



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN AL  
CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO  
RUBRO FERRETERÍAS EN EL DISTRITO LA CRUZ,  
AÑO 2021.**

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

**AUTORA**

**PRETELL GUEVARA STEFANNY MAYTE**

**ORCID: 0000-0001-9159-4622**

**ASESOR**

**ESCOBEDO GALVEZ JOSE FERNANDO**

**ORCID: 0000-0002-6443-1497**

**TUMBES – PERÚ**

**2021**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTORA**

Pretell Guevara, Stefanny Mayte.

ORCID: 0000-0001-9159-4622

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

### **ASESOR**

Escobedo Gálvez, José Fernando

ORCID: 0000-0002-6443-1497

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

### **JURADO**

Rosillo De Purizaca, María Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

**HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR**

---

**ROSILLO DE PURIZACA MARÍA DEL CARMEN**  
**PRESIDENTE**

---

**SALINAS GAMBOA JOSE GERMAN**  
**MIEMBRO**

---

**MINO ASECIO MARIA ISABEL**  
**MIEMBRO**

---

**ESCOBEDO GALVEZ JOSE FERNANDO**  
**ASESOR**

## **AGRADECIMIENTO**

A la ULADECH – católica por formarnos como profesionales.

A las Mypes, por permitirme realizar mi investigación.

Al Docente, por sus enseñanzas y su involucramiento en mi investigación.

## **DEDICATORIA**

A mis padres, hermanos, esposo, mis hijos, por ser mi motivo, impulso de superación.

## RESUMEN

La investigación, tuvo como enunciado del problema: ¿Cuáles son las características de la calidad de servicio y satisfacción al cliente en las Mypes sector comercio, rubro ferreterías, del distrito la Cruz, año 2021?; el objetivo general de investigación: Determinar las características de la calidad de servicio y satisfacción al cliente en las Mypes sector comercio, rubro ferreterías, del distrito la Cruz, año 2021. Se aplicó una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental, se utilizó técnica encuesta, instrumento cuestionario de recolección de datos, a una población de clientes de las ferreterías y una muestra conformada por 68 clientes; el análisis de procesamiento de datos se utilizó como soporte el programa Excel y Microsoft Word, se obtuvieron los siguientes resultados en las características de empatía, hay que cumplir con estos criterios: Accesibilidad, comunicación y comprensión del cliente, los resultados obtenidos en este objetivo específico arrojó como resultados atención preferencial un 80.88% (55) lo ubica en nivel bueno y 14.7% (10) lo ubica en nivel interés de necesidad del cliente, un 85.3% ( 58) lo ubica en nivel bueno y un 14.7% lo ubica nivel regular, Horario de atención adecuado en un 100% (68) lo ubica en un nivel bueno. Se llegó a la conclusión de que la atención brindada es al tiempo esperado, tienen buena disposición ayudando al cliente en lo que requieren. En la dimensión Empatía con relación a la atención preferencial el personal de las ferreterías del Distrito de la Cruz si atiende en horarios adecuados y toman en cuenta el interés de la necesidad del cliente, cumpliendo con sus expectativas.

***Palabras clave: Calidad de servicio, satisfacción al cliente, producto, Mype.***

## ABSTRACT

The research had as a statement of the problem: What are the characteristics of the quality of service and customer satisfaction in the Mype in the commerce sector, Hardware stores, of the La Cruz district, year 2021?; The general research objective: To determine the characteristics of the quality of service and customer satisfaction in the Mype in the commerce sector, Hardware stores, of the La Cruz district, year 2021. A descriptive methodology was applied, quantitative level and non-experimental design, A survey technique, a questionnaire instrument for data collection was used for a population of hardware store customers and a sample of 68 customers; the data processing analysis was used as support the Excel and Microsoft Word program, the following results were obtained in the empathy characteristics, these criteria must be met: accessibility, communication and understanding of the client, the results obtained in this specific objective As a result of preferential attention, 80.88% (55) place it at a good level and 14.7% (10) place it at the interest level of customer need, 85.3% (58) place it at a good level and 14.7% place it at a good level. regular, 100% adequate hours of service (68) places it at a good level. It was concluded that the care provided is at the expected time, they are willing to help the client in what they require. In the Empathy dimension in relation to preferential attention, the personnel of the hardware stores of the Cruz District if they attend at appropriate times and take into account the interest of the client's need, meeting your expectations.

***.Keywords: Quality of Service, Customer Satisfaction, Product, Mype.***

## CONTENIDO

TÍTULO.....	i
EQUIPO DE TRABAJO .....	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT .....	vii
CONTENIDO .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xi
I. INTRODUCCIÓN .....	12
II. REVISIÓN DE LITERATURA .....	16
2.1. Antecedentes .....	16
2.1.1. Antecedentes internacionales .....	16
2.1.2. Antecedentes nacionales .....	17
2.1.3. Antecedentes locales .....	19
2.2. Bases teóricas y conceptuales .....	21
2.2.1. Calidad de servicio .....	21
2.2.1.1. Definición: .....	21
2.2.1.2. Características .....	21
2.2.1.3. Dimensiones de la calidad de servicio .....	22
2.2.2. Satisfacción al cliente .....	24
2.2.2.1. Definición .....	24
2.2.2.2. Características .....	24
2.2.2.3. Niveles .....	24
2.2.2.4. Dimensiones de la satisfacción al cliente .....	25
III. HIPÓTESIS .....	26
IV. METODOLOGÍA.....	27
4.1. Diseño de investigación .....	27
4.2. Población y muestra .....	27



4.2.1.	Población	27
4.2.2.	Muestra	28
4.3.	Definición y operacionalización de variables	29
4.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	31
4.5.	Plan de análisis	32
4.6.	Matriz de consistencia	33
4.7.	Principios éticos	34
V.	RESULTADOS .....	35
5.1.	Resultados	35
5.2.	Análisis de resultados	47
VI.	CONCLUSIONES.....	50
	ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	52
	Recomendaciones .....	52
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	53
	ANEXOS .....	59
	Anexo 1. Encuesta de calidad de servicio .....	59
	Anexo 2. Encuesta de satisfacción del cliente.....	60
	Anexo 3. Validación del instrumento .....	61
	Anexo 4. Turnitin .....	67

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Población de investigación</i> .....	27
Tabla 2. <i>Operacionalizacion de variable Calidad de Servicio</i> .....	29
Tabla 3. <i>Matriz de Consistencia</i> .....	33
Tabla 4. <i>Características de los elementos tangibles.</i> .....	35
Tabla 5. <i>Características de seguridad.</i> .....	37
Tabla 6. <i>Características de capacidad de respuesta.</i> .....	39
Tabla 7. <i>Características de empatía.</i> .....	41
Tabla 8. <i>Características de fiabilidad.</i> .....	43
Tabla 9. <i>Características de satisfacción del cliente.</i> .....	45

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	36
Figura 2.....	38
Figura 3.....	39
Figura 4.....	41
Figura 5.....	43
Figura 6.....	46

## I. INTRODUCCIÓN

La siguiente investigación procede de la línea de investigación en Gestión de calidad en los procesos administrativos de las (Mype), El Congreso de la República proclamó la Ley N° 30056 Ley que cambia varios códigos para prestar el cambio, promover el progreso fructífero y el desarrollo industrial (Navarro, 2019, pg.35)

En el ambiente universal las Mype se han desarrollado comenzando en los años 50 y 70 del siglo IX, años en los cuales las Mype se les considero como una gran deformación en el estándar de progreso y desarrollo mercantil, que en esos años sólo se igualaba con el mayor comercio y la reunión de inversión. (Neciosup, 2019, pg. 38).

Las Mype son de mucha importancia para la oferta laboral que se necesita en un país y así seguir dando muy duro al esfuerzo para sacar adelante a sus empresas. Los emprendedores requieren que se reubique a todas las empresas del Perú para que se brinde un buen compromiso de promesa de un trabajo valiente que se requiere en el país. (Diario el Peruano, 2018)

En el Perú el rubro del sector ferreterías está alcanzando diferentes zonas, debido al aumento de la población, más el incremento del sector construcción, ha causado, que estas empresas se extiendan a lo largo del todo el territorio nacional. Según Campos (citado por Navarro, 2019, pg. 29) conseguir que una Mype obtenga éxito dependería de causas múltiples, entre las cuales estaría su competencia. Al trabajar en la elaboración de un “plan de negocios” se debe estudiar las variables tanto interna y externa, entre ellas el producto/servicio y sus condiciones en el mercado cada vez en ascendentes proponentes”.

La Gestión (2019) dice, que es importante analizar el crecimiento del microempresario en el Perú se tiene como pilar clave: El avance tecnológico; el rol es el desarrollo de cualquier negocio en el Perú por más pequeño o grande, las redes sociales

deben de enlazar mucho en todo el mundo es una idea rentable, unión del consumidor con el vendedor.

Peña (citado por Navarro, 2019, pg. 32) precisa como servicio al cliente como el acumulado de métodos o tácticas que una Mype planteada para compensar las insuficiencias de sus consumidores tanto intrínsecos como los externos, que se compone la eficacia y honradez, la perfección perenne lo cual va conducido con una actitud positiva y buena conducta hacia los consumidores.

Para mantener una calidad en el servicio es necesario capacitar a los trabajadores con el objetivo de desarrollar sus habilidades, actitudes y fortalezas lo cual perfeccionara su servicio dentro de la empresa, teniendo en cuenta que un personal preparado contara con más conocimientos sobre sus funciones. Todos los sistemas que ofrecen para una buena gestión al negocio son de suma importancia. Referente al comercio en nuestro país está en desarrollo constante, esta investigación es referente a las empresas de rubro ferretería del distrito de la Cruz, se ha investigado que son empresas conformadas por familiares emprendedoras las cuales buscan su progreso, las ferreterías ubicadas en el distrito de la Cruz invierten poco en capacitar a su personal en lo que es en atención al público la mayoría son contratadas sin cumplir un perfil; cuando la calidad del servicio ofrecido por la empresa no es la deseada y esperada por el cliente se produce conflictos y reclamos por parte del cliente hacia la empresa, sin embargo cuando la calidad de servicio brindada por la empresa cumple las perspectivas se promueve el bienestar, la presente investigación busco conocer las características en la calidad de servicio y satisfacción al cliente obtenidas por las Mype sector comercio, rubro ferreterías, del distrito de la Cruz.

La presente investigación se estructura de la siguiente manera: Título, resumen, contenido, introducción, revisión de la literatura, metodología, resultados, análisis de resultados, conclusiones y recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

Para definir el problema se planteó la siguiente interrogante de investigación ¿Cuáles son las características de la calidad de servicio y satisfacción al cliente en las Mypes sector comercio, rubro ferreterías del distrito La Cruz, año 2021? Así mismo, se formuló el objetivo general de investigación: Determinar las características de la calidad de servicio y satisfacción al cliente en las Mypes sector comercio, rubro Ferreterías, del distrito La Cruz, año 2021. Y objetivos específicos: (1) Determinar las características de la calidad del servicio según sus dimensiones en las Mypes sector comercio rubro Ferreterías, del distrito La Cruz año 2021. (2) Conocer las características de la satisfacción del cliente según sus dimensiones en las Mypes en el sector comercio, rubro Ferreterías, del distrito La Cruz año 2021.

La presente investigación es importante ya que nos permitió ampliar nuestro conocimiento en cuanto a calidad de los servicios y satisfacción al cliente y asimismo a plantear estrategias como recomendación para mejorar las mismas, lo cual será de gran beneficio para los empresarios en el rubro de negocio de ferreterías, desde el sustento teórico que guiara a investigaciones posteriores, estuvo destinada a los empresarios en el rubro de ferretería del distrito de la Cruz, Tumbes para así poder mejorar la calidad de servicio y lograr la satisfacción al cliente.

El instrumento de evaluación que se utilizó para la recolección de la información fue la encuesta, para registrar la información se utilizó el instrumento: cuestionario los cuales estuvieron constituido por 17 ítems para el cuestionario de calidad de servicio y 11 ítems para el cuestionario de satisfacción al cliente, relacionado a la atención del

personal de la empresa y a la satisfacción del cliente. Se utilizó el diseño transversal teniendo como población finita a las familias del distrito de la Cruz, como muestra 68 clientes, para la recolección de datos se utilizó el cuestionario. Así mismo la investigación fue de enfoque cuantitativo, el nivel es descriptivo y el diseño es no experimental transversal, no se mostró ningún tipo de manejo alcanzando a recoger los datos en un solo momento.

Los resultados que arrojó esta investigación fueron: los resultados obtenidos en este objetivo específico arrojó como resultados de atención preferencial un 80.88% (55) lo ubica en nivel bueno y 14.7% (10) lo ubica en nivel interés de necesidad del cliente, un 85.3% (58) lo ubica en nivel bueno y un 14.7% lo ubica nivel regular, Horario de atención adecuado en un 100% (68) lo ubica en un nivel bueno.

Finalmente, las conclusiones fueron: Se concluye que se ha determinado que la atención brindada es en el tiempo esperado, tienen buena disposición ayudando al cliente en lo que requieren. También se determinó que existe empatía con relación a la atención preferencial, el personal de las ferreterías del distrito de la Cruz si atiende en horarios adecuados y toman en cuenta el interés de la necesidad del cliente mostrando un mayor grado de confianza para recomendar a otros clientes ya que el producto y servicio ofrecido en las Mypes ferreterías cumplen con sus expectativas.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### 2.1.1. Antecedentes internacionales

Solís (2018) en su investigación *“Servicio al cliente en las ferreterías del Municipio de Salcaja, Departamento de Quetzaltenango”*. Tiene como propósito determinar la aplicación del servicio al cliente en las ferreterías del Municipio de Salcaja departamento de Quetzaltenango, tiene un diseño de investigación descriptivo, con una población de clientes, gerentes y colaboradores, se utilizó un instrumento de investigación cuestionario, concluyó: una propuesta para optimizar el servicio al cliente que al aplicarlo las empresas objeto de estudio puedan mejorar su competitividad en el mercado.

Mejía (2016) en su investigación *“Propuesta de Mejorar el Servicio al cliente de las empresas de Ferretería y tlapalería de la Heroica ciudad de Huajuapán de León Oaxaca, para impulsar su competitividad”*, tiene como propósito diseñar una propuesta de mejora al servicio al cliente en las empresas de ferreterías y tlapalería ubicadas en la Heroica ciudad de Huajuapán de León Oaxaca para impulsar su competitividad, con un diseño de investigación cualitativo- transversal, con una población de clientes, un instrumento de investigación encuesta, se concluyó: que debido a la importancia que tienen estas empresas como un eslabón en el giro de la construcción, se sugiere que requerir asesoría a la implementación de esta propuesta, acudan a instituciones de educación superior como la Universidad Tecnológica de Mixteca, donde piden apoyo.



### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

Neciosup (2019) en su tesis titulada *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz Chimbote 2017* su objetivo general fue determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías Av. Manuel Ruiz, 2017, con un diseño de investigación descriptivo, con una población de empresarios se utilizó como instrumento de investigación encuesta concluyó: las empresas aplican la gestión de calidad con el uso de tecnologías de la información y comunicación debido a que cuentan con una computadora por ello puede mejorar el control de sus compras y ventas. (Neciosup, 2019), la presente investigación me ayudo a plantear mis cuadros estadísticos, teniendo relación con mis variables y dimensiones.

Torres (2017) en su investigación "*La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro ferreterías del Jirón Manuel Ruiz de la ciudad de Chimbote 2015*". Tuvo como propósito determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías del Jirón Manuel Ruiz de la ciudad de Chimbote año 2015, con un diseño de investigación transversal con una población de trabajadores, se utiliza como instrumento de investigación encuesta concluyó: que sobre la gestión de calidad la mayoría no tiene un plan de negocio estratégico, pero sí reconocen que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, la mayoría aplica sin conocimiento o poco conocimiento la técnica del benchmarking y con respecto al personal la mayoría no se adapta a los cambios, pero son competitivos.

Serrano (2017) en sus tesis *“La gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio rubro ferreterías en el distrito de Santa, 2015”*. Tuvo como objetivo determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Santa 2015, con un diseño de investigación cuantitativo, una población de empresarios, se utilizó un instrumento encuestas se concluye que la mayoría de los propietario, son personas adultas con edades que fluctúan entre los 31 a 50 años, predominando el género masculino, las Mype, tienen una permanencia en el rubro de 4 a 6 años, los propietarios si tienen un plan de negocio estratégico, para este total de encuestados, los resultados que logro en su Mype con la aplicación de la Gestión de calidad fue tener clientes satisfechos.

Lescano (2017) en su investigación *“Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la Microempresa Comercial Lescano”*. Su investigación tiene como propósito determinar la calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa comercial Lescano con un diseño de investigación cuantitativo, una población de clientes, utilizando como instrumento de investigación encuesta concluyó: que se ha determinado que existe relación considerable de la calidad de servicio y con la satisfacción del cliente en la microempresa comercial Lescano en el distrito de Comas en el año 2017.

Yacupoma (2017), en su investigación *“La gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas, rubro ferreterías de Huarmey, caso ferreterías Santa S.A.C. año 2016”*, tiene como propósito determinar las características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas, rubro ferreterías de Huarmey, caso, Ferreterías Santa S.A.C., año 2016; con un diseño de investigación no experimental – transversal descriptivo, una población de 13 Mypes, se

utilizó un instrumento cuestionario, concluyó: que el cuadro comparativo la ferretería Santa María están aplicando las mismas gestiones de calidad, técnicas modernas, han capacitado a sus trabajadores, y afirman un buen servicio que brinda productividad en la empresa, genera ganancias, su atención es de calidad y amabilidad supera algunas ferreterías del rubro.

Alva y Mauricio (2017) en su investigación *“La calidad de servicio y su Influencia en la Satisfacción de los Clientes de la ferretería J&A E.I.R.L Bagua 2017”*, tiene como propósito de investigación determinar de qué manera la calidad de servicio influye en la satisfacción de los clientes de la ferretería J&A. E.I.R.L, con un diseño de investigación explicativo de corte transversal, una población de clientes, se utilizó un instrumento de investigación cuestionario, concluyó que la calidad de servicio dada en la ferretería J&A, E.I.R.L, influye directamente en la satisfacción de sus clientes, debido a que existe una gran influencia de las dimensiones de la calidad de servicio fiabilidad, capacidad de respuesta seguridad y empatía, sobre su investigación logrando así que los clientes califiquen al servicio como la calidad.

### **2.1.3. Antecedentes locales**

Chapilliquen (2019) en su investigación *“Caracterización de la gestión de calidad satisfacción al Cliente en las Mypes del sector comercio rubro ferreterías en la Avenida Piura - Distrito de Tumbes, Año 2019”*. La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar la caracterización de la gestión de calidad satisfacción al cliente en las Mypes del sector comercio rubro ferreterías en la Avenida Piura - distrito de Tumbes, Año 2019. El diseño de la investigación tipo descriptivo nivel cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal Población de 10 Mypes instrumento de investigación encuesta concluye: que para determinar las características de satisfacción de los clientes

la empresa se enfoca en la buena calidad de higiene del producto, de igual manera considerada la atención al cliente como parte fundamental para que se sienta satisfacción. el estudio ha sido fundamental para el desarrollo de mis dimensiones en base a la variable de calidad de servicio, y también me ayude para información de mi otra variable satisfacción al cliente, donde muestra que el producto ofrecido por la empresa debe de cumplir con las expectativas del cliente, logrando su satisfacción.

Avalo (2018) en su investigación *“Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías en el centro de Tumbes 2018”*. Tuvo como propósito determinar las características de la competitividad y gestión de calidad de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías en el centro de Tumbes, 2018”, su diseño de investigación fue experimental, con una población de 68 clientes, su instrumento de investigación fue cuestionario y concluyó que los precios en competencia debido a que la empresa ofrece precios altos para crear conciencia en el cliente, que los productos son de muy buena calidad y que la empresa presenta márgenes de ganancias considerada para la venta de sus productos.

Espinoza (2018) en su investigación *“Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del distrito de Tumbes año 2017”*. Su objetivo fue determinar características del financiamiento y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del distrito de Tumbes año 2017, con un diseño de investigación no experimental de corte transversal, y una población de gerentes de Mypes, se utilizó como instrumento cuestionario, se concluyó: que se ha podido identificar que las Mypes supera la falta de liquidez aplicando estrategias de reinversión de utilidades y venta de activos en cuanto al crecimiento y largo de estos accedan a las fuentes de financiamiento internos y externas, así también tienen de

disminuir sus gastos generales e introducir nuevos productos al mercado pero sin pasarse de los stocks.

## **2.2. Bases teóricas y conceptuales**

### **2.2.1. Calidad de servicio**

#### **2.2.1.1. Definición:**

Según Zeithaml Parasuraman y Berry (citado por Mora, 2016, pág. 147). Define que las percepciones de calidad y las reflexiones de satisfacción han sido conocidos como aspectos primordiales para explicar las conductas deseables del consumidor. Según, Melara (2017) “Define que la calidad de servicio es la consecuencia de evaluar el cumplimiento que realiza el consumidor, es decir si dicho servicio cumple con el fin previsto”. Para Molina (2014) “Define que la calidad de servicio es la que da cumplimiento a lo esperado del cliente, la aceptación del servicio que se le brinda, si esta satisface sus necesidades.

#### **2.2.1.2. Características**

Según Violante (2015) explica las siguientes características de la calidad del servicio:

- Ser honesto: No tratar de exagerar, el producto que ofrece y trata de mostrar lo que exactamente ofrecen
- Cumplir: Cumplir con lo que prometes, si dices algo acerca del producto debe de hacerlo tal y como lo has prometido,
- Ser transparente: Ser directos y abiertos con tu cliente acerca del producto,

- Ser predecible: Cumplir sin faltas innovar, y darle siempre al cliente con lo que lo acostumbras,
- Honrar tu palabra: No faltar con tus garantías, no actuar mal y saber aceptar para ganar más clientes,

### 2.2.1.3. Dimensiones de la calidad de servicio

El presente modelo fue elaborado por Zeithaml, Parasuraman y Berry (citado por Alva y Mauricio 2017 pág.27), quien en conclusión nos dice que es ser un instrumento que da paso perfeccionar la calidad de servicio ofrecida en una organización. Se utiliza un cuestionario trabajado de manera directa a los clientes que evalúa la calidad de servicio en 5 dimensiones:

**Fiabilidad:** Relacionada con la habilidad para que la organización brinde lo que ha prometido con respecto al servicio de una manera eficiente y que no produzca error alguno. Se detalla a continuación conceptos que se encuentran asociados a la dimensión:

- Disponibilidad
- Servicio a medida
- Información suministrada uniforme y exacta de una vez a otra
- Precisión de las respuestas
- Prestar el servicio sin errores
- Cumplimiento de especificaciones.

**Capacidad de respuesta:** Se encuentra relacionada con lo están a disposición de los empleados para ayudar a responder interrogantes de clientes. Así le brindan un servicio eficiente y rápido. Detalle de conceptos asociados a la dimensión:

- Tiempo de servicio
- Entrega dentro de plazos
- Disponibilidad de los productos
- Puntualidad
- Rapidez

**Seguridad:** Se vincula o relaciona con las habilidades y conocimientos que se ha demostrado por los empleados que dan convencimiento y la credibilidad de los clientes.

A continuación, se define aquellos conceptos que se asocian a esta dimensión

- Credibilidad
- Seguridad
- Profesionalidad
- Cortesía.

**Empatía:** Encontrar lo que el cliente necesita se trata de reconocer emoción, es la atención particularizada que ofrece una organización a sus clientes. Los siguientes criterios agrupa esta dimensión:

- Accesibilidad.
- Comunicación.
- Comprensión del cliente.

**Elementos tangibles:** Esta confrontada en las expectativas que los clientes muestran con apariencia de los tangibles de la organización como son de sus equipos, instalaciones físicas, y de los trabajadores. Esta dimensión está conformada por los siguientes criterios:

- Apariencia de las instalaciones
- Apariencia física de los empleados

- Material utilizado
- Condiciones ambientales.

## **2.2.2. Satisfacción al cliente**

### **2.2.2.1. Definición**

Pérez y Gardey (2014) “Define la satisfacción del cliente como la compensación de una exigencia, el nivel de aprobación de la persona”. Además, Blog ECURED (s.f) “Define la satisfacción del cliente como la percepción del cliente sobre el grado que se cumplen con los requisitos que se requieren”. (Diario EcuRED, n.d.). Por consiguiente, Feigenbaum (2011) “En su definición la satisfacción del cliente es el resultado de comparación de una forma inevitable se realiza entre las expectativas previas del cliente puestas en los productos”

### **2.2.2.2. Características**

- Se establece desde el lugar del cliente, no de la asociación,
- Se da en las consecuencias que el cliente obtiene con el producto o servicio,
- Basado en la perspicacia del cliente, no de la realidad,
- Se ve afectado por personas que intervengan del cliente,
- Depende también del estado de ánimo en el que se encuentra el cliente cuando adquiere el producto o servicio que se le ofrezca.

### **2.2.2.3. Niveles**

- Insatisfacción: Su causa es cuando el desempeño que se observa del producto no alcanza con lo quiere el cliente,
- Satisfacción: Es cuando el desempeño que se brinda coincide con lo que requiere del cliente,



- **Complacencia:** Es cuando el desempeño visto va mucho más alto con las expectativas del cliente,

#### **2.2.2.4. Dimensiones de la satisfacción al cliente**

Walker (citado por Alva y Mauricio, 2017 pág. 30), menciona que para medir la Satisfacción del cliente se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

**El valor percibido:** Se encuentra relacionado con lo que el cliente llegó a obtener como resultado a lo que adquirió un producto o servicio, se basa en lo que es percepciones que no necesariamente llega a ser una realidad. Aquel resultado que se ha obtenido puede ser influenciado por las personas en sus opiniones o experiencias de otras.

**Las expectativas:** Lo que el cliente espera recibir con esperanzas en conseguir algo, las expectativas se encuentran influenciadas por: El beneficio que ofrece una organización a lo que adquiere algún producto o servicio. Las experiencias, opiniones de amigos, líderes de opinión. Experiencias de las compras anteriores.

**Confianza:** Es la percepción de los clientes, la empresa se comporte de una manera en determinadas situaciones percibiendo preocupación por brindar buena calidad del servicio.

### **III. HIPÓTESIS**

Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis.

(Hernández, Fernández, & Baptista, (2017)

## IV. METODOLOGÍA

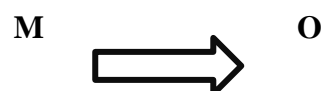
### 4.1. Diseño de investigación

La investigación es de diseño no experimental dado que los datos se definen en un solo momento, no se manipulan y presentar la realidad. Bernal (2010). El diseño de la investigación será no experimental descriptivo, de corte transversal. De tipo cuantitativo y nivel descriptivo.

Donde

M: muestra conformada por clientes para la variable de calidad de servicio, así mismos clientes para la variable satisfacción al cliente. Considerándose infinita para ambas variables de investigación.

O: Observación de variable de Calidad de Servicio y Satisfacción al Cliente.



### 4.2. Población y muestra

#### 4.2.1. Población

**Tabla 1.** *Población de investigación*

<b>N° Orden</b>	<b>Nombre / Razón Social</b>	<b>Propietario</b>
1	Mi Yolita	Leonardo Yacila Urbina
2	Ericson	Erick Salinas Henckel
3	Dayners - Shaddai	Rubén Noel Carrasco
4	Mi Pedro	Pedro Estrada Ruiz
5	San José	Sociedad Anónima

Nota: Elaboración propia.

#### 4.2.2. Muestra

Para la aplicación de la muestra se tomará el muestreo no probabilístico, en donde se aplicó una fórmula para determinar la muestra de investigación.

$$n = \frac{Z^2 Pq}{e^2}$$

Donde:

- n= Va a ser estudiada.
- Z= Considerado (para 90% de confianza Z=1.645)
- P= Probabilidad 0.5%
- q= No probabilidad (donde q= 1-p)
- e= Error permitido (10%)

$$n = \frac{1.645^2 (0.50)(1 - 0.50)}{0.1^2}$$

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

$$n = \frac{0.67650625}{0.01}$$

$$n = 67.650625$$

$$n = 68 \text{ clientes}$$

### 4.3. Definición y operacionalización de variables

**Tabla 2.** Operacionalización de variable Calidad de Servicio

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>Calidad de servicio</b>	Para Molina (2014). Define que la calidad de servicio es la que da cumplimiento a lo esperado del cliente, la aceptación del servicio que se le brinda, si esta satisface sus necesidades.	Se operacionalizará la variable mediante la aplicación del instrumento en donde se describirán las dimensiones respecto a la calidad de servicio.	Elementos Tangibles	-Equipamiento renovado -Infraestructura atractivo -Aspectos personal del -Materiales de servicio	Likert
			Seguridad	-Personal transmite confianza. -Seguridad de realizar pagos. -Personal amable. -Conocimiento de responder datos.	Likert
			Capacidad de respuesta	-Entrega de servicio a tiempo. -Personal informado. -Tiempo de atención. -Disponibilidad de ayuda.	Likert
			Empatía	-Atención preferencial. -Interés de necesidades del cliente.	Likert
			Fiabilidad	-Horario adecuado de atención. -Cumplimiento de promesas. -Buen servicio	Likert

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Satisfacción del cliente	Para Feigenbaum	Se operacionalizará	Expectativas	-Son las esperanzas que tienen los clientes por Conseguir algo.	Likert
	(2011), define "La satisfacción del cliente es el resultado de comparación de una forma inevitable	la variable mediante la aplicación del instrumento en donde describirán las dimensiones	Valor Percibido	-Es el resultado que el cliente percibe u obtuvo en el producto o servicio adquirido	
	realiza entre las expectativas	respecto a la satisfacción del cliente.	Confianza	-La percepción de los clientes en cuanto al comportamiento de la empresa en cuanto al buen servicio brindado.	
	previas del cliente puestas en los productos".				

Nota: Elaboración propia

#### **4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Para Alelo López & Rodríguez (s.f) Se empleó la técnica de la encuesta que fue aplicada a los clientes de los cinco Ferreterías del distrito la cruz durante el año 2021. La encuesta está elaborada con 28 interrogantes y 3 opciones de respuesta; de las 28 interrogantes, 17 de las primeras preguntas están enfocadas a la variable calidad de servicio y las 11 preguntas restantes a la variable satisfacción del cliente para García (2019) el cuestionario viene a ser preguntas formuladas de manera ordenada, de las dimensiones de cada una de las variables en investigación que aborda en la encuesta. Triangula mediante los objetivos específicos y el marco teórico de la investigación, con las respuestas que se obtienen de la muestra.

#### **4.5. Plan de análisis**

Para Alarcón y Gutiérrez el plan de análisis detalla las medidas de resumen de las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente, y como serán presentadas, indicando los modelos y técnicas estadística a usar. Se recogió los datos mediante el instrumento encuesta, se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se usó el programa de hojas de cálculo Excel 2013. Luego se realizó el análisis del instrumento. Programa SPSS versión 21 y validado por 03 expertos mediante la técnica de (método de juicio por experto) por especialistas. Se consideró aplicar la escala de Likert en donde 0 = Deficiente; 1 = Regula; y 2 = Bueno. Esto permite que se pueda cuantificar las variables de calidad de servicio y satisfacción del cliente.



#### 4.6. Matriz de consistencia

**Tabla 3.** Matriz de Consistencia

<u>ENUNCIADO DEL PROBLEMA</u>	<u>VARIABLES</u>	<u>OBJETIVO GENERAL</u>	<u>OBJETIVO ESPECÍFICO</u>	<u>METODOLOGÍA</u>	<u>TÉCNICAS</u>
¿Cuáles son las características de la Calidad de Servicio y Satisfacción al cliente en las Mypes sector comercio, rubro ferreterías, distrito la Cruz, año 2021?	Variable 01 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad de Servicio</li> </ul> Variable 02 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacción al Cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determina las características de la calidad de servicio y satisfacción al cliente de las Mypes, sector comercio, rubro ferreterías, distrito la Cruz 2021.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar las características de la calidad de servicio respecto a sus dimensiones de las Mypes, sector comercio rubro ferreterías, del distrito la Cruz, año 2021.</li> <li>• Conocer las características de satisfacción al cliente respecto a sus dimensiones en las Mypes sector comercio rubro ferreterías, del distrito la Cruz, año 2021.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de investigación descriptiva.</li> <li>• Diseño: No experimental</li> <li>• Población: Está conformada por los clientes del distrito de la Cruz que son clientes en las Mypes de rubro ferretería</li> <li>• Muestra: Mediante muestreo probabilístico se determinó que la muestra está conformada por 68 clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnica Encuesta</li> <li>• Instrumento Cuestionario</li> </ul>

Nota: Elaboración propia

#### **4.7. Principios éticos**

Durante la ejecución del presente estudio se respetaron los principios para investigación en este punto se mencionan los principios éticos que rigen a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote son:

Principio a la Confidencialidad: respetar su intimidad y cumplan con el deber de secreto y sigilo de la información recibida, a menos que se autorice lo contrario por la persona o representante de la institución involucrada; o en circunstancias extraordinarias, por las autoridades competentes.

Principio de respeto a la dignidad humana: Todo hombre merece respeto puesto que es digno de ello. Esto como fundamento de una sociedad justa, lo que incluye su proceso de crecimiento en la sociedad donde se desarrolla.

Principio del Consentimiento informado: Proceso por el cual se informa al potencial participante u organización involucrada en la investigación, entre otros aspectos, de sus derechos, duración de la investigación, nombre de la investigación, objetivos, daños potenciales, riesgos, beneficios, tratamiento alternativo, confidencialidad de los datos e información a ser colectada, tiempo que se guardará esta información, acceso a la misma, derecho a retirarse en cualquier momento de la investigación.

El cumplimiento de las expectativas que presenta la investigación; se aplicó principios éticos como la protección a las personas, cuidado del medio ambiente y la biodiversidad, libre participación y derechos a estar informado, beneficencia no maleficencia, justicia e integridad científica. (Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2019)

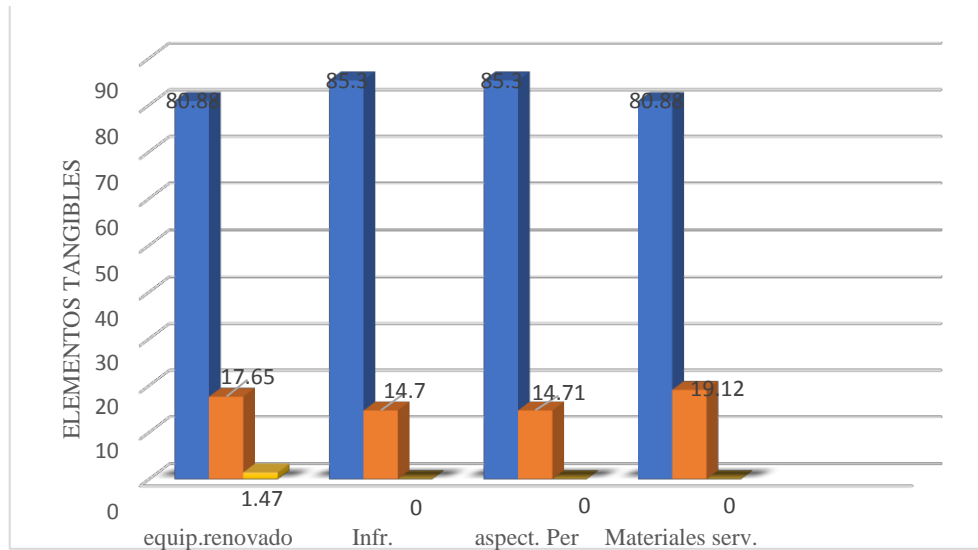
## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

Objetivo específico 1: Determinar la calidad de servicio respecto a sus dimensiones de las Mypes, sector comercio rubro Ferreterías, del distrito la Cruz, año 2021.

**Tabla 4.** *Características de los elementos tangibles.*

<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Equipamiento renovado</b>		
Bueno	55	80.88
Regular	12	17.65
Deficiente	1	1.47
Total	68	100.00
<b>Infraestructura atractivos</b>		
Bueno	58	85.3
Regular	10	14.7
Deficiente	0	00.00
Total	68	100.00
<b>Aspectos del personal</b>		
Bueno	58	85.3
Regular	10	14.7
Deficiente	00	00.00
Total	68	100.00
<b>Materiales del servicio</b>		
Bueno	55	80.88
Regular	13	19.12
Deficiente	0	00.00
Total	68	100.00



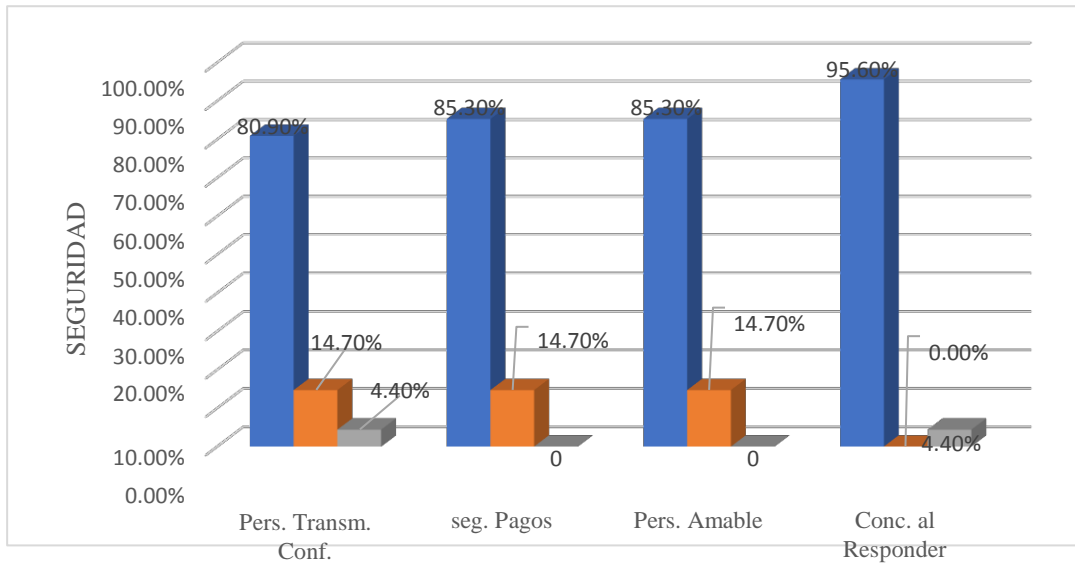
**Figura 1**

Nota: En la tabla 4 en se demuestra la aplicación de la Calidad de servicio en la dimensión: Elementos Tangibles según Zeithaml, Parasuram y Berry se confrontan las expectativas de los clientes con la apariencia de los tangibles de la organización, los resultados arrojados para equipos renovados en un 80.88%(55) lo ubica en nivel bueno, en un 17.65%(12) lo ubica en un nivel regular y en un 1.47% (1)lo ubica en nivel deficiente, infraestructura y aspecto de los trabajadores 85.3%(58) y lo ubica en nivel bueno y un 14.7% (10)lo ubica en nivel regular, y para materiales de servicio con un 80.88%(55) lo ubica en nivel bueno y un 19.12% (13), lo ubica en nivel regular.

**Tabla 5.** *Características de seguridad.*

<b>SEGURIDAD</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Personal trasmite confianza</b>		
Bueno	55	80.9
Regular	10	14.7
Deficiente	03	4.4
Total	68	100.00
<b>Seguridad en realizar pagos</b>		
Bueno	58	85.3
Regular	10	14.70
Deficiente	0	00.00
Total	68	100.00
<b>Personal amable</b>		
Bueno	58	85.3
Regular	10	14.7
Deficiente	00	00.00
Total	68	100.00
<b>Conocimiento de responder datos</b>		
Bueno	65	95.6
Regular	00	00
Deficiente	03	4.4
Total	68	100.00

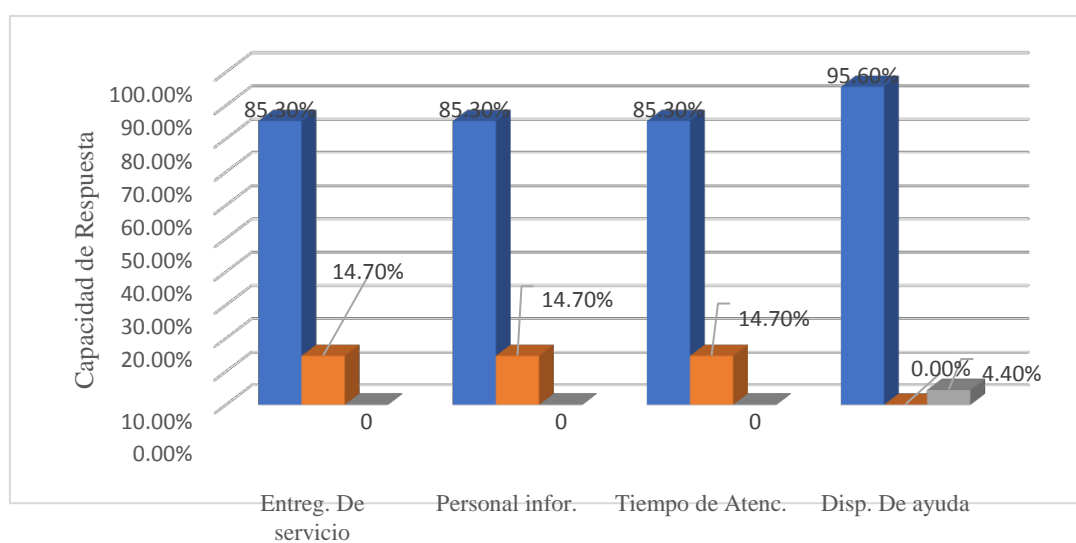
Figura 2



Nota: en la tabla 5 se demuestra la aplicación de la calidad de servicio en la dimensión: seguridad; Zeithaml, Parasuram y Berry según el autor se vincula a la credibilidad, seguridad, profesionalismo y cortesía así arrojando los siguiente resultados personal de la cruz si le trasmite confianza el 80.9% (55) lo ubica en nivel bueno , 14.7% (10) lo ubica en un nivel regular y un 4.4% (3) lo ubica en nivel deficiente, para realizar pagos y personal amable, un 85.3% (58) lo ubica en nivel bueno, un 14.7% (10) lo ubica en nivel regular y conocimiento al responder, un 95.60% (65) lo ubica en nivel bueno a la hora que le preguntan algo y un 4.4%(3) lo ubica en nivel deficiente.

**Tabla 6.** Características de capacidad de respuesta.

CAPACIDAD DE RESPUESTA	N°	%
<b>Entrega de servicio a tiempo</b>		
Bueno	58	85.3
Regular	10	14.7
Deficiente	00	00
Total	68	100.00
<b>Personal Informado</b>		
Bueno	58	85.3
Regular	10	14.7
Deficiente	0	00.00
Total	68	100.00
<b>Tiempo de atención</b>		
Bueno	58	85.3
Regular	10	14.7
Deficiente	00	00.00
Total	68	100.00
<b>Disponibilidad de ayuda</b>		
Bueno	65	95.6
Regular	0	00
Deficiente	03	4.4
Total	68	100.00

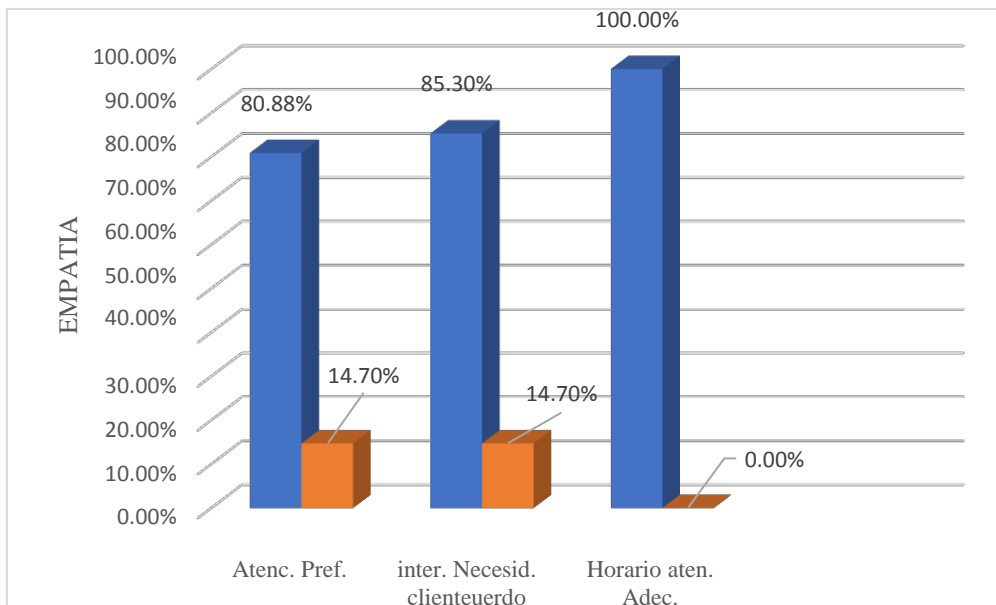
**Figura 3**

Nota: en la tabla 6 se demuestra la aplicación de la calidad de servicio en la dimensión: capacidad de respuesta; según el Zeithaml, Parasuram y Berry es la disposición de los trabajadores para ayudar al cliente en forma rápida y eficientemente, los resultados obtenidos se puede evidenciar un 85.3% (58) en que el personal entrega el servicio a tiempo, ubicándolos en nivel bueno y un 14.7% (10) en el tiempo de atención los ubica en categoría regular, personal está dispuesto a ayudar un 95.60% (65) lo ubica en nivel bueno y un 4.4% (3) en el aspecto de disponibilidad y ayuda, lo ubica en nivel deficiente.



**Tabla 7. Características de empatía.**

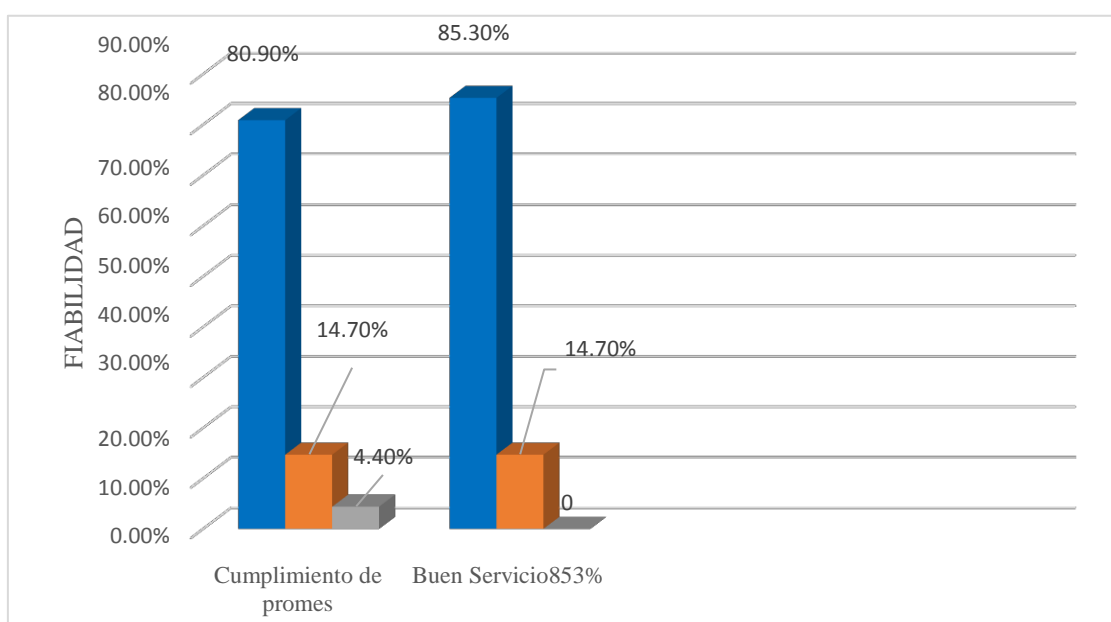
<b>EMPATÍA</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Atención Preferencial</b>		
Bueno	55	80.88
Regular	10	14.7
Deficiente	03	4.4
Total	68	100.00
<b>Interés de necesidad del cliente</b>		
Bueno	58	85.3
Regular	10	14.7
Deficiente	00	00.00
Total	68	100.00
<b>Horario adecuado de atención</b>		
Bueno	68	100
Regular	00	00
Deficiente	00	00
Total	68	100.00

**Figura 4**

Nota: en la tabla 7 se demuestra la aplicación de la calidad de servicio en la dimensión: empatía; según Zeithaml, Parasuram y Berry para la empatía hay que cumplir con estos criterios: accesibilidad, comunicación y comprensión del cliente, los resultados obtenidos en este objetivo específico arrojó como resultados atención preferencial un 80.88% (55) lo ubica en nivel bueno y 14.7% (10) lo ubica en nivel interés de necesidad del cliente, un 85.3% ( 58) lo ubica en nivel bueno y un 14.7% lo ubica nivel regular, Horario de atención adecuado en un 100% (68) lo ubica en un nivel bueno.

**Tabla 8.** Características de fiabilidad.

FIABILIDAD	N	%
<b>Cumplimiento de Promesas</b>		
Bueno	55	80.88
Regular	10	14.7
Deficiente	03	4.4
Total	68	100.00
<b>Buen servicio</b>		
Bueno	58	85.3
Regular	10	14.7
Deficiente	00	00.00
Total	68	100.00

**Figura 5**

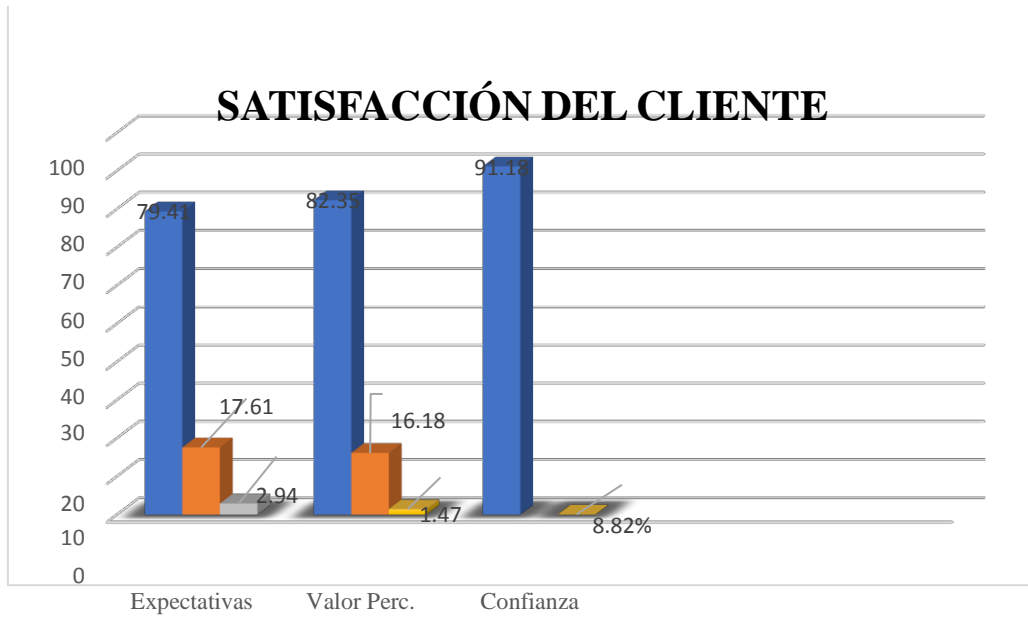
Nota: en la tabla 8 se demuestra la aplicación de la calidad de servicio en la dimensión: Fiabilidad; según Zeithaml, Parasuram y Berry manifiesta que tiene que haber precisión de respuestas, prestar servicios sin errores cumplimiento de especificaciones, los resultados arrojados son para cumplimiento de promesas 80.9%(55) lo ubico en nivel

bueno y un 14.7%(10) lo ubico en nivel regular y un 4.4%(3) y para un buen servicio un 85.3%(58) lo ubico en nivel bueno y un 14.70%(10) lo ubico en nivel regular.

Objetivo específico 2: Conocer las características de satisfacción al cliente respecto a sus dimensiones en las Mypes sector comercio rubro ferreterías, del distrito la Cruz, año 2021

**Tabla 9.** *Características de satisfacción del cliente.*

<b>Satisfacción al cliente</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
<b>Expectativas</b>		
Bueno	54	79.41
Regular	12	17.61
Deficiente	02	2.94
Total	68	100.00
<b>Valor Percibido</b>		
Bueno	56	82.35
Regular	11	16.18
Deficiente	01	1.47
Total	68	100.00
<b>Confianza</b>		
Bueno	62	91.18
Regular	00	00
Deficiente	06	8.82
Total	68	100.00



**Figura 6**

Nota: en la tabla 9 se demuestra la aplicación de la satisfacción del cliente en las dimensiones según lo manifestado por Pérez y Gardey la satisfacción del cliente como la compensación de una exigencia y nivel de aprobación de la persona los resultados obtenidos son: En Expectativas 79.41% (54), lo ubica en un nivel bueno, 17.61% (12), lo ubica en un nivel regular y en un 2.14% (2), lo ubica en nivel deficiente, dimensión: Valor percibido en un 82.35% (56) lo ubica en nivel bueno y un 16.18% (11) lo ubica en un nivel regular y 1.47% (1) lo ubica en nivel deficiente, dimensión Confianza: en un 91.18% (62) ubican en un nivel bueno y un 8.82% (6) lo ubica en nivel deficiente. Es decir, en las ferreterías de la Cruz los clientes se encuentran satisfechos por la atención brindada.

## 5.2. Análisis de resultados

El objetivo general, determinar la calidad de servicio y satisfacción al cliente en las Mypes sector comercio, rubro ferreterías del distrito de la Cruz, año 2021, en la característica de calidad de servicio de ser honesto un 79.4% (54), ubica en nivel bueno la característica de honestidad y un 17.6% (12) lo ubica en nivel regular y un 3% (2), lo ubica en nivel deficiente, en la características de si cumple con su palabra un 92.6% (63) lo ubica en el nivel bueno y un 7.4% (5) lo ubica en nivel deficiente, en la característica predecible 55.3% (58) lo ubica en nivel bueno, un 14.70 (10) lo ubica en nivel regular, en la dimensión expectativas un 80.9% (55) lo ubican en nivel bueno y un 14,7% (10) lo ubica en nivel regular. Es decir los clientes de la ferreterías del distrito de la Cruz si brindan buena calidad servicio, confiando en la honestidad de sus trabajadores y confían en sus productos brindados, logrando satisfacer a los clientes lo cual es similar los resultados encontrados en el trabajo de investigación de Alva y Mauricio denominado “la calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la ferretería J&A E.I.R.L., Bagua 2017” demostró que una adecuada gestión de la calidad del servicio influye directamente en la satisfacción de los clientes, debido a que si se gestiona eficientemente el servicio que se brinda esto conllevará al cumplimiento y superación de las expectativas de los clientes.

Primer objetivo específico que fue determinar las características de calidad de servicio respecto a sus dimensiones en las Mypes sector comercio rubro ferreterías del distrito de la Cruz según sus dimensiones en las Mypes sector comercio rubro ferreterías del distrito de la Cruz año 2021, los resultados arrojados para las características según las dimensiones, Empatía (Horario de atención adecuado) en un 100% (68), ubicándolo en nivel buenos; en seguridad (conocimientos al responder datos) y capacidad de

respuesta (disponibilidad de ayuda) son los que tienen el segundo porcentaje favorable ubicándolas en nivel bueno con un 95.6% (65), el 4.4%(3) lo ubica en nivel deficiente, elementos tangibles (Infraestructura y atractivos) 86.76% (58) lo ubica en nivel bueno y en un 1.47% (1) lo ubica en nivel deficiente y en último lugar la dimensión de fiabilidad (buen servicio) con un 85.3% (58) ubicándolo en nivel bueno y un 14.7% lo ubica en nivel regular es decir que si se produce buena calidad de servicio en las ferreterías del Distrito de la Cruz. encontrándose que si están de acuerdo los clientes con el horario atención (empatía), existe una aperccepción en cuanto a los trabajadores en cuanto a brindar ayuda a los clientes (capacidad de respuesta) tiene infraestructura y equipo renovado (elementos tangibles) es decir que brindan buena calidad de servicio, habiendo un número menor de clientes que están en desacuerdo. Coincidiendo con la investigación de Alva y Mauricio (2017) que concluyeron en su trabajo de investigación “la calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la Ferretería J&A E.I.R.L., Bagua 2017” mayoría de clientes están conformes con la calidad de servicio en cuanto a la presentación y tecnología moderna (elementos intangibles) están satisfechos con la calidad de servicio brindado en este establecimiento, influenciados por la dimensión fiabilidad (Prestar el servicio sin errores, cumplimiento de especificaciones, etc).

Segundo objetivo específico: Conocer las características de satisfacción del cliente respecto a sus dimensiones en las Mypes sector comercio, de rubro ferreterías del Distrito la Cruz, año 2021 en expectativas un 79.41% (54), ubicándolo en el nivel bueno y un 17.61% (12), lo ubica en nivel regular y un 2.14% (2), lo ubica en nivel deficientemente, valor percibido un 82.35% (56), se ubica en nivel bueno y un 16.18% (11) lo ubica en nivel y un 1.47%(1) se ubica en nivel deficientemente, confianza un



91.18% (62), se ubica en nivel bueno y un 8,82% (2), se ubica en deficiente es decir en las ferreterías de la Cruz los clientes se encuentran satisfechos con la atención brindada por las ferreterías, es similar encontrado en la investigación de Alva y Mauricio (2017) quien en su trabajo de investigación “la calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la ferretería J&A E.I.R.L., Bagua 2017 dice que los encuestados están satisfechos con el servicio brindado en este establecimiento.

## VI. CONCLUSIONES

- En el objetivo general: Se determinó que si ofrecen una buena calidad de servicio, confiando en la honestidad de los trabajadores, estando los clientes satisfechos en su mayoría, y con respecto a sus características los clientes consideran que los trabajadores de las ferreterías son honestos, cumplen con su palabra y así logran las expectativas que esperan del producto quedando satisfechos del servicio que otorgan la microempresas, los clientes confían en la labor realizada por los trabajadores que atienden estos establecimientos brindándoles atención eficiente, efectiva y de calidad.
- En el objetivo específico 1: Se determinó que el horario es el adecuado el cual tuvo el mayor porcentaje del 100% de 68 clientes de las ferreterías del distrito de la Cruz en la disponibilidad de tiempo que cuentan los clientes, contando con locales modernos, su personal brinda buena atención disipando dudas a las consultas realizadas creando un ambiente en el cual se pueden confiar porque toman en cuenta el interés de la necesidad del cliente, una buena percepción de los clientes siendo una gran ventaja, en cuanto a elementos tangibles en la calidad de servicio son buenos ya que los clientes consideran que tiene buena infraestructura y equipos renovados el personal de las ferreterías, muestran un buen aspecto al atender al público. En seguridad se encontró que la mayoría de los clientes, consideran que se sienten seguros al hacer sus pagos ellos tienen confianza y a la vez son atendidos con amabilidad, el personal si cuenta con conocimiento al formularles preguntas acerca de los productos. Mostrando una buena capacidad de respuesta en entrega de servicio a tiempo, el equipo de trabajo se encuentra informado, y la atención brindada en el tiempo esperado,

tienen buena disposición ayudando al cliente en lo que requieren. La empresa si cumple con lo que promete y brinda un buen servicio convenciendo al cliente en confiar en las ferreterías del Distrito de la Cruz a la hora de adquirir sus productos.

- En el objetivo específico 2: Se concluyó que se conoció que los clientes de las ferretería del distrito de la Cruz se encuentra satisfechos, existiendo una mayor confianza que mostro un buen porcentaje de 91.18% siendo 62 clientes de las ferreterías, se muestran confiables con respecto a la atención y al producto que se ofrecen las ferreterías, cumpliendo sus expectativas de los clientes, estos informan a las demás familias del distrito la Cruz, aludiendo los clientes que se sienten conformes con la atención y a los producto que adquieren en las ferreterías, existe percepción del cliente en lo que cumplen con lo que ellos perciben adquirir, siendo un factor clave para el éxito de las ferreterías. Existe satisfacción por parte de los clientes de los productos y atención que reciben.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Recomendaciones**

- Renovación de equipos para desempeñar mejor su labor dentro de las ferreterías, mejorar su imagen de la empresa y realizar encuestas con el objetivo que ayuden a encontrar fallas y así poder corregirlas.
- Mantener una buena imagen de la empresa mediante trabajadores correctamente uniformados, con buen trato al cliente; implementar redes de seguridad en los locales para incrementar la confianza del cliente y mantener la calidad de los productos brindados para que los recomienden y no defraudar las expectativas de los clientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alva, Evelyn & Mauricio, J. (2017). *La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la ferreterías J&A E.I.R.L., Bagua 2017.*

Andina. (2018). Mype y cooperativas serán competencia de Produce, según ley aprobada en el pleno | Noticias | Agencia Peruana de Noticias Andina. Retrieved October 20, 2019, from Mype y cooperativas serán competencia de Produce, según ley aprobada en el pleno website:

<https://andina.pe/agencia/noticia.aspx?id=196929>

Avalo, E. (2018). *Caracterización de la competitividad y Gestión de Calidad de las Mypes del Sector comercio rubro ferreterías en el centro de Tumbes, 2018.* Retrieved from. Obtenido de:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8758/GESTIÓN\\_DE\\_CALIDAD\\_COMPETITIVIDAD\\_Y\\_MYPES\\_AVALOS\\_REYES\\_ELIANA\\_ELIZABETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8758/GESTIÓN_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_Y_MYPES_AVALOS_REYES_ELIANA_ELIZABETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Castillo, R. (2013). *Diseño De Un Modelo De Negocio Para El Crecimiento De Una Empresa Familiar.* Retrieved from,obtenido de :

[http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/114014/cfcastillo\\_ra.pdf?sequence=1](http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/114014/cfcastillo_ra.pdf?sequence=1)

Chapilliquen, P. (2019). *“Caracterización de la Gestión de calidad y Satisfacción al cliente en las Mypes del sector Comercio Rubro Ferreterías la Avenida Piura - Distrito De Tumbes, Año 2019.”* Tumbes., Tesis para optar titulo de Administrador.

Chavez, R. (2016). *Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad Mypes sector comercio rubro ferreterías distrito de Tumbes, 2016.* Retrieved October 20, 2019, from, obtenido de:

<https://es.scribd.com/document/363485010/CHAVEZ-APONTE-ROVERTO-CARLOS-FINANCIAMIENTO-CAPACITACION-RENTABILIDAD-MYPE-FERRETERIAS-pdf>

Cuellar, N. (2015). *Plan de mercadeo estrategico para la empresa ferreteria y agroveterinaria la rebaja del municipio de SALADOBLANCO-HUILA. NORALBA CUELLAR MENESES* Trabajo de Grado Presentado como Requisito para Optar al Título de Administrador de Empresas.

Diario EcuRED. (n.d.). Satisfacción del cliente - EcuRed. Retrieved October 21, 2019, obtenido de:

from [https://www.ecured.cu/Satisfacción\\_del\\_cliente](https://www.ecured.cu/Satisfacción_del_cliente)

Diario el Comercio. (2016a). Confianza del consumidor sube a niveles no vistos desde 2016 Perú | El Comercio. Retrieved October 8, 2019, from Confianza del consumidor a nivel no vistos desde 2016 website, obtenido de:

<https://elcomercio.pe/economia/peru/confianza-consumidor-sube-niveles-vistos-2016-noticia-522496-noticia/>

Diario el Comercio. (2016b). El 42% de mypes cree que su situación económica ha mejorado Perú | El Comercio. Retrieved October 8, 2019, from El 42% de Mypes cree que su situación económica ha mejorado website, obtenido de:

<https://elcomercio.pe/economia/peru/42-mypes-cree-situacion-economica-mejorado-211693-noticia/>

Diario el Comercio. (2016c). Mypes, un mercado con potencial para más productos financieros Día 1 El Comercio. Retrieved October 8, 2019, from Mypes, un mercado con potencial para productos financieros website, obtenido de:

<https://elcomercio.pe/economia/dia-1/mypes-mercado-potencial-productos-financieros-272696-noticia/>

Diario el Peruano. (2018). Gobierno ratifica apoyo a las mypes. Retrieved October 8, 2019, from Gobierno ratifica apoyo a las mypes website, obtenido de:

<https://elperuano.pe/noticia-gobierno-ratifica-apoyo-a-mypes-66377.aspx>

Diario El Peruano. (2016). El Gobierno impulsó nueve medidas en favor de mypes. Retrieved September 30, 2019, from Diario El Peruano website:

<https://elperuano.pe/noticia-el-gobierno-impulso-nueve-medidas-favor-mypes-49580.aspx>

Diario Gestión. (2018a). Las mypes y las TIC: mitos y verdades sobre su uso y efectos para las empresas | Tecnología | Gestión. Retrieved October 8, 2019, from Las mypes y las tic: mitos y verdades sobre su uso de efectos para las empresas website: <https://gestion.pe/tecnologia/mypes-tic-mitos-verdades-efectos-empresas-233245-noticia/>

Diario Gestión. (2018b). Más de 600 empresas peruanas se unen para cuidar el medio ambiente | Empresas | Gestión. Retrieved October 8, 2019, from Mas de 600 empresas peruanas se unen para cuidar el medio ambiente website: <https://gestion.pe/economia/empresas/600-empresas-peruanas-unen-cuidar-medio-ambiente-226467-noticia/>

Diario Gestión. (2019). Tres claves para el futuro de la MYPE | Blogs | Gestión. Retrieved October 8, 2019, from Tres claves para el futuro de la MYPE website: <https://gestion.pe/blog/te-lo-cuento-facil/2018/12/tres-claves-para-el-futuro-de-la-mype-en-el-peru.html>

El Peruano. (2018a). Financiamiento para las mypes. Retrieved October 8, 2019, from El gobierno fomentara el desarrollo de las mypes con la implementación de medidas orientadas a aprovechar las economías de escala website: <https://elperuano.pe/noticia-financiamiento-para-mypes-66513.aspx>

El Peruano. (2018b). Tiempo de reciclar. Retrieved October 8, 2019, from Tiempo de reciclar website: <https://elperuano.pe/noticia-tiempo-reciclar-68330.aspx>

Espinoza, D. (2017). *Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del distrito de Tumbes, año 2017*. Retrieved from

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5264/FINANCIAMIENTO\\_RENTABILIDAD\\_ESPINOZA\\_MORAN\\_DEYVI\\_JOEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5264/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_ESPINOZA_MORAN_DEYVI_JOEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Feigenbaum, A. (2011). LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y SU IMPORTANCIA PARA LA EMPRESA. Retrieved October 21, 2019, from CalidaD & Gestión website:

[http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65\\_satisfaccion\\_del\\_cliente.html](http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65_satisfaccion_del_cliente.html)

Gidahatari. (2017). Ley N° 28611 - Ley General del Medio Ambiente en Perú — gidahatari. Retrieved October 8, 2019, from Ley N° 28611 - Ley General del Medio ambiente en Perú website: <http://gidahatari.com/ih-es/ley-general-del-medio-ambiente-ley-n-28611>

jirón Manuel Ruiz de la ciudad de Chimbote website. Obtenida de:

<https://docplayer.es/amp/97809468-Facultad-de-ciencias-contables-financieras-y-administrativas-escuela-profesional-de-administracion.html>

Lescano, M. (2017). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la micro empresa comercial Lescanol*. Retrieved from

[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/16610/Lescano\\_GMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/16610/Lescano_GMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Mejia, T. (2016). Universidad Tecnológica de la Mixteca "*Propuesta para mejorar el servicio al cliente de las Empresas de Ferretería y TLAPALERÍA DE LA HEROICA CIUDAD*".

Melara, M. (2017). La relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente. Retrieved October 21, 2019, from <https://marlonmelara.com/la-relacion-entre-calidad-de-servicio-y-satisfaccion-del-cliente/>

Molina , O. D. (2014). Calidad de los Servicios - EcuRed. Retrieved October 21, 2019, from

[https://www.ecured.cu/Calidad\\_de\\_los\\_Servicios](https://www.ecured.cu/Calidad_de_los_Servicios)

Mora, C. (2016). La Calidad del Servicio y la Satisfaccion del Consumidor. Revista Brasileira de Marketing, obtenido de:

<https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>



- Neciosup, C. (2019). *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz Chimbote 2017*. Retrieved from [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10700/CALIDAD\\_COMUNICACION\\_NECIOSUP\\_ROMANI\\_CARLOS\\_PASCUAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10700/CALIDAD_COMUNICACION_NECIOSUP_ROMANI_CARLOS_PASCUAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pérez, J. & Gardey A. (2014). Definición de satisfacción del cliente - Qué es, Significado y Concepto. Retrieved October 21, 2019, from <https://definicion.de/satisfaccion-del-cliente/>
- PQS La voz de los emprendedores. (n.d.). Pasos para formalizar mi empresa | Emprendimiento. Retrieved October 8, 2019, from [pasos para formalizar mi empresa website:](https://www.pqs.pe/actualidad/noticias/pasos-para-formalizar-mi-empresa)
- <https://www.pqs.pe/actualidad/noticias/pasos-para-formalizar-mi-empresa>
- QuestionPro. (n.d.). Elementos que conforman la satisfacción al cliente. Retrieved October 21, 2019, from QuestionPro website: <https://www.questionpro.com/blog/es/elementos-de-la-satisfaccion-al-cliente/>
- Ruiz (2018) Satisfacción del cliente en el restaurante Santo Menu, distrito de San Isidro, Lima, 2018. tesis de pregrado. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34537/Pumachagua\\_AYF.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34537/Pumachagua_AYF.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Serrano, C. (2017). “La Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, rubro Ferreterías en el Distrito de Santa, 2015. Retrieved October 20, 2019, from [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16456/FERRETERIA\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_MYPE\\_SERRANO\\_PONCE\\_CARMEN\\_VERONICA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16456/FERRETERIA_GESTION_DE_CALIDAD_MYPE_SERRANO_PONCE_CARMEN_VERONICA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Severiano, D. (2015). DIMENSIONES DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO - ppt

descargar. Retrieved October 21, 2019, from

<https://slideplayer.es/slide/3924557/>

Solis, M. (2018). *Servicio al cliente en la ferreterías de salcaja Departamento de Quetzaltenango*. Retrieved from

<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/01/04/Solis-Marilyn.pdf>

Thompson, I. (2019). LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE - Promonegocios.net. Retrieved October 21, 2019, from PromonegocioS.net website: <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>

Torres, N. (2017). “La Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías del jirón Manuel Ruiz de la ciudad de Chimbote. Retrieved October 20, 2019, from “La Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías del

Uson. (n.d.). (No Title). *Tesis.Uson*, 6. Retrieved from

<http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/9078/Capitulo1.pdf>

Villanque, D. (2016). *Caracterización de la Gestión de calidad bajo el enfoque customer relationship management (CRM) en la micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro de venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz, 2016*.

Violante, M. E. (2015). 5 características del buen servicio al cliente. Retrieved October 21, 2019, from

<https://www.entrepreneur.com/article/268543>

Yacupoma, C. (2017). *La gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías santa María S.A.C, año 2016*.

Yunga, C. (2012). Propuesta para el mejoramiento de gestión en los procesos operativos de la Ferretería El Cisne - PDF. Retrieved October 20, 2019, from c

## ANEXOS

### Anexo 1. Encuesta de calidad de servicio



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

## TITULO

# CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO RUBRO FERRETERIAS EN EL DISTRITO LA CRUZ, AÑO 2021.

Estimado Sr(ra), me encuentro realizando un estudio de investigación para mi trabajo de tesis, titulado “Calidad de servicio y satisfacción al cliente en las Mypes sector comercio, rubro ferreterías del distrito la cruz, año 2021”, su aporte como cliente de la empresa, será para mí de mucho valor, le pido de favor responder a algunas preguntas, que ayudan a la obtención cuantitativa de los resultados.

<b>Calidad de servicio</b>			
<b>ITEM</b>	<b>BUENO</b>	<b>REGULAR</b>	<b>DEFICIENTE</b>
<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>			
1. ¿La empresa cuenta con máquinas y equipos de apariencia modernos y atractivos?			
2. ¿Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas?			
3. ¿El personal de la empresa tiene apariencia pulcra?			
4. ¿Los elementos materiales (folletos, reportes y similares) son visualmente atractivos?			
<b>SEGURIDAD</b>			
5. ¿El comportamiento del personal de la empresa le inspira confianza?			
6. ¿Usted se siente seguro en sus trámites con la empresa?			
7. ¿El personal de la empresa concluye el servicio en el tiempo prometido?			
8. ¿El personal de la empresa insiste en mantener registros exentos de errores?			
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>			
9. ¿El personal de la empresa le comunica cuándo concluirá la realización del servicio?			
10. ¿El personal de la empresa ofrece un servicio puntual?			
11. ¿El personal de la empresa siempre está dispuesto a ayudarle?			
12. ¿El personal de la empresa nunca está demasiado ocupado para atenderle?			
<b>EMPATIA</b>			
13. ¿El personal de la empresa es siempre amable con usted?			
14. ¿El personal tiene conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?			
15. ¿La empresa le da una atención individualizada?			
<b>FIABILIDAD</b>			
16. ¿Cuándo el personal de la empresa promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace?			
17. ¿Cuándo tienes un problema, la empresa muestra un sincero interés en solucionártelo?			

## **Anexo 2. Encuesta de satisfacción del cliente**

<b>Satisfacción al cliente</b>			
<b>ITEM</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Deficiente</b>
<b>EXPECTATIVAS</b>			
1. Los servicios que ofrece la ferretería se adaptan a sus necesidades de servicio?			
2. ¿El personal de esta ferretería es claro en las explicaciones e informadas?			
3. ¿El personal de esta ferretería posee los conocimientos acerca de los productos ofrecidos?			
<b>VALOR PERCIBIDO</b>			
4. ¿Al acudir a esta ferretería sabe que no tendrá problemas con los servicio adquiridos?			
5. ¿Esta ferretería l es innovadora es innovadora y con visión de futuro?			
6. ¿Los servicios prestados por esta ferretería están cerca de los ideales de este tipo?			
7. ¿Esta ferretería se preocupa de las necesidades de sus clientes?			
<b>CONFIANZA</b>			
8. Usted tiene confianza en esta ferretería?			
9. ¿Los precios de los productos ofrecidos son buenos?			
10. ¿No ha tenido problemas ni inconvenientes con el servicio prestado por esta ferretería?			
11. ¿Si otra ferretería le ofrece los mismos productos, prefiero regresar a esta ferretería?			

### **Anexo 3. Validación del instrumento**

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### DATOS GENERALES:

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

Grado Académico: Magister en Gestión Pública

Profesión: Licenciado en Administración

Institución donde labora: ULADECH

Cargo que desempeña: Asesor

Denominación del instrumento: Cuestionario

Autor del instrumento: Steffanny Mayte Pretell Guevara

Carrera: Administración

### VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento Cuestionario

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Elementos tangibles</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Seguridad</b>							
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
8	X		X		X		
<b>Dimensión 3: Capacidad de respuesta</b>							
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		
12	X		X		X		
<b>Dimensión 4: Empatía</b>							
13	X		X		X		
14	X		X		X		
15	X		X		X		
<b>Dimensión 5: Fiabilidad</b>							
16	X		X		X		

17	X		X		X		
----	---	--	---	--	---	--	--

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Expectativas</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Valor percibido</b>							
4	X		X		X		
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
<b>Dimensión 5: Confianza</b>							
8	X		X		X		
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		

**Otras observaciones generales:**

No muestra observación alguna, los indicadores contribuyen a desarrollar las dimensiones a investigar.



Firma

Escobedo Gálvez, José Fernando

## DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del informante (Experto): Galvani Guerrero García

Grado Académico: Magister

Profesión: Licenciado en Administración

Institución donde labora: Universidad Nacional de Tumbes

Cargo que desempeña: Docente

Denominación del instrumento: Cuestionario

Autor del instrumento: Steffanny Mayte Pretell Guevara

Carrera: Administración

## VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento Cuestionario

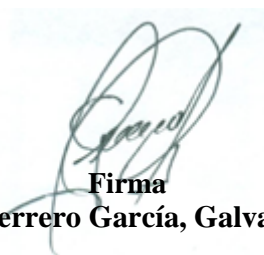
N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Elementos tangibles</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Seguridad</b>							
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
8	X		X		X		
<b>Dimensión 3: Capacidad de respuesta</b>							
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		
12	X		X		X		
<b>Dimensión 4: Empatía</b>							
13	X		X		X		
14	X		X		X		
15	X		X		X		
<b>Dimensión 5: Fiabilidad</b>							
16	X		X		X		
17	X		X		X		



N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Expectativas</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Valor percibido</b>							
4	X		X		X		
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
<b>Dimensión 5: Confianza</b>							
8	X		X		X		
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		

**Otras observaciones generales:**

No muestra observación alguna, los indicadores contribuyen a desarrollar las dimensiones a investigar.



**Firma**  
**Guerrero García, Galvani**

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

**DATOS GENERALES:**

Apellidos y nombres del informante (Experto): Darwin Ebert Aguilar Chuquizuta

Grado Académico: Magister  
 Profesión: Licenciado en Administración  
 Institución donde labora: Universidad Nacional de Tumbes  
 Cargo que desempeña: Docente  
 Denominación del instrumento: Cuestionario  
 Autor del instrumento: Steffanny Mayte Pretell Guevara  
 Carrera: Administración

## VALIDACIÓN:

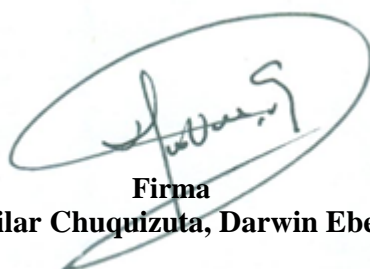
Ítems correspondientes al Instrumento Cuestionario

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Elementos tangibles</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Seguridad</b>							
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
8	X		X		X		
<b>Dimensión 3: Capacidad de respuesta</b>							
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		
12	X		X		X		
<b>Dimensión 4: Empatía</b>							
13	X		X		X		
14	X		X		X		
15	X		X		X		
<b>Dimensión 5: Fiabilidad</b>							
16	X		X		X		
17	X		X		X		

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Expectativas</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Valor percibido</b>							
4	X		X		X		
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
<b>Dimensión 5: Confianza</b>							
8	X		X		X		
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		

**Otras observaciones generales:**

No muestra observación alguna, los indicadores contribuyen a desarrollar las dimensiones a investigar.



**Firma**  
Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

**Anexo 4. Turnitin**

## PretellGSM\_Turnitin

---

### INFORME DE ORIGINALIDAD

---



### FUENTES PRIMARIAS

---



Excluir citas      Activo  
Excluir bibliografía      Activo

Excluir coincidencias      < 4%