria azucarera en México” en el Instituto Politécnico Nacional. En dicha investigación se emplea la metodología de tipo descriptiva, llegando a la conclusión que este trabajo de tesis se realizó con la inquietud de conocer la relación que existe entre la gestión de calidad y competitividad en la industria azucarera.

En términos se definió que si existe una relación entre la gestión de calidad y competitividad que impacta en el mercado. Este ciclo de interacción nace de la

necesidad de tener ventajas sobre los competidores, de la misma manera se entiende que la innovación es la creación de productos y procesos para lograr ventajas competitivas en el mercado.

Vega (2014) realizó una investigación titulada “Evaluación del sistema de gestión de calidad en el área de aseguramiento de la calidad del laboratorio Vitales S.A. (Santiago), año 2014” en la Universidad de Chile. El presente informe pretende mostrar las diversas actividades que se desarrollaron y cumplieron en el internado de industria farmacéutica, fue ejecutado como uno de los prerrequisitos para optar el título de químico farmacéutico, según los requerimientos de la Facultad de Farmacia y Bioquímica de la Universidad de Chile. Todas las actividades a realizar fueron ejecutadas según los procedimientos del área, inicialmente se realizaron actividades de apoyo al personal del área, tanto en la parte de trabajo de campo como en la documentación, posteriormente al personal se le asignaron actividades a su cargo para ejecutar.

Las actividades realizadas fueron: apoyo en la revisión, distribución y recojo de copias controladas de documentos como procedimientos, instructivos, especificaciones, técnicas analíticas, guías de fabricación, ordenes, etc. Así mismo la supervisión del cumplimiento de programas presentados por las diferentes áreas, seguimiento de solicitudes de cambio, no conformidades y/o reporte de hallazgos de Calidad, compilación de sobres técnicos, estas actividades se evidenciaron mediante indicadores que manejan en el área según sea el caso.

Coello (2014) realizó una investigación titulada “Caracterización de la gestión de calidad y la rentabilidad en las MYPE del sector comercio - rubro ferretero de la ciudad de nuevo Chimbote, año 2014” en La Universidad Católica los Ángeles de

Chimbote. La investigación fue de tipo no experimental-transversal descriptivo, de una población de 11 MYPE se tomó una muestra del 100% de la población registrada en la SUNARP Chimbote, a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, llegando a la conclusión que de los empresarios encuestados se puede observar que el 46% de las empresas es Competitiva en Precios, el 36% en lo que es gestión de Calidad y el 18% en la atención al Cliente. La mayoría de los empresarios de este sector comercial conoce el término competitividad, percibe que su empresa es competitiva en precios pero no realizó ninguna investigación de mercado al respecto.

Ugaz (2018) realizó una investigación titulada “Propuesta de diseño e implementación de un sistema de gestión de calidad basado en las normas ISO 9001 aplicado a las MYPE rubro ferretería (Lima), año 2018” en la Universidad Católica del Perú. El tipo de metodología que se utilizó es descriptiva, siendo así la conclusión: Con esta propuesta se busca responder a las exigencias del cliente, de la organización, y mejorar el desempeño global.

El objetivo del trabajo es analizar la situación actual de la empresa y mediante ello diseñar e implementar el Sistema de Gestión de Calidad, demostrando que a través del desarrollo, implementación y mantenimiento del mismo, le permitirá mejorar la competitividad y lograr un alto grado de satisfacción del cliente. Para realizar la propuesta del Sistema de Gestión de Calidad se utilizó como herramienta de estudio la norma ISO 9001, la cual se revisó e interpretó cada uno de sus requisitos. A partir de ello se establecieron las bases para el diseño del sistema.

Zegarra (2015) realizó una investigación titulada “Influencia de la gestión de calidad del servicio en la satisfacción del cliente del operador turístico Muchik Tours

S.A.C (Trujillo), año 2015” en la Universidad Nacional de Trujillo. Se aplicó una encuesta a los turistas que recibieron los servicios turísticos en nuestra ciudad, tomando como muestra a 335 turistas de una población de 2,576 y se aplicó una lista de cotejo a los 14 empleados del operador turístico para conocer gestión de calidad de la empresa.

En la actualidad existe cierta unanimidad en que el atributo que contribuye a determinar la posición de la empresa en el largo plazo es la opinión de los clientes sobre el producto o servicio que reciben. Resulta obvio que, para los clientes se formen una opinión positiva, la empresa debe satisfacer todas sus necesidades y expectativas, según diversos autores esto es lo que se ha dado en llamar calidad de servicio. La presente investigación tiene como objetivo conocer la influencia de la gestión de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente del operador turístico Muchik Tours S.A.C.

Gutiérrez (2015) realizó una investigación titulada “Evaluación sobre la gestión de calidad de las MYPE comerciales rubro calzados (Piura), año 2015” en la Universidad Cesar Vallejo de Piura. El tipo de metodología que se utilizó es descriptiva, siendo así la conclusión: Se logró comprobar que la gestión de calidad si crea ventajas competitivas, en las MYPE del rubro calzado del mercado modelo de Piura, donde los pequeños empresarios expresan que la gestión de calidad les permite alcanzar nuevas alternativas para conectarse con el mercado actual, interactuando, aprendiendo, diseñando y aplicando estrategias que le han permitido competir con las grandes empresas.

Los pequeños empresarios dan a conocer que el enfoque de una buena gestión de calidad basada en planificación les ha permitido alcanzar los objetivos programados, con este proceso de innovación emplearon ventajas competitivas de forma sistemática, las cuales facilitaron una rentabilidad mejorada para su empresa y por ende participan en la cadena productiva, contribuyendo asimismo con los indicadores económicos en la economía Peruana.

Jiménez (2014) realizó una investigación titulada “Caracterización de gestión de calidad y competitividad de servicio en las MYPE - rubro boticas A.A.H.H Santa Rosa - Piura, año 2013” en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. La investigación es de tipo descriptiva, presenta un nivel cuantitativo, con un diseño no experimental y transversal; la población de estudio fueron las boticas del Asentamiento Humano Santa Rosa - Piura, y la muestra estuvo conformada por 06 boticas, con un total de 17 trabajadores; además se consideró a 30 clientes a criterio del investigador. Dentro de las principales conclusiones se concluye que las principales características de las MYPE se cuenta con un buen número de personal, presentan capacidad de endeudamiento, una demanda regular, presentan un buen posicionamiento y cumplen con disposiciones legales de los grupos de interés.

Las estrategias competitivas, la diversificación de sus servicios y las estrategias de precios; generalmente en el rubro estos factores son relevantes para los clientes y para la zona donde se ubican ya que, se requieren otros servicios por estar frente al hospital.

Tadeo (2015) realizó una investigación titulada “La investigación de marketing y la gestión de calidad en distribuidoras de alimentos envasados y bebidas (Sullana), año 2014” en la Universidad Nacional de Piura. El estudio se realizó en cinco

distribuidoras y 37 negocios clientes (30 bodegas, 5 restaurantes y 2 empresas mineras). A los conductores de las Distribuidoras se hizo una entrevista y a las otras se aplicó una encuesta, debidamente diseñadas de acuerdo a las variables de estudio. Una vez recogidos los datos, se procesó y analizó los resultados; se discutió los hallazgos más relevantes en relación a las variables de estudio, llegando finalmente a sustentar la hipótesis.

La conclusión más relevante señala que los motivos de preferencia más valorados por los clientes respecto a las distribuidoras son: la calidad de los productos que expenden, la entrega que hacen a domicilio, y los precios competitivos. Y la más importante recomendación establece que para mejorar la calidad, las distribuidoras deben desarrollar programas o actividades para manejar más líneas de productos, capacitar a su personal, implementar sistemas de registro computarizado, y evaluar la satisfacción de los clientes.

2.1.2 Innovación de servicios

Castillo (2015) realizó una investigación titulada “Innovación de servicios en las MYPE ferreterías de la ciudad de Manizales (Caldas), año 2015” en la Universidad Autónoma de Manizales en Colombia. El tipo de metodología que se utilizó es descriptiva, siendo así la conclusión: La mayoría de las MYPE, objeto de estudio presentan diferencias en cuanto a su grado de innovación de servicios, siendo fuertes en su generación y mejoramiento de nuevos productos. De acuerdo a la tipología, algunas de las MYPE estudiadas presentan un perfil claramente extrovertido, focalizadas en los clientes, abiertas al medio, con una estrategia diseñada con base a

los requerimientos del cliente, esto se explica por qué varias de ellas producen sobre pedidos o sus productos deben responder al diseño pedido por el cliente.

Por otra parte algunas de ellas han tenido que adaptarse a las demandas cada vez más exigentes del cliente. Se puede afirmar que las MYPE clasificadas dentro de la tipología extrovertida presentan prácticas gerenciales y organizacionales con base en las exigencias del cliente, de las tendencias del mercado, predominio del trabajo grupal, búsqueda de consenso en la toma de decisiones, comunicación oral, búsqueda de colaboración y asesoría externa.

Escobedo (2015) realizó una investigación titulada “Estrategia de la innovación de servicios y ventaja competitiva en comercializadoras mayoristas en abarrotes (México), año 2014” en la Universidad Tecnológica de México. Para el recojo de datos se han aplicado entrevistas a los propietarios de las cuatro empresas antes señaladas; así como también se han aplicado encuestas a una muestra de conductores de bodegas, principales clientes minoristas.

Finalmente se han propuesto conclusiones pertinentes. Una de las principales conclusiones ha permitido identificar las estrategias diferenciales de las comercializadoras: TRUDEX y DISMAR se diferencian por el "cuidado en la higiene, nivel de conservación y fechas de vencimiento"; A.R. DISTRIBUIDORA, por la "prontitud de entrega de pedidos"; y ALMAPO, por abrir "nuevos canales para hacer pedidos". Otra conclusión señala por cada comercializadora sus debilidades o críticas por parte de sus clientes; observándose que todas tienen una debilidad común, la "deficiente atención de reclamos".

Ramos (2015) realizó una investigación titulada “Problemas de productividad e innovación de servicios en las ferreterías, año 2014” que se presentó en la Universidad Abierta Interamericana (España) llegó a las siguientes conclusiones: La falta de innovación de servicios y productividad es un problema complejo que depende de varios factores, en donde la capacidad productiva no es un problema a la hora de abastecer un mercado, pero las empresas no están preparadas para dar una importante oferta al mercado. También aparecen como dificultad la falta de políticas de estado sostenibles y de largo plazo, capacitación e información disponible para PYME, etc.

Huapaya (2016) realizó una investigación titulada “Modelo de innovación de servicios en micro y pequeñas empresas del sector comercio peruano (Lima), año 2016” en la Universidad Privada del Norte en Lima. El tipo de metodología que se utilizó es descriptiva, siendo así la conclusión: un proceso de innovación de servicios para las MYPE, les permitirá de manera eficiente y eficaz realizar un tipo de innovación diferente, la cual realizan en sus productos para sobrevivir en sus respectivos mercados.

El cuestionario de innovación de servicios, que se aplicó a cinco MYPE de la zona centro del Perú, permitió conocer la percepción de los propietarios que tiene acerca de innovación tecnológica entre los que destacan: la importancia de expansión hacia nuevos mercados al realizar reconfiguraciones mínimas en sus productos y por último las consideraciones que toman en cuenta para innovar de acuerdo a gustos y preferencia, precio, clientes y calidad.

Mediante la investigación de campo se comprobó que las MYPES seleccionadas, se encuentran administradas por sus propietarios que marcan los objetivos para el funcionamiento idóneo de la empresa, además de guardar nexos

familiares lo que origina problemas entre ellos. También se evidenció la falta de un organigrama que muestre la función de cada empleado en estas empresas todo esto en conjunto perjudica a las empresas por que trabajan con el tipo de servicio tradicional lo que no les permite visualizar en emplear técnicas de innovación.

Vega (2015) realizó una investigación titulada “Aplicación de la innovación de servicios al cliente en el colegio químico farmacéutico (Trujillo), año 2014” en la Universidad Nacional de Trujillo. Se ha aplicado una encuesta a los trabajadores y profesionales agremiados; los resultados obtenidos han sido complementados con la aplicación de una entrevista realizada a la Jefa Administrativa y la propia observación directa de la infraestructura física e instalaciones. Para contrastar la hipótesis se utilizó un diseño de Investigación No Experimental.

Al formular las conclusiones, la más importante estipula que las mayores debilidades están referidas a la falta de un plan estratégico, la limitada gestión de recursos humanos y la débil gestión de recursos tecnológicos. Y finalmente al formular las recomendaciones resalta aquella que propone reforzar las áreas débiles, debiendo: capacitar al personal, mejorar la comunicación con los directivos; asimismo modernizar los programas de cómputo, dándoles un mantenimiento preventivo y mantener actualizadas las bases de datos, que permitan tomar decisiones acertadas.

Zegarra (2015) realizó una investigación titulada “Relación entre marketing interno e innovación de servicios en el personal de salud del hospital de San Juan de Lurigancho”, en la Universidad Nacional Mayor De San Marcos. La investigación es de tipo descriptivo correlacional, de una población que está conformada por todos los médicos y enfermeras del Hospital de San Juan de Lurigancho los cuales se dividen en

138 enfermeras y 122 Médicos haciendo un total de 260, llegando a la conclusión que los niveles de compromiso que manifiestan los trabajadores de salud no son lo importantes que se desearía por lo que debemos insistir en proporcionarles mejores condiciones de trabajo de tal manera que podamos incrementar estos niveles de compromiso, necesarios para el buen funcionamiento de una institución tan importante como es una institución hospitalaria.

Los análisis de las correlaciones entre el marketing interno e innovación de servicios, indican que existen correlaciones significativas y positivas entre los totales de estas variables, ubicándose estos resultados principalmente en un nivel medio es decir no llegan a ser altos y tampoco bajos, por lo que la tarea es trabajar en estos aspectos para incrementarlos significativamente y con ello mejorar la calidad del servicio en salud.

Moreno (2014) realizó una investigación titulada: “Innovación de servicios y satisfacción al cliente en el restaurante la cabaña de Don Parce” presentada en la Universidad de Piura “UDEP” y concluyó: Se ha logrado comprobar uno de los propósitos principales de este trabajo a través de la técnica del análisis factorial. Dicho objetivo es poner a prueba las dimensiones de la calidad del servicio establecidas por Parasuraman, Zeithlam y Berry.

El trabajo realizado ha permitido identificar 5 dimensiones relacionadas con la calidad del servicio en el restaurante La Cabaña de Don Parce. Estas dimensiones son equivalentes a las inicialmente obtenidas por Parasuraman, Zeithlam y Berry. En consecuencia, los resultados obtenidos dan evidencia empírica de que es posible medir la calidad haciendo uso de las dimensiones planteadas en los modelos SERVQUAL o SERVPERF.

Se puede concluir que los clientes del restaurante están satisfechos con el servicio brindado por este, esto se evidencia en que el promedio de las dimensiones de la calidad es de 4.017 y el promedio obtenido en la pregunta de satisfacción general es de 4.44, puntajes que dentro del baremo de medición se ubican en el rango “alta calidad”.

Rivas (2015) realizó una investigación titulada “Evaluación del desarrollo e innovación de servicios en el sector productivo (Castilla), año 2015” en la Universidad Nacional de Piura. El tipo de metodología que se utilizó es descriptiva, siendo así la conclusión: En las MYPE investigadas se identificó que una de las características de la innovación de servicios es que trabajan con una tecnología que van adecuando con el paso del tiempo buscando el mejor desempeño de las MYPE, por otro lado, se determinó que la innovación no se encuentra restringida a la creación de nuevos productos; sino a la creación de servicios y es así que dentro de las MYPE del sector productivo se brindan servicios de asesoría y distribución de sus productos.

Los resultados de la investigación realizada llevaron a determinar que el tipo de innovación que utilizan las MYPE del sector productivo es de tipo ascendente la cual le permite mejoras, una mayor funcionalidad y a la construcción de bases de progreso dentro de la estructura existente.

Valles (2014) realizó una investigación titulada “Importancia de la innovación de servicios al cliente y gestión de la retribución en la empresa servicios generales S.A.C. (Talara), año 2014” en la Universidad Cesar Vallejo de Piura. Para el recojo de datos se ha aplicado encuestas tanto a los clientes como a los trabajadores, complementando con una entrevista al gerente, y el análisis de documentos. Como

resultado del procesamiento y análisis de la información, se han podido lograr los objetivos de la investigación y se ha confirmado la validez de la hipótesis.

En la investigación se concluye, que las remuneraciones del personal operativo de la empresa, presenta limitaciones en relación al cumplimiento de importantes criterios de una buena gestión retributiva; pus a pesar de ser ligeramente superiores a la competencia, no guardan relación directa con el rendimiento de horas trabajadas, tampoco guardan equidad interna, y prevalece el componente fijo de la retribución. Frente a este escenario, se recomienda replantear las remuneraciones, mejorar los incentivos, prestaciones y servicios sociales; considerando para ello dar prioridad al componente variable según las horas trabajadas, una mayor equidad interna y externa, y tener en cuenta el nivel de rendimiento y evaluación de la satisfacción del cliente.

2.2. Marco Teórico

2.2.1 Teoría de la variable gestión de calidad

Conjunto de normas convenientes a una institución, relacionadas entre sí y a partir de ello la empresa podrá dirigir de manera constituida la calidad de la misma. En el mercado se logra encontrar una gran variedad de modelos de gestión de calidad, los cuales son determinados por una asociación normalizadora como las Normas ISO. Esto le permite a la empresa a validar su sistema de calidad a través de una auditoria por parte de estos estándares. La Norma que mide la calidad es la ISO 9001 García (2015).

Juran (2008) la gestión de calidad lo precisa como el uso correcto de bienes o servicio que implica una mejora del diseño y la medición de complacencia por parte del comprador. La calidad se describe a las particularidades que potencialmente debe

de tener un producto y satisfacer las expectativas del clientes y la calidad de conformidad se refiere como debe el producto final cumple las especificaciones diseñadas.

El concepto de gestión de calidad más admitida es la que diferencia la expectativa del cliente con su percepción del servicio. El crecimiento del mercado ha pretendido a través del tiempo un desarrollo de calidad que se enfoca más hacia la visión del cliente (García, 2015).

2.2.1.1 Beneficios de la gestión de calidad

Según Garvín (2016) los beneficios que contribuye un sistema de Gestión de Calidad se concentra en optimizar la estructura de la organización para su favor propio. La gestión de calidad fundamentada en la ISO 9001 implanta beneficios para la mejora de la organización las cuales se mencionan las siguientes:

- Mejora el organismo interno, al lograr una comunicación más fluida, con responsabilidad y metas establecidas.
- Incremento de su rentabilidad, esto se produce a consecuencia de los puntos anteriormente mencionados que ayuda a reducir sus costos y también a consecuencia de la mayor aceptación de parte de los consumidores como respuesta al grado de calidad en los productos y servicios.
- Mejora su capacidad de reconocer ante las oportunidades del mercado. El reto de las empresas es ser capaz es satisfacer las necesidades del comprador, los mercados hoy en día están fraccionados al igual que los consumidores las innovaciones tecnológicas cambian constantemente su sistema además buscan reducir el tiempo de producción y comercialización

de los bienes o servicios hay que pronosticar las necesidades de los consumidores, la enorme competencia avanza a pasos agigantados por eso las organizaciones tienen que buscar e identificar a sus compradores lo que es importante tener conocimiento del mercado local y del exterior que le permita dar respuesta rápida a las nuevas necesidades.

2.2.1.2 Importancias de la gestión de calidad

Según Crosby (2001) Las empresas modernas están comprometidas a responder continuamente las exigencias de su entorno social a su vez cambiante e imprevisible. Todo ello es importante un sistema gerencial con dirección a la gestión de calidad que beneficie a los objetivos determinados y haga más competente a las empresas. Los negocios modernos saben, que para mantenerse en los mercados y garantizar una excelente participación se tiene presente que la calidad es de suma importancia bajo un buen manejo de control en estándares, porque de ella va depender:

- Satisfacer correctamente las necesidades del comprador
- Cumplir las perspectivas del comprador
- Incorporar bienes y servicios con cero errores
- Hacer las cosas bien desde el primer día
- Plantear, producir y ceder mercadería de primera
- Dar respuesta rápida a lo que el comprador solicita
- Mantener una agradable satisfacción en la hora de la compra

2.2.2 Teoría de la variable innovación de servicios

Gopalakrishnan (2017) La innovación de servicios es una disciplina que busca innovar actividades en la adquisición de un bien tangible como también en actividades o beneficios que son intangibles en otras palabras un servicio como por ejemplo: comer en un restaurante, adquirir un seguro, cortarse el cabello, etc. Innovar en los servicios significa mejorar la experiencia que va a tener un consumidor con la institución así mismo frente una marca de algún producto de ello va depender el grado de atención y el valor agregado que la empresa esté dispuesta a ofrecer para la satisfacción del consumidor.

Schumpeter (2014) define que la innovación de servicios es más que proceso de negocios que de cierta forma no se deja al azar, sino que debe ser dirigido al desarrollo de servicios innovadores que ayude a mejorar las expectativas del comprador de esta manera genera confianza, buena imagen y le generara rentabilidad para su negocio. En general encontramos variedad de principios básicos que se considera parte de la innovación.

Estos principios básicos son:

- Ingresar al mercado propuestas innovadoras de servicio y productos novedosos y que los clientes no estén familiarizado.
- Creación de nuevas fuente de suministro de materia prima.
- Ingresar una nueva estructura en un mercado competente así mismo incluye la innovación en producto, innovación en procesos e innovación en nuevos mercados así también nuevas formas de tratar comercialmente los procesos existentes.

2.2.2.1 Cualidades de innovación de servicios

Según Cervilla (2017) las cualidades de la innovación de servicios se hallan en el progreso de la calidad de los bienes, sin obviar la categoría de la capacidad productiva y diversidad de productos.

Los efectos que produce la innovación de servicios son los siguientes:

- Incremento de la diversidad de bienes y servicios.
- Perfeccionamiento de calidad en los bienes y servicios.
- Incremento en capacidad productiva.
- Disminución de los costes profesionales.
- Rebaja del consumo de energía por unidad de producto.
- Progreso en el cuidado del medio ambiente.

Por lo tanto, la innovación de servicios aporta efectos positivos para la organización. Las ventajas que garantiza a las empresas es un ahorro en los costos de sus procesos de fabricación y optimización. Generando incremento en su productividad así como otros beneficios que consiste en incrementar positivamente el proceso de distribución y venta mejorando el nivel de exposición del producto ante el consumidor (Dixon, 2014)

La innovación de servicios es útil para mejorar la estética en los productos como también en los servicios. A través del perfeccionamiento se va mejorando características propias del producto como por ejemplo: recipientes, envases y su vez rediseñar o dar un valor agregado al producto, lo que resulta ser atractivo las presentaciones para los clientes (Nelson, 2017).

Hoy en día es importante que los productos fabricados sean de gran ayuda a mejorar el medio ambiente a la hora de ser desechados y tenga un segundo uso en su ciclo de vida. Desde el punto vista ambiental los mercados apuestan por productos innovadores que sobre todo contribuyan en el cuidado del medio ambiente, las empresas ahorraran más consiguiendo disminuir los residuos. De esta forma también cabe destacar que las posibilidades de reducir y eliminar los componentes contaminantes a través de la innovación empleada se conseguirá generar muchos beneficios para las empresas utilizando solo materiales biodegradables. (Fernández, 2014)

2.2.2.2 Tipos de innovación de servicios

Pereira (2018) la innovación de servicios se puede identificar los siguientes tipos de servicio:

a) Innovación de productos o servicios

La innovación de producto o servicio se considera como parte de los tipos y las empresas encaminadas a ganar competitividad en el mercado, vienen trabajando mediante ahorro en costos de producción y distribución mediante canales tecnológicos que conlleva al éxito comercial generando aumento en su volumen de ventas, fidelización de clientes gracias a la velocidad que vienen satisfaciendo sus necesidades, proyectando buena imagen en las empresa en un mercado competitivo y por tanto lo convierte como pieza clave ante los ojos de inversionistas y entidades financieras por ello, la innovación de producto o servicio representa una herramienta fundamental para mantener o mejorar la posición competitiva de la empresa.

b) Innovación de procesos

El concepto de “innovación de proceso” se proyecta en cómo se produce las diferentes etapas que son: concepción, creación, investigación, desarrollo, producción y comercialización. Estos procesos forman parte de acciones que conforma el desempeño interno de la organización. La importancia de una propuesta de innovación conlleva a grandes beneficios para las empresas consiguiendo más clientela por la innovadora atención de calidad sobresaliendo en un mercado competitivo

Algunas estrategias de innovación de procesos son las siguientes:

- Implementación de un nuevo sistema de producción.
- La aplicación de herramientas tecnológías (comercio electrónico).
- Compra de maquinarias equipadas.
- Introducción de estándares de calidad.
- Optimizar el diseño en los soportes comerciales.

c) Innovación en el sistema de gestión

Con este tipo de innovación favorece la capacidad de coordinación con el fin de que las instituciones o empresas obtengan respuesta de manera eficiente a las exigencias de los consumidores. Se trata de un tipo de innovación que mejora el modelo de negocio y da satisfacción a la demandas de los clientes esto a su vez conlleva una nueva forma organizacional y que les permite ingresar a un mercado competitivo.

III. HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis general

Sampieri (2014) considera que cuando una investigación es de nivel descriptiva no contiene hipótesis. Buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así describir lo que se investiga.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

El nivel de investigación en la presente tesis es descriptiva por que especifica las dimensiones de las variables y enumera las variables, así mismo busca determinar las Características de la Gestión de Calidad e Innovación de Servicios de las MYPE rubro Ferreterías Piura centro, año 2017.

Tamayo (2016) el nivel de investigación descriptiva, comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual o la composición o procesos de los fenómenos; el enfoque se hace sobre los estudios dominantes o sobre como una persona, grupo, o cosa funciona en el presente; la función descriptiva trabaja sobre realidades de hecho, caracterizándose fundamentalmente por presentarnos un interpretación correcta.

Por otro lado el tipo de la investigación es cuantitativa ya que se va necesitar medir o cuantificar numéricamente las variables estudiadas, que en este caso son: Gestión de Calidad e Innovación de Servicios de las MYPE rubro Ferreterías Piura centro, año 2017.

Hurtado (2014) la investigación cuantitativa tiene una concepción lineal, es decir que haya claridad entre los elementos que conforman el problema, que tenga definición, limitarlos y saber con exactitud donde se inicia el problema, también le es importante saber qué tipo de incidencia existe entre sus elementos.

Con respecto al diseño es una investigación no experimental porque solo observara el comportamiento entre las variables, mas no se manipularán los datos obtenidos lo mismos que reflejarán el comportamiento de las variables en estudio.

Kerlinger (2015) la investigación no experimental o expos-facto es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones. De hecho, no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad.

También es de corte transversal porque que se mide a la vez la prevalencia de la exposición y del efecto en una muestra poblacional en un solo momento temporal; es decir, permite estimar la magnitud y características de las variables en un momento dado.

En conclusión, esta investigación que se realiza para las MYPE rubro Ferreterías, es descriptivo, porque sólo se describirán las partes más relevantes de las variables en estudio.

4.2 Población y Muestra

La población es infinita para ambas variables tanto para Gestión de Calidad e Innovación de Servicios ya que se encuestará a los clientes que frecuentan este tipo de negocios la cual estarán constituidas por 8 MYPE del rubro Ferreterías, ubicadas en el Centro de Piura. (Municipalidad de Piura, 2017).

Por lo tanto después de haber establecido que la población es infinita por ambas variables y cuyo estudio se realizara a las 8 MYPE de rubro ferreterías en el Centro de Piura 2017, se tomará como muestra para la recolección de datos como

fuentes a 89 clientes de estas MYPE.

- Formula para una población infinita:

Población Infinita: Vélez (2014), estudio para determinar los clientes de las MYPE como objeto de estudio. El nivel de Confianza ($1 - \alpha$), es desde un 90% o hasta el 95%.

Murray y Larry, (2015) señalan que para el cálculo de esta muestra se aplicarán los siguientes datos:

- **n** = Tamaño de la muestra
- **Z** = 1.7 (si el nivel de confianza es de 91%)
- **p** = Prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerse ($p = 0.5$) probabilidad que ocurra
- **q** = $1 - P$ (Si $p = 0.5$, entonces $q = 0.5$) probabilidad que no ocurra
- **e** = Error que se provee cometer del 9 %

FORMULA:

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

$$n = \frac{1.7^2 * 0.5 * 0.5}{0.09^2}$$

$$n = \frac{2.89 * 0.5 * 0.5}{0.0081}$$

$$n = \frac{0.7225}{0.0081}$$

n = 89 clientes

La muestra que utilizaremos para recolectar datos de las variables Gestión de Calidad e Innovación de Servicios, está dirigida a 89 clientes de las MYPE rubro Ferreterías.

El muestreo aplicado es no probabilístico ya que es una técnica de muestreo en virtud de la cual las muestras son recogidas por conveniencia y eso va permitir determinar con qué tipo de muestra se va a trabajar.

- Criterio de inclusión:

- Clientes que visitan con frecuencia a la MYPE
- Clientes con discapacidad

- Criterio de exclusión:

- Clientes con poca disponibilidad de tiempo
- Propietarios de las ferreterías

Cuadro N° 1: Relación de MYPE

N°	Nombre	Dirección	N° Trabajadores
1	Ferretería la Casita S.R.L	A.V Bolognesi 666	3
2	Ferretería M y G ventas	A.V Bolognesi 575	3
3	Ferretería Materiales	Calle Cuzco 1181	4
4	Ferretería el Martillo	Calle Cuzco 1011	2
5	Ferretería Negocios Generales E.I.R.L	A.V Loreto 1180	5
6	Ferretería y Matizados E.I.R.L	A.V Bolognesi 400	3
7	Ferretería Santa S.A.C	Jirón Arequipa 1143	4
8	Ferretería Carmelita	A.V Sánchez Cerro 301	3

Fuente: Municipalidad de Piura, 2017

Elaborado por: El investigador

4.3 Definición y operacionalización de las variables

Cuadro 2: Matriz de operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Definición operacional	Fuente	Escala de medición	Metodología
Gestión de Calidad	Es una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos (procedimientos, comprobantes, estructura organizacional y estrategias) para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente. (García, 2015)	Beneficios de la Gestión de Calidad	Económico Confiable Satisfacción	La dimensión “Beneficios de la Gestión de Calidad” se medirá con sus indicadores: “económico, confiable, satisfacción” con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario de escala nominal.	Clientes	Nominal	Nivel de investigación Descriptiva Tipo de investigación Cuantitativa Diseño de la investigación No experimental
		Importancia de la Gestión de Calidad	Productos resistentes Necesidades Cero defectos	La dimensión “Importancia de la Gestión de Calidad” se medirá con sus indicadores: “productos resistentes, necesidades y cero defectos” con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario de escala nominal.	Clientes	Nominal	Población Infinita Muestra 68 clientes Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario

Innovación de Servicios	Es un proceso crítico de negocios que no se puede dejar al azar, sino que debe ser administrado para desarrollar servicios innovadores que mejoren la satisfacción de los clientes y aumenten la rentabilidad de sus empresas.(Schumpeter,2014)	Cualidades de la Innovación de Servicios	Comunicación Buena atención	La dimensión “Cualidades de la Innovación de Servicios” se medirá con sus indicadores: “comunicación, buena atención” con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario de escala nominal.	Clientes	Nominal
		Tipos de Innovación de Servicios	Publicidad Tecnología	La dimensión “Tipos de Innovación de Servicios” se medirá con sus indicadores: “publicidad, tecnología” con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario de escala nominal.	Clientes	Nominal

4.4 Técnica e instrumento

La técnica utilizada en esta investigación será la encuesta y para el recojo de información se hará uso de un instrumento basado en preguntas cerradas, el cual será obteniendo a partir de la operacionalización de las variables. Así mismo para su validación se contara con la aprobación de tres expertos.

Según Grasso (2016) la encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas, así por ejemplo: permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas.

4.5 Plan de análisis

El plan de análisis permitirá dar respuesta a las preguntas de la investigación. Se señala los datos estadísticos de adecuados niveles, y capacitaciones en el programa de Excel y el SPSS versión 21, a nivel de redacción el uso de Microsoft Word luego se realizara el cuestionario como instrumento enfocándose principalmente en los clientes. Se aplicara la técnica descriptiva por qué sirve para detallar, caracterizar y sintetizar los resultados que se obtendrán al realizar el cuestionario y el PDF para la presentación del trabajo final.

4.6 Matriz de consistencia

Cuadro 3: Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivo General	Objetivo Específicos	Hipótesis	Variables	Definición	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Escala de Medición	Técnica/Instrument		
"Gestión de Calidad e Innovación de Servicios en las MYPE, rubro Ferreterías Piura Centro, año 2017"	¿Qué características tiene la Gestión de Calidad e Innovación de Servicios en las MYPE, rubro Ferreterías Piura Centro, año 2017?	OG: Determinar las características que tiene la Gestión de Calidad e Innovación de Servicios de las MYPE, rubro Ferretería Piura Centro, año 2017..	O1: Identificar los beneficios que tiene la Gestión de Calidad en las MYPE, rubro Ferreterías Piura Centro, año 2017.	La presente investigación por ser de tipo descriptiva no presenta hipótesis. (Sampieri,2014)	Gestión de calidad	Es una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos (procedimientos, comprobantes, estructura organizacional y estrategias) para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente. (García, 2015)	Beneficios de la gestión de calidad	La dimensión "Beneficios de la Gestión de Calidad" se medirá con sus indicadores: "económico, confiable, satisfacción" con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	Económico	Nominal	Encuesta/ Cuestionario		
			Importancia de la gestión de calidad					La dimensión "Importancia de la Gestión de Calidad" se medirá con sus indicadores: "productos resistentes, necesidades, cero defectos" con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	Confiable	Nominal			
								Productos resistentes	Satisfacción	Nominal			
							Necesidades	Cero defectos	Nominal				
			Innovación de servicios				Es un proceso crítico de negocios que no se puede dejar al azar, sino que debe ser administrado para desarrollar servicios innovadores que mejoren la satisfacción de los clientes y aumenten la rentabilidad de sus empresas. (Schumpeter,2014)	Cualidades de la innovación de servicios	La dimensión "Cualidades de la Innovación de Servicios" se medirá con sus indicadores: "comunicación, buena atención" con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	Comunicación		Nominal	Encuesta/ Cuestionario
									Tipos de innovación de servicios	La dimensión "Tipos de Innovación de Servicios" se medirá con sus indicadores: "publicidad, tecnología" con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.		Buena atención	
					Publicidad	Tecnología				Nominal			
								Nominal					

4.7 Principios éticos

En este proyecto de investigación resalta la veracidad y el compromiso de buscar soluciones, que ayude a la sociedad en mejorar su calidad de vida. Dicha manera se acudirá a fuentes bibliográficas de suma confiabilidad con la finalidad de profundizar y obtener mayores conocimientos. Así mismo la investigación se realiza con total transparencia, honestidad y responsabilidad social respetando las normas APA Román (2014).

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

5.1.1 Variable 1: Gestión de calidad

5.1.1.1 Objetivo específico: Identificar los Beneficios de la Gestión de Calidad

Tabla 1

Minimiza gastos en la competencia

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	83	91,18%
No	6	8,82%
Total	89	100%

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

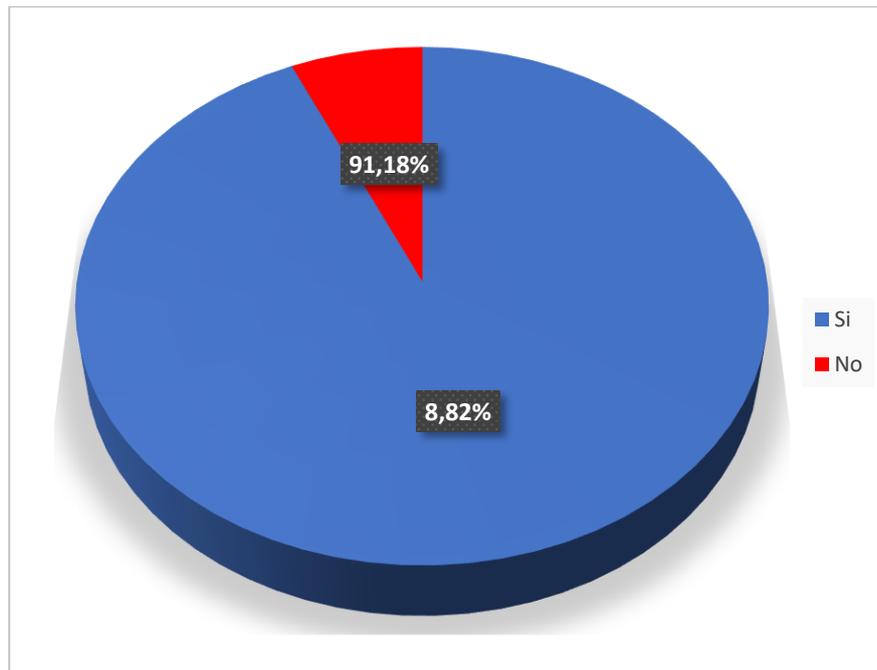


Figura 1: Gráfico circular que representa la pregunta "Minimiza gastos en la competencia"

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

En la tabla 1 y la figura 1 denominado "Minimiza gastos en la competencia" se observa que el 91,18% de los clientes encuestados si acude a la competencia para minimizar sus gastos. Mientras el 8,82%, no acude a la competencia para minimizar sus gastos.

Tabla 2
Brinda productos sustitutos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	89	100%
No	0	0%
Total	89	100%

Fuente: Cliente
Elaboración: Propia

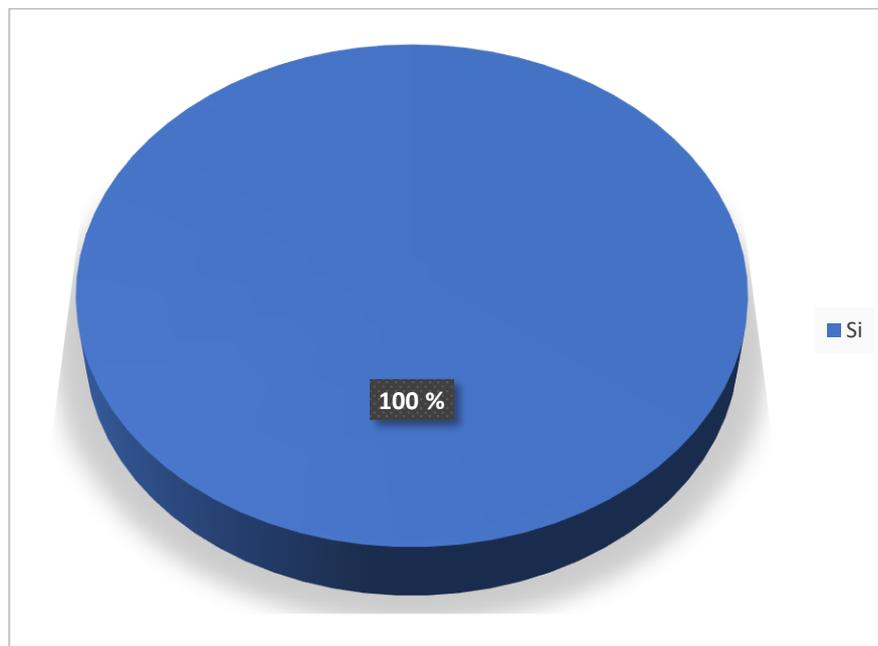


Figura 2: Gráfico circular que representa la pregunta “Brinda productos sustitutos”
Fuente: Cliente
Elaboración: Propia

En la tabla 2 y la figura 2 denominado; “Brinda productos sustitutos”, se observa el 100% de los clientes encuestados si se les brinda productos sustitutos a menor precio en las ferreterías.

Tabla 3
Confianza en los productos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	88,24%
No	9	11,76%
Total	89	100%

Fuente: Cliente
Elaboración: Propia

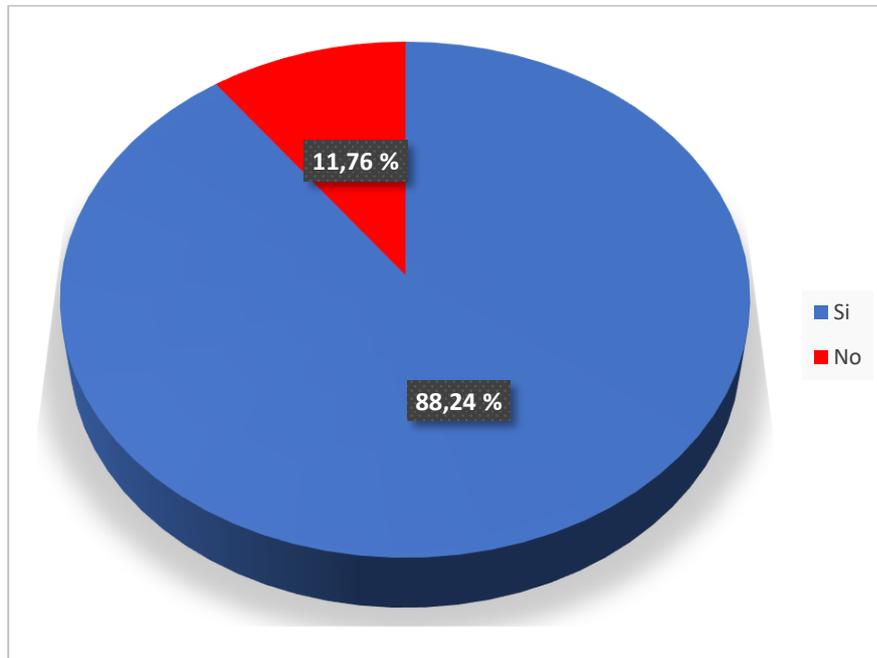


Figura 3: Gráfico circular que representa la pregunta “Confianza en los productos”
Fuente: Cliente
Elaboración: Propia

En la tabla 3 y la figura 3 denominado; “Confianza en los productos”, se observa que el 88,24%, de los clientes encuestados si les genera confianza los productos que compran en la ferretería. Mientras el 11,76%, no les genera confianza los productos que compran en la ferretería.

Tabla 4

Comodidad al ser atendido por el colaborador

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	85	94,12%
No	4	5,88%
Total	89	100%

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

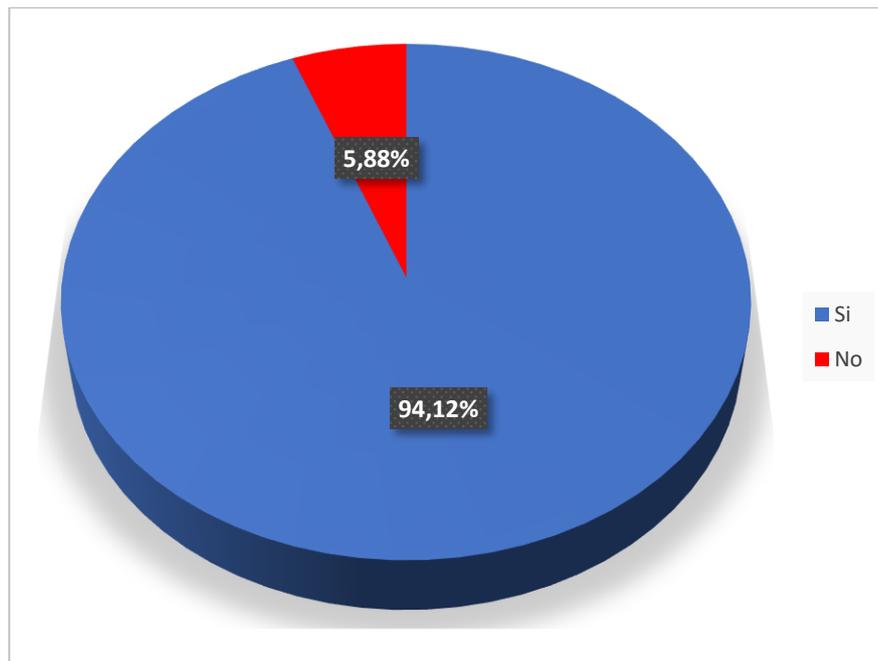


Figura 4: Gráfico circular que representa la pregunta "Comodidad al ser atendido por el colaborador"

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

En la tabla 4 y la figura 4 denominado "Comodidad al ser atendido por el colaborador" se observa que el 94,12% de clientes encuestados si se siente cómodos por la atención del colaborador. Mientras el 5,88%, no se siente como por la atención del colaborador.

Tabla 5

Satisfacción por la atención

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	81	88,24%
No	8	11,76%
Total	89	100%

Fuente: Cliente
Elaboración: Propia

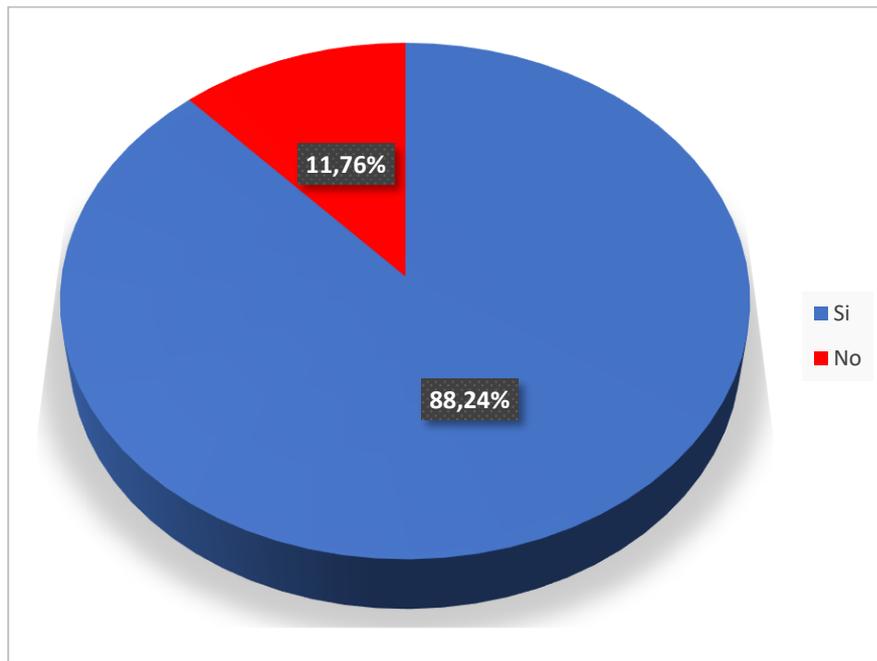


Figura 5: Gráfico circular que representa la pregunta "Satisfacción por la atención"
Fuente: Cliente
Elaboración: Propia

En la tabla 5 y la figura 5 denominado "Satisfacción por la atención" se observa que el 88,24% de clientes encuestados si están satisfecho por la atención brindada. Mientras el 11,76%, no están satisfechos por la atención brindada.

Tabla 6

Productos de calidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	85	94,12%
No	4	5,88%
Total	89	100%

Fuente: Cliente
Elaboración: Propia

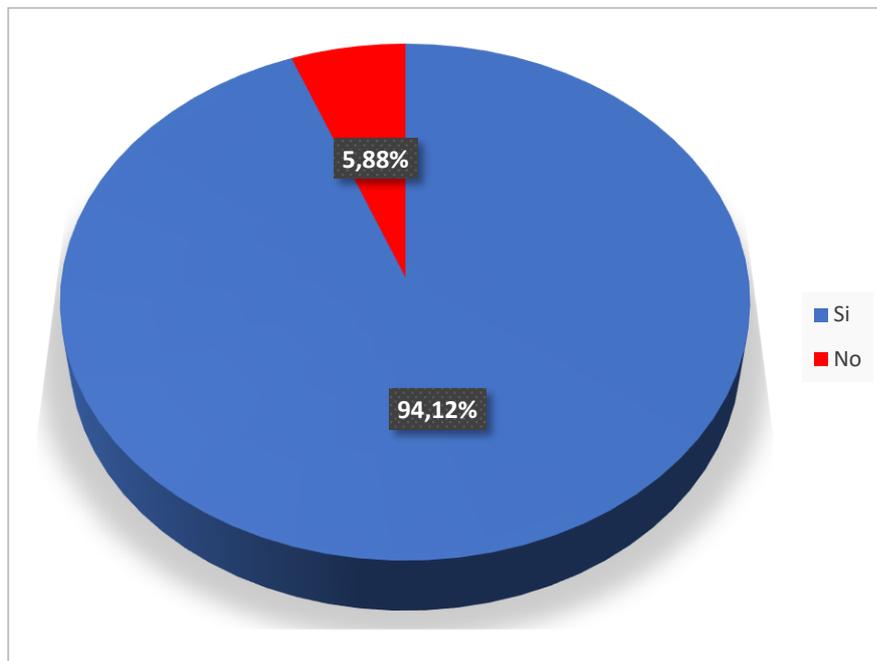


Figura 6: Gráfico circular que representa la pregunta "Productos de calidad"
Fuente: Cliente
Elaboración: Propia

En la tabla 6 y la figura 6 denominado "Productos de calidad" se observa que el 94,12% de clientes encuestados si consideran que los productos son de calidad. Mientras el 5,88%, no consideran que los productos son de calidad.

5.1.1.2 Objetivo específico: Conocer la Importancia de la Gestión de Calidad

Tabla 7

Productos genéricos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	81	88,24%
No	8	11,76%
Total	89	100%

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

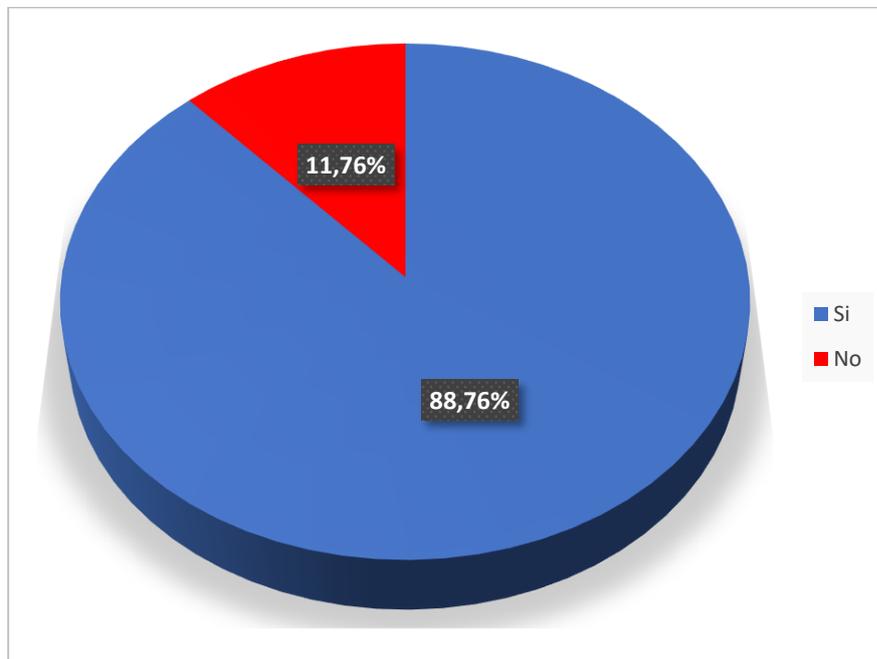


Figura 7: Gráfico circular que representa la pregunta "Productos genéricos"

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

En la tabla 7 y la figura 7 denominado "Productos genéricos" se observa que el 88,24% de clientes encuestados si consideran que los productos son genéricos. Mientras el 11,76%, consideran que los productos no son genéricos.

Tabla 8

Satisfacción del producto

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	83	91,18%
No	6	8,82%
Total	89	100%

Fuente: Cliente
Elaboración: Propia

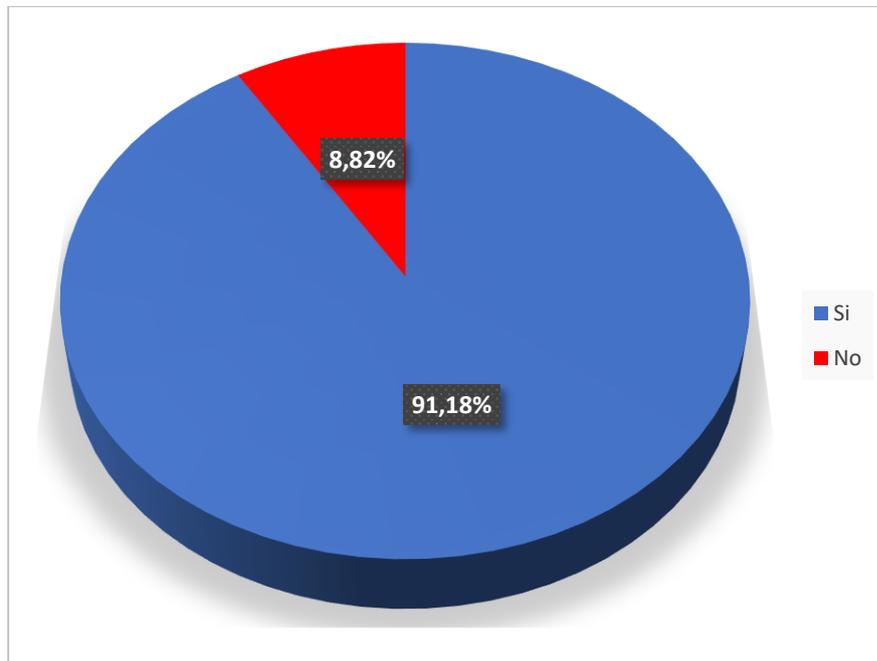


Figura 8: Gráfico circular que representa la pregunta "Satisfacción del producto"
Fuente: Cliente
Elaboración: Propia

En la tabla 8 y la figura 8 denominado "Satisfacción del producto" se observa que el 91,18% de clientes encuestados si consideran satisfactorio el producto en sus viviendas. Mientras el 8,82%, no consideran satisfactorio el producto en sus viviendas.

Tabla 9

Utilidad de ferreterías en el centro

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	89	100%
No	0	0%
Total	89	100%

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

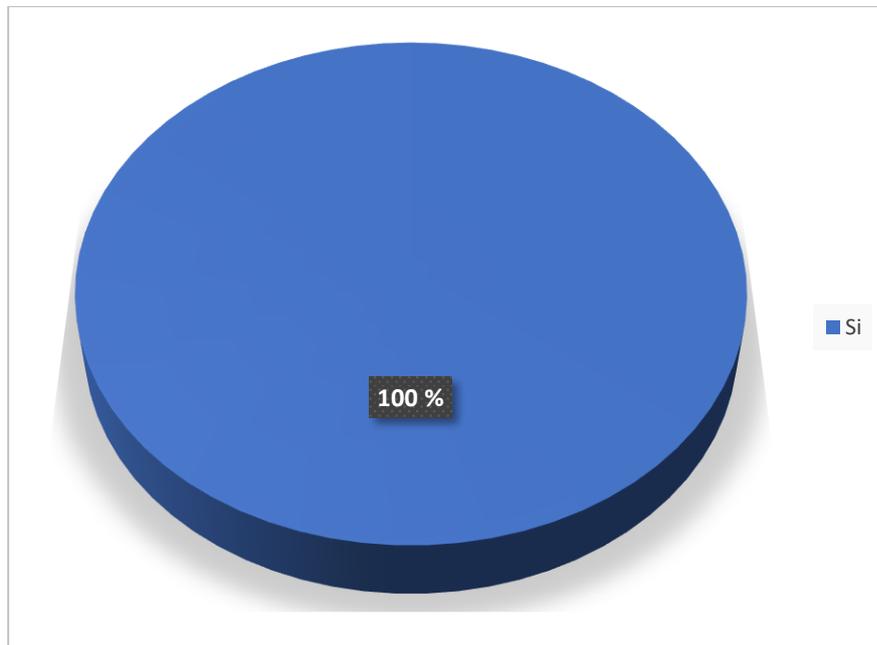


Figura 9: Gráfico circular que representa la pregunta “Utilidad de ferreterías en el centro”

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

En la tabla 9 y la figura 9 denominado “Utilidad de ferreterías en el centro” se observa que el 100% de clientes encuestado si consideran que es de mucha utilidad ferreterías en el centro de Piura.

Tabla 10

Implementar más productos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	89	100%
No	0	0%
Total	89	100%

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

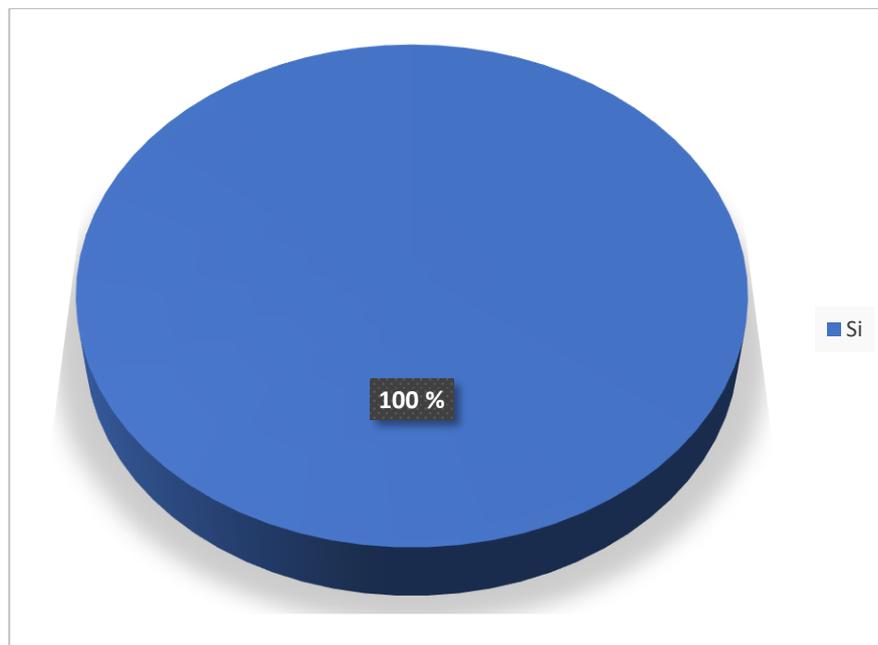


Figura 10: Gráfico circular que representa la pregunta “Implementar mas productos”

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

En la tabla 10 y la figura 10 denominado “Implementar más productos”, se observa que el 100% de los clientes encuestados si consideran que se deben implantar más productos en las ferreterías.

Tabla 11

Productos con defectos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	79	85,29%
No	10	14,71%
Total	89	100%

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

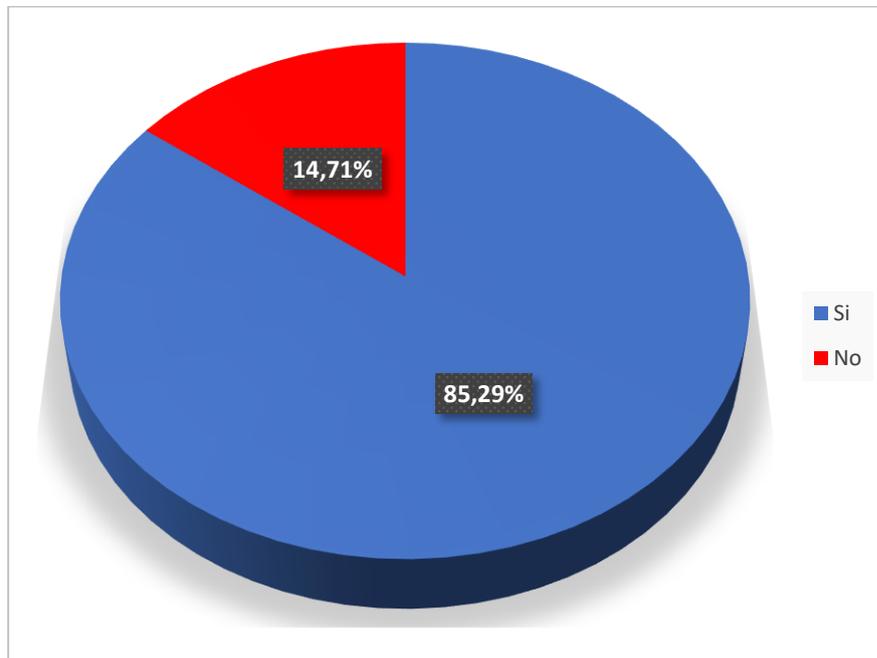


Figura 11: Gráfico circular que representa la pregunta “Productos con defectos”

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

En la tabla 11 y la figura 11 denominado “Productos con defectos” se observa que el 85,29% los clientes encuestados si se han dado con la sorpresa de productos con defectos. Mientras el 14,71%, no se han dado con la sorpresa de productos con defectos.

Tabla 12

Verifica las condiciones del producto

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	89	100%
No	0	0%
Total	89	100%

Fuente: Cliente

Elaboración: propia

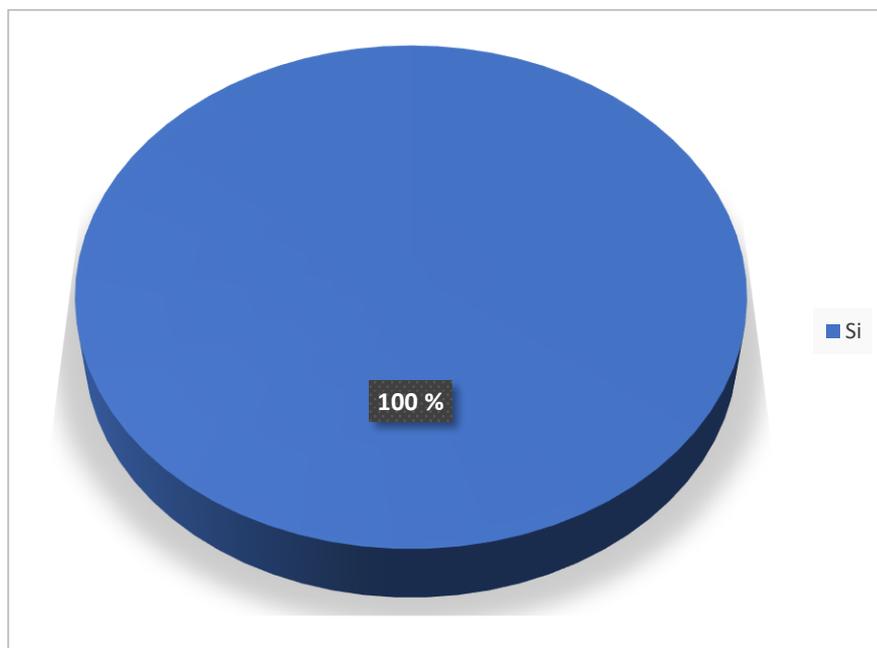


Figura 12: Gráfico circular que representa la pregunta “Verifica las condiciones del producto”

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

En la tabla 12 y la figura 12 denominado “Verifica las condiciones del producto” se observa que el 100% de los clientes encuestados respondieron que si se les revisa el producto por parte del vendedor antes de partir de la ferretería.

5.1.2 Variable 2: Innovación de servicio

5.1.2.1 Objetivo específico: Identificar las Cualidades que tiene la Innovación de Servicios

Tabla 13

Teléfono para pedidos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	71	73,53%
No	18	26,47%
Total	89	100%

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

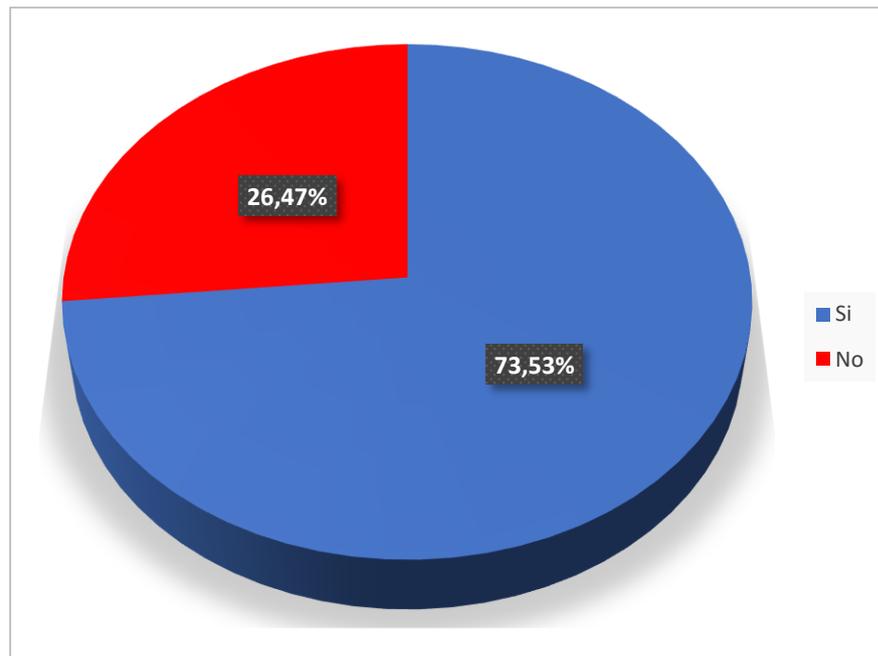


Figura 13: Gráfico circular que representa la pregunta "Teléfono para pedidos"

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

En la tabla 13 y la figura 13 denominado "Teléfono para pedidos" se observa que el 73,53% de los clientes encuestados respondieron que si cuentan las ferreterías con número telefónico para realizar pedidos. Mientras el 26,47%, respondieron que no cuentan las ferreterías con número telefónico para realizar pedidos.

Tabla 14

Detalle de las características del producto

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	87	97,06%
No	2	2,94%
Total	89	100%

Fuente: Cliente
Elaboración: Propia

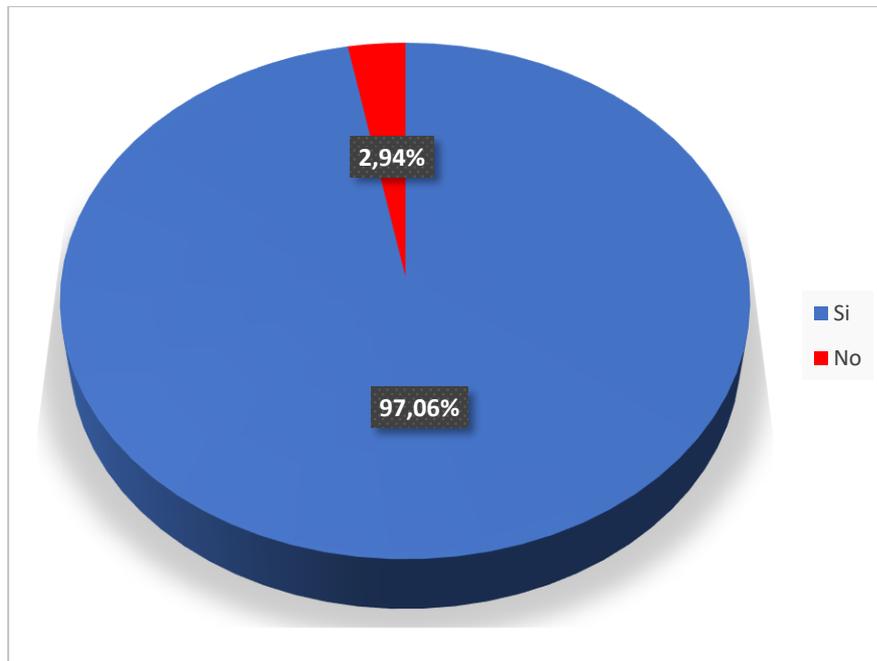


Figura 14: Gráfico circular que representa la pregunta “Detalle de las características del producto”

Fuente: Cliente
Elaboración: Propia

En la tabla 14 y la figura 14 denominado “Detalle de las características del producto” se observa que el 97,06% de los clientes encuestados respondieron que los trabajadores si logra detallar las características del producto. Mientras el 2,94%, respondieron que los trabajadores no les detalla las características del producto.

Tabla 15

Atención con amabilidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	83	91,18%
No	6	8,82%
Total	89	100%

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

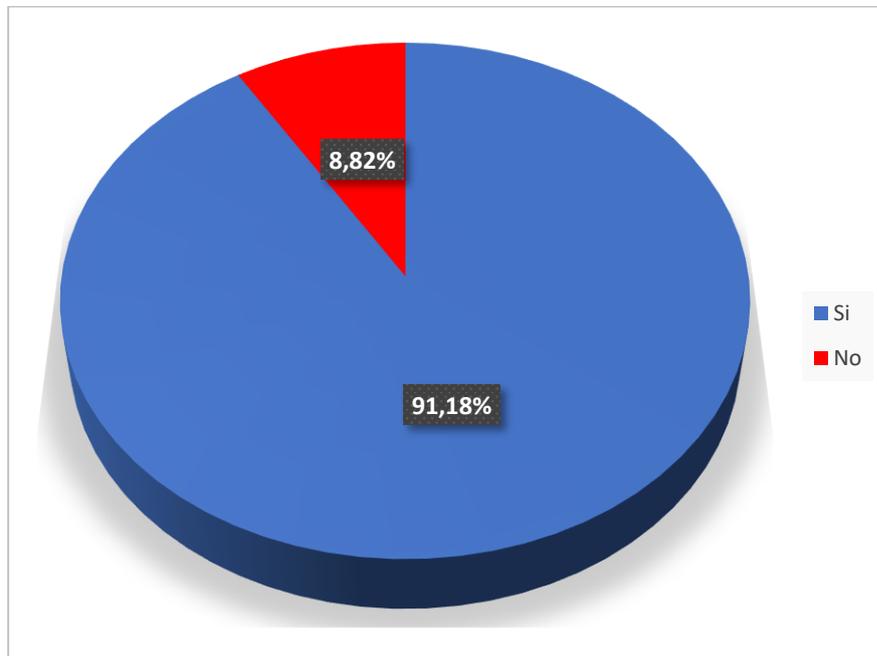


Figura 15: Gráfico circular que representa la pregunta "Atención con amabilidad"

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

En la tabla 15 y la figura 15 denominado "Atención con amabilidad" se observa que el 91,18% de los clientes encuestados respondieron que si son atendidos con amabilidad al ingresar a la ferretería. Mientras el 8,82%, respondieron que no son atendidos con amabilidad al ingresar a la ferretería.

Tabla 16

Agradece por su visita

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	87	97,06%
No	2	2,94%
Total	89	100%

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

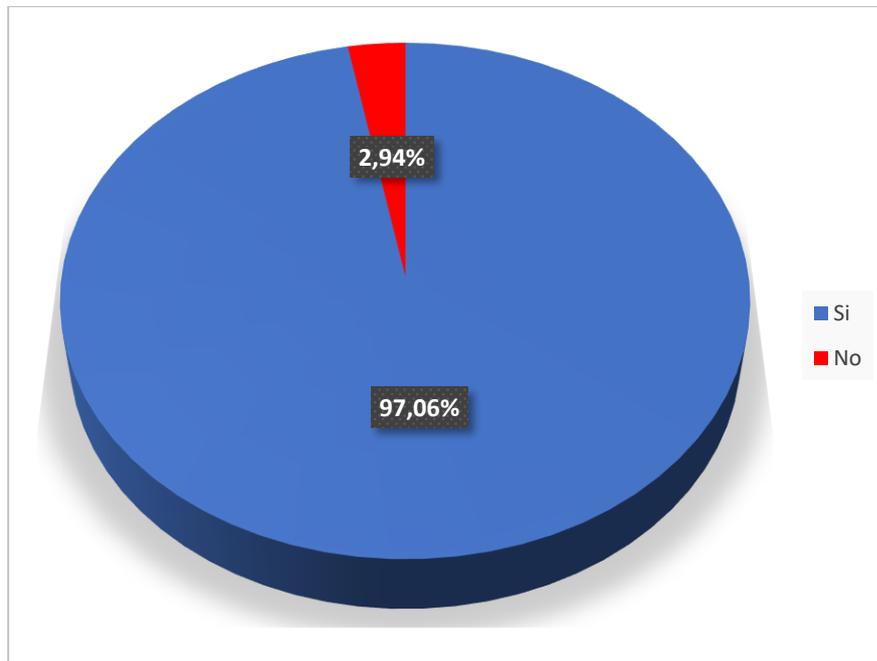


Figura 16: Gráfico circular que representa la pregunta "Agradece por su visita"

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

En la tabla 16 y la figura 16 denominado "Agradece por su visita" se observa que el 97,06% de los clientes encuestados respondieron que los dueños si les agradece por su visita. Mientras el 2,94%, respondieron que los dueños no les agradece por su visita.

5.1.2.2 Objetivo específico: Conocer los Tipos de Innovación de Servicios

Tabla 17

Volantes de publicidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	63	61,76%
No	26	38,24%
Total	89	100%

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

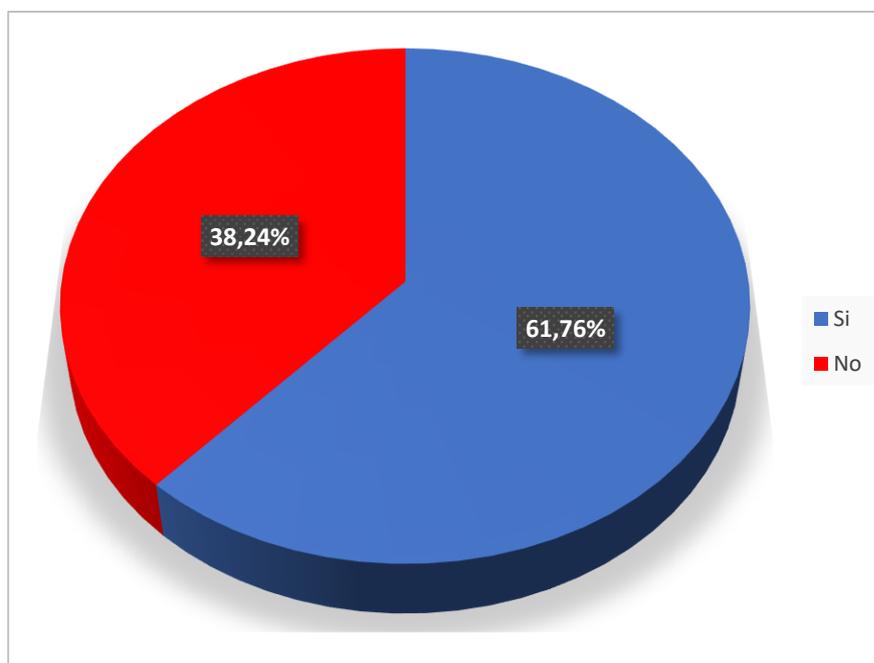


Figura 17: Gráfico circular que representa la pregunta "Volantes de publicidad"

Fuente: Cliente

Elaboración: Propia

En la tabla 17 y la figura 17 denominado "Volantes de publicidad" se observa que el 61,76% de los clientes encuestados respondieron que la ferretería si les regala volantes de publicidad. Mientras el 38,24%, respondieron que las ferreterías no les regala volantes de publicidad.

Tabla 18

Catálogo de variedad de productos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	77	82,35%
No	12	17,65%
Total	89	100%

Fuente: Cliente
Elaboración: Propia

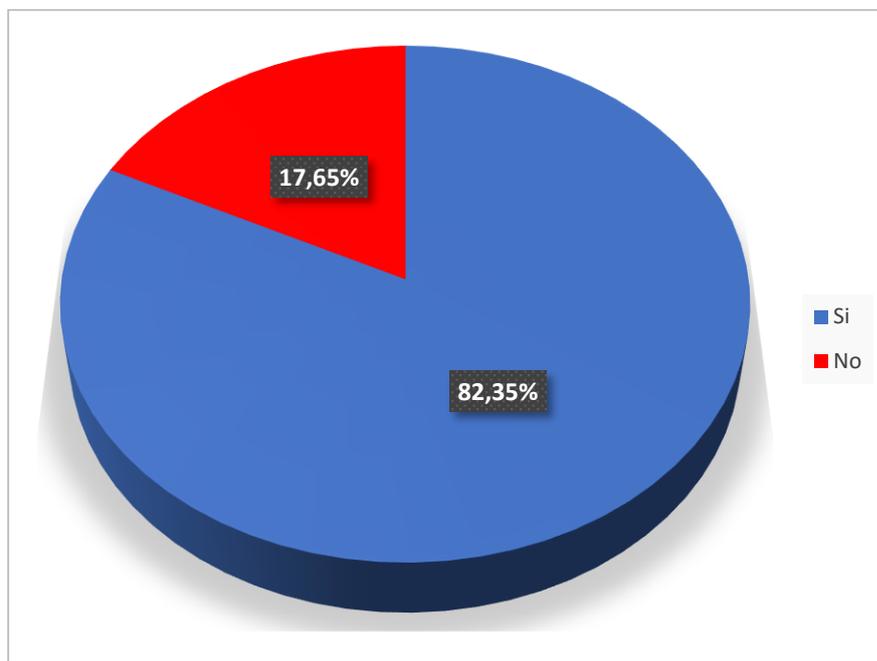


Figura 18: Gráfico circular que representa la pregunta “Catálogo de variedad de productos”

Fuente: Cliente
Elaboración: Propia

En la tabla 18 y la figura 18 denominado “Catálogo de variedad de productos” se observa que el 82,35% de los clientes encuestados respondieron que la ferretería si les brinda un catálogo de variedad de productos. Mientras el 17,65%, respondieron que la ferretería no les brinda un catálogo de variedad de productos.

Tabla 19

Detector de billetes falsos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	69	70,59%
No	20	29,41%
Total	89	100%

Fuente: Cliente
Elaboración: Propia

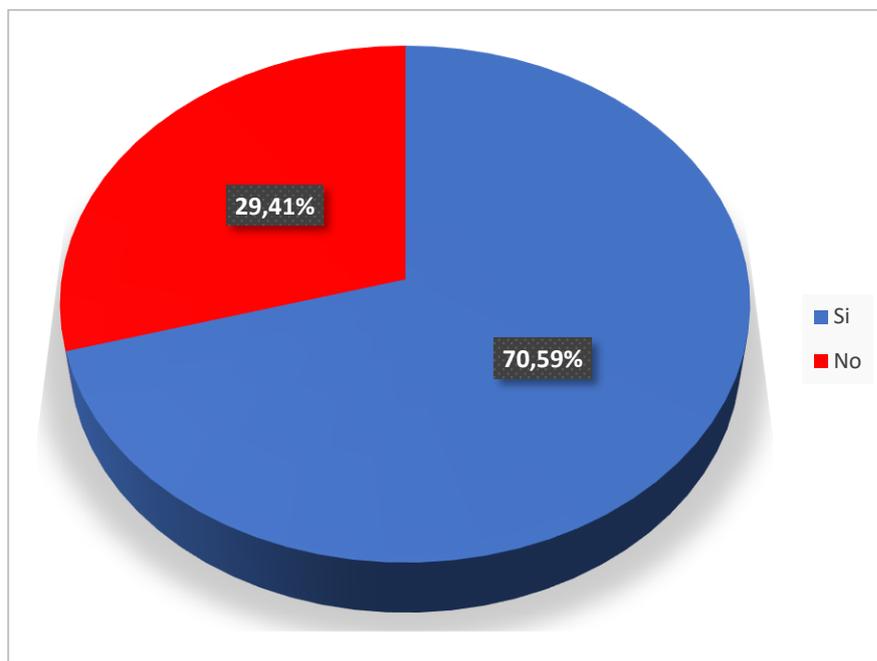


Figura 19: Gráfico circular que representa la pregunta "Detector de billetes falsos"

Fuente: Cliente
Elaboración: Propia

En la tabla 19 y la figura 19 denominado "Detector de billetes falsos" se observa que el 70,59% de los clientes encuestados respondieron que si cuentan la ferretería con detector de billetes falsos. Mientras el 29,41%, respondieron que no cuentan la ferretería con detector de billetes falsos.

Tabla 20

Cuenta con página web

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	61	58,82%
No	28	41,18%
Total	89	100%

Fuente: Cliente
Elaboración: Propia

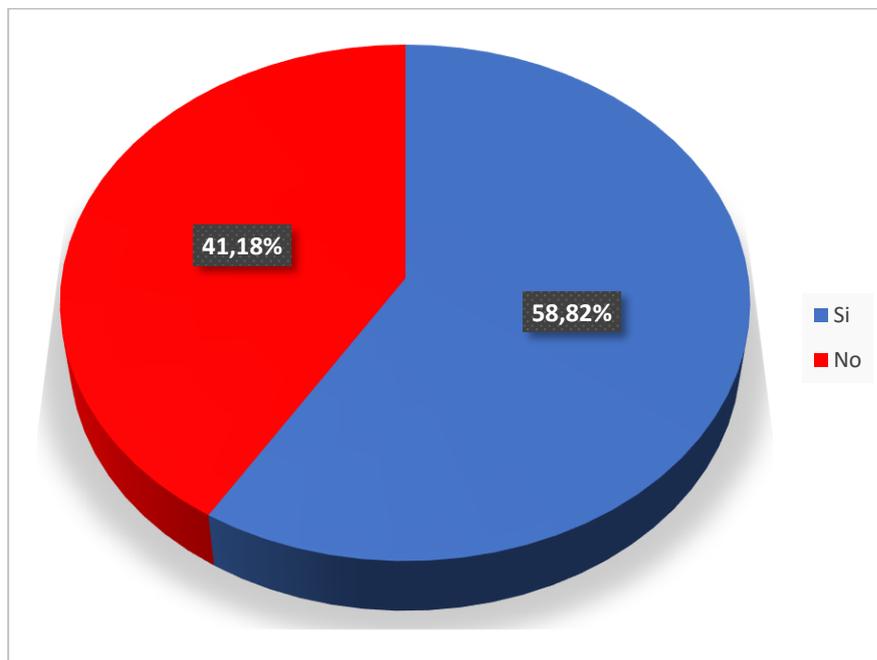


Figura 20: Gráfico circular que representa la pregunta "Cuenta con página web"
Fuente: Cliente
Elaboración: Propia

En la tabla 20 y la figura 20 denominado "Cuenta con página web" se observa que el 58,82% de los clientes encuestados respondieron que si cuentan con página web las ferreterías. Mientras el 41,18%, respondieron que no cuentan con página web las ferreterías.

5.2 Análisis de resultados

5.2.1 Objetivo 1: Identificar los Beneficios de la Gestión de Calidad

En la tabla 1 y figura 1 denominado “Minimiza gastos en la competencia”, se observa que el 91,18% de clientes encuestados si acude a la competencia para minimizar sus gastos. Según Santana (2014) señala que si existe una relación entre la gestión de calidad y competitividad que impacta en el mercado. Este ciclo de interacción nace de la necesidad de tener ventajas sobre los competidores, así mismo se entiende que la innovación es la creación de productos y procesos para conseguir las ventajas competitivas ventajas en el mercado. Por otra parte García (2015) considera que la gestión de calidad es un conjunto de actividades reguladas que llevan en conjunto de elementos como recursos, procedimientos y estrategia organizacional con el objetivo de conseguir la calidad de los productos que se brindan al cliente. Por lo tanto se recomienda que consideren utilizar la gestión de calidad, esto permite identificar los beneficios en las MYPE rubro ferreterías Piura-centro por que influye en la hora de tomar decisiones por parte del clientes en consecuencia a los precios que brinda cada uno de estos negocios lo cual es fundamental que los propietarios definan sus precios a comodidad del cliente esto ayudara que su negocio sea más visitado y mejore su productividad.

En la tabla 2 y figura 2 denominado “Brinda productos sustitutos”, se observa que el 100% de los clientes encuestados si se les brindan productos sustitutos a menor precio en las ferreterías. Según Rojas (2016) concluye que la ejecución del sistema de gestión de calidad servirá para realizar una evaluación de capacidad a nivel organizacional cumpliendo con las exigencias del cliente, reglamentarios internos, además para prevenir las desconformidades. Así mismo Juran (2008) considera que la gestión de calidad lo precisa como el uso correcto del producto o servicio que implica una mejora del diseño y la medición del grado de satisfacción por parte del consumidor. La calidad de diseño se describe a las particularidades que potencialmente debe de tener un producto y satisfacer las expectativas del clientes y la calidad de conformidad se refiere como debe el producto final cumple las especificaciones diseñadas. Por lo tanto se recomienda la gestión de calidad en este prototipo de empresa ya que permite ofrecer estrategias como ofrecer productos sustitutos como menciona Juran de esta manera las MYPE rubro ferretería Piura-centro ayuda al comerciante en optar por productos de distintas marcas pero que cumplen la misma funciones a menor costo y beneficia en el mayor volumen de venta.

En la tabla 3 y figura 3 denominado “Confianza en los productos”, se observa que el 88,24% de los clientes encuestados si les genera confianza los productos que compran en la ferretería. Según Coello (2014) menciona que la totalidad de dueños en este sector comercial conoce el término competitividad, percibe que su empresa es competitiva en precios y sobre todo en la calidad de sus bienes pero si no se realizó ninguna investigación de mercado al respecto no se lograra llegar a la meta. Por otro lado Bednar (2016) menciona que calidad se define como “lo mejor” en sentido absoluto. Esta definición es demasiado complejo ya que orienta a la organización hacia donde debe llevar su empresa. Por lo tanto la gestión de calidad ayuda a mejora la calidad de sus productos que ofrece las MYPE rubro ferreterías Piura-centro ya que le genera confianza al cliente saber que los productos ofrecidos van a satisfacer sus expectativas por lo cual todos los comerciantes de este rubro deben trabajar con un sistema de control de calidad que les permita ofrecer productos de primera.

En la tabla 4 y figura 4 denominado “Comodidad al ser atendido por el colaborador “, se observa que el 94,12% de los clientes encuestados si se siente cómodos por la atención del colaborador. Según Zegarra (2015) señala que en la actualidad existe cierta unanimidad en que el atributo que contribuye a determinar la posición de la compañía en el largo plazo es la opinión de los compradores sobre el servicio o producto que acogen. Resulta obvio que para los compradores se formen una opinión objetiva y que la empresa debe satisfacer todas sus expectativas y necesidades, esto es lo que se llama calidad de servicio. Así mismo Crosby (2001) señala que la gerencia moderna debe estar muy comprometida a responder continuamente los requerimientos de su entorno y que cada vez sea más dinámico el trabajo que existe con sus colaboradores a todo ello hace necesario en la mejora de un sistema organizacional con orientación a la gestión de calidad que permita favorecer los objetivos establecidos y haga más competitivas a las empresas. Por lo tanto se recomienda la gestión de calidad porque contribuye en mejorar la buena atención al cliente en las MYPE rubro ferreterías Piura-centro observando en los resultados los dueños de las ferreterías deben cuidar su imagen reflejándolo en la atención brindada a sus clientes de tal forma se debe reforzar con capacitaciones a sus trabajadores en cuanto al recibimiento y la despedida de sus comensales.

En la tabla 5 y figura 5 denominado “Satisfacción por la atención”, se observa que el 88,24% de los clientes encuestados si están satisfecho por la atención brindada. Según Ugaz (2018) señala que la propuesta del sistema de gestión de calidad se utiliza como herramienta de estudio la cual se revisa e interpreta cada uno de sus requisitos. A partir de ello se establecieron las bases para el diseño del sistema cuya finalidad es satisfacer al consumidor. Así mismo Garvín (2016) considera que los beneficios que aporta un sistema de gestión de calidad se va enfocar en los beneficios propios para la organización mejorando de manera interna en sus trabajadores, estableciendo una comunicación más fluida de colaborador a comensal. Por lo tanto la gestión de calidad se recomienda porque aporta en el mejoramiento de las MYPE rubro ferreterías Piura-centro, a medida que los trabajadores sean mejor capacitados en la buena atención al público ayudara a crecer a la MYPE por su gentileza y amabilidad.

En la tabla 6 y figura 6 denominado “Productos de calidad”, se observa que el 94,12% de los clientes encuestados si consideran que los productos son de calidad. Según Jiménez (2014) señala que las estrategias competitivas, la diversificación de sus servicios y las estrategias de precios; generalmente estos factores son relevantes para los clientes y para la zona donde se ubican ya que se requiere de un estudio completo con la finalidad de generar productos de calidad. Así mismo García (2015) considera que en el mercado concurre una gran diversidad de patrones de gestión de calidad, los cuales han sido determinados por un colectividad normalizadora tal es el caso de la ISO. Esto le admitirá a una empresa que logre validar su sistema de calidad por medio de la realización de una auditoría por parte de algunos de estos estándares de calidad.

Se identificó que con respecto al primer objetivo específico, los beneficios de la gestión de calidad utilizadas por las MYPE de ferreterías del centro de Piura son el 100% de los clientes si se les brinda productos sustitutos de distintas marcas a menor precio en las ferreterías que acuden; un 94,12% de clientes si se sienten cómodos por la atención de parte del colaborador así mismo el 94,12% de los clientes si consideran que los productos son de calidad; el 91,18% de los clientes encuestados mencionaron que si acuden a la competencia para comparar precios y minimizar gastos; el 84,24% de los compradores respondieron que los productos que compran en las ferreterías les genera confianza así mismo el 84,24% mencionaron de clientes si están satisfechos por la atención brindada.

García (2016) Por lo tanto se recomienda a los dueños de sus propias empresas continuar ingresando mercadería certificada por la ISO, obtendrá beneficios que ayudara que los productos que ofrece sean de muy buena calidad así serán muy competitivos en el mercado permitiéndoles ser reconocidos en el mercado.

5.2.2 objetivo 2: Conocer las Importancias de la Gestión de Calidad

En la tabla 7 y figura 7 denominado “Productos genéricos”, se observa que el 88,24% de los clientes encuestados si consideran que los productos son genéricos. Según Coello (2014) menciona que la mayoría de los empresarios de este sector comercial conoce el término competitividad, percibe que su empresa es competitiva en precios y sobre todo en la calidad de sus productos pero si no se realizó ninguna investigación de mercado al respecto no se lograra llegar a la meta. Así mismo Juran (2008) menciona que la planeación de la calidad es un asunto que permite el progreso de una habilidad anticipada que asegure que los bienes y servicios que se crean y prestan tengan la cabida de satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios. Un plan de calidad percibe la identificación, clasificación y ponderación de las peculiaridades que cuenta la calidad, del mismo modo que examina los objetivos, restricciones y requisitos de la misma. Por lo tanto la importancia que garantiza la gestión de calidad en las MYPE rubro ferreterías Piura-centro es que ayuda a mantener un orden en el stock de sus almacenes donde se puede separar los productos de acuerdo a sus precios y marcas esto ayuda al trabajador a identificar inmediatamente la posición del producto y ahorrar tiempo en el despacho del cliente.

En la tabla 8 y figura 8 denominado “Satisfacción del producto”, se observa que el 91,18% de los clientes encuestados si consideran satisfactorio el producto en sus viviendas. Según Tadeo (2015) señala que las preferencias más valoradas por los clientes respecto a las distribuidoras son: la calidad de los bienes, la entrega a domicilio, y los precios competitivos. Y la más significativa recomendación constituye que para optimizar la calidad, las distribuidoras deben ampliar programas o acciones para manejar más líneas de bienes, capacitar a su personal, efectuar sistemas de registro computarizado, y valorar la complacencia de los compradores. Por otro lado Bednar (2016) considera calidad como contestación a las perspectivas de los clientes del auge de los servicios y la medición de su calidad, bajo esta propuesta se centra la definición de calidad en la apreciación que tiene el cliente. La principal contribución es que se registra la jerarquía de las necesidades de los consumidores a la hora de determinar la calidad de un bien o servicio. Por lo tanto es de importancia la gestión de calidad ya que contribuye con mejorar la expectativa de sus consumidores ya sea de distintas formas como la buena atención, la calidad de sus bienes y los precios al alcance del bolsillo de sus visitantes.

En la tabla 9 y figura 9 denominado “Utilidad de ferreterías en el centro”, se observa que el 100% de los clientes encuestados si consideran que es de mucha utilidad ferreterías en el centro de Piura. Según Zegarra (2015) menciona que en la actualidad existe cierta unanimidad en que el atributo que contribuye a determinar la posición de la organización en el largo plazo es la opinión de los compradores sobre el bien o servicio que reciben. Resulta obvio que, para los comensales se formen una opinión positiva, la empresa debe compensar todas sus expectativas, según la diversidad de autores esto es lo que se ha de llamar calidad de servicio. Así mismo Crosby (2001) señala que la gerencia moderna debe estar muy comprometida a responder continuamente a las exigencias de un entorno y que cada vez sea más dinámico el trabajo que existe con sus colaboradores a todo ello hace obligatorio en el progreso de un sistema organizacional con orientación a la gestión de calidad que permita ayudar los objetivos determinados y haga más competitivas a las compañías. Por lo tanto se recomienda que las ferreterías ubicadas en el centro de la ciudad aporten de manera fundamental en las necesidades de los clientes que viven cerca de ellas lo cual les genera mayor volumen de venta en el día a día y les ayuda a crecer como empresarios en el rubro de ferreterías incrementando su rentabilidad.

En la tabla 10 y figura 10 denominado “Implementar más productos”, se observa que el 100% de los clientes encuestados si consideran que se deben implantar más productos en las ferreterías. Según Ugaz (2018) señala que la proposición del sistema de gestión de calidad se utiliza como instrumento de estudio la cual se revisa e interpreta cada uno de sus exigencias. A partir de ello se instauraron las bases para el diseño del sistema cuya finalidad es satisfacer al consumidor. Por otro lado Bednar (2016) considera calidad como resultado a las perspectivas de los compradores, bajo esta señal se centra el concepto de calidad en la percepción que tiene el cliente. La principal contribución es que se reconoce la calidad de los deseos de los compradores a la hora de definir la calidad de unos bienes o servicio. Por lo que se recomienda la gestión de calidad ya que permite ampliar la variedad de productos y renovar stock dando mejores ofertas al cliente y pueda escoger el producto que desea llevar y pueda satisfacer su expectativa que es lo más importante que el cliente se sienta a gusto pro su compra.

En la tabla 11 y figura 11 denominado “Productos con defectos”, se observa que el 85,29% de los clientes encuestados si se han dado con la sorpresa de productos con defectos. Según Rojas (2016) señala que la implementación del sistema de gestión de calidad servirá para realizar una evaluación de capacidad a nivel organizacional para cumplir con los requisitos del cliente, reglamentarios internos, además para prevenir las desconformidades. Así mismo Juran (2008) considera que la gestión de calidad se define como ajuste al uso, implica una adecuación del esquema del producto o servicio y la medición del grado en que el producto es satisfactorio con dicho diseño. Por lo tanto se recomienda la calidad de diseño que contenidamente debe tener un producto para compensar las expectativas de los consumidores y la calidad de conformidad apunta a cómo el bien final adopta las especificaciones planteadas.

En la tabla 12 y figura 12 denominado “Verifica las condiciones del producto”, se observa que el 100% de los clientes encuestados respondieron que si se les revisa el producto por parte del vendedor antes de partir de la ferretería. Según Tadeo (2015) señala que los motivos de preferencia más valorados por los clientes respecto a las distribuidoras son: la calidad de los productos que expenden, la entrega que hacen a domicilio, y los precios competitivos. Y la más importante recomendación constituye que para mejorar la calidad, las distribuidoras deben ampliar programas o actividades para manejar más líneas de bienes, capacitar a su personal, efectuar sistemas de registro computarizado, y evaluar la complacencia de los clientes. Así mismo Garvín (2016) considera que los beneficios que aporta un sistema de gestión de calidad se va enfocar en los beneficios propios para la organización mejorando de manera interna en sus trabajadores, estableciendo una comunicación más fluida de colaborador a comensal.

Se conoció que con respecto al segundo objetivo específico, la importancia de la gestión de calidad en las MYPE ferreterías del centro de Piura el 100% de clientes si consideran que es de mucha utilidad las ferreterías en el centro de Piura; así mismo el 100% de encuestados consideran que deben implementar más productos las ferreterías en su stock; por otro lado el 100% de compradores respondieron que los vendedores revisan sus productos verificando sus condiciones antes de ser entregados; el 91,18% de los clientes encuestados si consideran satisfactorio el producto en sus viviendas; el 88,24% de encuestados manifestaron que compran productos corrientes o genéricos; un 85,29% de clientes si se han dado con la sorpresa de productos con defectos de fábrica.

Tadeo (2015) con su resultado preciso que la gestión de calidad es recomendada porque aporta en el mejoramiento de las MYPE a medida que los trabajadores sean mejor capacitados en la buena atención al público ayudara a crecer al negocio por su gentileza, amabilidad y buen manejo del control de calidad lo que se recomienda a las MYPE rubro ferretería en continuar mejorando el sistemas de calidad.

5.2.3 Objetivo 3: Identificar las Cualidades de la Innovación de Servicios

En la tabla 13 y figura 13 denominado “Teléfono para pedidos”, se observa que el 73,53% de los clientes encuestados respondieron que si cuentan las ferreterías con número telefónico para realizar pedidos. Según Escobedo (2015) señala que por cada comercializadora sus debilidades o críticas por parte de sus clientes, todas tienen una debilidad común, la "deficiente atención de reclamos". Así mismo Gopalakrishnan (2017) considera que la innovación en los servicios es una nueva disciplina que busca modificar en la adquisición de un producto físico o tangible además busca compensar en actividades o beneficios que son intangibles como por ejemplo: cortarse el cabello, comer en un restaurante, adquirir un seguro, ir al doctor, etc. Innovar en los productos significa entonces mejorar la rutina que tiene un consumidor con una MYPE o una marca mejorando su satisfacción. Por lo tanto se recomienda la innovación de servicios a los dueños de las MYPE ferreterías como menciona Gopalakrishnan para mejorar la atención al público y a su vez brindarles facilidades al momento de su compra como hacer pedidos a domicilio.

En la tabla 14 y figura 14 denominado “Detalle de las características del producto”, se observa que el 97,06% de los clientes encuestados respondieron que los trabajadores si logra detallar las características del producto. Según Castillo (2015) señala que la mayoría de las MYPE como objeto de estudio presentan diferencias en cuanto a su grado de innovación de servicios, siendo fuertes en la generación y mejoramiento de nuevos productos. De acuerdo a la tipología, algunas de las MYPE estudiadas presentan un perfil claramente extrovertido focalizados en los clientes y abiertas al medio, con una estrategia diseñada con base a los requerimientos del cliente esto se explica por qué varias de ellas se producen sobre pedidos o sus productos deben responder al diseño pedido por el cliente. Así mismo Schumpeter (2014) considera que innovación de servicios es un proceso crítico de negocios que no se puede dejar al azar, sino que debe ser administrado para desarrollar servicios innovadores que mejoren la satisfacción de los clientes y aumenten la rentabilidad de sus empresas. Por lo tanto se recomienda a las MYPE rubro ferreterías al momento de que entrega el material se debe explicar de manera detallada el uso correcto del producto esto genera confianza al comprador y buena imagen a la empresa.

En la tabla 15 y figura 15 denominado “Atención con amabilidad”, se observa que el 91,18% de los clientes encuestados respondieron que si son atendidos con amabilidad al ingresar a la ferretería. Según Ramos (2015) señala que la falta de innovación de servicios es un problema complejo que depende de varios factores, en donde la capacidad productiva no es un problema a la hora de abastecer un mercado, las empresas no están preparadas para dar una importante oferta al mercado. También aparecen como dificultad la falta de políticas de estado sostenibles y capacitación e información disponible para PYME, etc. Así mismo Pérez (2018) señala que muchas empresas que venden productos utilizan cada vez más los servicios para diferenciar y agregar valor a su oferta. Sin embargo, todavía consta un gran nivel de insatisfacción general con la eficacia de los servicios, ya sean estos públicos o privados, y los gerentes cuentan con muy pocas herramientas que les permitan diseñar servicios innovadores, que mejoren la complacencia y lealtad de los compradores para incrementar su rentabilidad de sus organizaciones. Por lo tanto se recomienda el uso de herramientas que mejore su sistema de atención al cliente parte de ello son los buenos valores tratando con respeto a sus compradores.

En la tabla 16 y figura 16 denominado “Agradece por su visita”, se observa que el 97,06% de los clientes encuestados respondieron que los dueños si les agradece por su visita. Según Vega (2014) señala que las mayores debilidades de las MYPE están concernientes a la falta de un plan estratégico que limita la comisión de recursos humanos también la débil gestión de recursos tecnológicos y definitivamente al formular las recomendaciones resalta aquella que propone reforzar las áreas débiles debiendo capacitar al personal y mejorar la comunicación con los compradores. Por otro lado (Gómez, 2018) considera que los últimos años algunas empresas pioneras han desarrollado herramientas específicas para innovar en los servicios. Estas herramientas permiten a las entidades entender mejor las necesidades de los compradores, mapear la experiencia de servicio, diseñar la experiencia de servicio y crear prototipos de nuevos servicios más innovadores.

Se identificó que con respecto al tercer objetivo específico, cualidades que tiene la innovación de servicios utilizadas por las MYPE de ferreterías del centro de Piura el 97,06% de los clientes encuestados respondieron que los trabajadores si logran detallar las características del producto; así mismo 97,06% de clientes respondieron que los dueños si les agradece por su visita; el 91,18% de los compradores señalaron que si son atendidos con amabilidad al ingresar a las ferreterías; un 73,53% de los clientes encuestados mencionaron que las ferreterías si cuentan con número telefónico para realiza pedidos.

Vega (2014) concluyo en sus resultados que las debilidades de las MYPE están concernientes a la falta de innovación de recursos tecnológicos por ello propone reforzar las áreas débiles debiendo capacitar al personal y mejorar la comunicación

con los compradores. Lo que se recomienda a las ferreterías continuar implementado herramientas tecnológicas.

5.2.4 Objetivo 4: Conocer los Tipos de Innovación de Servicios

En la tabla 17 y figura 17 denominado “Volantes de publicidad”, se observa que el 61,76% de los clientes encuestados respondieron que la ferretería si les regala volantes de publicidad. Según Huapaya (2016) señala que un proceso de innovación de servicios para las MYPE les permitirá de manera eficiente y eficaz realizar un tipo de innovación diferente, la cual realizan en sus productos para sobrevivir en sus respectivos mercados. Por otro lado Freeman (2015) considera que casi la totalidad de los estudios de casos sobre innovación de servicios están de acuerdo en que el éxito está más cerca de aquellos que se preocupan por determinar las exigencias futuras de sus clientes. Se observa que casi todas las decepciones corresponden con un desprecio por los requerimientos del mercado, o por una escasa perspicacia de las demandas del cliente. Por lo tanto se recomienda a las MYPE rubro ferreterías implementar técnicas de publicidad de esta manera promocionara más sus productos generando formalidad en su negocio.

En la tabla 18 y figura 18 denominado “Catálogo de variedad de productos”, se observa que el 82,35% de los clientes encuestados respondieron que la ferretería si les brinda un catálogo de variedad de productos. Según Zegarra (2015) señala que los análisis de las correlaciones entre el marketing interno e innovación de servicios, indican que existen similitudes significativas y positivas entre los generales de estas variables, ubicando estos resultados principalmente en un nivel medio es decir no llegan a ser altos y tampoco bajos, por lo que la tarea es trabajar en estos aspectos para aumentar significativamente y con ello mejorar la calidad del servicio. Por otro lado Cervilla (2017) considera que una de las cualidades de la innovación de servicios se encuentra en la mejora de la calidad de los productos, sin obviar la importancia del aumento de la capacidad productiva y de la variedad de productos. Por lo tanto se recomienda a las MYPE rubro ferreterías el uso de revistas con diseños como parte de innovación siendo así más presentable a la hora de seleccionar el producto por parte del cliente.

En la tabla 19 y figura 19 denominado “Detector de billetes falsos”, se observa que el 70,59% de los clientes encuestados respondieron que si cuentan la ferretería con detector de billetes falsos. Según Rivas (2015) señala que una de las características de la innovación de servicios es que trabajan con una tecnología que van adecuando con el paso del tiempo buscando el mejor desempeño de las MYPE, por otro lado, se determinó que la innovación no se encuentra restringida a la creación de nuevos productos; sino a la creación de servicios y es así que dentro de las MYPE del sector productivo se brindan servicios de asesoría y distribución de sus productos. Por otro lado (Gómez, 2018) considera que los últimos años algunas empresas pioneras han desarrollado herramientas específicas para innovar en los servicios. Estas herramientas sirven a las instituciones entender mejor las necesidades de los compradores mejorando su experiencia de servicio. Por lo tanto se recomienda el uso de la tecnología como menciona Rivas de esta manera mejora la seguridad en la empresa y le garantiza al propietario más protección a su negocio y a sus ingresos sin temor a ser estafado

En la tabla 20 y figura 20 denominado “Cuenta con página web”, se observa que el 58,82% de los clientes encuestados respondieron que si cuentan con página web las ferreterías. Según Vega (2014) señala que la más importante estipula que las mayores debilidades están referidas a la falta de un plan estratégico, la limitada gestión de recursos humanos y la débil gestión de recursos tecnológicos, finalmente al formular las representaciones resalta aquella que propone fortificar las áreas débiles como: capacitar a los trabajadores y mejorar la comunicación con los clientes así mismo modernizar los programas de cómputo, dándoles un mantenimiento preventivo y mantener actualizadas las bases de datos, que permitan tomar decisiones acertadas. Así mismo Pereira (2018) considera que innovación de proceso se centra en la forma en que se produce. Es decir en las distintas etapas a las que da lugar la creación, la investigación, el desarrollo, la producción y comercialización, así como en la forma en que estas se articulan. Los procesos se refieren a los movimientos que forman parte del mecanismo interno de la MYPE.

Se conoció que con respecto al cuarto objetivo específico, tipos de innovación de servicios utilizadas por las MYPE rubro ferreterías en el centro de Piura el 82,35% de los clientes encuestados respondieron que las ferreterías si les brindan catálogos para observar la variedad de productos; el 70,59% de compradores mencionaron que las ferreterías cuentan con detector de billetes falsos; un 61,76% de los clientes respondieron que las ferreterías si les regala volantes de publicidad; el 58,82% de los compradores respondieron que si cuentan las ferreterías con página web.

Vega (2014) con su resultado preciso trabajar con las herramientas que proporciona la tecnología como el caso del internet dicho portal agilizaría el contacto de sus proveedores así mismo con sus clientes permitiendo reducir tiempo y dinero.

VI. CONCLUSIONES

La investigación realizada en las MYPE rubro ferreterías, se ha identificado los beneficios que tiene la gestión de calidad considerando que los indicadores tales como: lo económico, confiable y satisfacción en su mayoría son de gran importancia porque permite fidelizar a los clientes a través de los productos que se brindan de primera calidad de esta manera genera rentabilidad para los negocios enfocados en el rubro de ferreterías ubicadas en el centro de Piura.

Respecto a la importancia que tiene la gestión de calidad en las MYPE rubro ferreterías, se conoció que los indicadores tales como: Productos resistentes, necesidades y ceros defectos en su mayoría compensan las expectativas de los clientes generando total satisfacción de tal forma contribuye en el crecimiento de estas MYPE rubro ferreterías ya que salen ser más competitivas en el mercado por sus productos de calidad.

En cuanto a las cualidades que tiene la innovación de servicios en las MYPE rubro ferreterías, se identificó que los indicadores tales como: la comunicación y la buena atención en su mayoría proyecta empatía entre los trabajadores y los clientes permitiendo una buena relación en ambos estas cualidades generan un buen clima en el trabajo dando como resultado el ingreso consecutivo de antiguos y nuevos clientes por medio de las recomendaciones.

Finalmente en los tipos de innovación de servicios se observa que en las MYPE rubro ferreterías, se conoció que los indicadores tales como: la publicidad y la tecnología en su mayoría es la clave para alcanzar el éxito ya que permite a los Ferreterías ingresar a un mercado donde la satisfacción del cliente suelen ser más exigentes por eso las MYPE de hoy en día se involucran mucho con el tema de los avances tecnológicos ya que es un medio que garantiza seguridad y rapidez en el proceso de la compra.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anderson, E. (2015). *Servicio al Cliente*.
Altaya. Guatemala.
- Bernar, S. (2016). *Competitividad Sistemática y Nuevos Desafíos*.
Sepal. Santiago.
- Blume, S. (2015). *Análisis de la Competitividad*.
Buenos Aires. Espasa.
- Cervilla, A. (2017). *Cualidades de innovación de servicios*.
Puebla: Aelequín.
- Chumpeter, J. (2015). *Paradigmas y métodos de innovación de servicios*.
Valencia. Praga.
- Crosby, P. (2001). *Planeación de Gestión de Calidad*.
ESF Editor. Villarica.
- Dixon, S. (2014). *Legado de calidad y servicios e innovación*.
El Manual Moderno. Canada
- Fernández, R. (2014). *Innovación empresarial*.
Ediciones de la Parra. Caracas.
- Flores, M. (2018). *Falta de confianza y rechazo a la asociatividad impide que las MYPE despeguen*. Diario la República, pág. 19.

Freeman, D. (2015). *Características de innovación de servicios*.

Delcourt. París.

García, A. (2015). *Sistema de Gestión de Calidad*.

Equipo Sirius. Madrid.

Garvin, D. (2016). *Dimensiones para la Gestión de calidad*.

Bonelli. Florida.

Gómez, A. (2018). *Importancias de la innovación de servicios*.

Dykinson. Madrid.

Grasso, I. (2016). *Técnicas e instrumento de investigación*.

Imagia. Roma.

Hurtado, J. (2014). *Tipos de metodología de la investigación*.

Vadell-hermanos editores. Maracaíbo.

Jurán, J. (2014). *Jurán y la calidad por el diseño*.

Díaz de Santos S.A. Madrid.

Kerlinger, F. (2015). *Investigación del comportamiento*.

McGraw-Hill. Mexico.

Michael, E. (2016). *Ventajas competitivas*.

Piramide. Sevilla.

Moreno, J. (2014). *Medición de la Satisfacción del Cliente*.

Piramide. Asunción.

Murray, R. (2015). *Estadísticas*.

McGraw-Hill. Mexico.

Nelson, N. (2017). *Estetica en productos y servicios*.

Losa ediciones. Montevideo.

Pereira, T. (2018). *Tipos de innovación de servicios*.

Elizcom. Medellín.

Perez, F. (2018). *Herramientas de innvacion de servicios*.

Ediciones Elizcom. Bogotá .

Reno, R. (2015). *Aumento de la tasa de desempleo en el país*.

Diario en Comercio, pág. 19.

Ruiz, L. (2017). *Barreras de la Inovación de Servicios*.

El Cid Editor. Buenos Aires.

Salkind, N. (2015). *Métodos de investigación*.

Precentice Hall. Distrito Federal de Mexico.

Sampieri, F. (2014). *Metodología de la investigación*.

McGraw-Hill. Mexico.

Sánchez, P. (2016). *Alza de precios afecta la cartera de los consumidores*.

Gestión, pág. 22.

Tamayo, T. (2016). *El proceso de investigación científica* .

Limusa. Mexico.

Thomson, U. (2014). *Fortalezas y Debilidades de las MYPE*.

Graw-hill. Mexico.

- **Web-grafías**

BCRP. (2015). Obtenido de Banco Central de Reserva del Perú:

<http://www.bcrp.gob.pe/>

INEI. (15 de 08 de 2014) Obetenido de INEI: <https://www.inei.gob.pe/>

MINAM (2016) Obtenido de Ministerio de Ambiente Perú: <http://www.minam.gob.pe/>

ANEXOS



CUESTIONARIO PARA EL CLIENTE

Mis saludos cordiales estimado participante, soy estudiante de la Escuela de Administración de ULADECH Católica, la finalidad de este cuestionario es recopilar información para la investigación denominada caracterización de gestión de calidad e innovación de servicios en las MYPE, rubro ferreterías Piura centro, año 2017.

La información proporcionada será utilizada sólo con fines académicos, la cual se mantendrá en absoluta reserva. Para ello Ud. Deberá marcar con aspa (x) la respuesta que considere pertinente.

Agradezco de ante mano su gran espíritu altruista.

Datos demográficos:

Edad _____ Estado civil _____ Género _____

Cuestionario

1 ¿Acude a la competencia para minimizar gastos?

Sí _____ No _____

2 ¿La ferretería brinda productos sustitutos que cuestan menos?

Sí _____ No _____

3 ¿Le genera total confianza los productos que compra en la ferretería?

Sí _____ No _____

4 ¿En el momento en que es atendido por el colaborador de la ferretería se siente cómodo?

Sí _____ No _____

5 ¿Al concluir sus compras se retira satisfecho por la atención brindada?

Sí _____ No _____

6 ¿Considera que los productos que ofrece la ferretería son de calidad?

Sí _____ No _____

7 ¿La mercadería que compra en la ferretería son de productos genéricos?

Sí _____ No _____

8 ¿Al usar el producto en su hogar le es satisfactor en cuanto a su expectativa?

Sí _____ No _____

9 ¿Le ha sido de mucha utilidad tener disponible ferreterías en el centro de Piura?

Sí _____ No _____

10 ¿Considera usted que la ferretería debe de implementar más su variedad de productos?

Sí _____ No _____

11 ¿Al realizar sus compras se ha dado con la sorpresa que el producto tiene defectos?

Sí _____ No _____

12 ¿Al realizar la compra el vendedor verifica las condiciones del producto en su presencia?

Sí _____ No _____

13 ¿En la ferretería donde realiza sus compras tiene número telefónico para a ser pedidos?

Sí _____ No _____

14 ¿Al realiza sus compras los trabajadores les detalla las características del producto?

Sí _____ No _____

15 ¿Es atendido con amabilidad al ingresar a la ferretería?

Sí _____ No _____

16 ¿Al finalizar sus compras el dueño le agradece por la visita?

Sí _____ No _____

17 ¿La ferretería le regala volantes publicitarios?

Sí _____ No _____

18 ¿La ferretería le brinda un catálogo para que observe la variedad de productos?

Sí _____ No _____

19 ¿Al finalizar sus compras la ferretería cuenta con un detector de billetes falsos?

Sí _____ No _____

20 ¿la ferretería que acude cuenta con una página web?

Sí _____ No _____

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carlos Ginocchio Vega, identificado con DNI
02867431, MAGÍSTER EN
ASU. y Dirección de EMP.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los)
instrumento (s) de recolección de datos:

Questionario, elaborado por
Jandary Castillo Cano, a los efectos de su aplicación a
los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:
"Caracterización de gestión de calidad e innovación de servicios en las MYPE, rubro
ferreterías Piura centro, año 2016", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener
cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus
resultados.

Piura, 10 Septiembre 2016


Lic. Adm. Carlos M. Ginocchio Vega
GLAD. 0888

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Edith Giovanny Cruz Bautista, identificado con DNI
02847742, MAGÍSTER EN
Dirección y Gestión Empresarial.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los)
instrumento (s) de recolección de datos:

Cuestionario, elaborado por

Yanderay Castillo Cano, a los efectos de su aplicación a
los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:
"Caracterización de gestión de calidad e innovación de servicios en las MYPE, rubro
ferreterías Piura centro, año 2016", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en
cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus
resultados.

Piura, 13 Setiembre. 2016


Edith Cruz Bautista
CLAD 6007

Cano Yandarcy.

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Manoel G. Manno Hinostroza identificado con DNI
02659232, MAGÍSTER EN
Ciencias Políticas:

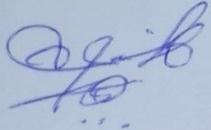
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los)
instrumento (s) de recolección de datos:

Cuestionario, elaborado por

YANDARCY CASTILLO CANO, a los efectos de su aplicación a
los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:
"Caracterización de gestión de calidad e innovación de servicios en las MYPE, rubro
ferreterías Piura centro, año 2016", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en
cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus
resultados.

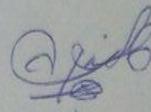
Piura, 11 SETIEMBRE 2016



Mg. Lic. Adm. Manuel G. Manno Hinostroza
CLAD 05862

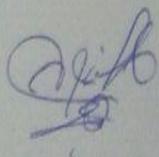
VALIDACIÓN

Ítems relacionados con las variables: Gestión de calidad e Innovación de servicios	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
1 ¿Acude a la competencia para minimizar gastos?	X			X		X	Si () No (X)
2 ¿La ferretería brinda productos sustitutos que cuestan menos?	X			X		X	Si () No (X)
3 ¿Le genera total confianza los productos que compra en la ferretería?	X			X		X	Si () No (X)
4 ¿En el momento en que es atendido por el colaborador de la ferretería se siente cómodo?	X			X		X	Si () No (X)
5 ¿Al concluir sus compras se retira satisfecho por la atención brindada?	X			X		X	Si () No (X)
6 ¿Considera que los productos que ofrece la ferretería son de calidad?	X			X		X	Si () No (X)
7 ¿La mercadería que compra en la ferretería son de productos genéricos?	X			X		X	Si () No (X)
8 ¿Al usar el producto en su hogar le es satisfactor en cuanto a su expectativa?	X			X		X	Si () No (X)
9 ¿Le ha sido de mucha utilidad tener disponible ferreterías en el centro de Piura?	X			X		X	Si () No (X)



Mg. Lic. Adm. Manuel G. Menno Hinojosa
CLAD 05862

10 ¿Considera usted que la ferretería debe de implementar más su variedad de productos?	X			X		X	Si () No (X)
11 ¿Al realizar sus compras se ha dado con la sorpresa que el producto tiene defectos?	X			X		X	Si () No (X)
12 ¿Al realizar la compra el vendedor verifica las condiciones del producto en su presencia?	X			X		X	Si () No (X)
13 ¿En la ferretería donde realiza sus compras tiene número telefónico para a ser pedidos?	X			X		X	Si () No (X)
14 ¿Al realiza sus compras los trabajadores les detalla las características del producto?	X			X		X	Si () No (X)
15 ¿Es atendido con amabilidad al ingresar a la ferretería?	X			X		X	Si () No (X)
16 ¿Al finalizar sus compras el dueño le agradece por la visita?	X			X		X	Si () No (X)
17 ¿La ferretería le regala volantes publicitarios?	X			X		X	Si () No (X)
18 ¿La ferretería le brinda un catálogo para que observe la variedad de productos?	X			X		X	Si () No (X)
19 ¿Al finalizar sus compras la ferretería cuenta con un detector de billetes falsos?	X			X		X	Si () No (X)
20 ¿la ferretería que acude cuenta con una página web?	X			X		X	Si () No (X)


 Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa
 CLAD 05862

Cuadro 4: Matriz de indicador de preguntas

Variables	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	
Gestión de Calidad	Beneficios de la Gestión de Calidad	Economico	1 ¿Acude a la competencia para minimizar gastos? 2¿La ferretería brinda productos sustitutos que cuestan menos?	
		Confiable	3 ¿Le genera total confianza los productos que compra en la ferretería? 4 ¿En el momento en que es atendido por el colaborador de la ferretería se siente cómodo?	
			Satisfacción	5 ¿Al concluir sus compras se retira satisfecho por la atención brindada? 6 ¿Considera que los productos que ofrece la ferretería son de calidad?
		Importancia de la Gestión de Calidad		Productos resistentes
			Necesidades	
				Cero defectos
	Innovación de Servicios		Cualidades de la Innovación de Servicios	
		Buena atención		15 ¿Es atendido con amabilidad al ingresar a la ferretería? 16 ¿Al finalizar sus compras el dueño le agradece por la visita?
				Tipos de Innovación de Servicios
		Tecnología	19 ¿Al finalizar sus compras la ferretería cuenta con un detector de billetes falsos? 20 ¿la ferretería que acude cuenta con una página web?	

LIBRO DE CÓDIGO						
Ord	Descripción	Medición	FRECUENCIA		PORCENTAJE	
			Parciales	Total	Sumatoria	Total
OE 1	Identificar los beneficios de la Gestión de Calidad					
1	¿Acude a la competencia para minimizar gastos?	SI	83	89	91,18%	100%
		NO	6		8,82%	
2	¿La ferretería brinda productos sustitutos que cuestan menos?	SI	89	89	100%	100%
		NO	0		0%	
3	¿Le genera total confianza los productos que compra en la ferretería?	SI	80	89	88,24%	100%
		NO	9		11,76%	
4	¿En el momento en que es atendido por el colaborador de la ferretería se siente cómodo?	SI	85	89	94,12%	100%
		NO	4		5,88%	
5	¿Al concluir sus compras se retira satisfecho por la atención brindada?	SI	81	89	88,24%	100%
		NO	8		11,76%	
6	¿Considera que los productos que ofrece la ferretería son de calidad?	SI	85	89	94,12%	100%
		NO	4		5,88%	
OE 2	Conocer la importancia de la Gestión de Calidad					
7	¿La mercadería que compra en la ferretería son de productos genéricos?	SI	81	89	88,24%	100%
		NO	8		11,76%	
8	¿Al usar el producto en su hogar le es satisfactor en cuanto a su expectativa?	SI	83	89	91,18%	100%
		NO	6		8,82%	
9	¿Le ha sido de mucha utilidad tener disponible ferreterías en el centro de Piura?	SI	89	89	100%	100%
		NO	0		0%	
10	¿Considera usted que la ferretería debe de implementar más su variedad de productos?	SI	89	89	100%	100%
		NO	0		0%	
11	¿Al realizar sus compras se ha dado con la sorpresa que el producto tiene defectos?	SI	79	89	85,29%	100%
		NO	10		14,71%	
12	¿Al realizar la compra el vendedor verifica las condiciones del producto en su presencia?	SI	89	89	100%	100%
		NO	0		0%	
OE 3	Identificar las cualidades de la Innovación de Servicios					
13	¿En la ferretería donde realiza sus compras tiene número telefónico para a ser pedidos?	SI	71	89	73,53%	100%
		NO	18		26,47%	
14	¿Al realiza sus compras los trabajadores les detalla las características del producto?	SI	87	89	97,06%	100%
		NO	2		2,94%	
15	15 ¿Es atendido con amabilidad al ingresar a la ferretería?	SI	83	89	91,18%	100%
		NO	6		8,82%	
16	¿Al finalizar sus compras el dueño le agradece por la visita?	SI	87	89	97,06%	100%
		NO	2		2,94%	
OE 4	Tipos de Innovación de Servicios					
17	¿La ferretería le regala volantes publicitarios?	SI	63	89	61,76%	100%
		NO	32		38,24%	
18	¿La ferretería le brinda un catálogo para que observe la variedad de productos?	SI	77	89	82,35%	100%
		NO	12		17,65%	
19	¿Al finalizar sus compras la ferretería cuenta con un detector de billetes falsos?	SI	69	89	70,59%	100%
		NO	20		29,41%	
20	¿La ferretería que acude cuenta con una página web?	SI	61	89	58,82%	100%
		NO	28		41,18%	

TURNITIN

Universidad Católica los Ángeles X Turnitin X +

https://turnitin.com/t_inbox.asp?aid=77178096&svr=310&lang=es&sr=33.0342320775536 67%

Mercedes Renee PALACIOS DE BRICEÑO | Información del usuario | Mensajes | Instructores | Español | Comunidad | Ayuda | Cerrar sesión

turnitin

Ejercicios Estudiantes Borrador de notas Bibliotecas Calendario Discusión Preferencias

ESTÁS VIENDO: INICIO > TCC 2019.00 AD PLURA > PRIMERA REVISIÓN

Acerca de esta página
Esta es la bandeja de entrada de ejercicios. Para ver un trabajo, haga clic en el título del trabajo. Para ver un Reporte de Similitud, seleccione el icono de Reporte de Similitud del trabajo en la columna de similitud. Un icono atenuado indicará que el Reporte de Similitud no se ha generado todavía.

primera revisión

BANDEJA DE ENTRADA | ESTÁS VIENDO: TRABAJOS NUEVOS

Entregar archivo Informe de calificación en línea | Editar la configuración del ejercicio | Conexo electrónico sin remitentes

<input type="checkbox"/>	AUTOR	TÍTULO	SIMILITUD	NOTA	RESPUESTA	AVANCE	FECHA ENTREGA	FECHA
<input type="checkbox"/>	Acha Calle Acha Call...	Acha Calle	0%	--	--		1078394619	14-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Aguilar Aguilar Agui...	Aguilar Aguilar	0%	--	--		1077268220	12-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Huaman Cordova 3 Hua...	huaman cordova 3	0%	--	--		1083717915	26-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Querevalu Rumiche Qu...	Querevalu Rumiche	0%	--	--		1077668660	13-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Castro Ayosa Castro ...	CASTRO AYOSA	4%	--	--		1078230758	14-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Ramos Castillo Ramos...	Ramos Castillo	4%	--	--		1077858169	13-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Castillo Julcahuanca...	Castillo Julcahuanca	5%	--	--		1077854882	13-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Miela Herrera Miel...	Miela Herrera	5%	--	--		1077860888	13-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Castillo Cano Castil...	CASTILLO CANO	6%	--	--		1078248543	14-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Rado Duque Rado Duqu...	RADO DUQUE	6%	--	--		1078897034	16-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Sarjinez Agurto Sarj...	Sarjinez Agurto	6%	--	--		1077859283	13-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Camacho Bem 2 Cama...	Camacho Bem 2	10%	--	--		1081408820	21-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Castro Choquehuanca ...	Castro Choquehuanca 2	10%	--	--		1078234864	14-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Idrogo Ortiz Idrogo ...	IDROGO ORTIZ	10%	--	--		1077207948	12-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Chulli Zapata 2 Chul...	CHULLI ZAPATA 2	11%	--	--		1078239383	14-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Villalta Palacios M...	VILLALTA PALACIOS	11%	--	--		1077189167	12-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Santos Santos Santos...	SANTOS SANTOS	12%	--	--		1082525323	23-feb.-2019

Windows taskbar: 18:43 25/02/2019