UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ
"UNESUM"

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÒN DE EMPRESAS

TEMA:

"CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR FERRETERO, CIUDAD DE PUERTO LÓPEZ"

AUTOR:
Andy Iván Lucas Choéz

TUTOR:
Lic. Jonás Sneider Calle García Mg. DE.

Jipijapa - Manabí - Ecuador
2021

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Licenciado Jonás Calle García, Docente de la Universidad Estatal del Sur de Manabí "UNESUM" en calidad de Tutor de la Unidad de Titulación, de la Carrera Administración de Empresas, sobre el tema: **"Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero, ciudad de Puerto López"**.

CERTIFICA

Que el mencionado trabajo está concluido en su totalidad y ha sido realizado bajo mi tutoría, con vigilancia periódica en su desarrollo y elaborado con entera responsabilidad por el egresado de la Carrera Administración de Empresas: **Andy Iván Lucas Choéz, C.I**. **240021633-5**, con el fin de obtener el Título de Licenciado en Administración de Empresas, de conformidad con las disposiciones reglamentarias, establecidas para el efecto.

Jipijapa, 28 de agosto de 2021

JONAS SNEIDER CALLE GARCIA

Firmado digitalmente por JONAS SNEIDER CALLE GARCIA
DN: cn=JONAS SNEIDER CALLE GARCIA o=EC o=SECURITY DATA S.A. 2 ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION
Motivo: Soy el autor de este documento
Ubicación:
Fecha: 2021-08-28 20:28:05:00

Lic. Jonás Sneider Calle García Mg. DE.

TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

"Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero, ciudad de Puerto López"

Autor: Andy Iván Lucas Choez

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Sometida a consideración del Tribunal de Revisión, Sustentación y Legalización de la Unidad de Titulación de la Carrera Administración de Empresas – Facultad de Ciencias Económicas, como requisito previo a la obtención del Título de **Licenciado en Administración de Empresas.**

Lcdo. Dewis Edwin Álvarez Pincay, Mg.D.E .....
Presidente del Tribunal de Sustentación.

Econ. Enrique Xavier Soledispa Rodríguez, Esp. P.C. .....
Miembro del Tribunal de Sustentación.

Ing. Miguel Augusto Baque Cantos, PhD .....
Miembro del Tribunal de Sustentación.

Lic. Amparo Bienvenida Baque Moran, Mg.Duje .....
Miembro del Tribunal de Sustentación.

Jipijapa, noviembre 25 de 2021

CERTIFICACIÓN DEL CENTRO DE IDIOMAS

UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABI
Creada el 7 de febrero del 2001, según Registro Oficial # 261
CENTRO DE IDIOMAS

CERTIFICADO No. 468- E.S.-DIGITAL

Econ.
Carlos Zea Barahona
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
En su despacho.-

De mi consideración:

Por medio de la presente me permito CERTIFICAR que fue corregido el Summary, correspondiente a la Tesis de Grado **"CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR FERRETERO, CIUDAD DE PUERTO LÓPEZ".** previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas al egresado/a Andy Iván Lucas Choéz, mismo que fue corregido por el Lic. . John Kennedy Semakula. Eii.

Particular que hago extensivo para los fines consiguientes.

Jipijapa, 10 de Noviembre de 2021

Atentamente,

PAOLA YADIRA MOREIRA AGUAYO

Firmado digitalmente por PAOLA YADIRA MOREIRA AGUAYO
Fecha: 2021.11.11 17:31:46 -05'00'

Lic. Paola Yadira Moreira Aguayo, Mg. Eii.
COORDINADORA DEL CENTRO DE IDIOMAS

Cc. Archivo
PYMA/jt

DECLARATORIA SOBRE LOS DERECHOS DE AUTOR

La responsabilidad de la investigación, teorías, ideas, análisis, resultados, conclusiones, recomendaciones y propuesta planteados en el presente proyecto de tesis son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Así mismo, autorizo a la UNESUM para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Andy Iván Lucas Choéz
C.I. 240021633-5

Jipijapa, 28 de agosto de 2021

AGRADECIMIENTO

A Dios y a la Virgen María, por su inmensa misericordia y por proveer mis días de bendiciones y éxitos y permitirme haber alcanzado este gran logro que me llena de satisfacción.

A mis padres **LUIS IVÁN ROLANDO LUCAS QUIIJE y NANCY ESTLER CHOÉZ FIGUEROA,** por inspirarme y ser determinantes en cada etapa de mi vida.

A mi abuelita, **MARTINA QUIJIJE REYES,** quien creyó y me inspiró para crear un mundo mejor.

A mis Hermanos, quienes son mi apoyo y amigos condicionales.

Andy Iván Lucas Choéz

DEDICATORIA

A Dios y a la Virgen María por dotar mis días de sabiduría, salud, vida e inteligencia para alcanzar esta meta tan anhelada.

A mis padres **LUIS IVÁN ROLANDO LUCAS QUIIJE y NANCY ESTLER CHOÉZ FIGUEROA,** quienes siempre han estado junto a mi prestándome su apoyo incondicional y son ejemplo de perseverancia.

A mi abuelita, **MARTINA QUIJIJE REYES,** que desde el cielo se siente orgullosa por verme haber cumplido con este sueño que siempre creyó.

A mis Hermanos, quienes fueron dotando mis días de motivación, alegría, entusiasmo y determinación.

Andy Iván Lucas Choéz

Índice de contenido

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR ii

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL iii

CERTIFICACIÓN DEL CENTRO DE IDIOMAS iv

DECLARATORIA SOBRE LOS DERECHOS DE AUTOR v

AGRADECIMIENTO vi

DEDICATORIA vii

Índice de contenido viii

Índice de tablas x

Índice de gráficos xii

I.- Título del proyecto 1

Resumen 2

Summary 3

Introducción 4

II.- El problema de investigación 8

a.- Definición del problema 8

b.- Formulación del problema 10

c.- Preguntas derivadas 10

d.- Delimitación del problema 10

III.- Objetivos 11

3.1.- Objetivo general 11

3.2.- Objetivos específicos 11

IV.- Justificación 12

V.- Marco teórico 14

5.1.- Antecedentes 14
5.2.- Bases Teóricas 18
5.3.- Marco conceptual 40
VI.- Hipótesis 44
6.1.- Hipótesis general 44
6.2.- Hipótesis específicas 44
VII.- Metodología 45
Métodos 45
Técnicas 46
Recursos 47
VIII.- Presupuesto 49
IX.- Resultados y discusión 50
Resultados 50
Discusión 58
X.- Conclusiones y Recomendaciones 61
Conclusiones 61
Recomendaciones 62
XI.- Cronograma de actividades 63
XII.- Referencias bibliografías 64
XIII.- Anexos 76

Índice de tablas

tabla 1. Edad 100
Tabla 2. Estado Civil 101
Tabla 3.Genero 102
Tabla 4. Nivel Académico 103
Tabla 5. Cierto Tiempo 105
Tabla 6. Interés 107
Tabla 7. Bien El Servicio 109
Tabla 8. Tiempo Prometido 111
Tabla 9. Errores 113
Tabla 10. Prontitud 115
Tabla 11. Ayudar 117
Tabla 12. No Atender 119
Tabla 13. Confianza 121
Tabla 14. Se Siente Seguro 123
Tabla 15. Cortesía 125
Tabla 16. Sus Necesidades 127
Tabla 17. Individualizada 129
Tabla 18. Personalizada 131
Tabla 19. Intereses de sus Clientes 133
Tabla 20. Necesidades de los Clientes 135
Tabla 21. Tecnología 137
Tabla 22. Atractivas 139
Tabla 23. Pulcra 141
Tabla 24. Catalogo 143
Tabla 25. Horario 145
Tabla 26. Lo Hace 147
Tabla 27.Resolverlo 148
Tabla 28. Bien sus Servicios 149
Tabla 29. Prometido 150

Tabla 30. Errores.....151
Tabla 31. Prontitud.....152
Tabla 32. Ayudar 153
Tabla 33. Cliente.....154
Tabla 34. Confianza.....155
Tabla 35.Ferreteria.....157
Tabla 36. Cortesía.....159
Tabla 37. Necesidades.....160
Tabla 38. Individualizada.....161
Tabla 39. Personalizada 162
Tabla 40. Clientes 164
Tabla 41. Necesidades Especificas 165
Tabla 42. Tecnología.....166
Tabla 43. Visual mente 167
Tabla 44. Pulcra.....168
Tabla 45. Sencillas.....169
Tabla 46. Diversos Clientes.....170

Índice de gráficos

gráfico 1. Edad....100
Gráfico 2. Estado Civil....101
Gráfico 3. Genero....102
Gráfico 4. Nivel Académico....103
Gráfico 5. Cierto Tiempo....105
Gráfico 6. Interés....107
Gráfico 7. Bien a la Primera....109
Gráfico 8. Tiempo Prometido....111
Gráfico 9. Errores....113
Gráfico 10. Prontitud....115
Gráfico 11. Ayudar....117
Gráfico 12.No Atender....119
Gráfico 13. Confianza....121
Gráfico 14. Se Siente Seguro....123
Gráfico 15. Cortesía....125
Gráfico 16. Sus Necesidades....127
Gráfico 17. Individualizada....129
Gráfico 18. Personalizada....131
Gráfico 19. Intereses Cuidar....133
Gráfico 20. Necesidades de los Clientes....135
Gráfico 21. Tecnología....137
Gráfico 22. Atractivo....139
Gráfico 23. Pulcra....141
Gráfico 24. Catalogo....143
Gráfico 25. Horario....145
Gráfico 26. Lo Hacen....147
Gráfico 27. Resolver....148
Gráfico 28. Primera Vez....149
Gráfico 29. Prometido....150

Gráfico 30. Errores.....151
Gráfico 31. Prontitud.....152
Gráfico 32. Ayudar 153
Gráfico 33. Cliente.....154
Gráfico 34. Confianza.....155
Gráfico 35. Ferretería.....157
Gráfico 36. Cortesía.....159
Gráfico 37. Necesidades.....160
Gráfico 38. Individualizada.....161
Gráfico 39. Personalizada 162
Gráfico 40. Clientes 164
Gráfico 41. Necesidades Especificas 165
Gráfico 42. Tecnología.....166
Gráfico 43. Visualmente 167
Gráfico 44. Pulcra.....168
Gráfico 45. Sencillas.....169
Gráfico 46. Diversos Clientes.....170

I.- Título del proyecto

“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR FERRETERO, CIUDAD DE PUERTO LÓPEZ”.

Resumen

El presente estudio de investigación cuyo objeto la calidad de servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero, ciudad de Puerto López; tuvo como objetivo general determinar la incidencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en el sector ferretero de la ciudad de puerto López. Mediante metodología de investigación descriptivo-no experimental desde un enfoque cualitativo empleando los métodos inductivo e hipotético deductivo de diseño transversal e investigación de campo empleando la encuesta (SERVQUAL) a una muestra de 372 clientes y la entrevista a tres administradores-dueños de las diferentes empresas del sector ferretero de la ciudad de puerto López, De acuerdo con los resultados obtenidos, SERVQUAL demostró que las percepciones del cliente se encuentran insatisfecha mientras que las expectativas del mismo se encuentran satisfecha o complacida, y respecto al FODA se evidencia un mercado objetivo creciente e instalaciones propias con una ubicación adecuada para la comercialización. En conclusión, el sector ferretero de la ciudad de Puerto López se encuentra insatisfecho, lo que se recomienda a los dueños-administradores de las diferentes empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López que adopten teorías de satisfacción al cliente que más les convenga de acuerdo a las características de su empresa.

Palabras claves: Calidad de Servicio, Modelo SERVQUAL, Dimensiones, FODA

Summary

The present research study whose object is the quality of service and customer satisfaction in the hardware sector, city of Puerto Lopez; had as general objective to determine the incidence of the quality of service in the customer satisfaction in the hardware sector of Puerto Lopez. By means of a descriptive-non-experimental research methodology from a qualitative approach using the inductive and hypothetical-deductive methods of transversal design and field research using the survey (SERVQUAL) to a sample of 372 customers and the interview to three managers-owners of the different companies of the hardware sector in the city of Puerto Lopez. According to the results obtained, SERVQUAL demonstrated that customer perceptions are unsatisfied while customer expectations are satisfied or pleased, and with respect to the SWOT, a growing target market and its own facilities with an adequate location for commercialization are evidente. In conclusion, the hardware sector in the city of Puerto Lopez is dissatisfied, which is recommended to the owner-managers of the different companies in the hardware sector in the city of Puerto Lopez to adopt theories of customer satisfaction that best suits them according to the characteristics of their company.

Key words: service quality, SERVQUAL, model, dimensions, SWOTT

Introducción

La calidad de servicio en una empresa permite a la misma a ser sostenible en el tiempo ya que esta involucra a la satisfacción como efecto, la calidad de servicio radica en prestar una atención personalizada la cual tiene sustento en cinco dimensiones de la calidad: confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles, que son índices que se evalúan antes (expectativas) y después (percepciones) de prestar el servicio al cliente, de acuerdo a este contraste se determina si el cliente se siente satisfecho de manera que las percepciones deben ser mayor que las expectativas que posee el cliente.

Lo antes indicado permitió desarrollar el presente proyecto de investigación titulado: **"Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero, ciudad de Puerto López"**, el objeto de investigación es la calidad de servicio en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López, debido que al ser un sector económico altamente congruente de la ciudad de Puerto López estas empresas deben procurar brindar al cliente una experiencia de compra satisfactoria como valor agregado o como característica diferenciadora, para así obtener clientes satisfecho, fidelizados o leales; por tanto, es necesario conocer, ¿De qué manera la calidad de servicio incide en la satisfacción del cliente en el sector ferretero, ciudad de Puerto López? Y como estas empresas las llevan a cabo las estrategias de calidad de servicio que prestan al cliente, en efecto, posibilita conocer la percepción que posee el cliente por el servicio prestado e identificar si el cliente se siente satisfecho o insatisfecho en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López, y para ello es necesario plantearse incógnitas derivadas para alcanzar el problema general, tales como:

¿Cuál es la situación actual de la calidad del servicio en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López, mediante matriz FODA?

¿Cómo incide la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López?

¿Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes del sector ferretero de la ciudad de Puerto López?

Por tanto, el objetivo de esta investigación es determinar la incidencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en el sector ferretero ciudad de Puerto López. Y para ello es necesario utilizar lineamientos específicos que permitan concretar el objetivo de la investigación, y de esta manera se plantea las siguientes:

Diagnosticar la situación actual de la calidad del servicio en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López mediante matriz FODA.

Establecer como incide la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López.

Identificar el nivel de satisfacción de los clientes para mejorar la calidad del servicio en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López.

En el marco teórico, se abordó la teoría del consumidor como base en la que se fundamenta esta investigación, además, se plantearon otros puntos como definición, características, atributos, beneficios, factores para determinar y modelos teóricos para la evaluación de la calidad de servicio, como variable independiente; por consiguiente, se sustentó la variable dependiente en definición, elementos, estados, beneficios, teóricos sobre la naturaleza y como medir la satisfacción del cliente.

En efecto, se planteó la siguiente hipótesis para corroborar la finalidad de esta investigación, “incide la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en el sector ferretero en la ciudad de Puerto López”. Y para ello fue necesario, comprobar las siguientes:

Situacionalmente la calidad del servicio en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López se basa en la resolución de conflictos.

La calidad del servicio incide positivamente en la satisfacción del cliente en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López.

El nivel de satisfacción del cliente en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López es insatisfactorio.

Para lo cual se utilizó, metodología de tipo descriptiva por un método cualitativo, que de acuerdo con los resultados obtenidos nos permitió describir las percepciones del cliente de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López ante las expectativas que posee de esta, además es no experimental debido que se observó la calidad de servicio que prestan estas empresas y el efecto que tiene en la satisfacción del cliente tal y como se dan en su entorno natural para después analizarlos, además se emplearon los métodos inductivo e hipotético-deductivo para la generación de conocimiento, de corte transversal, además se empleó la investigación de campo donde se aplicaron las técnicas de recopilación de datos como la entrevista a través del cuestionario SERVQUAL a una muestra de edades de 18 a 59 años que aborda los 372 encuestados y la entrevista a 3 administradores-dueños de las diferentes empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López.

Lo que permitió, conocer el grado de satisfacción del cliente en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López, lo que dio como resultado insatisfacción del cliente al conocer que las expectativas que posee el cliente son mayores que las percepciones que posee.

La presente investigación cuenta de doce puntos detallados a continuación, los cuales se enmarcan de la siguiente manera.

En el punto I, la presentación del proyecto que corresponde al título del proyecto de investigación. Punto II, se describe el problema de investigación el cual consta, de la formulación del problema en conjunto con las preguntas derivadas o subpreguntas por consiguiente la delimitación de estas. punto III, se da paso a los objetivos, tanto general, como específicos. En el punto IV, se plantea la justificación de la investigación desde el ámbito teórico, práctico y metodológico que dan solución a las preguntas del que, porque y para quien va dirigido el proyecto de investigación.

Punto V, este punto se desarrolla el marco teórico donde recabe la información que da referencia a los antecedentes que tienen relación con la investigación y las bases teóricas y/o científicas relacionadas con las variables de estudio además se muestra el marco conceptual.

Punto VI, se elaboran las hipótesis, tanto de manera general y específicas que son predicciones que se hacen sobre los resultados del proyecto de investigación. Punto VII, se detalla la metodología, se indican los métodos, técnicas y recursos que se emplean para el desarrollo del proyecto de investigación.

Punto VIII, se hace hincapié al presupuesto que se requirió para realización del trabajo de investigación. Punto IX, se presentan y se interpreta los resultados de la investigación en base a los datos recolectados en la aplicación de las encuestas a los clientes del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, además se elabora la discusión desde el punto de vista de diversos autores, para a continuación definir conclusiones y recomendaciones. Punto X, se evidencia el cronograma de actividades. Punto XI, se detalla la bibliografía en la que se sustenta la investigación y finalmente los anexos.

II.- El problema de investigación

a.- Definición del problema

Según, (Moya, 2016), afirma que, "hoy en día, como clientes, todos buscamos calidad, queremos productos que satisfagan nuestras necesidades, a un bajo costo que sea durable tecnológico, que exista una gran variedad de opciones en el mercado, etc. Por otro lado, esperamos servicios que se encuentran orientados a la satisfacción de nuestras necesidades, en dónde nos entreguen una buena atención en términos de amabilidad información por mencionar algunas"; por lo tanto, "el servicio al cliente, actualmente es de gran importancia debido a la dirección que el mercado ha dado a la comercialización de los servicios y a la transcendencia que dicho servicio tiene como elemento importante en la diferenciación de los negocios, así el servicio al cliente se convierte en pilar fundamentar de subsistencia de las instituciones en el mercado". (Wellington, 1997) citado en (Salazar & Cabrera, 2016).

Por tanto, para la competitividad y diferenciación entre empresas, la calidad del servicio juega un papel muy importante para la empresa o el emprendimiento, pues su implementación es vital para su supervivencia y desarrollo en el mercado.

De acuerdo con, (Bernal & Peñaloza, 2018), "En América Latina el servicio al cliente no es prioridad para las empresas en comparación Estados Unidos o Europa, en donde estos procesos se mantienen en constante mejoría, los latinoamericanos nos movemos en un mercado en donde nuestra experiencia como cliente se ve empeorada por una visión desactualizada de las empresas frente a esta importante área de cualquier negocio, uno de los principales problemas que enfrentan las empresas es que muchas aún ven el buen servicio al cliente simplemente como algo que las podría diferenciar de su competencia y no como un requerimiento para su

subsistencia. Sin embargo, considerando que uno de cada tres clientes abandona completamente una marca tras la primera mala experiencia, éste debería ser un estándar primordial en cualquier industria".

(González, Cabrera, & Piguave, 2017), manifiestan que, "El servicio del cliente en Ecuador va decayendo a través de los últimos años en vez de ser una prestación que ayude a sus usuarios por lo contrario no dan soluciones, sino que generan más problemas al cliente y es que el estado no ha tomado medidas para que se preste un buen servicio empezando por el servicio al cliente de la mayoría de entidades públicas ya que sus empleados no abastecen las necesidades de sus beneficiarios textos no brindan una atención adecuada. Causando molestias al no desempeñar bien su trabajo, pocas son las entidades del gobierno que brindan una buena atención, cómo se puede exigir a las empresas privadas que tengan un servicio al cliente eficaz si el estado no cumple con esta función". (pág. 561),

Por lo que, "la queja sobre la calidad del servicio al cliente en Ecuador es recurrente. Expertos en el área indican que existe carencia de estudios, cifras desactualizadas y falta de ejecución de protocolos en atención al cliente". (eluniverso, 2018)

Sin embargo, el problema observado en el ámbito local radica en la calidad del servicio que llevan a cabo las empresas del sector ferretero en la ciudad de Puerto López afines con la satisfacción del cliente problemas que están relacionados con ineficiencia en el personal de atención al cliente, falta de políticas de atención al cliente, incapacidad de comprender las necesidades de los clientes, falta de atención personalizada al cliente (rápido y oportuno), aglomeraciones de clientes en recepción, lenguaje corporal inadecuado para la atención al cliente; todas estas deficiencias hacen que los clientes se sientan insatisfechos con los servicios

que reciben por lo que la consecuencia para estas empresas es la pérdida de clientes actuales y futuro.

b.- Formulación del problema

¿De qué manera la calidad de servicio incide en la satisfacción del cliente en el sector ferretero, ciudad de Puerto López?

c.- Preguntas derivadas

- ¿Cuál es la situación actual de la calidad del servicio en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López, mediante matriz FODA?
- ¿Cómo incide la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes del sector ferretero de la ciudad de Puerto López?

d.- Delimitación del problema

Contenido:	Calidad de servicio
Clasificación:	Satisfacción del cliente
Espacio:	Sector ferretero, ciudad de Puerto López
Población:	Clientes de las empresas del sector ferretero
Tiempo:	2020 – 2021

III.- Objetivos

3.1.- Objetivo general

Determinar la incidencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en el sector ferretero, ciudad de Puerto López.

3.2.- Objetivos específicos

Diagnosticar la situación actual de la calidad del servicio en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López mediante matriz FODA.

Establecer como incide la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López.

Identificar el nivel de satisfacción de los clientes para mejorar la calidad del servicio en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López.

IV.- Justificación

La calidad de servicio, es una herramienta comercial y de marketing esencial para la competitividad de la empresa en un mercado altamente competitivo y de clientes cada vez más exigentes y de productos ofrecidos que han crecido sustancialmente y están cada vez más diversificados.

Por lo tanto es necesario brindar a los clientes servicios de alta calidad como valor agregado o como característica diferenciadora para tener clientes fidelizados o satisfechos, en este caso, la industria Ferretera en Puerto López que comprende "LA FERRETERÍA Y PINTURAS LINO", "FERRETERÍA Y PINTURAS CANTOS" Y "FRANQUICIA DISENSA", es necesario determinar cuan satisfechos o insatisfecho se encuentra el cliente respecto al servicio que brinda este sector económico de la ciudad de Puerto López al confrontar las expectativas que posee del servicio de las percepciones del servicio brindado mediante la calidad de servicio, y que estas empresas deben considerar cumplir y / o superar las expectativas de los clientes a fin de obtener clientes satisfechos y leales.

Mediante esta investigación se justifica los procesos que deben ser mejorados en términos de calidad de servicio en relación a la satisfacción del cliente porque el valor percibido por los clientes marca la diferencia entre la realidad y las expectativas, por lo tanto, los propietarios deben prevenir riesgos y capacitar a los empleados para prever situaciones negativas y convertirlas en positivas posteriormente tomar las correctas decisiones para crear relaciones a largo plazo con los clientes.

Justificación teórica

Esta investigación desde el punto de vista teórico es de gran trascendencia para la generación de conocimiento a futuras investigaciones de tal naturaleza debido al gran soporte teórico y

científico que consolida esta investigación delimitados en teóricos de calidad de servicio y satisfacción del cliente y de esta manera lograr eficiencia en términos de atención al cliente en las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López.

Justificación metodológica

La metodología utilizada en esta investigación será referente para futuros investigadores que busquen subsanar inquietudes y necesidades sobre el tema de calidad de servicio y satisfacción del cliente debido que ésta presenta datos relevantes e importantes sobre la muestra estudiada en esta investigación y como llegar a ésta mediante investigación descriptivo-no experimental desde un enfoque cualitativo empleando los métodos inductivo e hipotético deductivo de diseño transversal e investigación de campo empleando la encuesta (SERVQUAL), puesto que permite tener una visión holística de la actividad del sector ferretero de la ciudad de Puerto López en términos de satisfacción del cliente.

Justificación practica

Esta investigación es crucial puesto que soluciona problemas que presentan las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, pues logra identificar el índice de satisfacción del cliente por ende se aplicarán estrategias de marketing de acuerdo a sus necesidades, porque económicamente fidelizará a los consumidores nuevos y potenciales lo cual con lleva a obtener utilidades favorables para estas empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López. Y socialmente beneficiará a los potenciales y nuevos consumidores debido a la calidad del servicio prestado generando un excelente clima laboral.

V.- Marco teórico

5.1.- Antecedentes

Se han realizado algunos estudios relacionados con las variables de investigación para comprender mejor los problemas observados los cuales se describirán el detalle a continuación:

Silvia Rivera (2019) , realizó la tesis *"la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador"*, como objetivo se planteó, evaluar la calidad del servicio ofrecido a través del modelo teórico SERVQUAL a fin de identificar la satisfacción de los clientes exportadores de la empresa Greenandes Ecuador, la metodología utilizada se enmarca dentro de un enfoque cuantitativo, deductivo y descriptivo de diseño de no experimental-transversal.

De acuerdo a los resultados que arrojó la investigación, estuvieron muy marcados hacia la tendencia de que la percepción de la calidad del servicio ofertada por Greenandes Ecuador es inferior a las expectativas que tienen los clientes del mismo.

Dayana Álvarez y Asley Rivera (2019), en su tesis titulada *"calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de caja Arequipa agencia corire de 2018"*, tuvo como objetivo, determinar la relación que existe entre calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de caja Arequipa agencia corire 2018, la metodología es de tipo correlacional-transversal con un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental.

De acuerdo a los resultados de la investigación se encuentra una correspondencia positiva moderada entre la expectativa y la calidad de servicio de los clientes de caja Arequipa Corire.

Claudia Liza y Cecilia Siancas (2016), en su trabajo de titulación *"calidad de servicio y satisfacción del cliente en una entidad bancaria de Trujillo, 2016"*, tuvo como objetivo, determinar el impacto que tiene la calidad de servicio en la satisfacción del cliente de una entidad bancaria de Trujillo en el año 2016, se utilizó metodología de tipo correlacional y transversal, de diseño no experimental y de técnicas de recopilación de datos, la encuesta, entrevista y análisis documental.

De acuerdo a los resultados de la investigación, la calidad de servicio impacta positivamente en la satisfacción del cliente, observándose que existe una brecha entre lo esperado y lo percibido, afectando con ello el nivel de satisfacción del cliente.

Carolina Coronel (2016), en su tesis titulada *"calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurante pizza hut en el centro comercial mega plaza Lima 2016"* tuvo como objetivo, determinar la calidad del servicio y el grado de satisfacción del cliente en el restaurante pizza hut el centro comercial mega plaza-Lima 2016, referente a la metodología el tipo de investigación que se utilizo es de tipo descriptiva- correlacional, de diseño no experimental-transversal.

De acuerdo a los resultados de la investigación, se concluye que existe relación significativa entre la calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant Pizza Hut en el centro comercial Mega Plaza Lima.

Oswaldo Quispe y William Maza (2018), desarrollaron la tesis titulada *"calidad de servicio y satisfacción del cliente y la empresa G&C Imperial cargo SRL cusco, 2017"*, tuvo como objetivo, establecer la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente

en la empresa Imperial cargo SRL cusco, 2017, referente a la metodología el tipo de investigación que se utilizo es de tipo de estudio aplicado, descriptivo y cuantitativo, de diseño de investigación no experimental.

De acuerdo con los resultados de la investigación, como principales resultados encontramos que la calidad de servicio es considerada como buena por 65,1% de los clientes y el 81,4% de los clientes se considera satisfecho o muy satisfecho con los servicios que brinda la empresa.

Daniela López (2018), realizo la tesis titulada *"calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil"*, tuvo como objetivo, determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente, la metodología de la investigación se baso en un enfoque mixto, en lo cuantitativo-cualitativo y descriptivo de diseño de investigación transversal- no experimental.

De acuerdo a los resultados de la investigación, se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

Mireya Briones y Kerly Toaquiza (2019), desarrollaron su trabajo investigativo titulado *"calidad de servicio y la satisfacción del cliente en las compañías de tricimotos del cantón la Maná, provincia de Cotopaxi. Propuesta de un modelo de calidad"*. Tuvo como objetivo, Proponer un modelo de calidad que permita mejorar el servicio y elevar el nivel de satisfacción del cliente de las compañías de tricimotos del cantón la Maná, la metodología empleada es de tipo de investigación aplicada, bibliográfica, de campo, diagnostica y formativa, de nivel de la investigación exploratorio, descriptivo y correlacional.

De acuerdo a los resultados de la investigación, mediante la investigación de campo se diagnosticó las falencias y dificultades como: la falta de capacitación, falta de pericia, falta de cortesía, mal servicio, exceso de pasajeros, exceso de velocidad entre otras anomalías; es por ello que los clientes se encuentran insatisfechos con el servicio que ofrece la empresa.

Laura Álava y Janier Bastidas (2016), realizaron el trabajo investigativo titulado *"Estudio de la calidad del servicio y satisfacción del cliente de las agencias de viajes en Puerto Ayora, Isla Santa Cruz"*, tuvo como objetivo, analizar la calidad de servicio de las agencias de viajes en Puerto Ayora, Isla Santa Cruz, mediante la ejecución de encuestas que determinan el grado de satisfacción de los turistas, la metodología aplicada es tipo de investigación cuantitativa y cualitativa de diseño de investigación exploratorio, documental e investigación de campo.

De acuerdo con los resultados de la investigación, cuando se habla de calidad en el servicio turístico, se expone ambas caras del ejercicio de la actividad de agenciamiento ya que existe agencias responsables con los servicios que brinda y otras que solo empañan la imagen del destino.

La calidad de servicio es indicativa de que una empresa está incursionando de manera correcta en el mercado debido a los beneficios que esta provee e induce significativa mente en la satisfacción del cliente, lo cual repercute puntual mente en la estima de los clientes ya que este (el cliente) se siente identificado con la empresa.

5.2.- Bases Teóricas

Desde el enfoque administrativo, esta investigación se realizó en base a "La teoría del consumidor".

> "Cuando hablamos de la demanda individual o de mercado nos referimos al comportamiento de los consumidores por lo que se hace necesario conocer quiénes son los consumidores". (Rosales, 2000, pág. 141), y de acuerdo con, (Solomon, 2008), "un consumidor es una persona que identifica una necesidad o un deseo realiza una compra y luego desecha el producto". (pág. 8), por lo tanto, "el comportamiento del consumidor abarca los pensamientos y sentimientos que experimentan las personas así como las acciones que emprenden en los procesos de consumo". (Peter & Olson, 2005, pág. 5).

Por tanto, el consumidor es una persona u organización que consumen bienes o servicios que les brindan los productores en el mercado y que se utilizan para satisfacer determinadas necesidades.

De acuerdo con, (Cervantes, Caro, Pérez, Alzamora, & Vela, 2016), la teoría del consumidor trata de explicar:

> "de que manera un agente económico representativo maximiza su satisfacción, a través de la optimización de sus preferencias y la adquisición de una canasta de bienes y/o servicios, con su nivel de ingresos y los precios relativos de dichos bienes y servicios, muchas veces el consumidor decide la cantidad de un bien que va a consumir en función a su precio [...]". (pág. 33).

De modo idéntico, la teoría del consumidor se basa en el supuesto de que los individuos actuarán racionalmente al momento de decidir y/o comprar una determinada combinación de

bienes y servicios, en función a la optimización de sus preferencias, su nivel de ingresos y los precios de dichos bienes y servicios, para maximizar su satisfacción.

En este contexto, "el individuo debe tener un comportamiento racional de tal forma que, conociendo los bienes, los precios y su ingreso siempre buscará obtener la máxima satisfacción posible dadas sus limitaciones". (Rosales, 2000, pág. 143).

De acuerdo con, (Cervantes, Caro, Pérez, Alzamora, & Vela, 2016), "cuando nos referimos a las preferencias del consumidor estamos hablando de sus gustos o predisposición para adquirir cierta clase de bienes y/o servicios [...]" (pág. 37). Por tanto, las preferencias del consumidor tienen su fundamento en los gustos personales de cada persona en relación a su estilo de vida de modo que para la adquisición de ciertos bienes y o servicios el consumidor se encuentra en una brecha de elección entre sus gustos y la predisposición entre precios de dichos bienes y/o servicios e ingresos para su adquisición.

En la teoría del consumidor, el agente representativo es capaz de ordenar sus preferencias; es decir, el consumidor ordena sus diferentes canastas de consumo de acuerdo al gusto o utilidad que le entrega cada uno de los bienes y/o servicios de la canasta. (Cervantes, Caro, Pérez, Alzamora, & Vela, 2016, pág. 37)

Lo que lo lleva a, (Cervantes, Caro, Pérez, Alzamora, & Vela, 2016), a plantear los siguientes supuestos de preferencia del consumidor:

- las preferencias son completas: podemos asumir que dos canastas de consumo pueden ser comparadas
- las preferencias son transitivas: cuando el consumidor prefiere X antes que Y, además prefiere Y antes que Z, entonces se puede asumir que el consumidor preferida X antes que Z

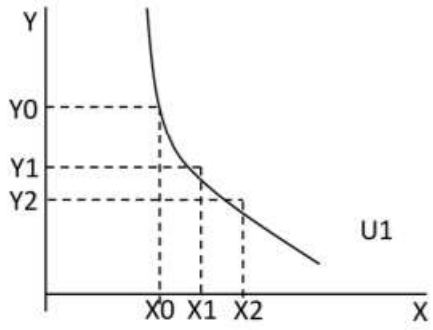
- las preferencias son monótonas: el consumidor mejora su satisfacción consumiendo cantidades adicionales de bienes
- las preferencias son continuas: si existen dos canastas de consumo X_A y X_B ambas similares y están buenas entre sí, la continuidad de las preferencias nos dice que X_A también es al menos tan bueno como X_B
- las preferencias son convexas el consumidor prefiere una canasta de consumo que contenga un poco de cada bien a una canasta con una gran cantidad de un solo bien y nada (o muy poco) de los demás bienes. es decir, la convexidad trata de explicar la idea de la preferencia por la variedad. (pág. 37)

Las preferencias de los consumidores están determinadas por la utilidad que presenta adquirir dichos bienes y servicios por lo que sus preferencias están relación a las necesidades de los consumidores y en función a la canasta de consumo, es decir, las preferencias son completas cuando se pueden comparar dos canastas, las preferencias son transitivas cuando se prefiere una canasta de entre las demás que ofrezca la misma utilidad, las preferencias son monótonas cuando se consume más bienes de los que ofrece la canasta, las preferencias son continuas cuando se adquiere un canasta de dos canastas comparables que poseen la misma utilidad respectivamente y las preferencias son convexas cuando se adquiere una canasta que posee diferentes bienes a una canasta que contiene una gran cantidad de un solo bien.

Los gustos o preferencias del consumidor se representan gráficamente a través de las curvas de indiferencias […], por tanto, la curva de indiferencia es el conjunto de todas las combinaciones de bienes que reportan el mismo nivel de satisfacción al consumidor. (Garin, 2011, pág. 51).

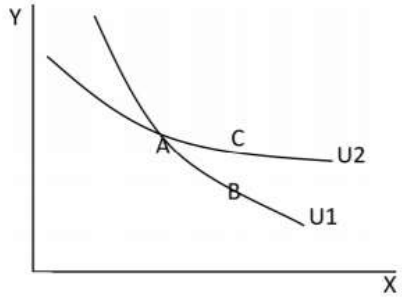
De acuerdo con, (Cervantes, Caro, Pérez, Alzamora, & Vela, 2016), toda curva de indiferencia cumple ciertas propiedades:

- las curvas de indiferencia son decrecientes: un movimiento a lo largo de la curva refleja la sustitución complementaria de los bienes X e Y (menos de uno y más de otro o viceversa).



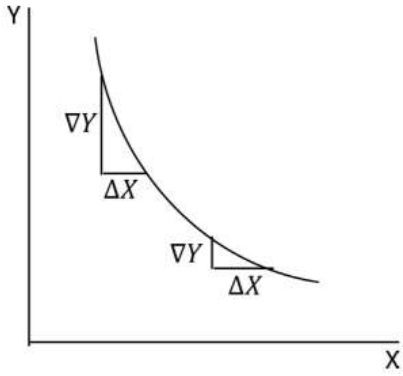
Fuente: Cervantes, Caro, Pérez, Alzamora, & Vela, 2016
Elaborado por: Andy Iván Lucas Choéz

- Las curvas de indiferencia no pueden cortarse: la transitividad e insaciabilidad entran en conflicto cuando las curvas de indiferencia se cortan, si dos curvas de indiferencia, tales como U1y U2 se cortarán en una canasta tal como A, dicha canasta tendría dos niveles de utilidad distinto al mismo tiempo, puesto que sería indiferente a las canastas C y B, tales que se es preferible a B.



Fuente: Teresa Garin Muñoz, 2011
Elaborado por: Andy Iván Lucas Choéz

- Las curvas de indiferencia son convexas al origen: la tasa marginal de sustitución es la pendiente de la curva de indiferencia y significa que el deseo de ceder un bien Y para obtener X disminuye a medida que el consumidor tiene menos de Y y más de X. la pendiente es menor, al moverse hacia abajo y a la derecha. (págs. 39-40)



La tasa marginal de sustitución puede ser representada de la siguiente manera:

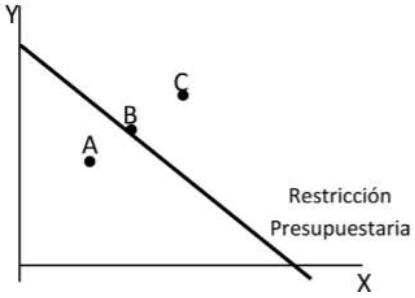
$$Pdte = -\frac{\Delta Y}{\Delta X}$$

Se puede observar que la tasa marginal es decreciente a medida que se sustituye un bien por otro.

Fuente: Teresa Garin Muñoz, 2011
Elaborado por: Andy Iván Lucas Choéz

En el proceso de tomar decisiones basadas en las preferencias y estilos de vida de cada individuo en la adquisición de bienes y servicios las propiedades de la curva de indiferencia nos proporciona la desutilidad que presenta la sustitución de un bien X por un bien Y, además, el consumidor encontrará otras limitaciones que tienen la naturaleza financiera y que forma parte en la toma de decisiones que debe encarar el individuo a la hora de dictaminar que bienes adquirir y en qué cantidades para maximizar su satisfacción.

En otras palabras, para, (Roldan, 2016), la restricción presupuestaria, recta de balance o recta presupuestaria representa el conjunto de todas las combinaciones posibles de bienes o servicios que, tomando sus precios como dados, agotarían exactamente el ingreso del consumidor.

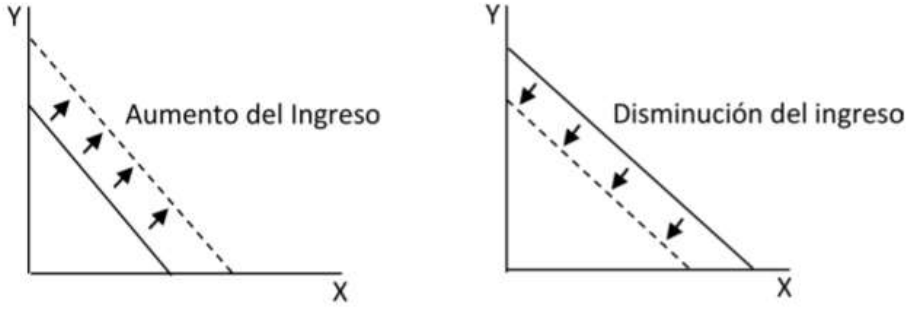


El consumidor solamente podrá adquirir la canasta A y B. La C está fuera de su alcance, ya que su ingreso no es lo suficientemente alto para adquirirla. El consumidor se ubicará sobre la recta de restricción presupuestaria, ya que en estos puntos agotará todo su ingreso en la adquisición de las canastas de consumo.

Fuente: Teresa Garin Muñoz, 2011
Elaborado por: Andy Iván Lucas Choéz

La restricción presupuestaria representa la cantidad de dinero o el nivel de ingresos que se espera gastar en función a las alternativas o preferencias de compra y precios relativos de los bienes en un momento determinado. De acuerdo con (Cervantes, Caro, Pérez, Alzamora, & Vela, 2016), en la teoría del consumidor:

> La pendiente de la recta presupuestaria muestra la relación en la que el mercado está dispuesto a sustituir el bien X por le bien Y, lo cual también se puede interpretar como el costo de oportunidad de consumir el bien X; y un aumento en el ingreso del consumidor, desplazara la recta presupuestaria hacia la derecha, y una disminución en el ingreso del consumidor, desplazara la recta presupuestaria hacia la izquierda, ya que los consumidores van a poder adquirir más unidades de X e Y, sin que haya modificado el costo de oportunidad de estos dos bienes



Fuente: Teresa Garin Muñoz, 2011
Elaborado por: Andy Iván Lucas Choéz

Por ende, de acuerdo con, (Garin, 2011) nos demuestra que el comportamiento del consumidor queda expresado en lo que se llama:

> La ley de la utilidad marginal decreciente postula que a medida que un individuo consume unidades adicionales de un bien, la satisfacción o utilidad total que obtiene aumentará, pero en una proposición cada vez menor, hasta llegar un momento en que consumir más unidades de dicho bien le ocasionará una desutilidad, es decir, molestias. (pág. 57).

La teoría del consumidor nos muestra la discrepancia en la manera en que un individuo maximiza sus deseos o necesidades optimizando sus ingresos, es decir, el consumidor organiza y ordena una determinada canasta de consumo en función a sus gustos y preferencias y a su nivel de ingreso, en consecuencia a estas determinantes personales como presupuestaria el consumidor entra en conflicto por reducir una de estas y que en general le produzca la misma satisfacción o utilidad como si se eligiese la canasta A por la canasta B o viceversa, por lo cual la recta presupuestaria nos muestra el costo de oportunidad de ambas canastas de consumo.

Concepto de calidad de servicio.

La calidad del servicio como estrategias competitivas incide en la plena satisfacción de sus clientes, esta satisfacción es crucial para que los clientes continúen consumiendo sus productos o servicios, por lo tanto, (Ganga, Alarcón, & Pedraja, 2019) afirman que:

> La calidad de los servicios es más difícil de evaluar que la calidad de los bienes ya que la ausencia de evidencia o elementos tangibles obliga a los usuarios a depender de otros elementos es por esto qué poseer un conocimiento profundo sobre las expectativas del cliente Qué es vital para los proveedores de servicios debido a que saber lo que espera

> el usuario es el primer paso y posiblemente el más crítico para brindar un servicio de buena calidad. (pág. 670)

Por otra parte, (Prakash y Mohanty, 2012), citado en, (Berdugo, Barbosa, & Prada, 2016) manifiestan:

> Que las calidades de los servicios generan buenos dividendos cuando se hace bien por lo que invertir dinero y tiempo en su mejoramiento aumenta las ventas retiene a los clientes y logra la exclusividad de uso por parte de los usuarios la calidad de servicio también se define como la percepción que tiene el cliente sobre el servicio recibido. (pág. 213).

Definición de calidad de servicios.

(Matsumoto, 2014) argumenta que, "la calidad en el servicio se define como el resultado de un proceso de evaluación donde el consumidor compara sus expectativas frente a sus percepciones". (págs. 184-185), y la percepción de la calidad varía de un cliente a otro sin embargo se ha convertido en un factor decisivo en la decisión de compra. (Riccio, Astudillo, & Vega, 2019, pág. 132).

De acuerdo con, (Moreno, Peris, & Gonzalez, 2015), se denomina calidad de servicio a la respuesta concisa y clara a las expectativas de los consumidores sobre los productos y servicios que adquieren.

Según, Pizzo, (2013), es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable. Citado en (Solorzano & Aceves, 2013).

Características de la calidad de servicio.

De acuerdo con, (Aniorte, 2020), las características que se deben seguir y/o cumplir para un adecuado servicio de calidad, son los siguientes:

- debe cumplir sus objetivos
- debe servir para lo que se diseño
- debe ser adecuado para el uso
- debe solucionar las necesidades
- debe proporcionar resultados

De igual manera, para la consecución de un servicio de calidad los empleados deben presentar características específicas para este fin, es lo que, (Verdu, 2013), menciona que son habilidades necesarias, debido que son los empleados quienes están en contacto directo con los clientes, estas pueden ser:

- formalidad: honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad
- iniciativa: ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas
- ambición: tener deseos inagotables por mejorar y crecer.
- Autodominio: tener capacidad de mantener el control de emociones y del resto de aspectos de la vida
- Disposición de servicio: es una disciplina natural, no forzada, a atender, a ayudar, servir al cliente de forma entregada y con dignidad
- Don de gentes: tener capacidad para establecer relaciones calidad y afectuosa con los demás

- Colaboración: ser una persona que gusta de trabar en equipo, le agrada trabajar con otros para la consecución de un objetivo en común
- Enfoque positivo: es la capacidad para ver el lado bueno de las cosas con optimismo
- Observación: es la habilidad para captar o fijarse en pequeños detalles no siempre evidentes a todo el mundo
- Habilidad analítica: permite extraer lo importante de lo secundario, descomponer un discurso o problema en partes, para poder analizar cada una de las ideas principales y en función de ese análisis ofrecer una solución global
- Imaginación: es la capacidad de generar nuevas ideas y de ofrecer alternativas al abordar una situación
- Recursos: tener el ingenio y la habilidad para salir airoso de situaciones comprometidas
- Aspecto externo: es la importancia de una primera impresión en los segundos iniciales para crear una buena predisposición hacia la compra del cliente.

Atributos de la calidad de servicio.

Según el Instituto Nacional de estadísticas y censos (INEC, entidad ecuatoriana) citado en, (Riccio, Astudillo, & Vega, 2019), los atributos que debe tener un servicio de calidad son:

- confiable: exactitud de la información suministrada y la calidad de los servicios recibidos
- amable: que se brinde el servicio de una manera respetuosa gentil y sincera
- efectivo: que el servicio responda a las necesidades y solicitudes de los ciudadanos
- oportuno: que el servicio se agilice presten el tiempo establecido y en el momento requerido
- formador de ciudadanos: el servicio prestado debe informar. (pág. 132)

Que son atributos que nos conducen al establecimiento de relaciones entre cliente y empresa de manera rentables, y a su vez aumenta las recomendaciones positivas a largo plazo y alcanzar una ventaja competitiva en el mercado.

Beneficios de la calidad de servicio.

- participación del mercado y costos: cuando se ha implementado la calidad en los procesos y controles de servicio y producción esto refleja una mejor participación en el mercado, y si estos procesos son adecuados, correctamente planificados y ejecutados darán como resultado una mejor gestión de recursos y menos desperdicios
- reputación empresarial: brindar servicios y productos de calidad permitirá que los clientes hagan un juicio de valor positivo para la empresa esta percepción posiciona el prestigio de la empresa por sobre la competencia lo cual ayudara a mejorar el crecimiento organizacional
- mercado internacional: tener una buena gestión de la calidad permite un crecimiento internacional, apertura a mercados mundiales que ayudaran a que la empresa crezca y sus clientes no sean solo locales y así potencializar nuevas actividades comerciales. (Carro & Gonzalez, 2016)

Factores para determinar la calidad del servicio

Raei (2013), citado en, (Coronel, Basantes, & Vinueza, 2019), estima que para determinar calidad del servicio es necesario identificar los siguientes puntos:

- capacidad de brindar servicios correctos oportunos y fiables
- capacidad de responder rápidamente a los problemas y quejas de los clientes y aumentar la velocidad de los servicios

- crear confianza en los clientes tener suficientes habilidades profesionales y calificaciones
- prestar atención y respeto a la dignidad humana en los comportamientos
- apariencia limpia y ordenada para elementos tangibles Cómo instalaciones y vestimenta para el personal.

En definitiva, la calidad del servicio es la percepción que tiene el cliente de las expectativas específicas de un servicio es decir es aquella actividad de un conjunto de prestaciones que relaciona a la empresa con el cliente Además del producto y las empresas que practica la calidad de servicios de reportaran considerables retornos de beneficios como aumento de ventas, participación de mercado clientes, satisfechos, etc., sin embargo esta calidad se logra a través de la diferencia entre el servicio que el cliente espera y el servicio que recibe de la empresa por lo tanto debido al comportamiento del consumidor, esta valoración puede variar de un cliente a otro. Por tal motivo, (Arellano, 2017) citado en (Riccio, Astudillo, & Vega, 2019), afirma que, "la calidad del servicio se considera parte de la ventaja competitiva de una organización y una herramienta eficaz que permite gestionar la fidelización del cliente". (pág. 131).

Modelos teóricos de evaluación de la calidad de servicio.

De acuerdo con (Duque), "la calidad del servicio, se agrupan alrededor de 2 escuelas: la escuela norteamericana liderada por Parasuraman y la escuela nórdica liderada por Gronroos. (2005, pág. 64), en definitiva, se mostrarán dos modelos teóricos que nos facilitaran la evaluación de la calidad de servicio, los mismo que formaran parte de la base teórica requerida para desarrollar la investigación.

Modelo Nórdico

"El modelo nórdico también llamado modelo de la imagen se encarga de relacionar la calidad con la imagen corporativa teniendo en cuenta que dice imagen puede determinar aquello que se espera del servicio prestado por una organización". (Villalba, 2013, pág. 60).

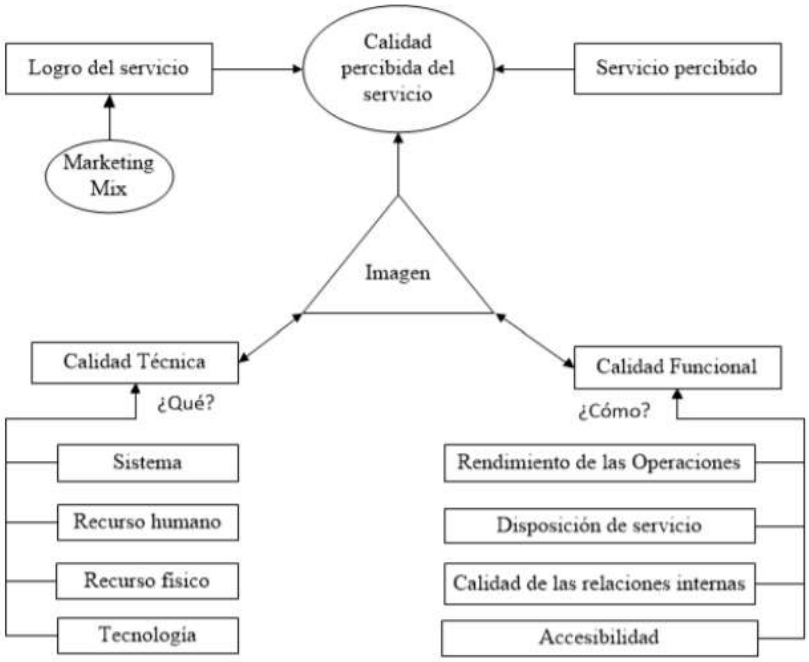
De acuerdo con, (Berdugo, Barbosa, & Prada, 2016), la escuela nórdica está en función de:

> La calidad técnica (corresponde al soporte físico los medios materiales la organización interna en conclusión lo "que" el consumidor recibe), calidad funcional (la forma en que el consumidor es tratado en el desarrollo del proceso de prestación del servicio en conclusión el "cómo" se recibe) e Imagen corporativa (la forma en que los clientes perciben la organización). (pág. 213)

Por otra parte, según, (Gonzalez, y otros, 2019, pág. 3) afirman que:

> El modelo de la imagen, "su objeto de estudio se centra en la discrepancia entre las expectativas y las percepciones derivadas de la imagen formada a raíz de la distinción entre la calidad técnica y la calidad funcional, así como los procesos de comunicación externa de la empresa en este modelo la imagen como un elemento para generar expectativas". (pág. 3)

En definitiva, "la calidad técnica se enfoca en un servicio técnicamente correcto y que conduzca a un resultado aceptable, se preocupa de todo lo concerniente al soporte físico los medios materiales la organización interna, es lo que Gronroos denomina la dimensión del que lo que lo que el consumidor recibe. (Duque, 2005, pág. 71), mientras que, "la calidad funcional, representa el "como" el usuario recibe y experimenta el servicio, relacionada con la forma en la cual se ha prestado el servicio a los usuarios por el personal del establecimiento". Gonroos (1984) citado en (Torres & Vásquez, 2015, pág. 63).



Fuente: Gronroos, 1994
Elaborado por: Andy Iván Lucas Choéz

Para, (Lopez, Cabrera, Lopez, & Puerto, 2018), "en resumen el cliente está influido por el resultado del servicio, pero también por la forma en que lo recibe y la imagen corporativa. Todo ellos estudian transversalmente las diferencias entre servicio esperado y percepción del servicio". (pág. 452)

Modelo SERVQUAL.

La escuela americana de parasuraman, Zeithaml y Berry se ha denominado SERVQUAL […], que proporciona información detallada sobre; opiniones del cliente sobre el servicio de las empresas, comentarios y sugerencias de los clientes de mejoras en ciertos factores e impresiones de los empleados con respecto a la expectativa y percepción de los clientes. (Matsumoto, 2014, pág. 185)

Para, (Villalba, 2013), "SERVQUAL se le considera una de las medidas más populares de la calidad del servicio, este instrumento mide la calidad del servicio como diferencia entre las percepciones y las expectativas de los usuarios de los servicios". (pág. 63).

Desde otro punto de vista, (Ramírez, 2017) considera que:

> SERVQUAL se aplica a través de dos encuestas compuestas de 22 preguntas cada una con el fin de medir percepciones (cuestionario 1) y expectativas (cuestionario 2) acerca de cinco dimensiones: tangibilidad (preguntas de 1 a la 4), fiabilidad (preguntas de las 5 a la 9), capacidad de respuesta (preguntas de la 10 a la 13), seguridad (preguntas de la 14 a la 17), empatía (preguntas de la 18 a la 22). Los cuestionarios se miden a través de escalas de la Likert de 7 puntos. Lo anterior con el fin de encontrar las diferencias que existen entre la percepción del prestador del servicio y la expectativa del cliente. (pág. 61).

SERVQUAL es una herramienta que captura las expectativas y percepciones del cliente a través de fuentes de recolección de datos como opiniones, comentarios y sugerencias; a lo largo de las cinco dimensiones tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía definida como la calidad de servicio o calidad percibida, es decir, es el grado en qué el servicio satisface las necesidades o expectativas del cliente.

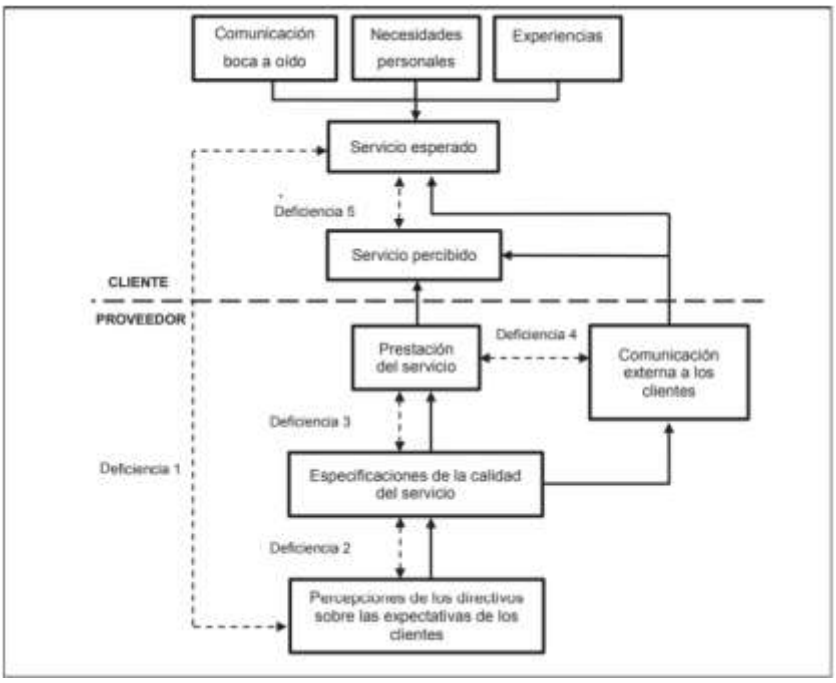
"El modelo propuesto afirma, (Berdugo, Barbosa, & Prada, 2016) se basa en el análisis de las brechas o Gaps". Y para (Bustamante, Zerda, Obando, & Tello, 2019) las gaps se definen de la siguiente manera:

- gap 1: indica la discrepancia entre las expectativas de los clientes sobre un servicio concreto y las percepciones o creencias que se forman los directivos sobre lo que espera el consumidor de ese servicio

- gap2: mide la diferencia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad
- gap3: calcule la diferencia entre las especificaciones o normas de calidad del servicio y la prestación del mismo
- gap4: mide la discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa
- gap 5: mide la diferencia entre el servicio esperado y el servicio percibido determinando a través de dicha magnitud del nivel de calidad alcanzado la forma de reducir esta diferencia es controlando y disminuyendo todas las demás. (GAP 5 = f (GAP 1, GAP 2, GAP 3, GAP 4). (pág. 10)

Además, (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1993), distinguen y enfatizan cuatro factores claves que son los factores moderadores que afectan las expectativas del cliente.

- comunicación boca a boca: lo que los usuarios se escuchan de otros usuarios constituye uno de los factores potenciales en la determinación de sus expectativas sobre el servicio
- necesidades personales: las expectativas de los usuarios muestran variaciones dependiendo de sus características y circunstancias individuales, lo que, hasta cierto punto, pueden condicionar sus expectativas
- experiencias: las experiencias que el usuario ha tenido con el servicio pueden influir en el nivel de expectativas del cliente
- comunicación externa: la comunicación externa de los proveedores del servicio juega un papel clave en la conformación de las expectativas del cliente.



Fuente: Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1993
Elaborado por: Andy Iván Lucas Choéz

En resumen, la calidad de servicio es el proceso evaluativo que realiza un usuario acierto servicio que lo define como las discrepancias del servicio entre las expectativas y percepciones del cliente que para determinar el valor esperado de los consumidores existen algunos factores clave como la comunicación boca a Boca necesidades personales experiencias y comunicación externa qué son condicionantes para discernir la calidad de servicio.

Por lo tanto, "este instrumento permite la aproximación de las expectativas y percepciones de un cliente por separado apoyándose en los comentarios hechos por los consumidores en la investigación […]". (Duque, 2005, pág. 72).

Con base en, (Arciniegas & Mejias, 2017), el modelo integra 5 dimensiones:

- capacidad de respuesta: disposición del personal para prestar ayuda y servicio rápido a los usuarios

- fiabilidad: definida como la prestación del servicio prometido de modo adecuado y estable en el tiempo
- empatía: capacidad para entender la perspectiva del usuario
- seguridad: atención y habilidades expuestos por los empleados para inspirar confianza y credibilidad
- elementos tangibles: representa la apariencia de las instalaciones físicas equipos personal y materiales de comunicación. (pág. 29)

De este modo, la herramienta SERVQUAL, en base a, (Lezcano & Cardona, 2018):

"Genera puntajes entre 0 y 7 con de 44 ítem 22 expectativas y 22 de percepción la calidad está dada por la diferencia entre las expectativas y la percepción global y por dimensión se acepta que un servicio es de calidad cuando la percepción Iguala o supera las expectativas Por tanto la diferencia es igual o mayor a cero (0)." (pág. 3)

Y, "para evaluar la calidad percibida plantean estas dimensiones generales y definen que dicha percepción es consecuencia de la diferencia para el consumidor entre lo esperado y lo percibido". (Duque, 2005, pág. 72), en otras palabras, La percepción de calidad depende de la diferencia entre el servicio esperado y el servicio percibido, por lo tanto, cuando el servicio esperado es superior al servicio percibido, la calidad percibida será menor a la esperada y no quedará satisfecho. Sin embargo, si el servicio percibido es mayor o igual al servicio esperado, definitivamente reconocerá la buena calidad de la empresa, por lo que quedará satisfecho con el producto o servicio. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993) citado en (Portocarrero, 2016, pág. 29).

Sin embargo, "la preferencia del consumidor impulsa el desarrollo de la calidad de los servicios de la organización y la actualización". (Muhammad & Ahmed, 2019, pág. 390).

Por ende, “el modelo está fundamentado en la teoría de la disociación de manera que cuando se cumple satamente el nivel de expectativas del usuario se define el servicio Como satisfactorio”. (Núñez & Juárez, 2018, pág. 53).

En definitiva, el modelo SERVQUAL es un cuestionario de expectativas y percepciones agrupadas en 5 dimensiones de 22 preguntas respectivamente, cada dimensión cumple con un rol en específico qué es condicionante para determinar el índice de la calidad de servicio.

Entre ellas se encuentra la capacidad de respuesta (que es la plena disposición del personal para prestar ayuda al cliente), fiabilidad (qué es brindar un servicio adecuado y estable en el tiempo), empatía (es la entender la perspectiva del cliente seguridad es la confianza y credibilidad que deben de transpirar el personal de servicio) y elementos tangibles (qué es el excelente estado de las instalaciones físicas) que son determinantes que inciden en la estima y juicio del cliente quien espera ser satisfecho de manera que si las percepciones superan a las expectativas esto quiere decir que no existen discrepancias en el servicio. Por ende, el cliente se siente satisfecho; caso contrario, es decir, si las expectativas superan a las percepciones esto quiere decir que no existe calidad de servicio, o sea, el cliente no se encuentra satisfecho. En conclusión, si se cumple o se superan las expectativas del usuario se define el servicio como satisfactorio, caso contrario, será un servicio insatisfactorio.

Satisfacción del cliente: Definición

Según, (Kotler & Keller, 2012), afirma que, la satisfacción es el conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comparar el valor percibido en el uso de un producto o servicio. (pág. 125)

De acuerdo con, (Kotler & Armstrong, Fundamentos de marketing, 2013), la satisfacción del cliente depende del desempeño percibido de un producto en relación a las expectativas del comprador, si el desempeño de un producto es inferior a las expectativas, el cliente queda insatisfecho, si el desempeño es igual a las expectativas, el cliente estará satisfecho, si el desempeño es superior a las expectativas, el cliente estará muy satisfecho e incluso encantado. (pág. 14)

Elementos de la satisfacción del cliente

Beneficio percibido: es el valor de la calidad del producto o servicio que el cliente recibe una vez que constata directamente cando lo adquiere, eso determina su grado de satisfacción e insatisfacción por los resultados obtenidos.

Beneficio esperado: los clientes esperan del producto o servicio que sea bueno, eficiente y de calidad, que permita que el valor que paga por este producto o servicio este acorde con el beneficio recibido. Las expectativas vienen por le oir de personas, amigos, familiares, compañeros, la publicidad hablada, escrita o televisada, quienes se encargan de crear en la mente de las personas cierto grado de expectativa sobre un determinado producto o servicio. (Moreno R. , 2019)

Estados de satisfacción del cliente

Desconfirmación positiva de expectativas: se origina cuando el consumidor que en un principio genera unas expectativas de funcionamiento pre compre (antes de usar el bien) y que luego de utilizar el bien genera percepciones de funcionamiento pos compra (después de usar el bien), decide dentro del nivel de expectativas cubiertas que el producto adquirido sobrepaso las expectativas esperadas y esto origina un grado de satisfacción positivo en el cliente.

Confirmación de expectativas: este modelo concibe la satisfacción como el resultado o contraste entre la realidad percibida por el individuo y algún tipo de estándar de comparación de expectativas o de normas basadas en la experiencia.

Desconfirmación negativa de expectativas: se da cuando el bien a utilizar por parte del comprador no cumple con las expectativas mínimas esperadas y eso genera una pobre percepción de la satisfacción del producto utilizado en el cliente. En esta situación hay que tomar en consideración que puede darse el caso que el cliente puede haber tenido muy altas las perspectivas del producto o servicio y al no cumplirlas se genera esta desconfirmacón negativa. (Haro, 2016)

Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

- el cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar el producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos o servicios adicionales en el futuro. (Kotler & Armstrong, 2013, págs. 10-11)
- el cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos. (Kotler & Armstrong, 2013, págs. 10-11)
- El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado. (Kotler P. , 2001, págs. 40-41)

Teóricos sobre la naturaleza de satisfacción del cliente.

Modelo de satisfacción del cliente de KANO.

Para, (Haro, Córdova, & Chong Qui, 2016), señalan que el modelo de satisfacción de KANO Se centra en que la satisfacción del cliente depende por completo de la capacidad que tiene la empresa tiene la empresa de generar su producto o servicio basándose en que no todas las características de un producto o servicio produce la misma satisfacción en el cliente, sino que algunas de ellas contribuyen en mayor grado a generar una mayor fidelidad. (pág. 151)

Modelo de satisfacción de expectativas: desconfirmación versus calidad percibida.

Para, (Huayamave, Haro, & Cordova, 2015) , afirman que el modelo de satisfacción de expectativas: desconfirmación versus calidad percibida, "la satisfacción de un cliente está dada por el uso del bien o servicio y será concebida como algo emocional que fomentará el vínculo entre el rendimiento y la posterior conducta del cliente". (pág. 61)

Teoría de la desconfirmación.

Para, (Huayamave, Haro, & Cordova, 2015), manifiestan que la teoría de la desconfirmacón, "la satisfacción del consumidor está ligada con el grado y la dirección de experiencias de desconfirmación de las expectativas del producto o servicio consumido y relaciona este paradigma con el nivel de expectativa de cada individuo". (pág. 61)

Teoría de la atribución Causal.

Para, (Álvarez, Villamarín, & Cejas, 2018), establecen que la teoría de la atribución causal, "Se basa en el hecho de que los clientes asignarán el éxito o el fracaso a la hora de realizar una adquisición o compra, y la satisfacción se verá afectada por factores internos (como la percepción del consumidor) y factores externos (como la dificultad en la compra)". (pág. 63)

Como medir la satisfacción del cliente

Por ende, para conocer el nivel de satisfacción del cliente se utilizó la siguiente formula:

$$RP - E = NS$$

Donde

$$RP = Rendimiento\ percibido$$

$$E = Expectativas$$

$$NS = Nivel\ de\ satisfacción$$

Fuente: Huayamave, Haro, & Cordova, 2015
Elaborado por: Andy Iván Lucas Choéz

De manera que, "Si el resultado es más pobre que las expectativas el cliente queda insatisfecho. Si es igual a las expectativas estará satisfecho. Si excede las expectativas el cliente estará muy satisfecho o complacido". Kolter & keller, dirección de marketing, 2012. Citado en (Huayamave, Haro, & Cordova, 2015)

Y para esta investigación, Si el resultado es más pobre o igual a las expectativas el cliente quedará insatisfecho, por ende, si excede las expectativas el cliente estará satisfecho o complacido. En definitiva, un cliente satisfecho conforme a los supuestos teóricos, como, modelo de satisfacción del cliente de KANO, modelo de satisfacción de expectativas, teoría de la desconfirmación y teoría de la atribución causal, se basa en la experiencia de compra u obtención de bienes o servicios, que definirá el éxito o fracaso de este evento, lo cual es fundamental para que los clientes sigan consumiendo los productos y servicios de la marca y puedan recomendarse a otros tipos de clientes.

5.3.- Marco conceptual

Atención al cliente: es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado encaminadas a identificar las necesidades de los clientes se la compra

para satisfacerlas logrando de este modo cubrir sus expectativas y por tanto crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes. (Perez, 2010).

Calidad: la totalidad de los rasgos y características de un producto o servicio que se sustenta en su totalidad para satisfacer las necesidades establecidas o implícitas. (Carro & Gonzalez, Administrador de la calidad total, 2012)

Cliente: el concepto de cliente lleva aparejados el acto de pagar y la capacidad de elección un cliente es alguien que elige comprar algo. (Varo, 1994, pág. 12)

Calidad del servicio: la calidad del servicio es definida como la diferencia entre la expectativa del cliente de un servicio lo que realmente percibe del mismo si las expectativas son más altas que el rendimiento demostrado entonces la calidad percibida es menos satisfactoria y Por ende ocurre la insatisfacción del cliente (Lopéz, Alvarez, & Hernandez, 2017, pág. 3)

Empresa: la empresa como estructura social es una es una colectividad de hombres y mujeres orientados a la realización de un proyecto común por lo que necesita de una comunicación que ponga en contacto a las personas para alcanzar dicho proyecto. (Paz, 2007, pág. 74)

Demanda: es la cantidad de bienes y servicios requeridos por la sociedad en un determinado lugar precio tiempo o espacio. (Vallejo, 2016, pág. 21)

Expectativa: es aquello que una persona cree que puede o debe ocurrir y está condicionada por las referencias externas y las experiencias anteriores. (Paz, 2005, pág. 3)

FODA: es una técnica que permite conocer las fortalezas que tiene la empresa para estas mismas convertirlo en oportunidades y pueda ver tiene una rentabilidad, pero las debilidades y amenazas deben de ser analizadas cuidadosamente y ver en qué falla para mejorar. (Álvarez, Figueroa, & Peñafiel, 2020, pág. 69)

Intangibilidad: los bienes son objetos cosas a diferencia de los servicios que son hechos desempeños procesos. (Gosso, 2008, pág. 32)

Oferta: es la cantidad de bienes y servicios producidos por fabricantes productores o comerciantes en un determinado lugar precio tiempo espacio. (Vallejo, 2016, pág. 21)

Percepción: es el proceso mental por el que se selecciona organiza e interpreta la información a fin de darle significado es la visión de la realidad que una persona tiene que variará en función de sus circunstancias. (Paz, 2005, pág. 3)

Satisfacción: se define como el agrado que experimenta el cliente después de haber consumido un determinado producto o servicio. (Vavra, 2002, pág. 25)

Servicio: es el trabajo la actividad Ibarra o los beneficios que producen satisfacción a un consumidor. (Duque, 2005)

SERVQUAL: es la escala operativiza la calidad del servicio calculando la diferencia entre expectativas y percepciones evaluando ambas en relación con los 22 elementos que representan 5 dimensiones de calidad de servicio conocidas como tangibles y habilidad receptividad seguridad y empatía. (Naik, Bhargavi, & Prabhakar, 2010, pág. 240)

Mercado: es el conjunto de transacciones o intercambio de bienes y servicios con la finalidad de obtener ingresos individuales y comunes. (Jaramillo, Guerrero, & Garcia, 2018, pág. 32)

VI.- Hipótesis

6.1.- Hipótesis general

Incide la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López

6.2.- Hipótesis específicas

Situacionalmente la calidad del servicio en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López se basa en la resolución de conflictos.

La calidad del servicio incide positivamente en la satisfacción del cliente en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López.

El nivel de satisfacción de los clientes en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López es insatisfactorio.

VII.- Metodología

La presente investigación denominada la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el sector ferretero ciudad de Puerto López, se enmarca desde un enfoque cualitativo puesto que la investigación se recabó información no cuantificable basada en Las observaciones de las conductas para su posterior interpretación (Barbour, 2013). Citado en (Escudero & Cortez, 2018).

Para la generación de conocimiento se aplicará el método inductivo qué consistió en un razonamiento que pasa de la observación de los fenómenos a una ley general para todos los fenómenos de un mismo género (Baena, 2017, pág. 34). Además del método hipotético deductivo que fue utilizado a partir de la observación de casos particulares se plantea un problema este problema remite a una teoría a partir del marco teórico y se fórmula una hipótesis mediante un razonamiento deductivo que posteriormente se intenta validar empíricamente. (Espinoza & Toscano, 2015, pág. 34).

El desarrollo de esta investigación tuvo un alcance descriptivo qué consistió en la caracterización de un hecho o fenómeno individuo o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento. (Arias, 2012, pág. 24).

Métodos

Este proyecto de investigación se diseñó de manera no experimental lo que se realizó es observar fenómenos tal y como se dan en su entorno natural para después analizarlos. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2006, pág. 118), En otras palabras. No es posible manipularlas, ni se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir en ellas porque ya sucedieron al igual que sus efectos". (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 152).

Además se utilizó el diseño transversal que nos permitió recolectar datos en un solo momento en un tiempo único su propósito Es describir variables y analizar su incidencia interrelación en un momento dado (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 152).

Como método de recopilación de datos empleo la investigación de campo qué consistió en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados o de la realidad donde ocurren los hechos datos primarios sin manipular o controlar variable alguna. (Arias, 2012, pág. 31).

Técnicas

Encuesta: cuestionario SERVQUAL que se utilizó para comprender mejor las expectativas y percepciones que tienen los clientes respecto a un servicio. "Zeithaml et. al. (1993) Citado en (Yovera & Rodríguez, 2018, pág. 30), por lo tanto, para esta investigación se utilizó esta técnica de recopilación de información para proveer y analizar los datos de la muestra de los clientes del sector ferretero de la ciudad de Puerto López para conocer su nivel de satisfacción mediante confrontación de las dimensiones de la calidad de servicio.

Entrevista: la entrevista es una técnica para obtener información directa a través de una conversación que permite explorar la experiencia del entrevistado con relación a un tema en particular. (Alonso, Arboleda, Rivera, & Mora, 2017), por lo tanto, esta técnica de investigación permitió comprender la situación actual del sector ferretero de la ciudad de Puerto López desde las perspectivas de los administradores-dueños de las diferentes empresas que conforman este importante sector del cantón Puerto López.

Población

De acuerdo con, los datos obtenidos por el Sistema Nacional de Información (SNI, 2020), la población de la cabecera cantonal del cantón Puerto López (ciudad de Puerto López) comprende de 10.928 (5.281 mujeres y 5.647 hombres) habitantes, y para esta investigación se está

considerando a la población entre 18 y 59 años debido que en la presente investigación fueron clientes que adquieren productos e insumos ferreteros en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López en un periodo de recolección de información de datos de quince días lo que demostró que estos grupos de edad se desempeñan con mayor frecuencia en las compras de insumos ferreteros.

Muestra

Para calcular el tamaño de la muestra probabilística, se procedió aplicar la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2\ (P*Q)\ (N)}{(e^2)(N)+(Z^2)(P*Q)}$$

n = tamaño de la muestra

P*Q = 0,25

Z^2 = Margen de confiabilidad. (1,96)

e = Error admisible (0,05)

N = Tamaño de la población (10.928)

$$n = \frac{(1{,}96)^2\ (0{,}25)\ (10.928)}{(0{,}05^2)(8.507) + (1{,}92^2)(0{,}25)} = \frac{(3{,}84)(0{,}25)\ (10.928)}{(0{,}0025)(8.507) + (3{,}84)(0{,}25)}$$

$$n = \frac{10.490{,}88}{27{,}32 + 0{,}96} = \frac{10.490{,}88}{28{,}28} = 372$$

Elaborado por: Andy Iván Lucas Choéz

El total de personas encuestadas corresponde a 372 habitantes.

Recursos

Talento Humano

- Tutor del Proyecto: Lic. Jonás Calle García

- Autor del Proyecto: Andy Lucas Choéz
- Población entre 18 y 59 años (clientes)
- Dueños o gerentes de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López

Materiales

- Computadora portátil
- Internet
- Teléfono celular
- Cuaderno de apuntes
- Esferos
- Impresiones y copias
- Pendrive
- Anillados
- Diapositivas
- Movilización

VIII.- Presupuesto

CONCEPTOS	UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL
Impresiones	375	0.04	15.00
Cuaderno	1	1.50	1.50
Bolígrafos	2	0.50	1.00
Carpeta archivadora	1	5.00	5.00
Alcohol para manos	1	4.00	4.00
Mascarillas	15	0.10	1.50
Transporte	15	0.50	7.50
Alimentación	15	3.00	45.00
Internet	6	23.00	138.00
Pendrive	1	12.00	12.00
TOTAL			**230.50**

Elaborado por: Andy Iván Lucas Choéz

IX.- Resultados y discusión

Resultados

Puerto López que es considerado Puerto pesquero turístico, comercial y centro agrícola y es un sitio de observación de ballenas jorobadas entre los meses de junio y septiembre como foco comercial del cantón, la ciudad de Puerto López es un receptor de la demanda de bienes y servicios de la comunidad parroquial y de la misma siendo punto de dinamismo y de reactivación económica, entre las diferentes actividades económicas de la ciudad de puerto López el sector que más destaca después de la industria de consumo de primera necesidad y de la pesca, es la venta de bienes e insumos ferreteros como es el sector ferretero de la ciudad de Puerto López que comprende "La Ferretería y Pinturas Lino", "Ferretería y Pinturas Cantos" y "Franquicia DISENSA", y al ser un sector de alta congruencia de comercio desde el punto de vista económico las empresas de naturaleza privada como son las empresas del sector ferretero de la ciudad de puerto López, buscan tener mayor participación de mercado, generar utilidades o riquezas, tener clientes fidelizados o satisfecho tanto de bienes como de servicios lo que en efecto se produce procurando brindar al cliente una experiencia de compra satisfactoria como valor agregado.

Por ende como valor agregado la calidad de servicio es una ventaja competitiva para logar satisfacción lo que tiene efecto en el crecimiento de las ventas y cuota de mercado, por eso la problemática de anexar la calidad de servicios en las actividades de ventas de insumos y bienes ferreteros incurre significativamente en la satisfacción del cliente lo que radica en ofrecer un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable para la continuidad de las actividades y participación de mercado de las diferentes empresas de la industria ferretera.

En la ciudad de Puerto López se analizó situacionalmente la calidad del servicio del sector ferretero la ciudad de Puerto López utilizando la matriz DAFO o FODA, que nos permite diagnosticar el estado estratégico de la industria a través de sus factores internos y externos lo que nos ayuda a Identificar y comparar los puntos fuertes (fortalezas) y débiles (debilidades) del sector, además de las oportunidades y amenazas del mercado en el que opera por ende desde el punto de vista de los administradores-dueños de las diferentes empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López se elaboró la siguiente matriz FODA de la industria que queda constituido de la siguiente manera:

Matriz FODA del sector ferretero de la Ciudad de "Puerto López"	
Fortalezas	**Oportunidades**
✓ Instalaciones propias con una ubicación adecuada para la comercialización ✓ La experiencia de mercado y el amplio conocimiento del mismo ✓ Diversidad y variedad de productos con precios competitivos ✓ Poseen una cartera de clientes amplia ✓ Poder de negociación con proveedores ✓ Buena interrelación entre empleados y empleadores ✓ Sistema de inventario ✓ Resolución de conflictos para una buena interrelación entre los clientes	✓ Mercado objetivo creciente ✓ Mercado insatisfecho ✓ Mejoramiento en la economía local y nacional ✓ Desarrollo del sector metalmecánico y de la construcción
Debilidades	**Amenazas**
✓ Gestión de marketing inadecuada para aumentar las ventas (publicidad insuficiente) ✓ falta de un sistema de atención al cliente ✓ falta de capacitación de los empleados	✓ Inestabilidad económica y política del país ✓ Incremento de los precios ✓ Altas tasa de interés para obtención de créditos de vivienda ✓ Incremento de la pobreza

✓ No se cuenta con una adecuada división del local para la exhibición de los productos ✓ Limitación en los plazos de pagos	✓ desaceleración de la Industria de la Construcción Tras La Pandemia De La COVID 19 ✓ Decrecimiento de la economía nacional

Elaborado por: Andy Iván Lucas Choéz
Fuente: Entrevista a los propietarios y/o administradores del sector ferretero de Puerto Lópe**z**

Una vez realizado el análisis FODA del sector, la presente investigación titulada la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el sector ferretero ciudad de Puerto López prosigue conocer el nivel de satisfacción del cliente, para lo cual se utilizó la herramienta SERVQUAL, herramienta que nos facilitará conocer el nivel de satisfacción del cliente mediante dos cuestionarios el primero de expectativa y el segundo de percepciones de 21 preguntas seccionadas en 5 dimensiones que abarca la área de atención al cliente como lo es responsabilidad confiabilidad seguridad empatía y elementos tangibles a través de la diferencia entre expectativas y percepciones del cliente del servicio que prestan.

la satisfacción del cliente corresponde en la medida en que los bienes y servicios aprovisionados por una empresa cumplen o superan las expectativas del cliente para lo cual se tomó una muestra representativa de la población de la ciudad de Puerto López mediante la fórmula para cálculo de muestra de población finita que nos arrojó una muestra de 372 personas a encuestar de una población de 10928 personas de los cuales el 91% (340) son de género masculino mientras que el 9% (32) son de género femenino .

El 17% corresponden a personas de 18 a 25 años mientras que las personas de entre 26 a 36 años responden al 52%, por otra parte, de 24% son personas de 37 a 45 años y el 7% son personas de 46 a 59 años.

El 13% culminaron el nivel de primaria de Educación mientras que el 61% terminaron el nivel de secundaria de Educación del mismo modo el 22% culminaron nivel Académico Superior y el 3% no han cursado nivel educativo alguno.

El 7% son personas soltero/a, por otra parte, el 27% son casado/a, del mismo modo el 2% son divorciado/a mientras que el 63% son convivientes y el 1% son viudo/a.

De los cuales obtuvimos los siguientes resultados, que nos posibilitará establecer como incide la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López ("FERRETERIA Y PINTURAS LINO", "FERRETERIA Y PINTURAS CANTOS Y "FRANQUICIA DISENSA") mediante el Análisis de la Brecha del Servicio de cada criterio de SERVQUAL, para el análisis de brechas del servicio se requiere calcular los promedios de cada criterio por cada componente del modelo SERVQUAL tanto de expectativas como de las percepciones.

"FERRETERIA Y PINTURAS LINO"

FERRETERIA Y PINTURAS LINO			
Dimensión	percepción	expectativa	brecha
Confiabilidad			
Pregunta #1	2,94	3,21	-0,27
Pregunta #2	2,89	3,05	-0,17
Pregunta #3	2,89	3,01	-0,12
Pregunta #4	2,99	3,13	-0,14
Pregunta #5	2,90	2,88	0,02
total	**2,92**	**3,06**	**-0,14**
responsabilidad			
Pregunta #6	2,96	2,94	0,02
Pregunta #7	2,78	3,03	-0,25
Pregunta #8	3,03	3,17	-0,14
total	**2,92**	**3,05**	**-0,12**
seguridad			
Pregunta #9	3,01	2,95	0,06
Pregunta #10	3,04	3,03	0,01
Pregunta #11	2,90	3,00	-0,10
Pregunta #12	2,84	3,04	-0,20
total	**2,95**	**3,00**	**-0,06**
empatía			

Pregunta #13	2,78	3,07	-0,29
Pregunta #14	3,08	2,99	0,09
Pregunta #15	3,01	3,08	-0,06
Pregunta #16	2,89	2,96	-0,07
total	**2,94**	**3,02**	**-0,08**
elementos tangibles			
Pregunta #17	3,06	2,97	0,09
Pregunta #18	2,88	3,19	-0,31
Pregunta #19	3,13	3,12	0,01
Pregunta #20	3,01	2,97	0,05
Pregunta #21	2,88	3,10	-0,22
total	**2,99**	**3,07**	**-0,08**
total, general	**2,95**	**3,04**	**-0,10**

Elaborado por: Andy Iván Lucas Choéz
Fuente: Encuesta a los clientes del sector ferretero de Puerto Lópe**z**

Como podemos observar las expectativas son superiores a las percepciones, es decir, la calidad del servicio incide en la satisfacción del cliente de manera negativa en los clientes de la ferretería y pinturas Lino.

“FERRETERIA Y PINTURAS CANTOS”

FERRETERIA Y PINTURAS CANTOS			
Dimensión	percepción	expectativa	brecha
confiabilidad			
Pregunta #1	3,02	3,21	-0,20
Pregunta #2	2,86	3,05	-0,19
Pregunta #3	2,84	3,01	-0,17
Pregunta #4	3,25	3,13	0,12
Pregunta #5	2,90	2,88	0,02
total	**2,97**	**3,06**	**-0,08**
responsabilidad			
Pregunta #6	3,06	2,94	0,12
Pregunta #7	3,02	3,03	0,00
Pregunta #8	2,90	3,17	-0,28
total	**2,99**	**3,05**	**-0,05**
seguridad			
Pregunta #9	2,97	2,95	0,02
Pregunta #10	2,90	3,03	-0,13
Pregunta #11	3,13	3,00	0,13
Pregunta #12	2,85	3,04	-0,19
total	**2,96**	**3,00**	**-0,05**
empatía			

Pregunta #13	3,01	3,07	-0,06
Pregunta #14	2,95	2,99	-0,03
Pregunta #15	2,90	3,08	-0,18
Pregunta #16	2,95	2,96	-0,01
total	**2,95**	**3,02**	**-0,07**
elementos tangibles			
Pregunta #17	3,01	2,97	0,04
Pregunta #18	3,00	3,19	-0,19
Pregunta #19	3,15	3,12	0,03
Pregunta #20	2,90	2,97	-0,07
Pregunta #21	3,00	3,10	-0,10
total	**3,01**	**3,07**	**-0,06**
total, general	**2,98**	**3,04**	**-0,06**

Elaborado por: Andy Iván Lucas Choéz
Fuente: Encuesta a los clientes del sector ferretero de Puerto Lópe**z**

Como es evidente las expectativas del cliente son mayores a las percepciones que posee el cliente, en otras palabras, la calidad del servicio índice negativamente en la satisfacción del cliente de la ferretería y pinturas cantos.

“FRANQUICIA DISENSA”

FRANQUICIA DISENSA S.A.			
Dimensión	percepción	expectativa	brecha
confiabilidad			
Pregunta #1	3,16	3,21	-0,05
Pregunta #2	2,97	3,05	-0,08
Pregunta #3	2,84	3,01	-0,17
Pregunta #4	2,96	3,13	-0,16
Pregunta #5	3,02	2,88	0,14
total	**2,99**	**3,06**	**-0,07**
responsabilidad			
Pregunta #6	2,84	2,94	-0,10
Pregunta #7	2,98	3,03	-0,05
Pregunta #8	3,18	3,17	0,01
total	**3,00**	**3,05**	**-0,05**
seguridad			
Pregunta #9	3,08	2,95	0,13
Pregunta #10	2,70	3,03	-0,33
Pregunta #11	2,92	3,00	-0,08
Pregunta #12	3,05	3,04	0,01
total	**2,93**	**3,00**	**-0,07**
empatía			

Pregunta #13	2,91	3,07	-0,17
Pregunta #14	2,73	2,99	-0,26
Pregunta #15	3,25	3,08	0,18
Pregunta #16	2,91	2,96	-0,05
total	**2,95**	**3,02**	**-0,07**
elementos tangibles			
Pregunta #17	2,84	2,97	-0,13
Pregunta #18	3,20	3,19	0,01
Pregunta #19	2,98	3,12	-0,14
Pregunta #20	3,02	2,97	0,05
Pregunta #21	3,09	3,10	-0,01
total	**3,03**	**3,07**	**-0,04**
total, general	**2,98**	**3,04**	**-0,06**

Elaborado por: Andy Iván Lucas Choéz
Fuente: Encuesta a los clientes del sector ferretero de Puerto Lópe**z**

Las expectativas de los clientes de la franquicia Disensa son superiores a las percepciones de la misma, por tanto, la calidad del servicio que presta esta empresa incide negativamente en la satisfacción del cliente.

Por ende, el nivel de satisfacción del cliente en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López (“FERRETERIA Y PINTURAS LINO”, “FERRETERIA Y PINTURAS CANTOS Y “FRANQUICIA DISENSA”), se establece de la siguiente manera:

$$RP - E = NS$$

Donde

$$RP = Rendimiento\ percibido$$

$$E = Expectativas$$

$$NS = Nivel\ de\ satisfacción$$

Fuente: Huayamave, Haro, & Cordova, 2015
Elaborado por: Andy Iván Lucas Choéz

FERRETERIA Y PINTURAS LINO

(RP)2,98 – (E)3,04 = -0,10 = (NS) *insatisfactorio*

FERRETERIA Y PINTURAS CANTOS

(RP)2,98 – (E)3,04= -0,06 = (NS) *insatisfactorio*

FRANQUICIA DISENSA

(RP)2,98 – (E)3,04 = -0,06 = (NS) *insatisfactorio*

Por tanto, el nivel de satisfacción del cliente en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López es **insatisfactorio** que se calcula mediante la posterior formula donde nivel de satisfacción es igual a rendimiento percibido menos expectativas.

Discusión

De acuerdo con, (lopez, 2017) , en su trabajo de investigación de tesis titulada “Plan Estratégico y Calidad de Servicio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “AMBATO LTDA.” AGENCIA CEVALLOS” donde se concluyó que:

- Mediante el formato de diagnóstico (FODA) se analizó los elementos externos e internos de la cooperativa de Ahorro y Crédito “AMBATO” Ltda. Agencia Cevallos, donde se estableció que existe debilidades preocupantes que afectan en el bajo porcentaje de capacitación al personal, deficiente calidad de servicios para el cliente.

Para, (bravo & herrera , 2017) , de acuerdo al diagnóstico situacional de la tesis titulada “propuesta de un plan estratégico para la compañía de transporte carga pesada TRANSCALSA S.A. ciudad de Portoviejo periodo 2017 – 2021, conluyó que:

- Se procedió a determinar el diagnostico interno obteniendo como resultado que no tiene una planificación estratégica, tampoco cuenta con objetivos claros. El diagnostico externo se destacó la falencia de los factores políticos, económico, social, entre otros, determinando sus amenazas y oportunidades en el mercado del transporte de carga pesada.

De acuerdo a las distintas investigaciones citadas previamente se coinciden con los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación puesto que al realizar un diagnóstico situacional de la calidad del servicio en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López se evidenció que, la calidad del servicio en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López se basa en la resolución de conflictos como estrategia de calidad de servicio para la buena interrelación entre clientes teniendo un alto porcentaje de aceptación por parte de los propietarios para su aplicación.

Por otro lado, (López, 2018), en su tesis titulada “calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy´s de la ciudad de Guayaquil” concluyo que:

- Se pudo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, esto significa que si aumenta la calidad de servicio va aumentar la satisfacción al cliente o si es que disminuye la calidad disminuye la satisfacción al cliente.

De acuerdo con la investigación citada anteriormente, no concuerdo con los hallazgos encontrados puesto que, en esta investigación, la calidad del servicio incide de manera negativa en la satisfacción del cliente debido a que las estrategias de servicio de calidad que abarcan 5 áreas de la calidad del servicio como es responsabilidad, fiabilidad, empatía, seguridad y elementos tangibles no inciden positivamente en la satisfacción del cliente en las empresas del sector ferretero de la ciudad de puerto López.

En el trabajo de tesis de, (hidalgo, 2019) , titulada “calidad del servicio y satisfacción al cliente en el sector financiero del cantón Ambato” concluyó que:

- Si el cliente no percibe un servicio adecuado, existe una insatisfacción en los clientes y, por ende, repercute en aspectos económicos y de rentabilidad de la empresa, pues el cliente no regresará a la empresa.

De acuerdo con la conclusión citado anterior mente, este hallazgo coincide con los resultados que se obtuvo en esta investigación puesto que, el nivel de satisfacción del cliente del sector ferretero de la ciudad de Puerto López se encuentra insatisfecho o insatisfactorio. Y de acuerdo con (Ucria Chavez, 2017) señala que los niveles de satisfacción son insatisfacción cuando el cliente no está satisfecho con el servicio adquirido, satisfacción cuando el servicio cumple con

las expectativas del cliente y complacencia cuando el cliente recibe más de lo esperado. (pág. 55)

X.- Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

El proceso de investigación una vez finalizado se llegó a las siguientes conclusiones:

- Mediante la aplicación de la matriz FODA se posibilito conocer la situación actual de la calidad de servicio del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, en la cual se identificaron sus características internas donde se especifican las fortalezas y debilidades, además, de su situación externa precisando sus oportunidades y amenazas que en conjunto fueron imprescindibles para poner en marcha una adecuada y correcta toma de decisiones en función a la mejora de la calidad del servicio dentro de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López.
- En el sector ferretero de la ciudad de Puerto López no emplean estrategias de marketing enfocada a la calidad del servicio debido al desconocimiento de este tema que guarda relación directa a la satisfacción del cliente, causa que desconocen los administradores-dueños de las diferentes empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, por lo que no tienen un control estricto, riguroso y apropiado sobre la actividad principal de la empresa, lo que les imposibilita crecer de manera económica y de mercado.
- Para que las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, si desean lograr una mayor participación de mercado y crecimiento dentro y fuera de la ciudad de Puerto López, deben considerar la satisfacción del cliente como un indicador de lealtad o reconocimiento del cliente a la empresa para que los administradores-dueños consideren todas las sugerencias, quejas, reclamos y ciertos tipos de actitudes negativa de los clientes que afecte el nivel de satisfacción del cliente

Recomendaciones

- Se recomienda que las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López traten de realizar diagnósticos situacionales periódicos de la calidad de servicio mediante la herramienta modelo 5C para determinar los puntos clave que afectan su viabilidad interna y externa, para así buscar medidas correctivas basadas en el diagnóstico del modelo 5C y permitirles continuar logrando los objetivos organizacionales que se les plantean.

- Se recomienda a los administradores-propietarios de las diferentes empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, el uso de estrategias de marketing para el fortalecimiento de la calidad de servicio como el seguimiento postventa para generar mayor fidelización del cliente de manera que sea un servicio diferenciado y personalizado que incide positivamente en la satisfacción del cliente y logre posicionarse en la mente de los consumidores.
- Se sugiere a los administradores-dueños de las diferentes empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, implementar la customer satisfaction score o escala de satisfacción del consumidor que consiste en la evaluación de la calidad del servicio que percibieron expresada en porcentajes mediante una llamada telefónica, donde el 100% corresponde al máximo nivel de satisfacción que les permitirá a los administradores-propietarios tener una visión holística y estratégica para la correcta toma de decisiones con el fin de brindar a los clientes un servicio de calidad y tener mejores resultados que será de mayor utilidad para la empresa

XI.- Cronograma de actividades

TIEMPO / ACTIVIDADES	MESES/2021																													
	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación de matriz del tema de titulación.																																
Aprobación del tema y designación de tutor de proyecto de titulación.																																
Desarrollo de la estructura de los proyectos de investigación.																																
Trabajo con docentes tutores																																
Entrega de trabajos de titulación																																
Revisión del proyecto																																
Correcciones de la Comisión de revisión de la Carrera.																																
Sustentación																																
Entrega de empastados y CD																																
Titulación																																

XII.- Referencias bibliografías

Alava, L., & Bastidas, J. (2016). “ESTUDIO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN PUERTO AYORA, ISLA SANTA CRUZ” . *carrera de turismo ecologico.* Universidad Central del Ecuador, Sede Galapagos, Puerto Ayora-Ecuador. Obtenido de http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10472/1/T-UCE-0004-TE008-2016.pdf

Alonso, J., Arboleda, A., Rivera, A., & Mora, D. (2017). Técnicas de investigación cualitativa de mercados aplicadas al consumidor de fruta en fresco. *Estudios Gerenciales, 33*(145), 412-420. doi:0123-5923

Álvarez, A., Figueroa, M., & Peñafiel, J. (2020). La importancia de la mercadotecnia y sus componentes en las organizaciones. *FIPCAEC*, 62-87. doi:10.23857/fipcaec.v5i5.281

Alvarez, D., & Rivera, A. (2019). “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de Caja Arequipa agencia Corire 2018” Universidad Tecnologica del Peru. *Facultad de Administración y Negocios.* Universidad Tecnologica del Peru, Arequipa. Obtenido de http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/2303/1/Dayana%20Alvarez_Asley%20Rivera_Tesis_Titulo%20Profesional_2019.pdf

Álvarez, J., Villamarín, S., & Cejas, M. (2018). CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI. *MEMORALIA*(16), 61-70. Obtenido de http://www.postgradovipi.50webs.com/archivos/memoralia/2018-II/memo8.pdf

Aniorte, N. (28 de octubre de 2020). *SERVICIOS DE CALIDAD.* Obtenido de aniorte-nic: http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm

Arciniegas, J., & Mejias, A. (2017). PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS PRESTADOS POR LA UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA CON BASE EN LA ESCALA SERVQUALING, CON ANÁLISIS FACTORIAL Y ANÁLISIS DE

REGRESIÓN MÚLTIPLE. *COMUNI@CCION: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, *8*(1), 26-36. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/4498/449852109003.pdf

Arias, F. (2012). *El proyecto de investigacion: introduccion a la metodologia cientifica.* Caracas: EDITORIAL EPISTEME, C.A.

Baena, G. (2017). *Metodología de la INVESTIGACIÓN* (tercera ed.). Mexico: Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V. Obtenido de http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf

Berdugo, C., Barbosa, R., & Prada, L. (2016). Variables relevantes para la medición de la calidad percibida del servicio bancario. *DYNA*, *83*(197), 212-221. Obtenido de http://www.scielo.org.co/pdf/dyna/v83n197/v83n197a28.pdf

Bernal, P., & Peñaloza, M. (12 de mayo de 2018). *¿Por qué muchos consideran pésimo el servicio al cliente en Latino América?* Obtenido de Latin American Post: https://latinamericanpost.com/es/21077-por-que-muchos-consideran-pesimo-el-servicio-al-cliente-en-latino-america

bravo, e. g., & herrera , m. f. (2017). *PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE CARGA PESADA TRANSCALSA S.A. CIUDAD DE PORTOVIEJO PERÍODO 2017-2021*. calceta - Ecuador: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ. Obtenido de http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/717/1/TAE103.pdf

Briones, M., & Toaquiza, K. (2019). CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LAS COMPAÑÍAS DE TRICIMOTOS DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI. PROPUESTA DE UN MODELO DE CALIDAD. *facultad de ciencias administrativas* . Universidad Tecnica de Cotopaxi, La Maná-Ecuador. Obtenido de http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/4821/1/UTC-PIM-000163.pdf

Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F., & Tello, M. (2019). FUNDAMENTOS DE LA CALIDAD DE SERVICIO EL MODELO SERVQUAL. *Revista Empresarial, 13*(2), 1-15. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/340903187_Fundamentos_de_calidad_de_servicio_el_modelo_Servqual

Carro, R., & Gonzalez, D. (2012). *Administrador de la calidad total.* Universidad nacional de mar del plata. Obtenido de http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf

Carro, R., & Gonzalez, D. (2016). *Administracion de la calidad total* . ARGENTINA: UNIVERSIDAD NACIONAL DE MAE EL PLATA.

Cervantes, L., Caro, A., Pérez, G., Alzamora, F., & Vela, S. (2016). *FUNDAMENTOS DE MICROECONOMÍA: teoria y practica.* Lima: Fondo Editorial de la UIGV. Obtenido de http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/426/fundamentos%20de%20microeconomia.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Coronel, C. (2016). CALIDAD DE SERVICIO Y GRADO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL RESTAURANT PIZZA HUT EN EL CENTRO COMERCIAL MEGA PLAZA LIMA; 2016. *facultad de ciencias empresariales* . Universidad Señor de Sipan, Pimentel-Peru. Obtenido de http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/2707/CAROLINA-SOLEDAD-CORONEL-ARCE%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Coronel, J., Basantes, R., & Vinueza, A. (2019). Un estudio de la calidad del servicio en restaurantes de mariscos (Ecuador). *Revista Espacios, 40*(7), 9. Obtenido de http://www.revistaespacios.com/a19v40n07/a19v40n07p09.pdf

Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales.,* 64-80. Obtenido de http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v15n25/v15n25a04.pdf

eluniverso. (26 de abril de 2018). *eluniverso*. Obtenido de Atención al cliente con falencias en Ecuador: https://www.eluniverso.com/noticias/2018/04/26/nota/6731814/atencion-cliente-falencias-ecuador/

Escudero, C., & Cortez, L. (2018). *Tecnicas y Metodos cualitativos para la investigacion cientifica.* Machala: Ediciones UTMACH. Obtenido de http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12501/1/Tecnicas-y-MetodoscualitativosParaInvestigacionCientifica.pdf

Espinoza, E., & Toscano, D. (2015). *Metodología de Investigación Educativa y Técnica* (Primera ed.). Machala: Ediciones utmach, universidad técnica de machala.

Ganga, F., Alarcón, N., & Pedraja, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt - Chile. *Revista chilena de ingeniería, 27*(4), 668-681. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/pdf/ingeniare/v27n4/0718-3305-ingeniare-27-04-668.pdf

Garin, T. (2011). *Microeconomia Intermedia: Teoria y Problemas.* España: Editorial Universitaria Ramon Areces. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=SuKLtgAACAAJ&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false

González, F., Cabrera, C., & Piguave, L. (2017). Servicio al cliente en el Ecuador. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento., 1*(5), 559-577. doi:10.26820/recimundo/1.5.2017.559-577

Gonzalez, R. (2015). EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDA EN ENTIDADES BANCARIAS A TRAVÉS DE LA ESCALA SERVQUAL. *CIENCIA E INGENIERÍA NEOGRANADINA, 25*(1), 113-135. Obtenido de http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v25n1/v25n1a08.pdf

Gonzalez, V., Zanzzi, F., Campoverde, R., Zambrano, A., Guevara, B., Barcia, & Klever. (2019). Impacto de la calidad de servicios de Centros de Educación Continua en la Productividad del Conocimiento. 1-8. doi:http://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2019.1.1.191

Gosso, F. (2008). *hipersatisfaccion del cliente* (primera ed.). Mexico: Panorama Editorial. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=f0th8fk8lgsC&printsec=frontcover&dq=hiper+satisfaccion+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiErNP744DuAhVOiFkKHU2_BIEQ6wEwAHoECAAQAQ#v=onepage&q=hiper%20satisfaccion%20del%20cliente&f=false

Haro, F. (2016). Modelos de satisfacción: fundamentación teórica y criterios de aplicación. *INNOVA Research Journal, 1*(10), 145-155. doi:https://doi.org/10.33890/innova.v1.10.2016.64

Haro, F., Córdova, N., & Chong Qui, T. (2016). Modelos de satisfacción: fundamentación teórica y criterios de aplicación. *INNOVA Research Journal, 1*(10), 145-155. doi:https://doi.org/10.33890/innova.v1.10.2016.64

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2010). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN* (quinta ed.). Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *metodologia de la investigacion* (sexta ed.). Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf

Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2006). *Metodologia de la Investigacion* (cuarta ed.). Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de https://seminariodemetodologiadelainvestigacion.files.wordpress.com/2012/03/metodologc3ada-de-la-investigacic3b3n-roberto-hernc3a1ndez-sampieri.pdf

hidalgo, m. f. (2019). *Calidad del Servicio y Satisfacción al cliente en el Sector Financiero del Cantón Ambato.* Ambato - Ecuador: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.

Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30033/1/045%20GMC.pdf

Huayamave, G., Haro, F., & Cordova, N. (2015). MODELOS DE SATISFACCIÓN: UNA ALTERNATIVA VIABLE PARA MEJORAR LA RELACION CON LOS CLIENTES. *GACETA SANSANA*, 58-74. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/312529511_MODELOS_DE_SATISFACCION_UNA_ALTERNATIVA_VIABLE_PARA_MEJORAR_LA_RELACION_CON_LOS_CLIENTES

Jaramillo, I., Guerrero, J., & Garcia, J. (2018). *Marketing aplicado en el sector empresarial* (primera ed.). Machala, Ecuador: Ediciones UTMACH. Obtenido de http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14270/1/Cap.2-Segmentaci%C3%B3n%20del%20mercado.pdf

Kotler, P. (2001). *DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA* (octava ed.). Mexico: Pearson Educacion.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing* (Decimoprimera ed.). Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.

Kotler, P., & Keller, K. (2012). *direccion de marketing* (Decimocuarta ed.). Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.

Lezcano, L., & Cardona, J. (2018). Evaluación de la Calidad de los Servicios SERVQUAL en un Hospital de Colombia. *iMedPub Journals, 14*(4:4), 1-9. doi:10.3823/1402

Liza, C., & Siancas, C. (2016). Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016. *escuela de posgrado.* Universidad Privada del Norte, Trujillo-Peru. Obtenido de https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10969/Liza%20Soriano%20de%20Silva%20Claudia%20Milsa%20-%20Siancas%20Ascoy%20Cecilia%20de%20Lourdes.pdf?sequence=1&isAllowed=y

López, D. (2018). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy´s de la ciudad de Guayaquil . *sistema de posgrado.* UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, Guayaquil-Ecuador. Obtenido de http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf

Lopéz, D., Alvarez, J., & Hernandez, E. (2017). PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA METODOLOGÍA SERVQUAL: EMPRESA DE SERVICIOS ODONTOLÓGICOS DENT-ORAL, SANTIAGO, REPÚBLICA DOMINICANA. *15th LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education, and Technology: "Global Partnerships for Development and Engineering Education"*, (págs. 1-6). Boca Raton Fl, United States. Obtenido de http://www.laccei.org/LACCEI2017-BocaRaton/student_Papers/SP496.pdf

Lopez, E., Cabrera, Y., Lopez, E., & Puerto, A. (2018). Calidad percibida en servicios de asistencia al adulto mayor . *Medisur, 16*(3), 437- 463. Obtenido de http://scielo.sld.cu/pdf/ms/v16n3/ms12316.pdf

lopez, m. i. (2017). *PLAN ESTRATEGICO Y CALIDAD DE SERVICIO EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO "AMBATO LTDA" AGENCIA CEVALLOS.* Ambato - Ecuador: UNIVERSIDAD REGIONAL AUTONOMA DE LOS ANDES "UNIANDES". Obtenido de https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/7398/1/TUAEXCOMADM010-2017.pdf

Matsumoto, R. (2014). esarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Revista Perspectivas*(34), 181-209. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005&lng=es&tlng=es.

Moreno, L., Peris, F., & Gonzalez, T. (2015). *gestion de la calidad y diseño de organizaciones* (tercera ed.). Madrid, España;: prentice hall.

Moreno, R. (2019). *"EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS DE LA FERRETERÍA ACERO PUYO DE LA CIUDAD DE PUYO".* Puyo, Ecuador: UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES UNIANDES.

Moya, M. V. (21 de abril de 2016). *ESTRATEGIA: CALIDAD DE SERVICIO*. Obtenido de revista logistec : https://www.revistalogistec.com/index.php/scm/estrategia-logistica/item/2278-estrategia-calidad-de-servicio

Muhammad, S., & Ahmed, W. (2019). A Conceptual Paper on SERVQUAL-Framework for Assessing Quality of Internet of Things (IoT) Services. *Sciedu Press , 10*(5), 387-397. Obtenido de https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/2001/2001.01840.pdf

Muñoz, C. (2011). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis.* (segunda ed.). México: PEARSON EDUCACIÓN.

Naik, K., Bhargavi, S., & Prabhakar, G. (2010). Service Quality (Servqual) and its Effect on Customer Satisfaction in Retailing. *European Journal of Social Sciences, 16*(2), 239-251. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Venugopal_Gantasala/publication/292272878_Service_quality_servqual_and_its_effect_on_customer_satisfaction_in_retailing/links/5b3afb8e4585150d23f1e7b4/Service-quality-servqual-and-its-effect-on-customer-satisfaction-in

Núñez, L., & Juárez, J. (2018). ANÁLISIS COMPARATIVO DE MODELOS DE EVALUACIÓN DE CALIDAD EN EL SERVICIO A PARTIR DE SUS DIMENSIONES Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE . *3ciencias, 7*(1), 49-59. doi: http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2018.070133.49-59

Paz, R. (2005). *servicio al cliente: la comunicacion y la calidad del servicio en la atencion del cliente* (primera ed.). España: Ideaspropias Editorial. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=3hovRPM1Di0C&pg=PT32&dq=calidad+de+servicio+al+cliente&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjZl8qT0oDuAhUC1lkKHSvMDt0Q6wEwBnoECAgQAQ#v=onepage&q=calidad%20de%20servicio%20al%20cliente&f=false

Paz, R. (2007). *Atencion al cliente: guia practica de tecnicas y estrategias* (primera ed.). España: Ideaspropias Editorial. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=0yCuHNwXIMIC&pg=PA73&dq=satisfaccion+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiT0t3W54DuAhUi11kKHTwJDx44ChDrATAGegQIBhAB#v=onepage&q=satisfaccion%20del%20cliente&f=false

Perez, V. (2010). *calidad total en la atencion al cliente.* ESPAÑA: Ideaspropias Editorial S. L. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=xXdBBinORegC&printsec=frontcover&dq=calidad+de+servicio+al+cliente&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjZl8qT0oDuAhUC1lkKHSvMDt0Q6wEwBHoECAQQAQ#v=onepage&q=calidad%20de%20servicio%20al%20cliente&f=false

Peter, P., & Olson, J. (2005). *Comportamiento del Consumidor y Estrategia de Marketing* (septima ed.). Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA.

Portocarrero, A. (2016). *la calidad de servicio del area de operaciones y su influencia en la satisfaccion de los socios de la cooperativa de ahorro y credito leon XIII - oficina principal Trujillo 2015.* Trujillo-Perú: Universidad Nacional de Trujillo. Obtenido de https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5289/portocarreronu%C3%B1ez_ana.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Quispe, O., & Maza, W. (2018). Calidad de Servicio y satisfacción del cliente en la empresa G&C MPERIAL CARGO SRL., Cusco, 2017 . *facultad de ciencias empresariales* . Universidad Peruana Union, Lima-Peru. Obtenido de https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1530/Oswaldo_Tesis_Licenciatura_2018.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Ramírez, A. (2017). Servqual o Servperf: ¿otra alternativa? *SINAPSIS revista de investigaciones de la institucion universitaria EAM, 9*(1), 59-63.

Riccio, M., Astudillo, B., & Vega, M. (2019). ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL LIENTE EN UNA AGENCIA DE

TELECOMUNICACIONES. *Revista Compendium: Cuadernos de Economía y Administración, 6*(3), 130-147.

Rivera, S. (2019). La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador . *sistema de posgrado.* Universidad Catolica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil-Ecuador. Obtenido de http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12117/1/T-UCSG-POS-MAE-224.pdf

Roldan, P. (7 de junio de 2016). *restriccion presupuestaria* . Obtenido de economipedia: https://economipedia.com/definiciones/restriccion-presupuestaria.html

Rosales, J. (2000). *Elementos de Microeconomia.* EUNED Editorial Universidad Estatal a Distancia. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=62gNCThG6EwC&oi=fnd&pg=PA11&dq=+microeconomia&ots=JeZABeyaU2&sig=i5xKXNiOEfnHIpUpm7Xl_28446M#v=onepage&q=microeconomia&f=false

Salazar, W., & Cabrera, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador. *Industrial Data, 19*(2), 13-20. doi:1560-9146

Sánchez, M., & Sánchez, M. (2016). Medición de la calidad en el servicio, como estrategia para la competitividad en las organizaciones. *Journal of Economic Literature (JEL).*, 110-117. Obtenido de https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/03/11CA201602.pdf

Solomon, M. (2008). *Comportamiento del consumidor* (septima ed.). Mexico: Pearson Educacion.

Solorzano, G., & Aceves, J. (2013). IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LAS EMPRESAS. *EL BUZON DE PACIOLI*(82).

Thompson, I. (05 de enero de 2021). Obtenido de promonegocios. net.: https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html

Torres, M., & Vásquez, C. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. *Compendium*, *18*(35), 57-76. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/880/88043199005.pdf

Ucria Chavez, D. (2017). *calidad de servicio y la satisfaccion de los clientes de la empresa de transporte AVE FENIX " EMTRAFESA" S.A.C - PACASMAYO 2017*. Trujillo- Perú: Universidad nacional de trujillo .

Vallejo, L. (2016). *marketing en productos y servicios.* Riobamba, Ecuador: Instituto de Investigaciones. Obtenido de http://cimogsys.espoch.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-17-224443-marketing%20en%20productos%20y%20servicios-comprimido.pdf

Varo, J. (1994). *gestion estrategica de la calidad en los servicios sanitarios* . Madrid: Diaz de Santos, S.A.

Vavra, t. (2002). *como medir la satisfaccion del cliente segun el ISO 9001:2000* (segunda ed.). España: Fundacion Confemetal. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=HGy1eJxZVJkC&printsec=frontcover&dq=satisfaccion+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi6p4CJ5YDuAhXFtlkKHVcNA_AQ6wEwA3oECAUQAQ#v=onepage&q=satisfaccion%20del%20cliente&f=false

Verdu, C. (20 de Marzo de 2013). *clientelandia.* Obtenido de 13 CARACTERÍSTICAS PERSONALES PARA EL ÉXITO EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE.: https://clientelandia.wordpress.com/2013/03/20/13-caracteristicas-personales-para-el-exito-en-la-atencion-al-cliente/

Villalba, C. (2013). La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades. *Punto de Vista*, *4*(7), 51-72.

Yovera, C., & Rodríguez, J. (2018). EL MODELO SERVQUAL EN LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS CENTRALES AZUCAREROS. *" Teorias, Enfoques y aplicaciones en las Ciencias Sociales"*, 26-38.

Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. Madrid, España: Ediciones Diaz de Santos, S.A.

XIII.-

ANEXOS

Anexo 1

Estructura del artículo científico

TÍTULO

CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR FERRETERO, CIUDAD DE PUERTO LÓPEZ

AUTORES: Andy Iván Lucas Choéz [1]
Jonás Sneider Calle García [2]

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: lucas-andy6335@unesum.edu.ec
Fecha de recepción:
Fecha de aceptación:

RESUMEN

El presente estudio de investigación cuyo objeto la calidad de servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero, ciudad de Puerto López; tuvo como objetivo general determinar la incidencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en el sector ferretero de la ciudad de puerto López. Mediante metodología de investigación descriptivo-no experimental desde un enfoque cualitativo empleando los métodos inductivo e hipotético deductivo de diseño transversal e investigación de campo empleando la encuesta (SERVQUAL) a una muestra de 372 clientes y la entrevista a tres administradores-dueños de las diferentes empresas del sector ferretero de la ciudad de puerto López, De acuerdo con los resultados obtenidos, SERVQUAL demostró que las percepciones del cliente se encuentran insatisfecha mientras que las expectativas del mismo se encuentran satisfecha o complacida, y respecto al FODA se evidencia un mercado objetivo creciente e instalaciones propias con una ubicación adecuada para la comercialización. En conclusión, el sector ferretero de la ciudad de Puerto López se encuentra insatisfecho, lo que se recomienda a los dueños-administradores de las diferentes empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López que adopten teorías de satisfacción al cliente que más les convenga de acuerdo a las características de su empresa
Palabras claves: Calidad de Servicio, Modelo SERVQUAL, Dimensiones, FODA

[1] Carrera Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Manabí, Ecuador. lucas-andy6335@unesum.edu.ec. https://orcid.org/0000-0001-9199-0027

[2] Máster en Administración de Empresas, Docente de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, Ecuador. jonas.calle@unesum.edu.ec https://orcid.org/0000-0002-6244-0314

INTRODUCCIÓN

La calidad de servicio en una empresa permite a la misma a ser sostenible en el tiempo ya que esta involucra a la satisfacción como efecto, la calidad de servicio radica en prestar una atención personalizada la cual tiene sustento en cinco dimensiones de la calidad: confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles, que son índices que se evalúan antes (expectativas) y después (percepciones) de prestar el servicio al cliente, de acuerdo a este contraste se determina si el cliente se siente satisfecho de manera que las percepciones deben ser mayor que las expectativas que posee el cliente.

El problema de investigación radica en demostrar de qué manera la calidad de servicio incide en la satisfacción del cliente en el sector ferretero, ciudad de Puerto López. Mediante la investigación establecida, permite cumplir con el objetivo principal que es determinar la incidencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en el sector ferretero, ciudad de Puerto López.

El objeto de investigación es la calidad de servicio en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López, debido que al ser un sector económico altamente congruente de la ciudad de Puerto López, estas empresas deben procurar brindar al cliente una experiencia de compra satisfactoria como valor agregado o como característica diferenciadora, para así obtener clientes satisfecho, fidelizados o leales; por tanto, es necesario conocer, ¿De qué manera la calidad de servicio incide en la satisfacción del cliente en el sector ferretero, ciudad de Puerto López? Y como estas empresas las llevan a cabo las estrategias de calidad de servicio que prestan al cliente.

Mediante la metodología de tipo descriptiva por un método cualitativo, que de acuerdo con los resultados obtenidos nos permitió describir las percepciones del cliente de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López ante las expectativas que posee de esta, además es no experimental debido que se observó la calidad de servicio que prestan estas empresas y el efecto que tiene en la satisfacción del cliente tal y como se dan en su entorno natural para después analizarlos, además se emplearon los métodos inductivo e hipotético-deductivo para la generación de conocimiento, de corte transversal, además se empleó la investigación de campo donde se aplicaron las técnicas de recopilación de datos como la entrevista a través del cuestionario SERVQUAL a una muestra de edades de 18 a 59 años que aborda los 372 encuestados y la entrevista a 3 administradores-dueños de las diferentes empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López.

Por lo tanto es necesario brindar a los clientes servicios de alta calidad como valor agregado o como característica diferenciadora para tener clientes fidelizados o satisfechos, en este caso, la industria Ferretera en Puerto López que comprende “LA FERRETERÍA Y PINTURAS LINO”, “FERRETERÍA Y PINTURAS CANTOS” Y “FRANQUICIA DISENSA”, es necesario determinar cuan satisfechos o insatisfecho se encuentra el cliente respecto al servicio

que brinda este sector económico de la ciudad de Puerto López al confrontar las expectativas que posee del servicio de las percepciones del servicio brindado mediante la calidad de servicio, y que estas empresas deben considerar cumplir y / o superar las expectativas de los clientes a fin de obtener clientes satisfechos y leales.

Mediante esta investigación se justifica los procesos que deben ser mejorados en términos de calidad de servicio en relación a la satisfacción del cliente porque el valor percibido por los clientes marca la diferencia entre la realidad y las expectativas, por lo tanto, los propietarios deben prevenir riesgos y capacitar a los empleados para prever situaciones negativas y convertirlas en positivas posteriormente tomar las correctas decisiones para crear relaciones a largo plazo con los clientes.

Con finalidad de fundamentar la investigación, se analizarán las variables de estudio las cuales son la calidad de servicio y satisfacción al cliente; es decir, desde el enfoque administrativo, esta investigación se realizó en base a "La teoría del consumidor".

Según Rosales (2000) cuando hablamos de la demanda individual o de mercado nos referimos al comportamiento de los consumidores por lo que se hace necesario conocer quiénes son los consumidores" (pág. 141).

De la misma manera Solomon (2008), afirma que

> Un consumidor es una persona que identifica una necesidad o un deseo realiza una compra y luego desecha el producto, por lo tanto, el comportamiento del consumidor abarca los pensamientos y sentimientos que experimentan las personas, así como las acciones que emprenden en los procesos de consumo (pág. 5).

En este contexto, "el individuo debe tener un comportamiento racional de tal forma que, conociendo los bienes, los precios y su ingreso siempre buscará obtener la máxima satisfacción posible dadas sus limitaciones". (Rosales, 2000, pág. 143).

De acuerdo con, (Cervantes, Caro, Pérez, Alzamora, & Vela, 2016), "cuando nos referimos a las preferencias del consumidor estamos hablando de sus gustos o predisposición para adquirir cierta clase de bienes y/o servicios [...]" (pág. 37). Por tanto, las preferencias del consumidor tienen su fundamento en los gustos personales de cada persona en relación a su estilo de vida de modo que para la adquisición de ciertos bienes y o servicios el consumidor se encuentra en una brecha de elección entre sus gustos y la predisposición entre precios de dichos bienes y/o servicios e ingresos para su adquisición.

Concepto de calidad de servicio.

La calidad del servicio como estrategias competitivas incide en la plena satisfacción de sus clientes, esta satisfacción es crucial para que los clientes continúen consumiendo sus productos o servicios, por lo tanto, (Ganga, Alarcón, & Pedraja, 2019) afirman que:

La calidad de los servicios es más difícil de evaluar que la calidad de los bienes ya que la ausencia de evidencia o elementos tangibles obliga a los usuarios a depender de otros elementos es por esto qué poseer un conocimiento profundo sobre las expectativas del cliente Qué es vital para los proveedores de servicios debido a que saber lo que espera el usuario es el primer paso y posiblemente el más crítico para brindar un servicio de buena calidad (pág. 670).

Definición de calidad de servicios.

(Matsumoto, 2014) argumenta que, "la calidad en el servicio se define como el resultado de un proceso de evaluación donde el consumidor compara sus expectativas frente a sus percepciones". (págs. 184-185), y la percepción de la calidad varía de un cliente a otro sin embargo se ha convertido en un factor decisivo en la decisión de compra. (Riccio, Astudillo, & Vega, 2019, pág. 132).

Factores para determinar la calidad del servicio

Raei (2013), citado en, (Coronel, Basantes, & Vinueza, 2019), estima que para determinar calidad del servicio es necesario identificar los siguientes puntos:

- Capacidad de brindar servicios correctos oportunos y fiables
- Capacidad de responder rápidamente a los problemas y quejas de los clientes y aumentar la velocidad de los servicios
- Crear confianza en los clientes tener suficientes habilidades profesionales y calificaciones
- Prestar atención y respeto a la dignidad humana en los comportamientos
- Apariencia limpia y ordenada para elementos tangibles Cómo instalaciones y vestimenta para el personal.

En definitiva, la calidad del servicio es la percepción que tiene el cliente de las expectativas específicas de un servicio es decir es aquella actividad de un conjunto de prestaciones que relaciona a la empresa con el cliente.

Modelos teóricos de evaluación de la calidad de servicio.

De acuerdo con (Duque), "la calidad del servicio, se agrupan alrededor de 2 escuelas: la escuela norteamericana liderada por Parasuraman y la escuela nórdica liderada por Gronroos. (2005, pág. 64), en definitiva, se mostrarán dos modelos teóricos que nos facilitaran la

evaluación de la calidad de servicio, los mismo que formaran parte de la base teórica requerida para desarrollar la investigación.

Modelo Nórdico

"El modelo nórdico también llamado modelo de la imagen se encarga de relacionar la calidad con la imagen corporativa teniendo en cuenta que dice imagen puede determinar aquello que se espera del servicio prestado por una organización". (Villalba, 2013, pág. 60).

De acuerdo con, (Berdugo, Barbosa, & Prada, 2016), la escuela nórdica está en función de:

> La calidad técnica (corresponde al soporte físico los medios materiales la organización interna en conclusión lo "que" el consumidor recibe), calidad funcional (la forma en que el consumidor es tratado en el desarrollo del proceso de prestación del servicio en conclusión el "cómo" se recibe) e Imagen corporativa (la forma en que los clientes perciben la organización) (pág. 213).

Modelo SERVQUAL

La escuela americana de Parasuraman, Zeithaml y Berry se ha denominado SERVQUAL […], que proporciona información detallada sobre; opiniones del cliente sobre el servicio de las empresas, comentarios y sugerencias de los clientes de mejoras en ciertos factores e impresiones de los empleados con respecto a la expectativa y percepción de los clientes. (Matsumoto, 2014, pág. 185)

Para, (Villalba, 2013), "SERVQUAL se le considera una de las medidas más populares de la calidad del servicio, este instrumento mide la calidad del servicio como diferencia entre las percepciones y las expectativas de los usuarios de los servicios". (pág. 63).

Desde otro punto de vista, (Ramírez, 2017) considera que:

> SERVQUAL se aplica a través de dos encuestas compuestas de 22 preguntas cada una con el fin de medir percepciones (cuestionario 1) y expectativas (cuestionario 2) acerca de cinco dimensiones: tangibilidad (preguntas de 1 a la 4), fiabilidad (preguntas de las 5 a la 9), capacidad de respuesta (preguntas de la 10 a la 13), seguridad (preguntas de la 14 a la 17), empatía (preguntas de la 18 a la 22). Los cuestionarios se miden a través de escalas de la Likert de 7 puntos. Lo anterior con el fin de encontrar las diferencias que existen entre la percepción del prestador del servicio y la expectativa del cliente. (pág. 61).

Además, (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1993), distinguen y enfatizan cuatro factores claves que son los factores moderadores que afectan las expectativas del cliente.

- **comunicación boca a boca:** lo que los usuarios se escuchan de otros usuarios constituye uno de los factores potenciales en la determinación de sus expectativas sobre el servicio
- **necesidades personales:** las expectativas de los usuarios muestran variaciones dependiendo de sus características y circunstancias individuales, lo que, hasta cierto punto, pueden condicionar sus expectativas
- **experiencias:** las experiencias que el usuario ha tenido con el servicio pueden influir en el nivel de expectativas del cliente
- **comunicación externa:** la comunicación externa de los proveedores del servicio juega un papel clave en la conformación de las expectativas del cliente.

Con base en, (Arciniegas & Mejias, 2017), el modelo integra 5 dimensiones:

- **capacidad de respuesta:** disposición del personal para prestar ayuda y servicio rápido a los usuarios
- **fiabilidad:** definida como la prestación del servicio prometido de modo adecuado y estable en el tiempo
- **empatía:** capacidad para entender la perspectiva del usuario
- **seguridad:** atención y habilidades expuestos por los empleados para inspirar confianza y credibilidad
- **elementos tangibles:** representa la apariencia de las instalaciones físicas equipos personal y materiales de comunicación (pág. 29).

Satisfacción del cliente: Definición

Según, (Kotler & Keller, 2012), afirma que, la satisfacción es el conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comparar el valor percibido en el uso de un producto o servicio. (pág. 125)

De acuerdo con, (Kotler & Armstrong, Fundamentos de marketing, 2013), la satisfacción del cliente

Depende del desempeño percibido de un producto en relación a las expectativas del comprador, si el desempeño de un producto es inferior a las expectativas, el cliente queda insatisfecho, si el desempeño es igual a las expectativas, el cliente estará satisfecho, si el desempeño es superior a las expectativas, el cliente estará muy satisfecho e incluso encantado (pág. 14).

Elementos de la satisfacción del cliente

Beneficio percibido: es el valor de la calidad del producto o servicio que el cliente recibe una vez que constata directamente cando lo adquiere, eso determina su grado de satisfacción e insatisfacción por los resultados obtenidos.

Beneficio esperado: los clientes esperan del producto o servicio que sea bueno, eficiente y de calidad, que permita que el valor que paga por este producto o servicio este acorde con el beneficio recibido. Las expectativas vienen por le oír de personas, amigos, familiares, compañeros, la publicidad hablada, escrita o televisada, quienes se encargan de crear en la mente de las personas cierto grado de expectativa sobre un determinado producto o servicio. (Moreno R. , 2019)

Estados de satisfacción del cliente

Desconfirmación positiva de expectativas: se origina cuando el consumidor que en un principio genera unas expectativas de funcionamiento pre compre (antes de usar el bien) y que luego de utilizar el bien genera percepciones de funcionamiento pos compra (después de usar el bien), decide dentro del nivel de expectativas cubiertas que el producto adquirido sobrepaso las expectativas esperadas y esto origina un grado de satisfacción positivo en el cliente.

Confirmación de expectativas: este modelo concibe la satisfacción como el resultado o contraste entre la realidad percibida por el individuo y algún tipo de estándar de comparación de expectativas o de normas basadas en la experiencia.

Desconfirmación negativa de expectativas: se da cuando el bien a utilizar por parte del comprador no cumple con las expectativas mínimas esperadas y eso genera una pobre percepción de la satisfacción del producto utilizado en el cliente. En esta situación hay que tomar en consideración que puede darse el caso que el cliente puede haber tenido muy altas las perspectivas del producto o servicio y al no cumplirlas se genera esta desconfirmación negativa. (Haro, 2016).

Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

- El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar el producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos o servicios adicionales en el futuro. (Kotler & Armstrong, 2013, págs. 10-11)
- El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos. (Kotler & Armstrong, 2013, págs. 10-11)

- El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado. (Kotler P. , 2001, págs. 40-41)

Teóricos sobre la naturaleza de satisfacción del cliente.

Modelo de satisfacción del cliente de KANO.

Para, (Haro, Córdova, & Chong Qui, 2016), señalan que el modelo de satisfacción de KANO

Se centra en que la satisfacción del cliente depende por completo de la capacidad que tiene la empresa tiene la empresa de generar su producto o servicio basándose en que no todas las características de un producto o servicio produce la misma satisfacción en el cliente, sino que algunas de ellas contribuyen en mayor grado a generar una mayor fidelidad. (pág. 151)

Modelo de satisfacción de expectativas: desconfirmación versus calidad percibida.

Para, (Huayamave, Haro, & Cordova, 2015) , afirman que el modelo de satisfacción de expectativas: desconfirmación versus calidad percibida, "la satisfacción de un cliente está dada por el uso del bien o servicio y será concebida como algo emocional que fomentará el vínculo entre el rendimiento y la posterior conducta del cliente". (pág. 61)

Teoría de la desconfirmación.

Para, (Huayamave, Haro, & Cordova, 2015), manifiestan que la teoría de la desconfirmación, "la satisfacción del consumidor está ligada con el grado y la dirección de experiencias de desconfirmación de las expectativas del producto o servicio consumido y relaciona este paradigma con el nivel de expectativa de cada individuo". (pág. 61)

Teoría de la atribución Causal.

Para, (Álvarez, Villamarín, & Cejas, 2018), establecen que la teoría de la atribución causal, "Se basa en el hecho de que los clientes asignarán el éxito o el fracaso a la hora de realizar una adquisición o compra, y la satisfacción se verá afectada por factores internos (como la percepción del consumidor) y factores externos (como la dificultad en la compra)". (pág. 63)

METODOLOGÍA

La presente investigación denominada la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el sector ferretero ciudad de Puerto López, se enmarca desde un enfoque cualitativo puesto que la investigación se recabó información no cuantificable basada en Las observaciones de las conductas para su posterior interpretación. El método hipotético deductivo que fue utilizado a partir de la observación de casos particulares se plantea un problema que remite a una teoría a partir del marco teórico y se fórmula una hipótesis mediante un razonamiento deductivo que posteriormente se intenta validar empíricamente.

El desarrollo de esta investigación tuvo un alcance descriptivo qué consistió en la caracterización de un hecho o fenómeno individuo o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento, se diseñó de manera no experimental lo que se realizó es observar fenómenos tal y como se dan en su entorno natural para después analizarlos, por lo consiguiente, se utilizó el diseño transversal que nos permitió recolectar datos en un solo momento en un tiempo único, como también, la investigación de campo qué consistió en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados o de la realidad donde ocurren los hechos datos primarios sin manipular o controlar variable alguna.

RESULTADOS

Entre las diferentes actividades económicas de la ciudad de puerto López el sector que más destaca después de la industria de consumo de primera necesidad y de la pesca, es la venta de bienes e insumos ferreteros como es el sector ferretero de la ciudad de Puerto López que comprende "La Ferretería y Pinturas Lino", "Ferretería y Pinturas Cantos" y "Franquicia DISENSA", y al ser un sector de alta congruencia de comercio desde el punto de vista económico las empresas de naturaleza privada como son las empresas del sector ferretero de la ciudad de puerto López, buscan tener mayor participación de mercado, generar utilidades o riquezas, tener clientes fidelizados o satisfecho tanto de bienes como de servicios lo que en efecto se produce procurando brindar al cliente una experiencia de compra satisfactoria como valor agregado.

Se realizó una serie de preguntas mediante el modelo SERVQUAL herramienta que nos facilitará conocer el nivel de satisfacción del cliente mediante dos cuestionarios: el primero de expectativa y el segundo de percepciones de 21 preguntas seccionadas en 5 dimensiones que abarca el área de atención al cliente como lo es responsabilidad confiabilidad seguridad empatía y elementos tangibles a través de la diferencia entre expectativas y percepciones del cliente del servicio que prestan.

De los cuales obtuvimos los siguientes resultados, que nos posibilitará establecer como incide la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López ("FERRETERIA Y PINTURAS LINO", "FERRETERIA Y PINTURAS CANTOS Y "FRANQUICIA DISENSA") mediante el Análisis de la Brecha del Servicio de cada criterio de SERVQUAL, para el análisis de brechas del servicio se requiere calcular los promedios de cada criterio por cada componente del modelo SERVQUAL tanto de expectativas como de las percepciones.

FERRETERIA Y PINTURAS LINO			
Dimensión	percepción	expectativa	brecha
Confiabilidad			
Pregunta #1	2,94	3,21	-0,27
Pregunta #2	2,89	3,05	-0,17
Pregunta #3	2,89	3,01	-0,12
Pregunta #4	2,99	3,13	-0,14
Pregunta #5	2,90	2,88	0,02
total	**2,92**	**3,06**	**-0,14**
responsabilidad			
Pregunta #6	2,96	2,94	0,02
Pregunta #7	2,78	3,03	-0,25
Pregunta #8	3,03	3,17	-0,14
total	**2,92**	**3,05**	**-0,12**
seguridad			
Pregunta #9	3,01	2,95	0,06
Pregunta #10	3,04	3,03	0,01
Pregunta #11	2,90	3,00	-0,10
Pregunta #12	2,84	3,04	-0,20
total	**2,95**	**3,00**	**-0,06**
empatía			
Pregunta #13	2,78	3,07	-0,29
Pregunta #14	3,08	2,99	0,09
Pregunta #15	3,01	3,08	-0,06
Pregunta #16	2,89	2,96	-0,07
total	**2,94**	**3,02**	**-0,08**
elementos tangibles			
Pregunta #17	3,06	2,97	0,09
Pregunta #18	2,88	3,19	-0,31
Pregunta #19	3,13	3,12	0,01
Pregunta #20	3,01	2,97	0,05
Pregunta #21	2,88	3,10	-0,22
total	**2,99**	**3,07**	**-0,08**
total, general	**2,95**	**3,04**	**-0,10**

Como podemos observar las expectativas son superiores a las percepciones, es decir, la calidad del servicio incide en la satisfacción del cliente de manera negativa en los clientes de la ferretería y pinturas Lino.

FERRETERIA Y PINTURAS CANTOS			
Dimensión	percepción	expectativa	brecha
confiabilidad			
Pregunta #1	3,02	3,21	-0,20
Pregunta #2	2,86	3,05	-0,19
Pregunta #3	2,84	3,01	-0,17
Pregunta #4	3,25	3,13	0,12
Pregunta #5	2,90	2,88	0,02
total	**2,97**	**3,06**	**-0,08**
responsabilidad			
Pregunta #6	3,06	2,94	0,12
Pregunta #7	3,02	3,03	0,00
Pregunta #8	2,90	3,17	-0,28
total	**2,99**	**3,05**	**-0,05**
seguridad			
Pregunta #9	2,97	2,95	0,02
Pregunta #10	2,90	3,03	-0,13
Pregunta #11	3,13	3,00	0,13
Pregunta #12	2,85	3,04	-0,19
total	**2,96**	**3,00**	**-0,05**
empatía			
Pregunta #13	3,01	3,07	-0,06
Pregunta #14	2,95	2,99	-0,03
Pregunta #15	2,90	3,08	-0,18
Pregunta #16	2,95	2,96	-0,01
total	**2,95**	**3,02**	**-0,07**
elementos tangibles			
Pregunta #17	3,01	2,97	0,04
Pregunta #18	3,00	3,19	-0,19
Pregunta #19	3,15	3,12	0,03
Pregunta #20	2,90	2,97	-0,07
Pregunta #21	3,00	3,10	-0,10
total	**3,01**	**3,07**	**-0,06**
total, general	**2,98**	**3,04**	**-0,06**

Como es evidente las expectativas del cliente son mayores a las percepciones que posee el cliente, en otras palabras, la calidad del servicio índice negativamente en la satisfacción del cliente de la ferretería y pinturas cantos.

FRANQUICIA DISENSA S.A.			
Dimensión	percepción	expectativa	brecha
confiabilidad			
Pregunta #1	3,16	3,21	-0,05
Pregunta #2	2,97	3,05	-0,08
Pregunta #3	2,84	3,01	-0,17
Pregunta #4	2,96	3,13	-0,16
Pregunta #5	3,02	2,88	0,14
total	**2,99**	**3,06**	**-0,07**
responsabilidad			
Pregunta #6	2,84	2,94	-0,10
Pregunta #7	2,98	3,03	-0,05
Pregunta #8	3,18	3,17	0,01
total	**3,00**	**3,05**	**-0,05**
seguridad			
Pregunta #9	3,08	2,95	0,13
Pregunta #10	2,70	3,03	-0,33
Pregunta #11	2,92	3,00	-0,08
Pregunta #12	3,05	3,04	0,01
total	**2,93**	**3,00**	**-0,07**
empatía			
Pregunta #13	2,91	3,07	-0,17
Pregunta #14	2,73	2,99	-0,26
Pregunta #15	3,25	3,08	0,18
Pregunta #16	2,91	2,96	-0,05
total	**2,95**	**3,02**	**-0,07**
elementos tangibles			
Pregunta #17	2,84	2,97	-0,13
Pregunta #18	3,20	3,19	0,01
Pregunta #19	2,98	3,12	-0,14
Pregunta #20	3,02	2,97	0,05
Pregunta #21	3,09	3,10	-0,01
total	**3,03**	**3,07**	**-0,04**
total, general	**2,98**	**3,04**	**-0,06**

Las expectativas de los clientes de la franquicia Disensa son superiores a las percepciones de la misma, por tanto, la calidad del servicio que presta esta empresa incide negativamente en la satisfacción del cliente.

Por ende, el nivel de satisfacción del cliente en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López se establecen de la siguiente manera:

RP-E=NS

Donde

RP=Rendimiento percibido

E=Expectativas

NS=Nivel de satisfacción

FERRETERIA Y PINTURAS LINO

(RP)2,98 – (E)3,04 = -0,10 = (NS) insatisfactorio

FERRETERIA Y PINTURAS CANTOS

(RP)2,98 – (E)3,04 = -0,06 = (NS) insatisfactorio

FRANQUICIA DISENSA

(RP)2,98 – (E)3,04 = -0,06 = (NS) insatisfactorio

Por tanto, el nivel de satisfacción del cliente en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López es insatisfactorio que se calcula mediante la posterior formula donde nivel de satisfacción es igual a rendimiento percibido menos expectativas.

DISCUSIÓN

De acuerdo con (lopez, 2017) , en su trabajo de investigación de tesis titulada "Plan Estratégico y Calidad de Servicio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito "AMBATO LTDA." AGENCIA CEVALLOS" donde se concluyó que:

- Mediante el formato de diagnóstico (FODA) se analizó los elementos externos e internos de la cooperativa de Ahorro y Crédito "AMBATO" Ltda. Agencia Cevallos, donde se estableció que existe debilidades preocupantes que afectan en el bajo porcentaje de capacitación al personal, deficiente calidad de servicios para el cliente.

Para, (bravo & herrera , 2017) , de acuerdo al diagnóstico situacional de la tesis titulada "propuesta de un plan estratégico para la compañía de transporte carga pesada TRANSCALSA S.A. ciudad de Portoviejo periodo 2017 – 2021, concluyó que:

- Se procedió a determinar el diagnostico interno obteniendo como resultado que no tiene una planificación estratégica, tampoco cuenta con objetivos claros. El diagnostico externo se destacó la falencia de los factores políticos, económico, social, entre otros, determinando sus amenazas y oportunidades en el mercado del transporte de carga pesada.

De acuerdo a las distintas investigaciones citadas previamente se coinciden con los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación puesto que al realizar un diagnóstico situacional de la calidad del servicio en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López se evidenció que, la calidad del servicio en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López se basa en la resolución de conflictos como estrategia de calidad de servicio para la buena interrelación entre clientes teniendo un alto porcentaje de aceptación por parte de los propietarios para su aplicación.

CONCLUSIONES

Mediante la aplicación de la matriz FODA se posibilito conocer la situación actual de la calidad de servicio del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, en la cual se identificaron sus características internas donde se especifican las fortalezas y debilidades, además, de su situación externa precisando sus oportunidades y amenazas que en conjunto fueron imprescindibles para poner en marcha una adecuada y correcta toma de decisiones en función a la mejora de la calidad del servicio dentro de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López.

En el sector ferretero de la ciudad de Puerto López no emplean estrategias de marketing enfocada a la calidad del servicio debido al desconocimiento de este tema que guarda relación directa a la satisfacción del cliente, causa que desconocen los administradores-dueños de las diferentes empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, por lo que no tienen un control estricto, riguroso y apropiado sobre la actividad principal de la empresa, lo que les imposibilita crecer de manera económica y de mercado.

Para que las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, si desean lograr una mayor participación de mercado y crecimiento dentro y fuera de la ciudad de Puerto López, deben considerar la satisfacción del cliente como un indicador de lealtad o reconocimiento del cliente a la empresa para que los administradores-dueños consideren todas las sugerencias, quejas, reclamos y ciertos tipos de actitudes negativa de los clientes que afecte el nivel de satisfacción del cliente.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, J., Villamarín, S., & Cejas, M. (2018). CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI. *MEMORALIA*(16), 61-70. Obtenido de http://www.postgradovipi.50webs.com/archivos/memoralia/2018-II/memo8.pdf

Arciniegas, J., & Mejias, A. (2017). PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS PRESTADOS POR LA UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA CON BASE EN LA ESCALA SERVQUALING, CON ANÁLISIS FACTORIAL Y ANÁLISIS DE REGRESIÓN MÚLTIPLE. *COMUNI@CCION: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, *8*(1), 26-36. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/4498/449852109003.pdf

Arias, F. (2012). *El proyecto de investigacion: introduccion a la metodologia cientifica.* Caracas: EDITORIAL EPISTEME, C.A.

Baena, G. (2017). *Metodología de la INVESTIGACIÓN* (tercera ed.). Mexico: Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V. Obtenido de http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf

Berdugo, C., Barbosa, R., & Prada, L. (2016). Variables relevantes para la medición de la calidad percibida del servicio bancario. *DYNA*, *83*(197), 212-221. Obtenido de http://www.scielo.org.co/pdf/dyna/v83n197/v83n197a28.pdf

bravo, e. g., & herrera , m. f. (2017). *PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE CARGA PESADA TRANSCALSA S.A. CIUDAD DE PORTOVIEJO PERÍODO 2017-2021*. calceta - Ecuador: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ. Obtenido de http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/717/1/TAE103.pdf

Cervantes, L., Caro, A., Pérez, G., Alzamora, F., & Vela, S. (2016). *FUNDAMENTOS DE MICROECONOMÍA: teoria y practica.* Lima: Fondo Editorial de la UIGV. Obtenido de http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/426/fundamentos%20de%20microeconomia.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Coronel, J., Basantes, R., & Vinueza, A. (2019). Un estudio de la calidad del servicio en restaurantes de mariscos (Ecuador). *Revista Espacios, 40*(7), 9. Obtenido de http://www.revistaespacios.com/a19v40n07/a19v40n07p09.pdf

Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales.*, 64-80. Obtenido de http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v15n25/v15n25a04.pdf

Escudero, C., & Cortez, L. (2018). *Tecnicas y Metodos cualitativos para la investigacion cientifica.* Machala: Ediciones UTMACH. Obtenido de http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12501/1/Tecnicas-y-MetodoscualitativosParaInvestigacionCientifica.pdf

Espinoza, E., & Toscano, D. (2015). *Metodología de Investigación Educativa y Técnica* (Primera ed.). Machala: Ediciones utmach, universidad técnica de machala.

Ganga, F., Alarcón, N., & Pedraja, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt - Chile. *Revista chilena de ingeniería, 27*(4), 668-681. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/pdf/ingeniare/v27n4/0718-3305-ingeniare-27-04-668.pdf

Haro, F. (2016). Modelos de satisfacción: fundamentación teórica y criterios de aplicación. *INNOVA Research Journal, 1*(10), 145-155. doi:https://doi.org/10.33890/innova.v1.10.2016.64

Haro, F., Córdova, N., & Chong Qui, T. (2016). Modelos de satisfacción: fundamentación teórica y criterios de aplicación. *INNOVA Research Journal, 1*(10), 145-155. doi:https://doi.org/10.33890/innova.v1.10.2016.64

Huayamave, G., Haro, F., & Cordova, N. (2015). MODELOS DE SATISFACCIÓN: UNA ALTERNATIVA VIABLE PARA MEJORAR LA RELACION CON LOS CLIENTES. *GACETA SANSANA*, 58-74. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/312529511_MODELOS_DE_SATISFACCION_UNA_ALTERNATIVA_VIABLE_PARA_MEJORAR_LA_RELACION_CON_LOS_CLIENTES

Kotler, P. (2001). *DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA* (octava ed.). Mexico: Pearson Educacion.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing* (Decimoprimera ed.). Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.

Kotler, P., & Keller, K. (2012). *direccion de marketing* (Decimocuarta ed.). Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.

lopez, m. i. (2017). *PLAN ESTRATEGICO Y CALIDAD DE SERVICIO EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO "AMBATO LTDA" AGENCIA CEVALLOS.* Ambato - Ecuador: UNIVERSIDAD REGIONAL AUTONOMA DE LOS ANDES "UNIANDES". Obtenido de https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/7398/1/TUAEXCOMADM010-2017.pdf

Matsumoto, R. (2014). esarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Revista Perspectivas*(34), 181-209. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005&lng=es&tlng=es.

Moreno, R. (2019). *"EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS DE LA FERRETERÍA ACERO PUYO DE LA CIUDAD DE PUYO".* Puyo, Ecuador: UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES UNIANDES.

Peter, P., & Olson, J. (2005). *Comportamiento del Consumidor y Estrategia de Marketing* (septima ed.). Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA.

Ramírez, A. (2017). Servqual o Servperf: ¿otra alternativa? *SINAPSIS revista de investigaciones de la institucion universitaria EAM, 9*(1), 59-63.

Riccio, M., Astudillo, B., & Vega, M. (2019). ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL LIENTE EN UNA AGENCIA DE TELECOMUNICACIONES. *Revista Compendium: Cuadernos de Economía y Administración, 6*(3), 130-147.

Rosales, J. (2000). *Elementos de Microeconomia.* EUNED Editorial Universidad Estatal a Distancia. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=62gNCThG6EwC&oi=fnd&pg=PA11&dq=+microeconomia&ots=JeZABeyaU2&sig=i5xKXNiOEfnHIpUpm7Xl_28446M#v=onepage&q=microeconomia&f=false

Solomon, M. (2008). *Comportamiento del consumidor* (septima ed.). Mexico: Pearson Educacion.

Villalba, C. (2013). La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades. *Punto de Vista, 4*(7), 51-72.

Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. Madrid, España: Ediciones Diaz de Santos, S.A.

Anexo 2

Entrevista al sr/a. Administrador/a-dueño/a de la ferretería y pinturas lino.
Entrevistado/a: Adm. Rosario Plúa

1.- ¿Cuántos años tiene en el mercado?
R: En el mercado Puerto lopenece tenemos 23 años

2.- ¿Realiza publicidad para dar a conocer la empresa? ¿De qué tipo?
R: Se realiza publicidad por redes sociales

3.- ¿Capacita a su personal para llevar a cabo sus metas?
R: En ciertas ocasiones se les brinda charlas en relación al negocio y nuevos productos

4.- ¿su empresa cuenta con sistema de tecnologías de vanguardia? ¿De qué tipo?

R: Si, se cuenta con un sistema de inventarios

5.- ¿su empresa ofrece diversidad y variedad de productos? ¿comercializa productos importados?

R: Se cuenta con infinidad se productos de todas las marcas acorde al bolsillo del consumidor

6.- ¿Cuáles son sus principales proveedores?

R: Nuestros proveedores son todos los fabricantes de productos ferretero como importadora MG, ecuaimeo, remedo, entre otros

7.- ¿su empresa ofrece acceso visual a todos los productos que posee en stock?

R: En cierta proporción pequeña debido que se utiliza el espacio para almacenar los productos

8.- ¿los clientes pueden realizar sus compras a crédito?

R: Normalmente no debido a la inseguridad y la morosidad y pérdida de clientes

9.- ¿su empresa ofrece descuentos al cliente?

R: Se les ofrece descuentos a las compras al x mayor con un descuento del 10%

10.- ¿su empresa posee un sistema de atención al cliente?

R: No se cuenta con un sistema para la atención al cliente, pero solucionamos algún problema que surja por la compra

11.- ¿qué factores toman en cuenta para satisfacer las necesidades del cliente?

R: Servicio a domicilio, recepción de pedidos por WhatsApp, solución y previsión de problemas entorno a las compras

12.- ¿cuál considera que son los mayores problemas que enfrentan como empresa?

R: No contamos con créditos de compra, aumento del desempleo y pobreza, la pandemia del COVID 19

13.- ¿Cuáles son las oportunidades que considera que tiene la empresa?

R: Que se mejore la economía del país, nos ubicamos en un sitio estratégico de la ciudad de Puerto López buena relación entre empleados y dueños saber negociar con los proveedores

Entrevista al sr/a. Administrador/a-dueño/a de la Franquicia DISENSA
Entrevistado/a: Adm. Lucila Ponce Morán

1.- ¿Cuántos años tiene en el mercado?

R: Estamos en el mercado 4 años

2.- ¿Realiza publicidad para dar a conocer la empresa? ¿De qué tipo?

R: Si realizamos marketing publicitario mediante redes sociales

3.- ¿Capacita a su personal para llevar a cabo sus metas?

R: A menudo se les dictan charlas motivacionales y sobre el negocio

4.- ¿su empresa cuenta con sistema de tecnologías de vanguardia? ¿De qué tipo?

R: La empresa cuenta con un sistema de inventarios además de acceso a internet

5.- ¿su empresa ofrece diversidad y variedad de productos? ¿comercializa productos importados?

R: Oficinas por eso de la línea de franquicias DISENSA S.A.

6.- ¿Cuáles son sus principales proveedores?

R: Nuestro principal proveedor es Franquicia DISENSA S.A.

7.- ¿su empresa ofrece acceso visual a todos los productos que posee en stock?

R: Se exhiben ciertos productos, pero no todos los demás se almacena debido que todos les pase utilizamos para almacenar productos

8.- ¿los clientes pueden realizar sus compras a crédito?

R: No se realizan este tipo de créditos hacia los clientes debido que se deben recaudar dinero para abastecernos

9.- ¿su empresa ofrece descuentos al cliente?

R: Si se realiza descuentos a los clientes dependiendo de la cantidad de productos que lleve

10.- ¿su empresa posee un sistema de atención al cliente?

R: La empresa no cuenta con un sistema de atención al cliente de debido que nosotros somos recabamos información del cliente

11.- ¿qué factores toman en cuenta para satisfacer las necesidades del cliente?

R: Servicio a domicilio, resolución de conflictos devoluciones, recepción de pedidos por WhatsApp

12.- ¿cuál considera que son los mayores problemas que enfrentan como empresa?

R: Paros nacionales, subida de precios de los productos, el sector de la construcción parado

13.- ¿Cuáles son las oportunidades que considera que tiene la empresa?

R: Instalaciones estratégicas mejoramiento economía del cantón desarrollo del sector construcción buena relación entre empleados

Entrevista al sr/a. Administrador/a-dueño/a de la Franquicia DISENSA
Entrevistado/a: Adm. Rosa Peñafiel

1.- ¿Cuántos años tiene en el mercado?

R: El mercado de Puerto López nos encontramos desde hace 10 años

2.- ¿Realiza publicidad para dar a conocer la empresa? ¿De qué tipo?

R: Si realizamos publicidad mediante internet

3.- ¿Capacita a su personal para llevar a cabo sus metas?

R: Regularmente se les brindan charlas impartidas por nosotros mismos los dueños y administradores de la empresa

4.- ¿su empresa cuenta con sistema de tecnologías de vanguardia? ¿De qué tipo?

R: La empresa cuenta con un sistema de inventario

5.- ¿su empresa ofrece diversidad y variedad de productos? ¿comercializa productos importados?

R: Se ofrece una amplia gama de productos ferreteros y a menudo los proveedores aumentan los precios de dichos productos

6.- ¿Cuáles son sus principales proveedores?

R: importadora MG, ecuaimeo, cerámicas relato, Stanley, pinturas Pintuco, entre otros proveedores ferretros

7.- ¿su empresa ofrece acceso visual a todos los productos que posee en stock?

R: Sí ofrecemos acceso visual a ciertos productos debido que el resto de local se utiliza para el almacenamiento de los mismos

8.- ¿los clientes pueden realizar sus compras a crédito?

R: A los clientes fieles y leales se le realizan créditos de compra a un plazo de 30 días

9.- ¿su empresa ofrece descuentos al cliente?

R: Se les ofrece un descuento del 20% por cada compra, pero a clientes fieles y leales

10.- ¿su empresa posee un sistema de atención al cliente?

R: La empresa no cuenta con un sistema de atención al cliente debido que nosotros como administradores solucionamos las quejas y reclamos de los clientes

11.- ¿qué factores toman en cuenta para satisfacer las necesidades del cliente?

R: Servicio a domicilio, recepción de pedidos por WhatsApp, solución y previsión de problemas entorno a las compras

12.- ¿cuál considera que son los mayores problemas que enfrentan como empresa?

R: No contamos con créditos de compra, aumento del desempleo y pobreza, la pandemia del COVID 19

13.- ¿Cuáles son las oportunidades que considera que tiene la empresa?

R: Que se mejore la economía del país, nos ubicamos en un sitio estratégico de la ciudad de Puerto López buena relación entre empleados y dueños saber negociar con los proveedores

Anexo 3
Cuestionario SERVQUAL.
Cuestionario para la medición de las expectativas de los clientes del sector ferretero de la ciudad de Puerto López

Estimado cliente, para nosotros el servicio que brindamos es de mucha importancia, por lo cual necesitamos saber su opinión. Esta encuesta/cuestionario es para conocer las expectativas que Ud. tiene de las EMPRESAS DEL SECTOR FERRETARIO DE LA CIUDAD DE PUERTO LOPEZ, por favor, tome un momento para contestar las siguientes preguntas.

Marcar con una (X) en el ítem de acuerdo a su denominación.

A) Genero		B) Edad	C) Nivel educativo
Masculino ◯	Femenino ◯		Primaria ◯ Segundaria ◯ Superior ◯ Ninguno ◯
D) Estado civil : Soltero/a ◯ Casado/a ◯ Divorciado/a ◯ Viudo/a ◯ Conviviente			

EXPECTATIVAS DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR FERRETERO DE LA CIUDAD DE PUERTO LÓPEZ				
Tendiendo como referencia la siguiente puntuación.				
1 Muy malo	**2 Malo**	**3 Normal**	**4 Bueno**	**5 Muy bueno**

Marcar con un (X) en el ítem que considere su EXPECTATIVA.

N⁰		**VARIABLE INDEPENDIENTE: CALIDAD DE SERVICIO**	**ESCALA DE CALIFICACIÓN**				
			1	**2**	**3**	**4**	**5**
Confiabilidad							
01	**E**	Cuando las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, se le promete algo en cierto tiempo, lo cumplen					
02	**E**	Cuando un cliente tiene un problema, los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López muestran interés en resolverlo					
03	**E**	En las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López los empelados prestan habitualmente bien sus servicios					
04	**E**	En las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López los empleados que le atendieron realizan el servicio en el tiempo prometido					
05	**E**	En las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López los empleados no cometen errores					
Responsabilidad							
06	**E**	Los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López brindan el servicio con prontitud					
07	**E**	Los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López están dispuestos a ayudar a los clientes					

08	**E**	Los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López nunca están demasiado ocupados como para no atender al cliente					
Seguridad							
09	**E**	Los clientes deberían ser capaces de tener confianza con los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López					
10	**E**	Los clientes deberían ser capaces de sentirse seguros en sus transacciones con los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López					
11	**E**	En las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López los empleados tratan a los clientes con cortesía					
12	**E**	Los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López tienen conocimientos suficientes para responder a sus necesidades					
Empatía							
13	**E**	En las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López se debe esperar una atención individualizada a cada cliente					
14	**E**	En las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López se debe tener empleados que brinden una atención personalizada a cada cliente					
15	**E**	Es realista esperar que los empleados del sector ferretero de la ciudad de Puerto López busquen lo mejor para los intereses de sus clientes					
16	**E**	En las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López se espera que los empleados conozcan cuales son las necesidades específicas de sus clientes					
Elementos tangibles							
17	**E**	En las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deberían tener equipos de apariencia moderna (tecnología)					
18	**E**	Las instalaciones físicas de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deberían ser cómodas y visualmente atractivas					
19	**E**	Los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deberían tener apariencia pulcra					
20	**E**	Los elementos materiales y documentación relacionada con el servicio que ofrecen las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deberían ser visualmente atractivas y sencillas					
21	**E**	Las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deben ofrecer horarios flexibles y adaptados a los diversos tipos de clientes					

Cuestionario para la medición de percepciones de los clientes de la empresa.

Estimado cliente, para nosotros el servicio que brindamos es de mucha importancia, por lo cual necesitamos saber su opinión. Esta encuesta/cuestionario es para conocer las percepciones que Ud. tiene de las EMPRESAS DEL SECTOR FERRETARIO DE LA CIUDAD DE PUERTO LOPEZ, EN LISTADO A CONTINUACIÓN MARQUE LA FERRETERÍA DE SU PREFERENCIA por favor, tome un momento para contestar las siguientes preguntas.

"Percepciones de las ferreterías de la Ciudad de Puerto López"	
Marque con una (X) la ferretería de su preferencia	
"FERRETERIA Y PINTURAS LINO"	
"FRANQUICIA DISENSA S.A."	
"FERRETERIA CANTOS"	

Tendiendo como referencia la siguiente puntuación.

1 **Muy malo**	**2** **Malo**	**3** **Normal**	**4** **Bueno**	**5** **Muy bueno**

Marcar con un (X) en el ítem que considere su PERCEPCIÓN.

N^0		VARIABLE DEPENDIENTE: SATISFACCION DEL CLIENTE	ESCALA DE CALIFICACIÓN				
			1	**2**	**3**	**4**	**5**
Confiabilidad							
01	**P**	Cuando esta ferretería, se le promete algo en cierto tiempo, lo cumplen					
02	**P**	Cuando un cliente tiene un problema, los empleados de esta ferretería muestran interés en resolverlo					
03	**P**	En esta ferretería los empleados que le atendieron prestan habitualmente bien sus servicios					
04	**P**	En esta ferretería los empleados que le atendieron realizan el servicio en el tiempo prometido					
05	**P**	En esta ferretería los empleados no cometen errores					
Responsabilidad							
06	**P**	Los empleados de esta ferretería brindan el servicio con prontitud					
07	**P**	Los empleados de esta ferretería están dispuestos a ayudar sus clientes					
08	**P**	Los empleados de esta ferretería nunca están demasiado ocupados como para no atender al cliente					
Seguridad							
09	**P**	Los clientes deberían ser capaces de tener confianza con los empleados de esta ferretería					
10	**P**	Los clientes deberían ser capaces de sentirse seguros en sus transacciones con los empleados de esta ferretería					

11	**P**	En esta ferretería los empleados tratan a los clientes con cortesía					
12	**P**	Los empleados de esta ferretería tienen conocimientos suficientes para responder a sus necesidades					
Empatía							
13	**P**	En esta ferretería se debe esperar una atención individualizada a cada cliente					
14	**P**	En esta ferretería se debe tener empleados que brinden una atención personalizada a cada cliente					
15	**P**	Es realista esperar que los empleados de esta ferretería busquen lo mejor para los intereses de sus clientes					
16	**P**	En esta ferretería se espera que los empleados conozcan cuales son las necesidades de sus clientes					
Elementos tangibles							
17	**P**	En esta ferretería deberían tener equipos de apariencia moderna (tecnología)					
18	**P**	Las instalaciones físicas de esta ferretería deberían ser cómodas y visualmente atractivas					
19	**P**	Los empleados de esta ferretería deberían tener apariencia pulcra					
20	**P**	Los elementos materiales y documentación relacionada con el servicio que ofrece esta ferretería deberían ser visualmente atractivas y sencillas					
21	**P**	Esta ferretería debe ofrecer horarios flexibles y adaptados a los diversos tipos de clientes					

Gracias por su Colaboración

Anexo 4

Encuestas aplicadas a los clientes del sector ferretero ciudad de la ciudad de Puerto López general

1. Edad:

Tabla 1. Edad

Alternativas	frecuencia	Porcentaje
De 18 a 25 años	62	17
De 26 a 36 años	195	52
De 37 a 45 años	90	24
De 46 años a mas	25	7
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 1

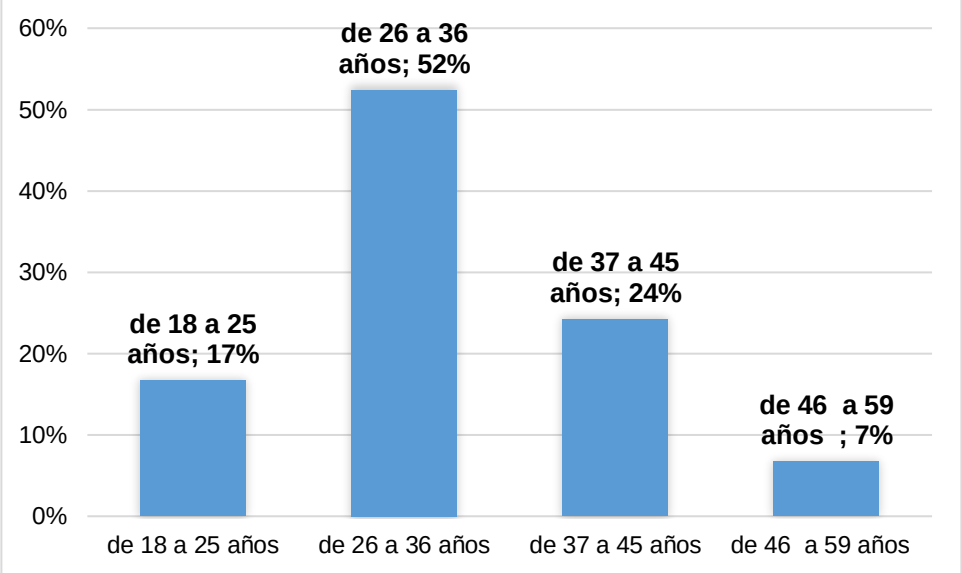


Gráfico 1. Edad

Análisis e interpretación:

Respecto a los datos recolectados se puede evidenciar que el 17% corresponde a las edades de 18 a 25 años; el 52% representa a las edades de 26 a 36 años; el 24% a las edades de 37 a 45 años y el 7% a las edades de 46 a 59 años. En síntesis, el porcentaje mayor que acuden al sector ferretero de la ciudad de Puerto López corresponde a las edades de 26 a 36 años.

2. Estado civil:

Tabla 2. Estado Civil

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Soltero/a	27	7
Casado/a	99	27
Divorciado/a	7	2
Conviviente	236	63
Viudo/a	3	1
total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 2

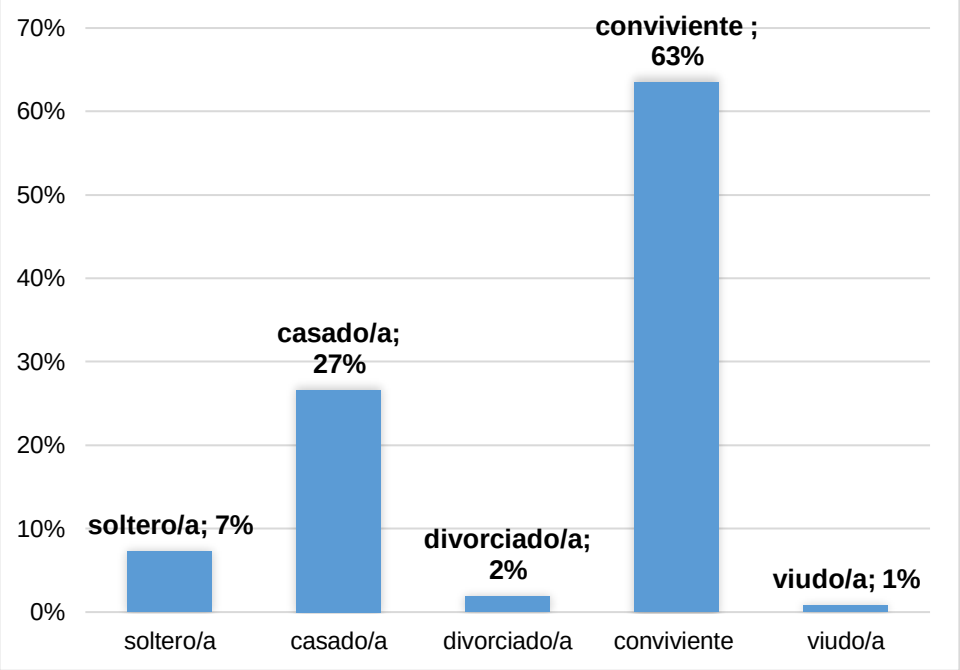


Gráfico 2. Estado Civil

Análisis e interpretación:

Como es evidente, un 7% de los encuestados son soltero/a, un 27% son casado/a, un 2% son divorciado/a, un 63% son convivientes y un 1% son viudo/a, en conclusión, el estado civil de los encuestados que tiene mayor presencia en el sector ferretero es conviviente.

3. Genero.

Tabla 3.Genero

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
masculino	340	91
femenino	32	9
total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 3

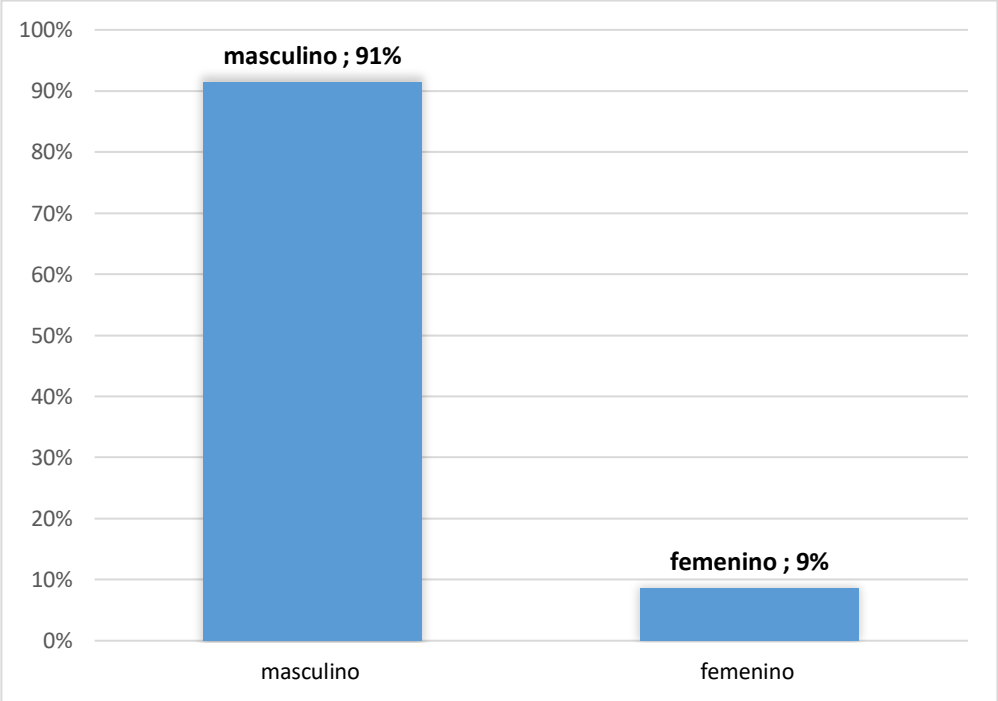


Gráfico 3. Genero

Análisis e interpretación.

De acuerdo a la tabla 3, se evidencia que el 91% de los encuestados son personas de sexo masculino y el 9% son de sexo femenino, en conclusión, el sexo masculino es el que más prevalecen en las compras de insumos ferreteros.

4. Nivel académico.

Tabla 4. Nivel Académico

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
primaria	50	13
Secundaria	228	61
superior	81	22
Ninguno	13	3
total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 4

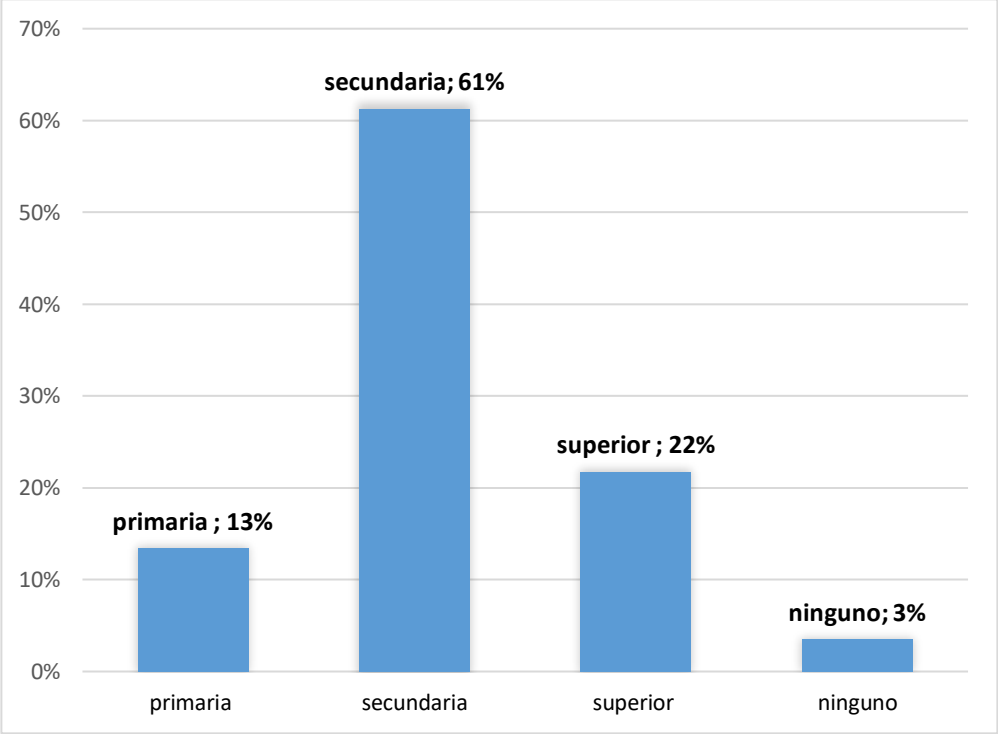


Gráfico 4. Nivel Académico

Análisis e interpretación.

El nivel académico de los encuestados, mayor mente son personas de nivel académico secundario (61%), seguido de superior (22%), seguido de primaria (13%) y un 3% personas sin nivel académico alguno. Por tanto, se evidencia que el nivel académico que prevalece en el

sector ferretero de la ciudad de Puerto López son personas con instrucción académica de secundaria.

Expectativas de los clientes del sector Ferretero ciudad de Puerto López

Confiabilidad

5. Cuando las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, se le promete algo en cierto tiempo, lo cumplen

Tabla 5. Cierto tiempo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	55	15
Malo	69	19
Normal	74	20
Bueno	90	24
Muy bueno	84	23
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 5

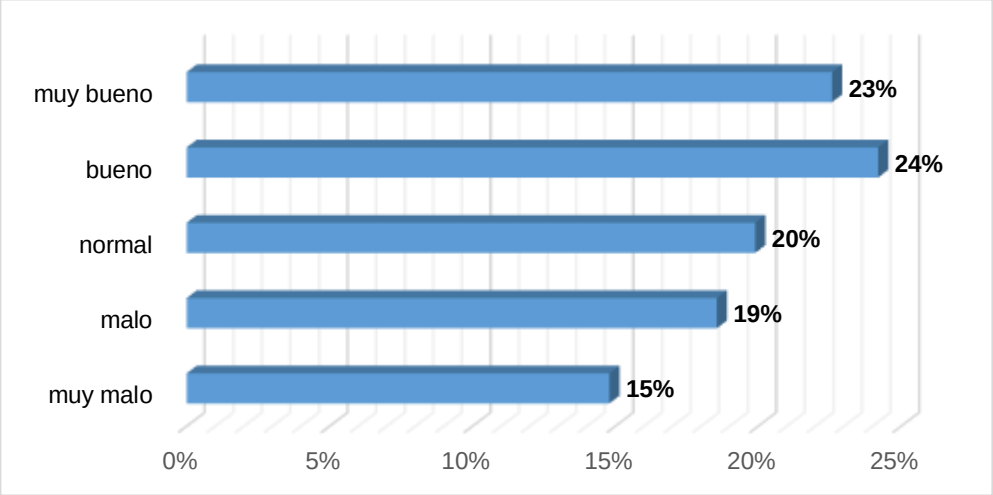


Gráfico 5. Cierto tiempo

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, *cuando las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, prometen entregar el producto en cierto tiempo, lo hacen*; el 23% de los encuestados que representa a 84 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 24% de los encuestados que representa a 90 personas entrevistadas lo consideran

bueno, el 20% de los encuestados que representa a 74 personas entrevistadas piensan que es normal, el 19% de los encuestados que representa a 69 personas entrevistadas estiman que es malo y el 15% de los encuestados que representa a 55 personas entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de confiabilidad. Al analizar los datos, se puede evidenciar que el servicio es bueno en que cuando una empresa ferretera, promete entregar el producto en cierto tiempo, lo hacen; lo cual indica, que una de las expectativas más relevantes para los clientes del sector ferretero de la ciudad de Puerto López es el tiempo que se tardan en cumplir un determinado servicio.

6. Cuando un cliente tiene un problema, los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López muestran interés en resolverlo

Tabla 6. interés

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	72	19
Malo	68	18
Normal	75	20
Bueno	82	22
Muy bueno	75	20
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 6

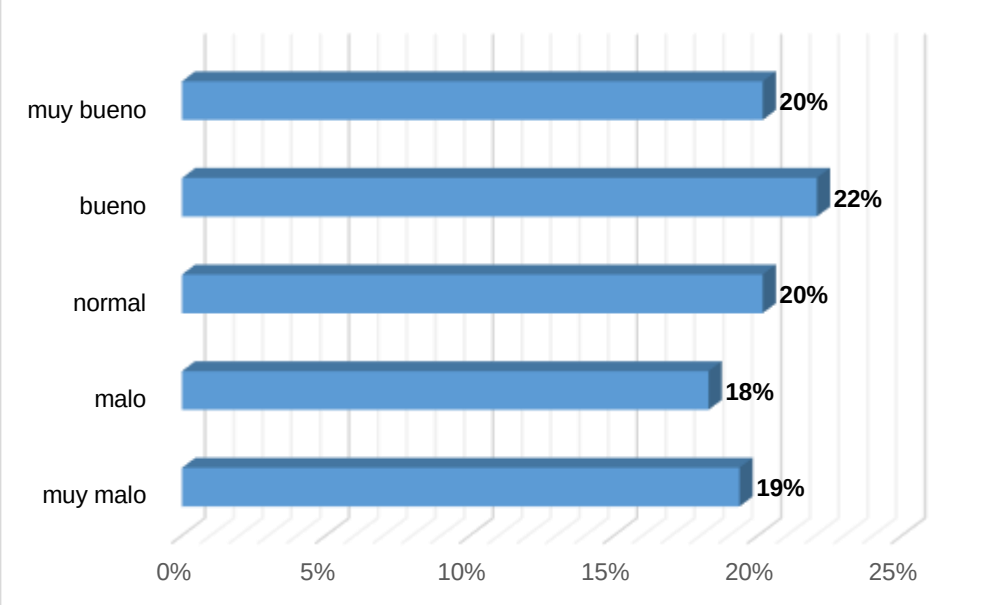


Gráfico 6. interés

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, *cuando un cliente tiene un problema, los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, muestran interés en resolverlo*; el 20% de los encuestados que representa a 75 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 22% de los encuestados que representa a 82 personas entrevistadas lo consideran bueno, el 20% de los encuestados que representa a 75 personas entrevistadas piensan que es normal, el 18% de los encuestados que representa a 68 personas

entrevistadas estiman que es malo y el 19% de los encuestados que representa a 72 personas entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de confiabilidad. Al analizar los datos, se estima e indica que el servicio es bueno, cuando un cliente tiene un problema, es una empresa ferretera deberían mostrar un sincero interés en resolverlo, esto indica que el cliente requiere que las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López reflejen en su atención y su servicio, interés y preocupación por ellos.

7. En las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López los empleados prestan habitualmente bien sus servicios.

Tabla 7. bien el servicio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	77	21
Malo	76	20
Normal	60	16
Bueno	84	23
Muy bueno	75	20
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 7

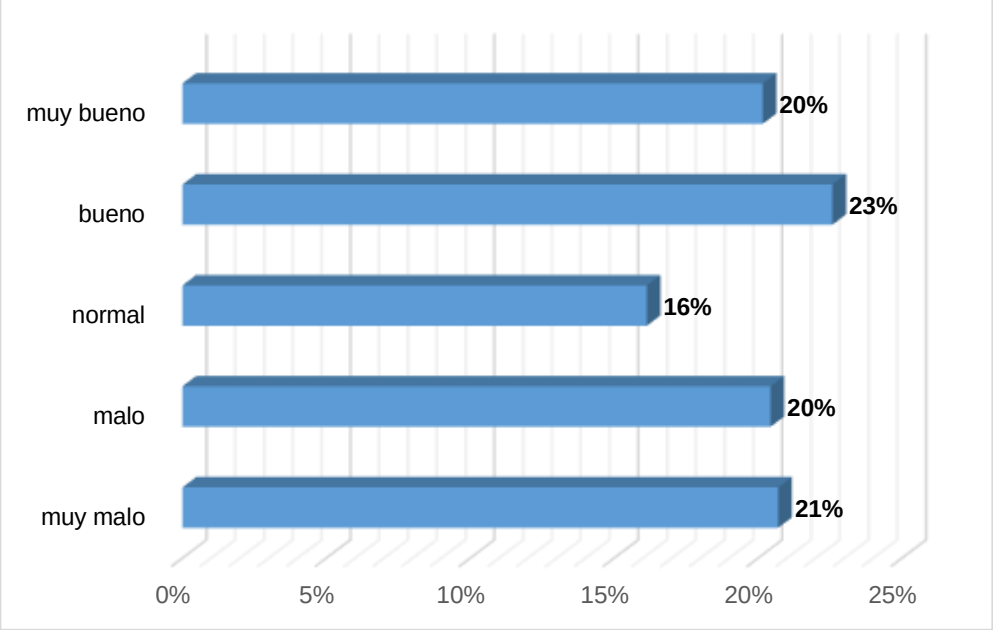


Gráfico 7. Bien a la primera

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, *en las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, los empleados que le atendieron realizan bien el servicio a la primera vez*; el 20% de los encuestados que representa a 75 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 23% de los encuestados que representa a 84 personas entrevistadas lo consideran bueno, el 16% de los encuestados que representa a 60 personas entrevistadas

piensan que es normal, el 20% de los encuestados que representa a 76 personas entrevistadas estiman que es malo y el 21% de los encuestados que representa a 77 personas entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de confiabilidad. Al analizar los datos, se logar constatar que el servicio es bueno en que una empresa ferretera realicen bien el servicio a la primera vez, por ello, las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deben preocuparse por constatar periódicamente la satisfacción de los clientes, para fortalecer sus estrategias de servicio y procesos internos.

8. En las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López los empleados que le atendieron realizan el servicio en el tiempo prometido.

Tabla 8. tiempo prometido

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	71	19
Malo	66	18
Normal	73	20
Bueno	69	19
Muy bueno	93	25
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 8

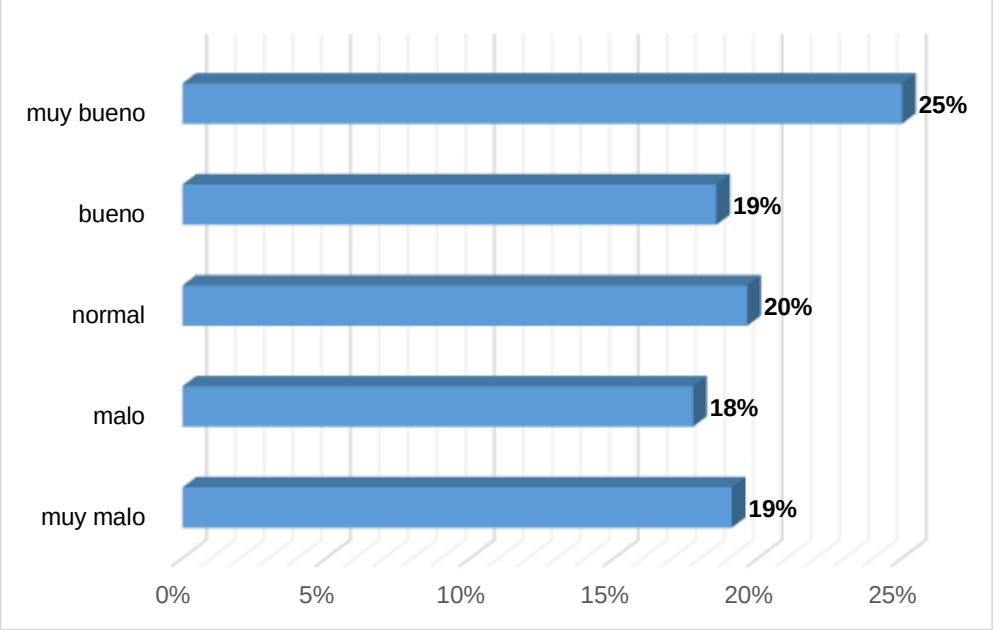


Gráfico 8. tiempo prometido

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, *en las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, los empleados que le atendieron realizan el servicio en el tiempo prometido;* el 25% de los encuestados que representa a 93 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 19% de los encuestados que representa a 69 personas entrevistadas lo consideran bueno, el 20% de los encuestados que representa a 73 personas entrevistadas

piensan que es normal, el 18% de los encuestados que representa a 66 personas entrevistadas estiman que es malo y el 19% de los encuestados que representa a 71 personas entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de confiabilidad. Al analizar los datos, se llega a la síntesis que el servicio es muy bueno en que una empresa ferretera debería prestar el servicio en el tiempo prometido, esto indica que, las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deben esforzarse en cumplir con los tiempos establecidos en sus servicios como medida para aumentar la satisfacción del cliente.

9. En las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López los empleados no cometen errores

Tabla 9. errores

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	80	22
Malo	86	23
Normal	69	19
Bueno	72	19
Muy bueno	65	17
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 9

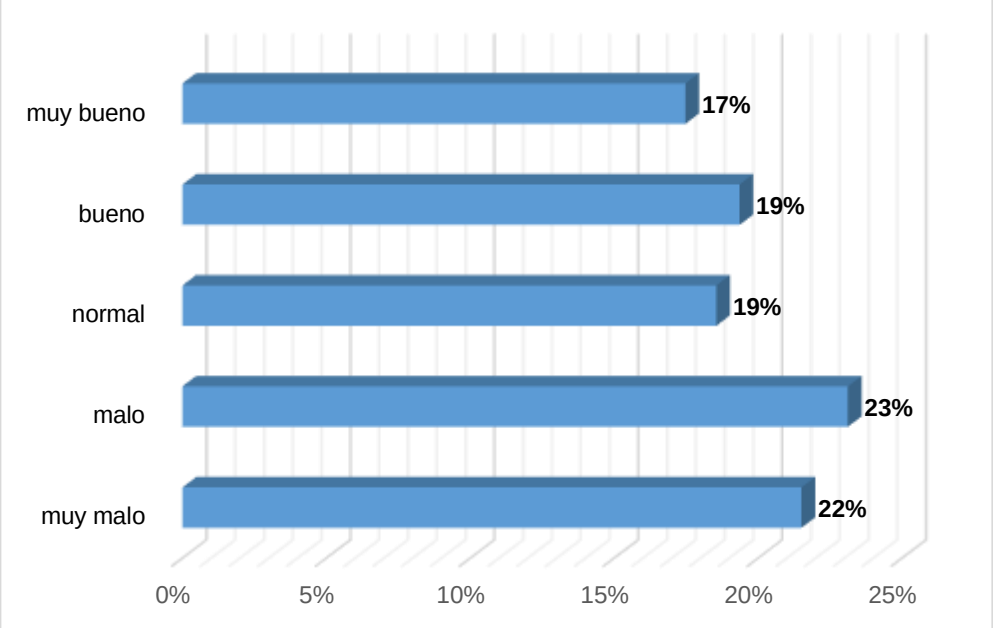


Gráfico 9. errores

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, *en las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, los empleados no cometen errores;* el 17% de los encuestados que representa a 65 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 19% de los encuestados que representa a 72 personas entrevistadas lo consideran bueno, el 19% de los encuestados que representa a 69 personas entrevistadas piensan que es normal, el 23% de los

encuestados que representa a 86 personas entrevistadas estiman que es malo y el 22% de los encuestados que representa a 80 personas entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de confiabilidad. Al analizar los datos, se constata que el servicio es malo en que una empresa ferretera debería no cometer errores, lo que indica que el cliente tiene expectativas carentes de soportes en cuanto atención al cliente y deficiencia en los controles internos por parte de los empleados del sector ferretero de la ciudad de Puerto López.

Responsabilidad.

10. Los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López brindan el servicio con prontitud

Tabla 10. prontitud

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	84	23
Malo	72	19
Normal	69	19
Bueno	75	20
Muy bueno	72	19
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 10

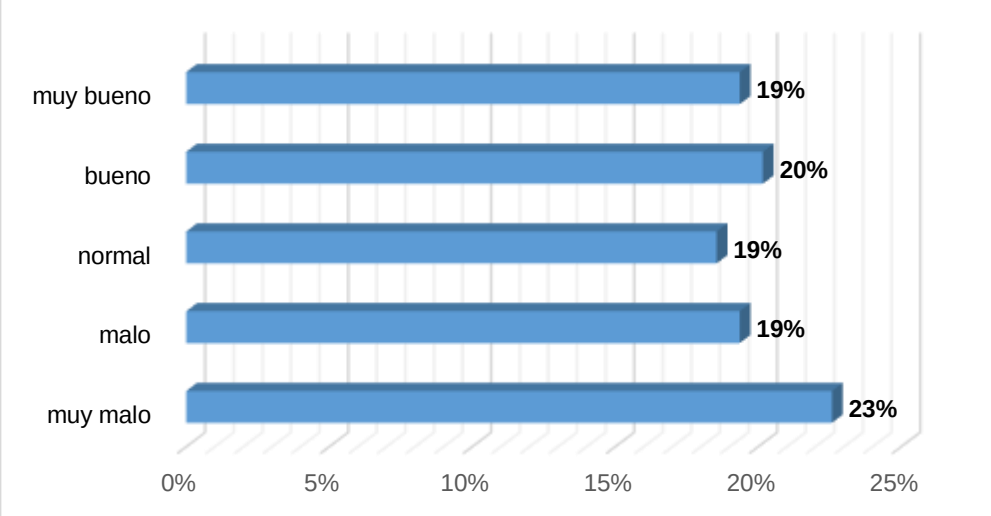


Gráfico 10. prontitud

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, *en las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, brindan el servicio con prontitud;* el 19% de los encuestados que representa a 72 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 20% de los encuestados que representa a 75 personas entrevistadas lo consideran bueno, el 19% de los encuestados que representa a 69 personas entrevistadas piensan que es normal, el 19% de los encuestados que representa a 72 personas entrevistadas estiman que es malo y el 23% de los

encuestados que representa a 84 personas entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de responsabilidad. Al analizar los datos, se logra evidenciar que el servicio es muy malo en esperar un servicio con prontitud en una empresa ferretera, con esto se verifica que los clientes poseen expectativas muy bajas referente a un excelente servicio por parte de los empleados del sector ferretero de la ciudad de Puerto López.

11. Los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López están dispuestos a ayudar a los clientes.

Tabla 11. ayudar

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	72	19
Malo	73	20
Normal	73	20
Bueno	81	22
Muy bueno	73	20
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 11

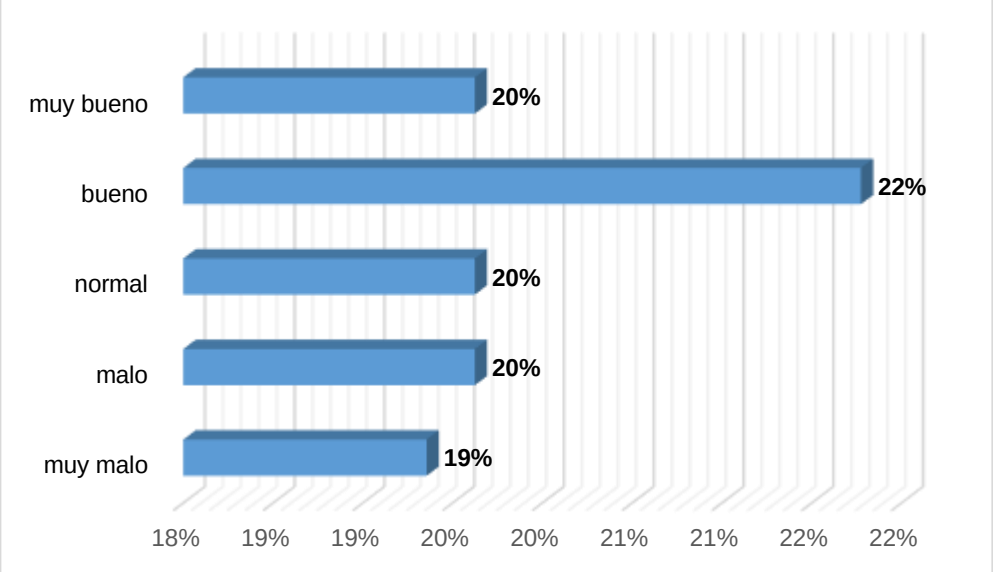


Gráfico 11. ayudar

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, *los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, están dispuesto a ayudar a los clientes;* el 20% de los encuestados que representa a 73 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 22% de los encuestados que representa a 81 personas entrevistadas lo consideran bueno, el 20% de los encuestados que representa a 73 personas entrevistadas piensan que es

normal, el 20% de los encuestados que representa a 73 personas entrevistadas estiman que es malo y el 19% de los encuestados que representa a 72 personas entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de responsabilidad. Al analizar los datos, los encuestados detallan que el servicio es bueno en que los empleados de una empresa ferretera estén dispuestos ayudar a los clientes, de esta forma, se consolida la relación entre cliente y empresa y por ende la lealtad del cliente. Además, los empleados detallan que el ambiente laboral es el adecuado.

12. Los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López nunca están demasiado ocupados como para no atender al cliente

Tabla 12. no atender

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	60	16
Malo	73	20
Normal	68	18
Bueno	85	23
Muy bueno	86	23
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 12

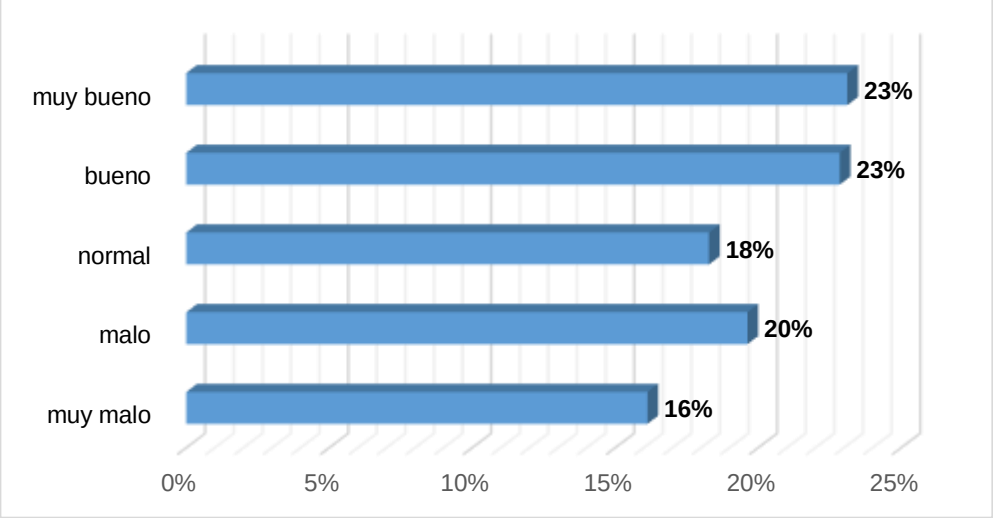


Gráfico 12.no atender

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, *los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, nunca están demasiado ocupados como para no atender al cliente;* el 23% de los encuestados que representa a 86 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 23% de los encuestados que representa a 85 personas entrevistadas lo consideran bueno, el 18% de los encuestados que representa a 68 personas entrevistadas piensan que es normal, el 20% de los encuestados que representa a 73 personas entrevistadas estiman que es malo y el 16% de los encuestados que representa a 60 personas

entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de responsabilidad. Al analizar los datos, más de la mitad de los encuestados estiman que es muy bueno y bueno que una empresa ferretera nunca esta demasiada ocupada como para no atender al cliente servicio, por ello, los empleados deben atender a todos los clientes del sector ferretero de la ciudad de Puerto López con el mismo interés.

Seguridad.

13. **Los clientes deberían ser capaces de tener confianza con los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López**

Tabla 13. confianza

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	60	16
Malo	73	20
Normal	68	18
Bueno	85	23
Muy bueno	86	23
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 13

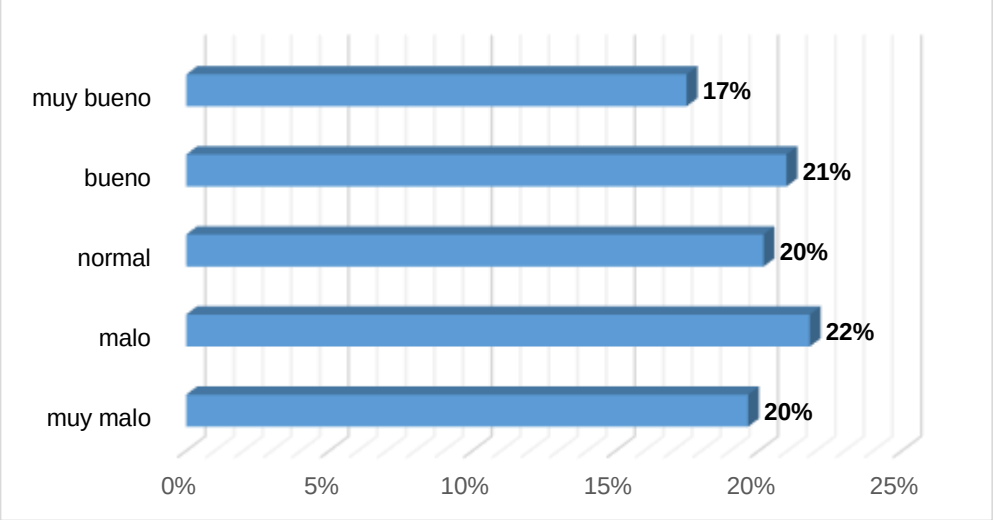


Gráfico 13. confianza

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, *Los clientes deberían ser capaces de tener confianza con los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López;* el 23% de los encuestados que representa a 86 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 23% de los encuestados que representa a 85 personas entrevistadas lo consideran bueno, el 18% de los encuestados que representa a 68 personas entrevistadas piensan

que es normal, el 20% de los encuestados que representa a 73 personas entrevistadas estiman que es malo y el 16% de los encuestados que representa a 60 personas entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de seguridad. Al analizar los datos, gran parte de los encuestados estiman que es muy bueno y bueno en que los clientes deberían ser capaces de tener confianza con los empleados de una empresa ferretera, por esta razón, se concluye que una de las expectativas más notables de un servicio ferretero en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López es poder confiar en los empleados que le atienden y estar seguros de los servicios que prestan.

14. Los clientes deberían ser capaces de sentirse seguros en sus transacciones con los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López.

Tabla 14. se siente seguro

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	62	17
Malo	89	24
Normal	72	19
Bueno	74	20
Muy bueno	75	20
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 14

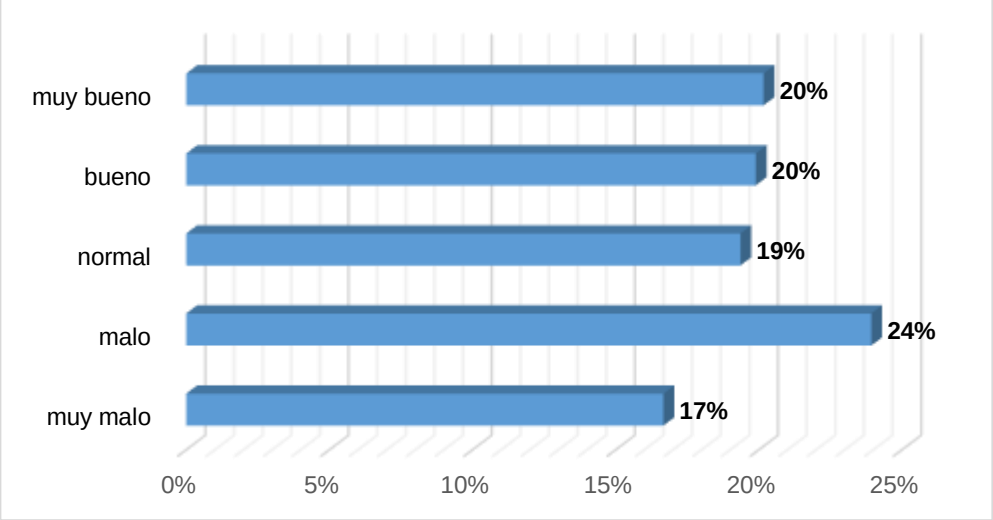


Gráfico 14. se siente seguro

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, *Los clientes deberían ser capaces de sentirse seguros en sus transacciones con los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López;* el 20% de los encuestados que representa a 75 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 20% de los encuestados que representa a 74 personas entrevistadas lo consideran bueno, el 19% de los encuestados que representa a 72 personas entrevistadas piensan que es normal, el 24% de los encuestados que representa a 89 personas

entrevistadas estiman que es malo y el 17% de los encuestados que representa a 62 personas entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de seguridad. Al analizar los datos, se logra evidenciar que los encuestados consideran malo en que los clientes deberían ser capaces de sentirse seguros en sus transacciones con los empleados de una empresa ferretera, lo cual indica que, los clientes desean sentirse seguros cuando acceden a servicios ferreteros en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López.

15. En las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López los empleados tratan a los clientes con cortesía

Tabla 15. cortesía

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	87	23
Malo	62	17
Normal	60	22
Bueno	90	24
Muy bueno	73	20
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 15

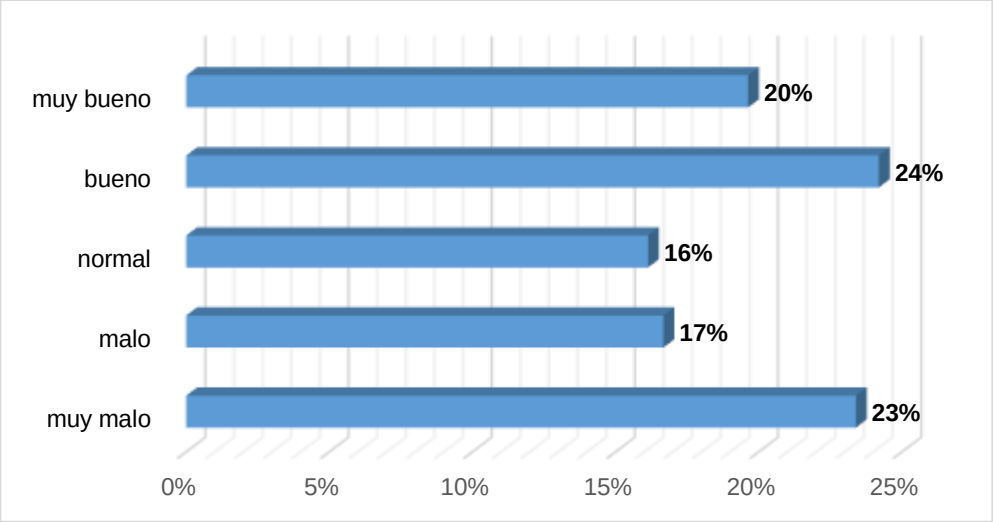


Gráfico 15. cortesía

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, *En las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López los empleados tratan a los clientes con cortesía;* el 20% de los encuestados que representa a 73 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 24% de los encuestados que representa a 90 personas entrevistadas lo consideran bueno, el 22% de los encuestados que representa a 60 personas entrevistadas piensan que es normal, el 17% de los encuestados que representa a 62 personas entrevistadas estiman que es malo y el 23% de los

encuestados que representa a 87 personas entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de seguridad. Al analizar los datos, la mayoría de los encuestados estiman que es bueno el servicio en que una empresa ferretera traten a los clientes con cortesía, por esta razón, los empleados deben recibir capacitaciones de atención al cliente para actualización de conocimientos, y de esta forma serán más proactivos y atenderán mejor al cliente en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López.

16. Los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López tienen conocimientos suficientes para responder a sus necesidades

Tabla 16. sus necesidades

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	76	20
Malo	62	17
Normal	80	22
Bueno	79	21
Muy bueno	75	20
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 16

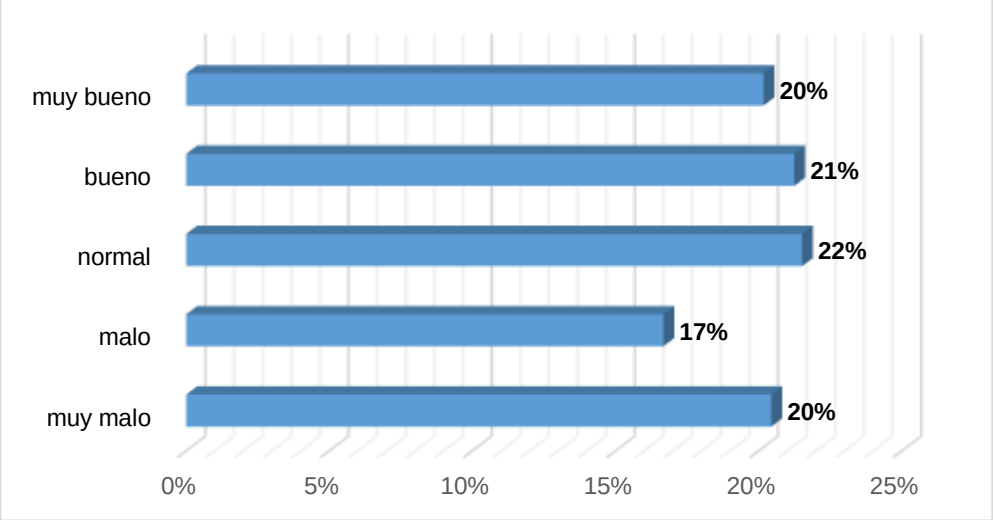


Gráfico 16. sus necesidades

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, *los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López tienen conocimientos suficientes para responder a sus necesidades;* el 20% de los encuestados que representa a 75 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 21% de los encuestados que representa a 79 personas entrevistadas lo consideran bueno, el 22% de los encuestados que representa a 80 personas entrevistadas piensan que es normal, el 17% de los encuestados que representa a 62 personas

entrevistadas estiman que es malo y el 20% de los encuestados que representa a 76 personas entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de seguridad. Al analizar los datos, en su mayoría señalan que el servicio es normal y bueno en que los empleados de una empresa ferretera debe poseer suficientes conocimientos para responder a sus necesidades, de esta forma, las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deben brindar todo tipo de capacitaciones y seminarios para fortalecer y asegurar la atención de calidad y un desempeño laboral adecuado.

Empatía.

17. En las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López se debe esperar una atención individualizada a cada cliente

Tabla 17. individualizada

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	66	18
Malo	64	17
Normal	86	23
Bueno	89	24
Muy bueno	67	18
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 17

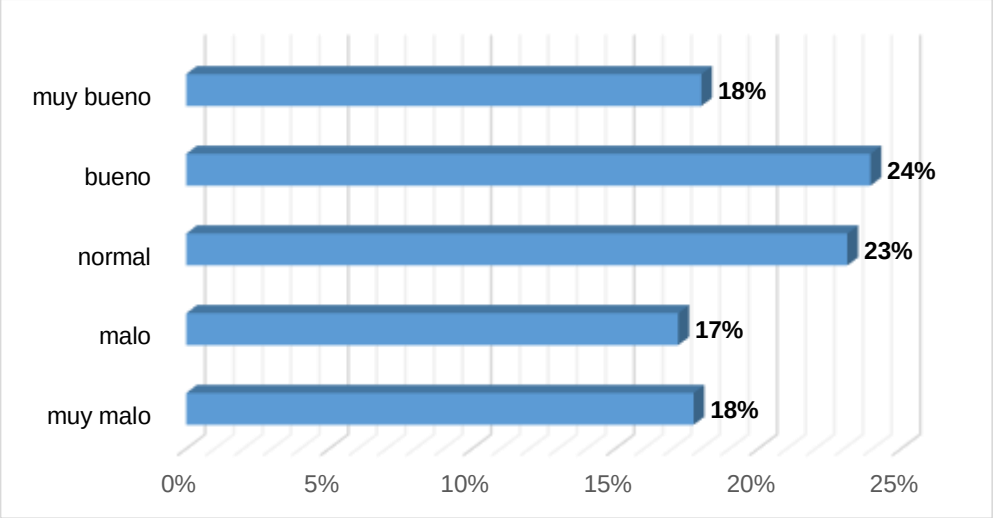


Gráfico 17. individualizada

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, *en las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López prestan atención individualizada a cada cliente;* el 18% de los encuestados que representa a 69 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 24% de los encuestados que representa a 89 personas entrevistadas lo consideran bueno, el 23% de

los encuestados que representa a 86 personas entrevistadas piensan que es normal, el 17% de los encuestados que representa a 64 personas entrevistadas estiman que es malo y el 18% de los encuestados que representa a 66 personas entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de empatía. Al analizar los datos, gran número de encuestados está de acuerdo que el servicio es bueno que en una empresa ferretera se deba esperar una atención individualizada a cada cliente. Por tanto. Las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deben procurar realizar un seguimiento a sus clientes, desde el inicio de la adquisición del servicio y durante el mismo, por si surgieran inconvenientes o dudas, para que de esta forma sean subsanados y por tanto fidelizar la marca en el mercado.

18. En las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López se debe tener empleados que brinden una atención personalizada a cada cliente

Tabla 18. personalizada

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	76	20
Malo	80	22
Normal	70	19
Bueno	65	17
Muy bueno	81	22
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 18

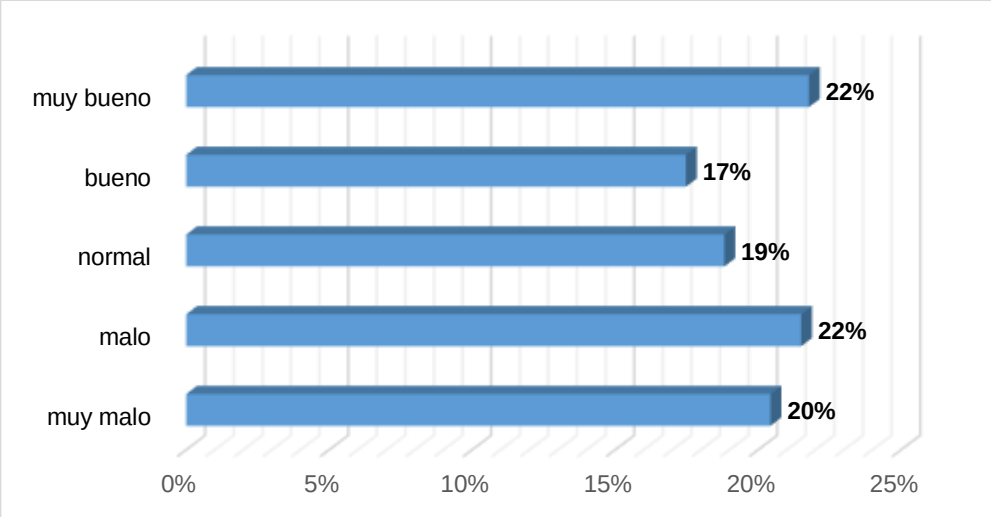


Gráfico 18. personalizada

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, e*n las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López se debe tener empleados que brinden una atención personalizada a cada cliente;* el 22% de los encuestados que representa a 81 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 17% de los encuestados que representa a 65 personas entrevistadas lo consideran bueno, el 19% de los encuestados que representa a 70 personas entrevistadas piensan que es normal, el 22% de los encuestados que representa a 80 personas entrevistadas estiman que es malo y el 20% de los encuestados que representa a 76 personas

entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de empatía. Al analizar los datos, en su mayoría señalan que este criterio del servicio es muy bueno que en una empresa ferretera se deba tener empleados que brinden una atención personalizada a cada cliente. Por esta razón, los empleados del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deben poseer la capacidad de ofrecer un servicio de calidad.

19. Es realista esperar que los empleados del sector ferretero de la ciudad de Puerto López busquen lo mejor para los intereses de sus clientes.

Tabla 19. intereses de sus clientes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	65	17
Malo	78	21
Normal	74	20
Bueno	74	20
Muy bueno	81	22
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 19

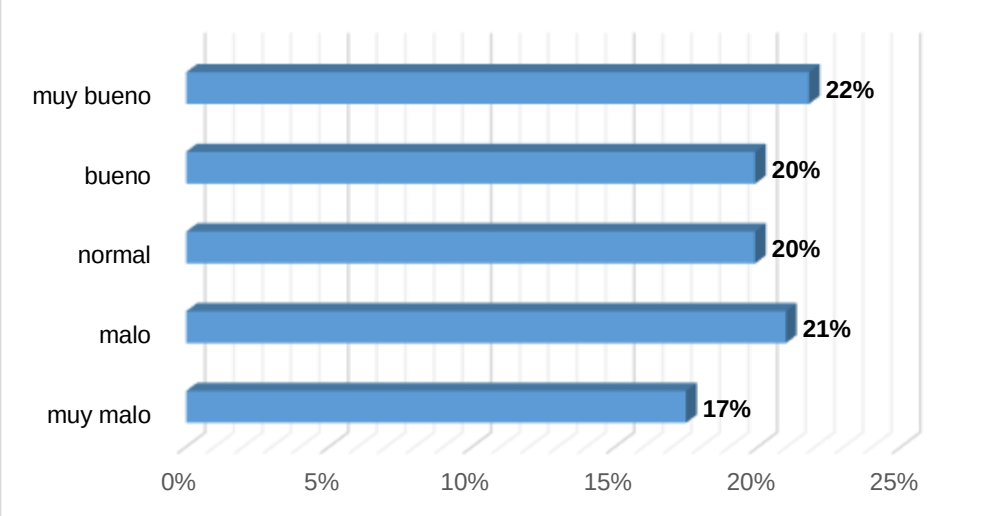


Gráfico 19. intereses cuidar

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, *es realista esperar que los empleados del sector ferretero de la ciudad de Puerto López busquen lo mejor para los intereses de sus clientes;* el 22% de los encuestados que representa a 81 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 20% de los encuestados que representa a 74 personas entrevistadas lo consideran bueno, el 20% de los encuestados que representa a 74 personas entrevistadas piensan que es normal, el 21% de los encuestados que representa a 78 personas entrevistadas estiman

que es malo y el 17% de los encuestados que representa a 65 personas entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de empatía. Al analizar los datos, se evidencia que este criterio de servicio es muy bueno por parte de los encuestados en que es realista esperar que los empleados de una empresa ferretera busquen lo mejor para los intereses de sus clientes, por tanto, en las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deben proponerse cumplir y/o superar satisfacer las necesidades y deseos de sus clientes.

20. En las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López se espera que los empleados conozcan cuales son las necesidades específicas de sus clientes.

Tabla 20. necesidades de los clientes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	82	22
Malo	73	20
Normal	71	19
Bueno	71	19
Muy bueno	75	20
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 20

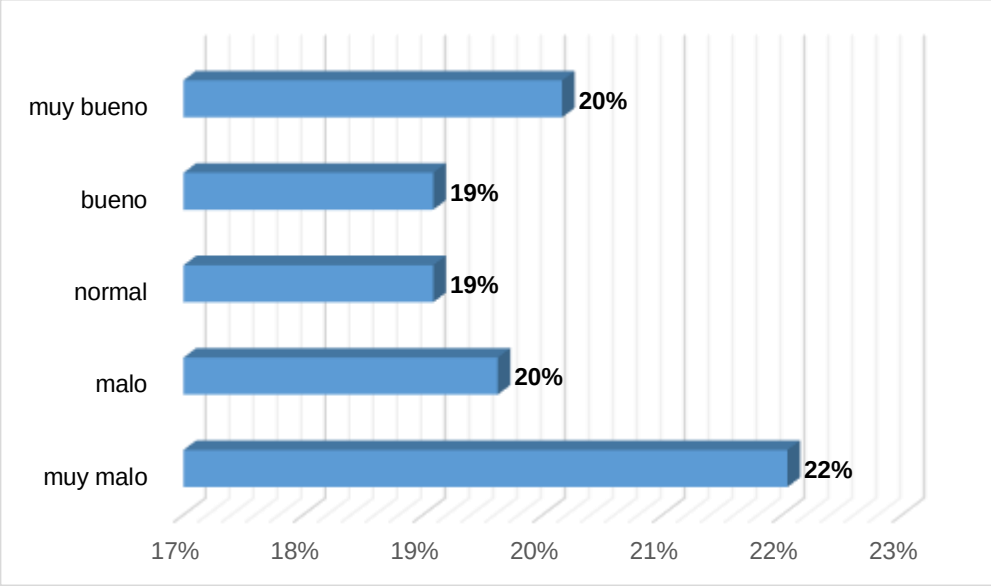


Gráfico 20. necesidades de los clientes

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, *en las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López se espera que los empleados conozcan cuales son las necesidades específicas de sus clientes.;* el 20% de los encuestados que representa a 75 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 19% de los encuestados que representa a 71 personas entrevistadas lo consideran bueno, el 19% de los encuestados que representa a 71personas

entrevistadas piensan que es normal, el 20% de los encuestados que representa a 73 personas entrevistadas estiman que es malo y el 22% de los encuestados que representa a 82 personas entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de empatía. Al analizar los datos, es de evidencia que la gran mayoría de los encuestados señalan que este criterio del servicio es muy malo en que los empleados conozcan cuales son las necesidades específicas de sus clientes en una empresa ferretera, razón por la cual, los clientes del sector ferretero de la ciudad de Puerto López no requieren que los empleados conozcan tan a fondo sus necesidades específicas como una prioridad.

Elementos tangibles.

21. En las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deberían tener equipos de apariencia moderna (tecnología).

Tabla 21. tecnología

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	80	22
Malo	80	22
Normal	64	17
Bueno	69	19
Muy bueno	79	21
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 21

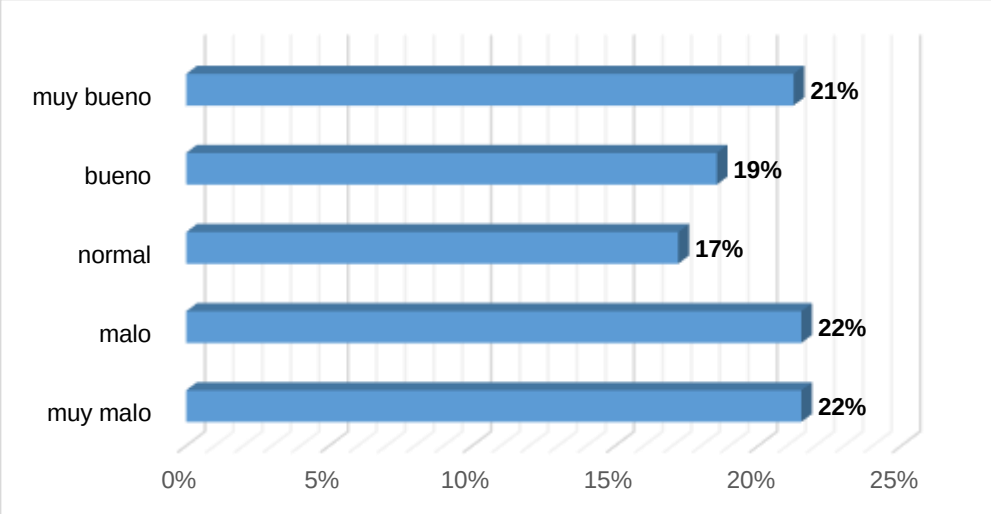


Gráfico 21. tecnología

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, *en las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deberían tener equipos de apariencia moderna (tecnología);* el 21% de los encuestados que representa a 79 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 19% de los encuestados que representa a 69 personas entrevistadas lo consideran bueno, el 17% de los encuestados que representa a 64 personas entrevistadas piensan que es normal, el 22% de los encuestados que representa a 80 personas entrevistadas estiman que es

malo y el 22% de los encuestados que representa a 80 personas entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de elementos tangibles. Al analizar los datos, gran parte de los encuestados piensan que este criterio es muy bueno en que en una empresa ferretera deberían tener equipos de apariencia moderna (tecnología), razón por la cual, es de evidencia que los clientes del sector ferretero de la ciudad de Puerto López tienen una gran expectativa en que estas empresas ofrezcan servicios de vanguardia.

22. Las instalaciones físicas de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deberían ser cómodas y visualmente atractivas.

Tabla 22. atractivas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	53	14
Malo	66	18
Normal	93	25
Bueno	77	21
Muy bueno	83	22
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 22

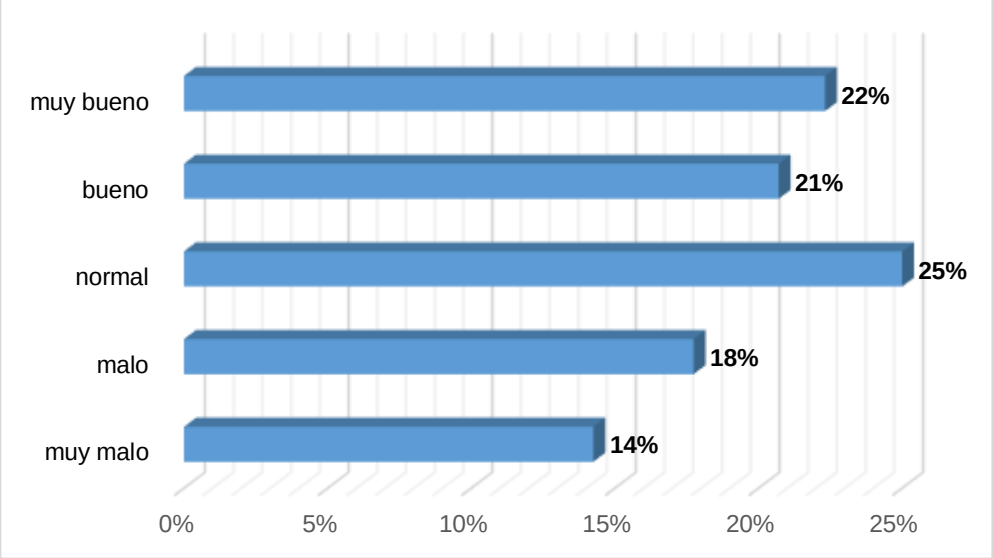


Gráfico 22. atractivo

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, *las instalaciones físicas de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deberían ser cómodas y visualmente atractivas;* el 22% de los encuestados que representa a 83 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 21% de los encuestados que representa a 77 personas entrevistadas lo consideran bueno, el 25% de los encuestados que representa a 93 personas entrevistadas

piensan que es normal, el 18% de los encuestados que representa a 66 personas entrevistadas estiman que es malo y el 14% de los encuestados que representa a 53 personas entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de elementos tangibles. Al analizar los datos, la mayoría de los encuestados manifiestan que el criterio es normal en que las instalaciones físicas de una empresa ferretera deberían ser cómodas y visualmente atractivas, por este motivo, las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deben procurar no tan solo velar por el servicio ofertado, sino que también contar con instalaciones físicas agradables y limpias demostrando un ambiente adecuado al servicio del cliente.

23. Los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deberían tener apariencia pulcra.

Tabla 23. pulcra

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	69	19
Malo	67	18
Normal	67	18
Bueno	87	23
Muy bueno	82	22
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 23

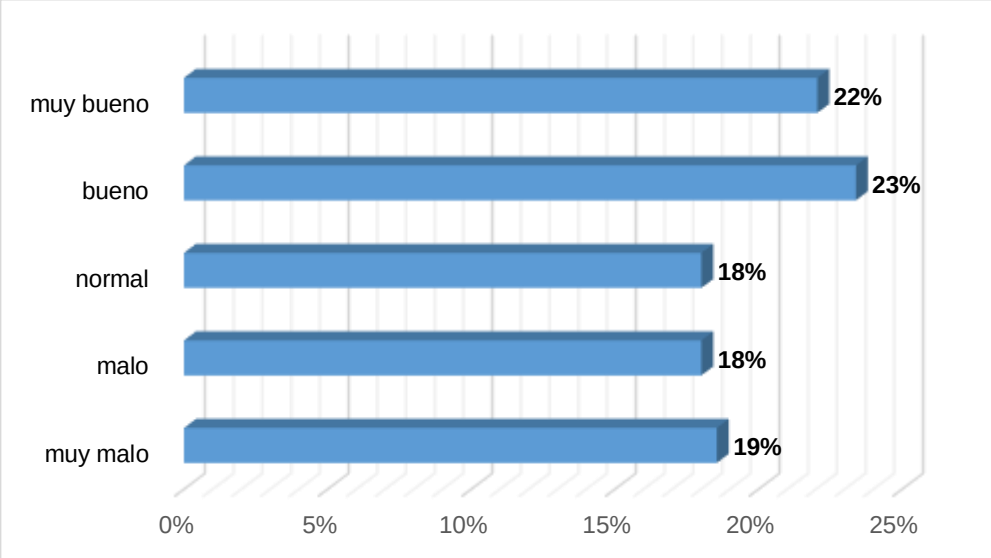


Gráfico 23. pulcra

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, *los empleados de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deberían tener apariencia pulcra.;* el 22% de los encuestados que representa a 82 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 23% de los encuestados que representa a 87 personas entrevistadas lo consideran bueno, el 18% de los encuestados que representa a 67 personas entrevistadas piensan que es normal, el 18% de

los encuestados que representa a 67 personas entrevistadas estiman que es malo y el 19% de los encuestados que representa a 69 personas entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de elementos tangibles. Al analizar los datos, se logra evidenciar que la gran mayoría de los encuestados están de acuerdo que el criterio es muy bueno en que los empleados de una empresa ferretera deberían tener apariencia pulcra, por lo tanto, los empleados del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deben denostarse limpios, aseados y pulcros en su aspecto físico, puesto que esta apariencia demuestra a los clientes una apariencia acorde a la empresa en que laboran.

24. Los elementos materiales y documentación relacionada con el servicio que ofrecen las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deberían ser visualmente atractivas y sencillas

Tabla 24. catalogo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	74	20
Malo	74	20
Normal	88	24
Bueno	63	17
Muy bueno	73	20
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 24

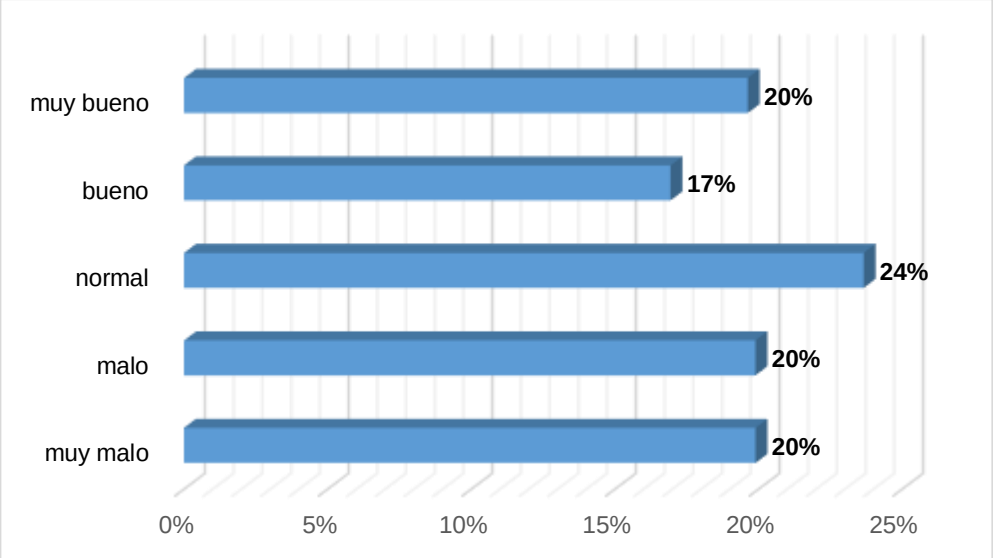


Gráfico 24. catalogo

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, l*os elementos materiales y documentación relacionada con el servicio que ofrecen las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deberían ser visualmente atractivas y sencillas;* el 20% de los encuestados que representa a 73 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 17% de los

encuestados que representa a 63 personas entrevistadas lo consideran bueno, el 24% de los encuestados que representa a 88 personas entrevistadas piensan que es normal, el 20% de los encuestados que representa a 74 personas entrevistadas estiman que es malo y el 20% de los encuestados que representa a 74 personas entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de elementos tangibles. Al analizar los datos, se aprecia que la gran parte de los encuestados señalan que el criterio relacionado al servicio es normal en que los elementos materiales y documentación relacionada con el servicio que ofrece una empresa ferretera debería ser visualmente atractivas y sencillas, por esta razón, la información que presten las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López relacionado a su servicio deberá ser visualmente sencilla de interpretar por parte de los clientes.

25. Las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deben ofrecer horarios flexibles y adaptados a los diversos tipos de clientes.

Tabla 25. horario

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	70	19
Malo	64	17
Normal	78	21
Bueno	78	21
Muy bueno	82	22
Total	**372**	**100**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 25

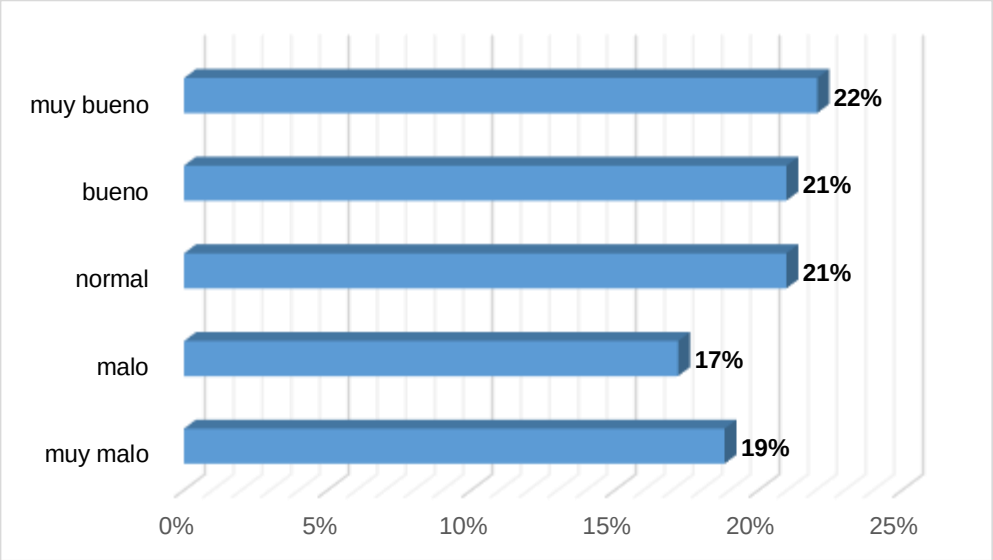


Gráfico 25. horario

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en cuanto al criterio, las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López deben ofrecer horarios flexibles y adaptados a los diversos tipos de clientes*;* el 22% de los encuestados que representa a 82 personas entrevistadas piensan que es muy bueno, 21% de los encuestados que representa a 78 personas entrevistadas lo consideran bueno, el 21% de los encuestados que representa a 78 personas entrevistadas piensan que es normal, el 17% de los encuestados que representa a 64 personas entrevistadas

estiman que es malo y el 19% de los encuestados que representa a 70 personas entrevistadas lo califican que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de elementos tangibles. Al analizar los datos, es de manifiesto que los encuestados gran parte de ellos consideran que el criterio relacionado con el servicio es muy bueno en que una empresa ferretera deba ofrecer horarios flexibles y adaptados a los diversos tipos de clientes, por tanto, las empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López procuren identificar a clientes potenciales diversos u ofrecer un servicio diferenciado para comodidad de sus necesidades y tomarlo como ventaja competitiva para el crecimiento del mercado.

Percepciones.

Confiabilidad.

26. Cuando esta ferretería, se le promete algo en cierto tiempo, lo hacen

Tabla 26. lo hace

Ferreterías	muy malo		malo		normal		Bueno		muy bueno		total	
ferretería Lino	33	9%	23	6%	30	8%	31	8%	25	7%	**142**	**38%**
ferretería Cantos	23	6%	25	7%	28	8%	23	6%	25	7%	**124**	**33%**
Disensa	17	5%	18	5%	21	6%	31	8%	19	5%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 26

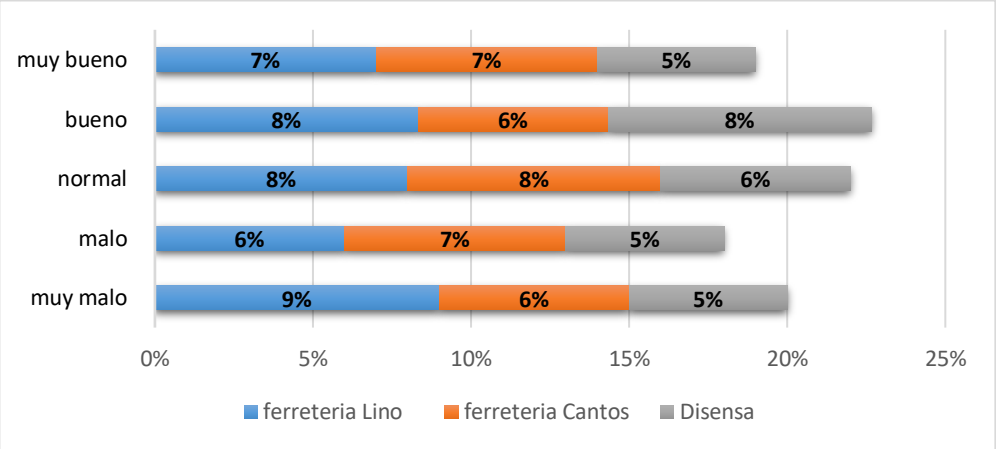


Gráfico 26. lo hacen

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, cuando esta ferretería, prometen entregar el producto en cierto tiempo, lo hacen; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es muy malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es normal, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es bueno respecto a este criterio (servicio) de confiabilidad para cada ferretería del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, por tanto se evidencia que en estas empresas deben mejorar los tiempos en sus servicios procurando ser eficaces y eficientes en sus servicios.

27. Cuando un cliente tiene un problema, los empleados de esta ferretería muestran interés en resolverlo

Tabla 27.resolverlo

Ferreterías	muy malo		malo		normal		bueno		muy bueno		total	
ferretería Lino	32	9%	25	7%	39	10%	19	5%	27	7%	**142**	**38%**
ferretería Cantos	31	8%	21	6%	27	7%	24	6%	21	6%	**124**	**33%**
Disensa	19	5%	23	6%	23	6%	24	6%	17	5%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 27

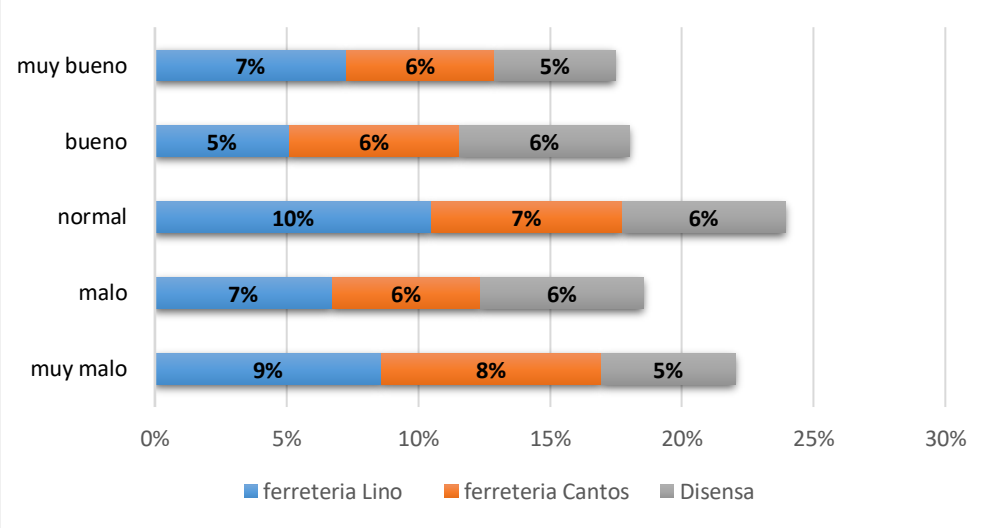


Gráfico 27. Resolver

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, cuando un cliente tiene un problema, los empleados de esta ferretería muestran interés en resolverlo; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es muy malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es muy malo, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es malo respecto a este criterio (servicio) de confiabilidad para cada ferretería del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, razón por la cual, se deben procurar estas empresas en preparar a sus colaboradores con cursos de actualización de atención al cliente.

28. En esta ferretería los empleados que le atendieron prestan habitualmente bien sus servicios

Tabla 28. Bien sus servicios

Ferreterías	muy malo		malo		normal		Bueno		muy bueno		total	
ferretería Lino	31	8%	33	9%	22	6%	33	9%	23	6%	**142**	**38%**
ferretería Cantos	26	7%	30	8%	28	8%	18	5%	22	6%	**124**	**33%**
Disensa	22	6%	25	7%	23	6%	20	5%	16	4%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 28

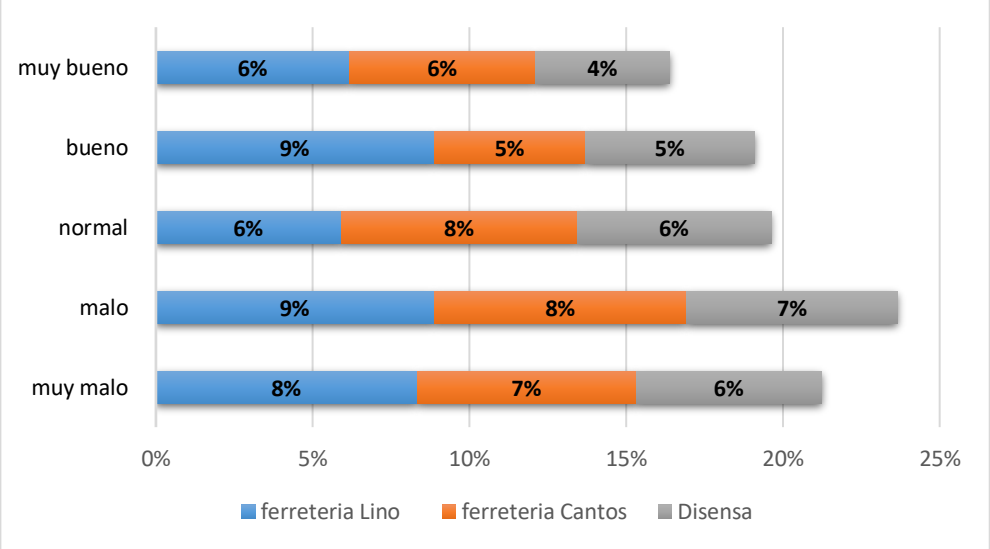


Gráfico 28. Primera vez

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, en esta ferretería los empleados que le atendieron prestan habitualmente bien sus servicios; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es muy malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es muy malo, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de confiabilidad para cada ferretería del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, motivo por el cual, estas empresas deben enfocarse en buscar estrategias de la calidad de servicio para la satisfacción del cliente encaminado en la prestación optima de sus servicios.

29. En esta ferretería los empleados que le atendieron realizan el servicio en el tiempo prometido

Tabla 29. Prometido

Ferreterías	muy malo		malo		normal		bueno		muy bueno		total	
ferretería Lino	27	7%	26	7%	34	9%	32	9%	23	6%	**142**	**38%**
ferretería Cantos	21	6%	23	6%	20	5%	24	6%	36	10%	**124**	**33%**
Disensa	23	6%	20	5%	22	6%	20	5%	21	6%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 29

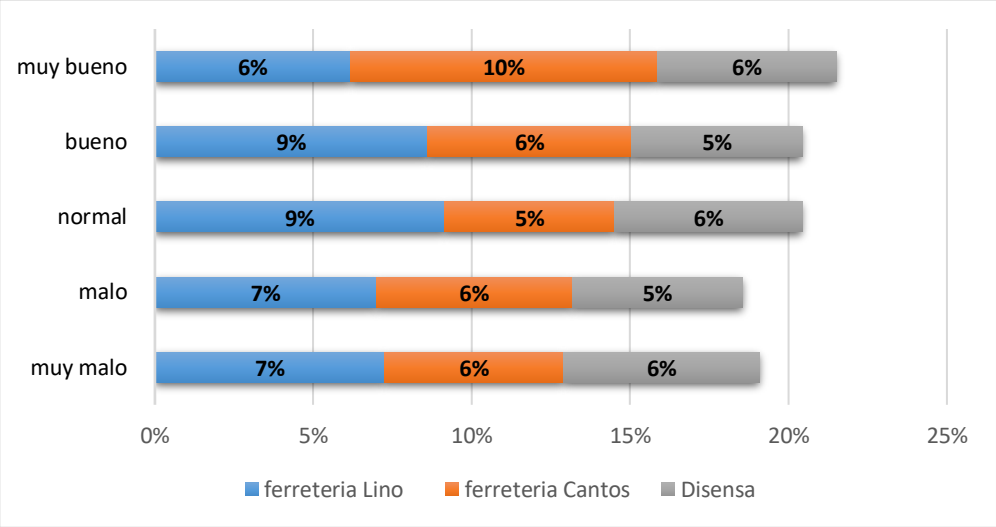


Gráfico 29. Prometido

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, en esta ferretería los empleados que le atendieron realizan el servicio en el tiempo prometido; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es muy malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es muy malo, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de confiabilidad para cada ferretería del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, por lo tanto, estas empresas deben tomar acciones correctivas precisas para satisfacer al cliente en el tiempo acorado como de los plazos de entrega del servicio.

30. En esta ferretería los empleados no cometen errores

Tabla 30. Errores

Ferreterías	muy malo		Malo		normal		bueno		muy bueno		Total	
ferretería Lino	28	8%	34	9%	29	8%	26	7%	25	7%	**142**	**38%**
ferretería Cantos	30	8%	26	7%	16	4%	30	8%	22	6%	**124**	**33%**
Disensa	18	5%	25	7%	22	6%	19	5%	22	6%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 30

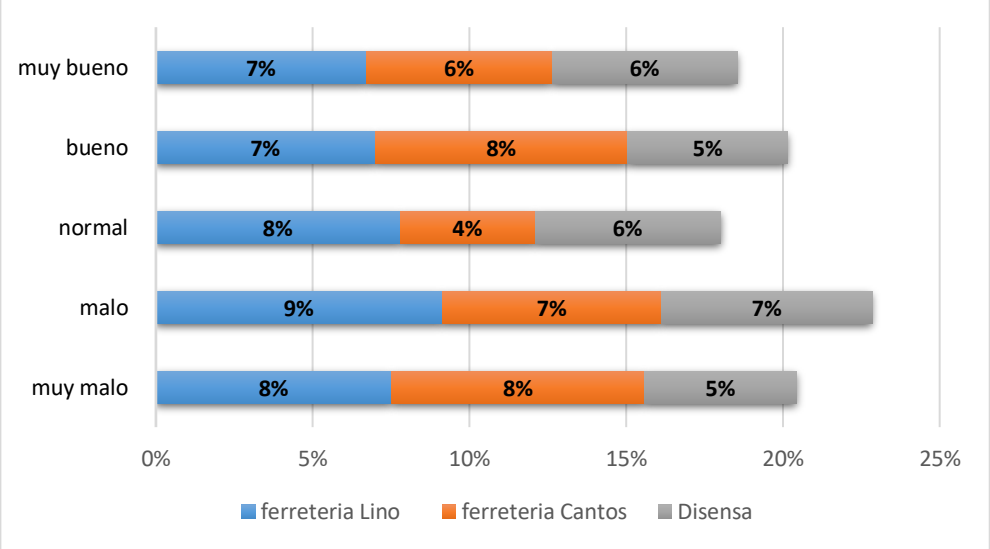


Gráfico 30. Errores

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, en esta ferretería los empleados no cometen errores; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es malo, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es malo respecto a este criterio (servicio) de confiabilidad para cada ferretería del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, por ello, se evidencia que estas empresas deben cuidar sus aspectos o controles internos relacionados a la prestación de servicios, para evitar errores y molestia al cliente

Responsabilidad.

31. Los empleados de esta ferretería brindan el servicio con prontitud

Tabla 31. prontitud

Ferreterías	muy malo		malo		normal		bueno		muy bueno		total	
ferretería Lino	27	7%	32	9%	30	8%	25	7%	28	8%	**142**	**38%**
ferretería Cantos	24	6%	22	6%	23	6%	32	9%	23	6%	**124**	**33%**
Disensa	19	5%	27	7%	26	7%	20	5%	14	4%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 31

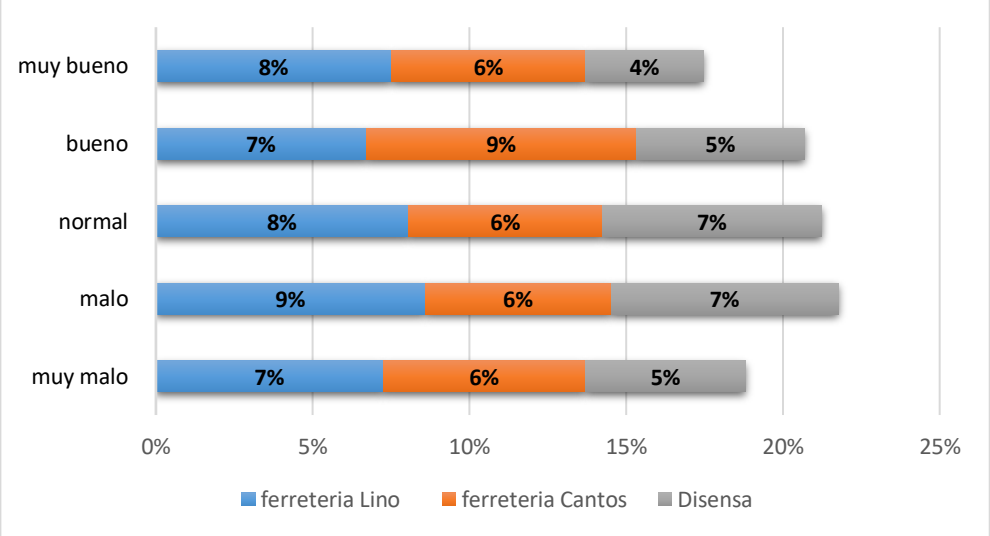


Gráfico 31. prontitud

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, los empleados de esta ferretería brindan el servicio con prontitud; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es bueno, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es malo respecto a este criterio (servicio) de responsabilidad para cada ferretería del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, por tanto, estas empresas deben comprometerse en mejorar sus estrategias y acciones en la rapidez en sus servicios.

32. Los empleados de esta ferretería están dispuestos a ayudar a los clientes

Tabla 32. ayudar

Ferreterías	muy malo		malo		normal		bueno		muy bueno		total	
ferretería Lino	41	11%	24	6%	25	7%	29	8%	23	6%	**142**	**38%**
ferretería Cantos	25	7%	25	7%	19	5%	32	9%	23	6%	**124**	**33%**
Disensa	18	5%	21	6%	25	7%	29	8%	13	3%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 32

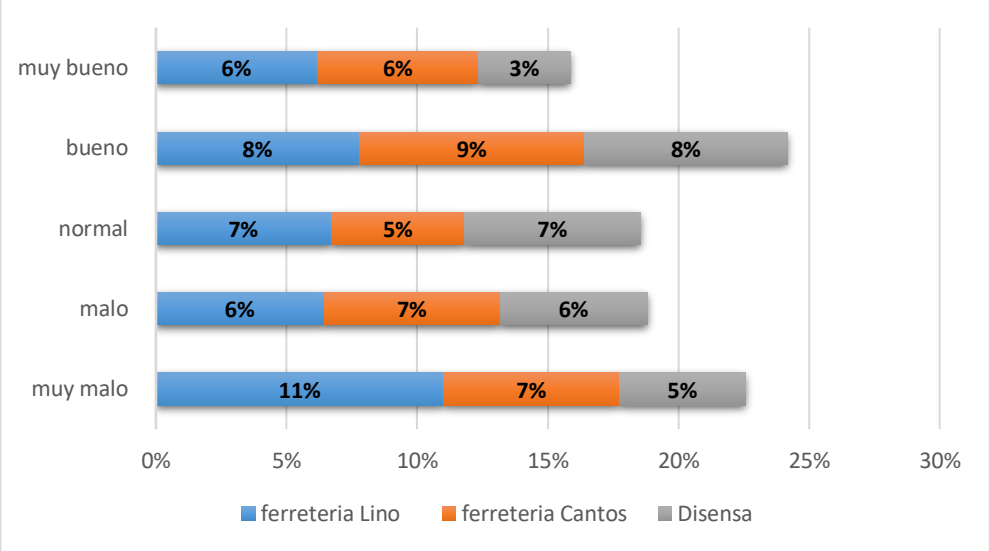


Gráfico 32. ayudar

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, los empleados de esta ferretería están dispuestos a ayudar a los clientes; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es muy malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es malo, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es normal respecto a este criterio (servicio) de responsabilidad para cada ferretería del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, por tanto se evidencia una percepción relativamente baja, así, los clientes de estas ferreterías requieren una atención personalizada y cuando lo requieran, para cumplir con las necesidades de sus deseos.

33. Los empleados de esta ferretería nunca están demasiado ocupados como para no atender al cliente

Tabla 33. cliente

Ferreterías	muy malo		malo		normal		bueno		muy bueno		total	
ferretería Lino	26	7%	35	9%	22	6%	27	7%	32	9%	**142**	**38%**
ferretería Cantos	33	9%	22	6%	19	5%	25	7%	25	7%	**124**	**33%**
Disensa	16	4%	24	6%	17	5%	23	6%	26	7%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 33

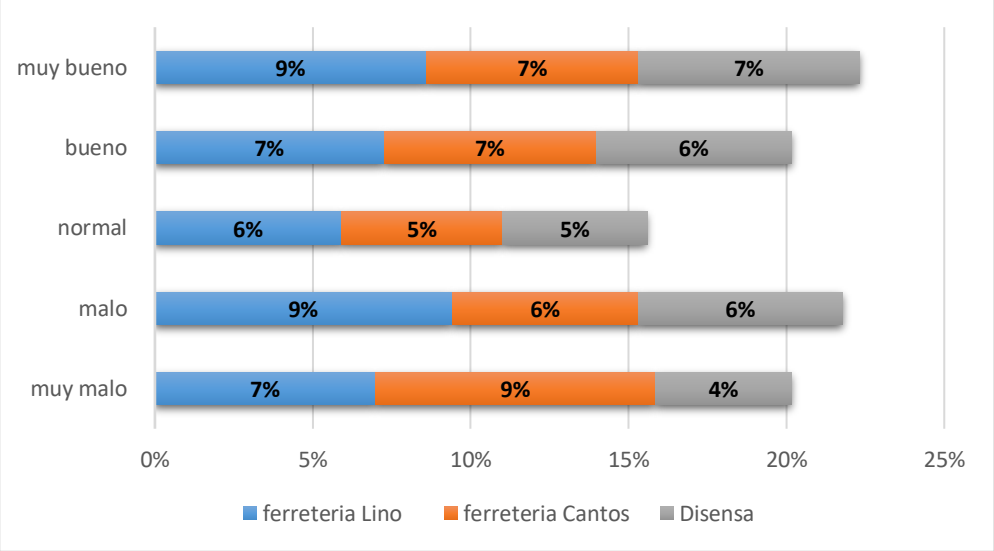


Gráfico 33. cliente

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, los empleados de esta ferretería nunca están demasiado ocupados como para no atender al cliente; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es muy malo, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es muy bueno respecto a este criterio (servicio) de responsabilidad para cada ferretería del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, por tanto, es evidente que estas empresas deban establecer acciones para mejorar esta percepción, puesto que los empleados deben estar presto a ayudar a los clientes.

Seguridad.

34. Los clientes deberían ser capaces de tener confianza con los empleados de esta ferretería

Tabla 34. confianza

Ferreterías	muy malo		malo		normal		bueno		muy bueno		Total	
ferretería Lino	29	8%	28	8%	29	8%	25	7%	31	8%	**142**	**38%**
ferretería Cantos	26	7%	24	6%	28	8%	20	5%	26	7%	**124**	**33%**
Disensa	22	6%	17	5%	19	5%	27	7%	21	6%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 34

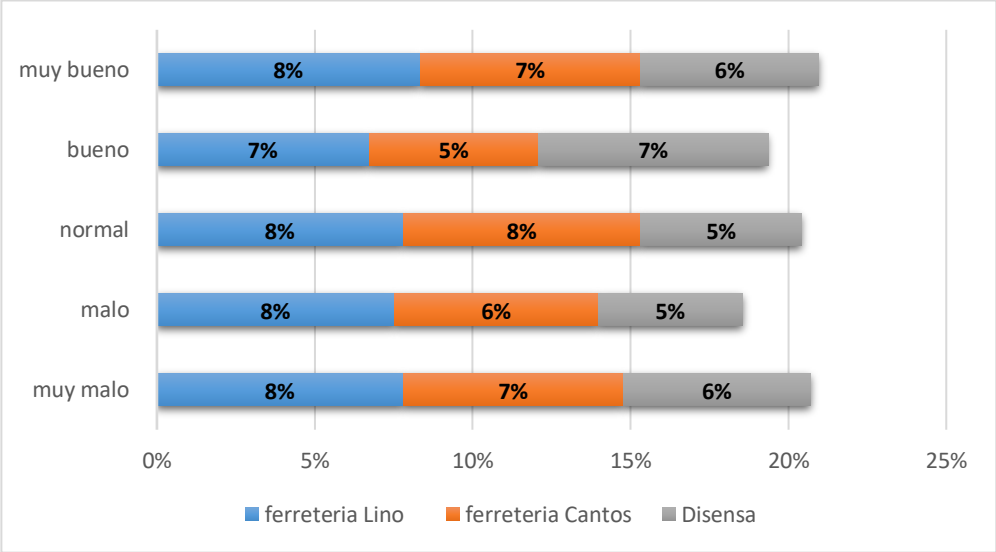


Gráfico 34. confianza

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, los clientes deberían ser capaces de tener confianza con los empleados de esta ferretería; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es muy malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es muy malo, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de seguridad para cada ferretería del sector ferretero

de la ciudad de Puerto López, de esta forma, se evidencia que los clientes de estas ferreterías poseen pocas confianza, pero ello se puede mejorar a través de acciones entre clientes-empresas

35. Los clientes deberían ser capaces de sentirse seguros en sus transacciones con los empleados de esta ferretería

Tabla 35.ferreteria

Ferreterías	muy malo		malo		normal		bueno		muy bueno		Total	
ferretería Lino	29	8%	24	6%	31	8%	28	8%	30	8%	**142**	**38%**
ferretería Cantos	26	7%	21	6%	35	9%	24	6%	18	5%	**124**	**33%**
Disensa	29	8%	17	5%	32	9%	13	3%	15	4%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 35

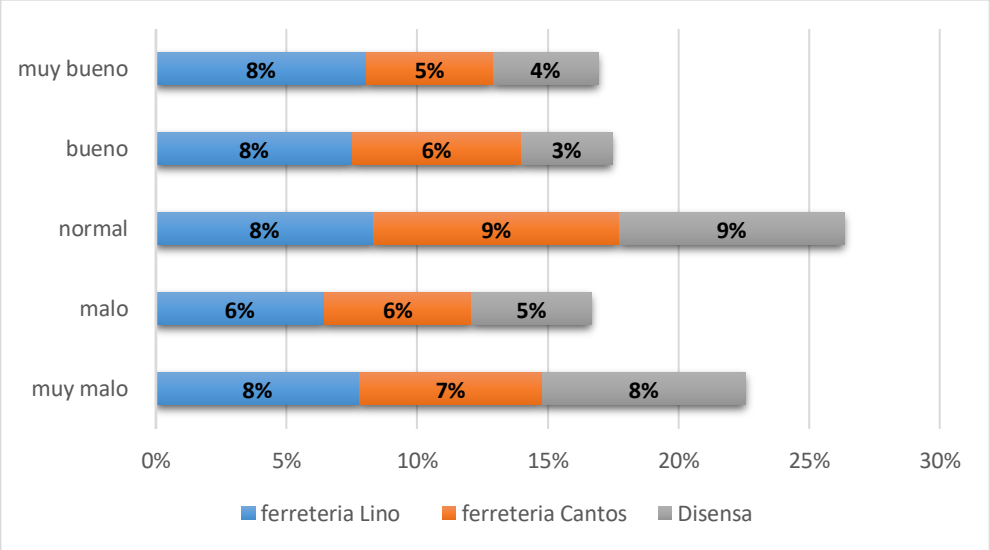


Gráfico 35. Ferretería

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, los clientes deberían ser capaces de sentirse seguros en sus transacciones con los empleados de esta ferretería; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es muy malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es muy malo, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es muy malo respecto a este criterio (servicio) de seguridad para cada ferretería del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, se evidencia que los clientes de estas ferreterías

muestran cierto grado bajo de seguridad con las transacciones, pero se puede mejorar con acciones encaminadas hacia la personalización del servicio.

36. En esta ferretería los empleados tratan a los clientes con cortesía

Tabla 36. cortesía

Ferreterías	muy malo		Malo		normal		bueno		muy bueno		total	
ferretería Lino	33	9%	26	7%	298	8%	30	8%	24	6%	**142**	**38%**
ferretería Cantos	20	5%	28	8%	23	6%	22	6%	31	8%	**124**	**33%**
Disensa	21	6%	27	7%	18	5%	20	5%	20	5%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 36

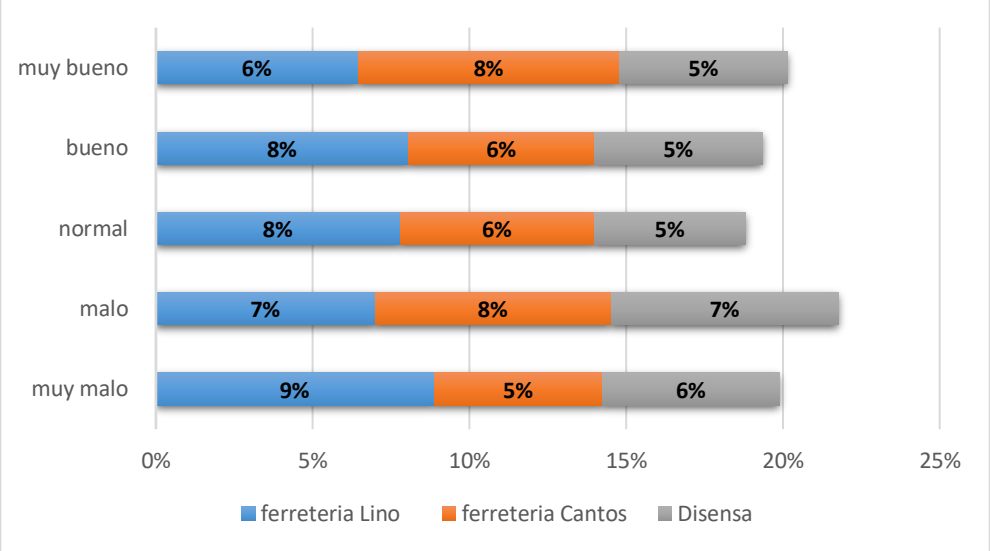


Gráfico 36. cortesía

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, en esta ferretería los empleados tratan a los clientes con cortesía; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es muy malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es malo, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es malo respecto a este criterio (servicio) de seguridad para cada ferretería del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, de esta forma, se refleja que los empleados de estas ferreterías no son siempre amables y cortes lo cual implica una deficiente atención de calidad

37. Los empleados de esta ferretería tienen conocimientos suficientes para responder a sus necesidades

Tabla 37. necesidades

Ferreterías	muy malo		malo		normal		bueno		muy bueno		total	
ferretería Lino	32	9%	32	9%	28	8%	27	7%	23	6%	**142**	**38%**
ferretería Cantos	33	9%	20	5%	27	7%	21	6%	23	6%	**124**	**33%**
Disensa	18	5%	26	7%	15	4%	27	7%	20	5%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 37

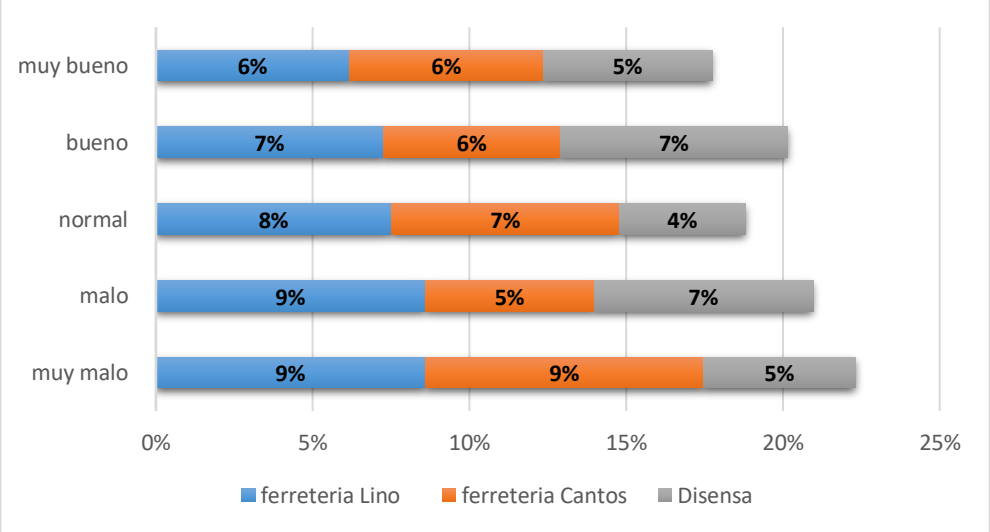


Gráfico 37. necesidades

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, los empleados de esta ferretería tienen conocimientos suficientes para responder a sus necesidades; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es muy malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es muy malo, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es malo respecto a este criterio (servicio) de seguridad para cada ferretería del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, así, los clientes de estas ferreterías perciben que la empresa no capacita a sus colaborades, pero se puede mejorar este aspecto mediante acciones para reforzar el apoyo entre empresario-empleado.

Empatía.

38. En esta ferretería se debe esperar una atención individualizada a cada cliente

Tabla 38. Individualizada

Ferreterías	muy malo		Malo		normal		bueno		muy bueno		Total	
ferretería Lino	32	9%	37	10%	24	6%	28	8%	21	6%	**142**	**38%**
ferretería Cantos	24	6%	26	7%	29	8%	15	4%	30	8%	**124**	**33%**
Disensa	24	6%	22	6%	20	5%	20	5%	20	5%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 38

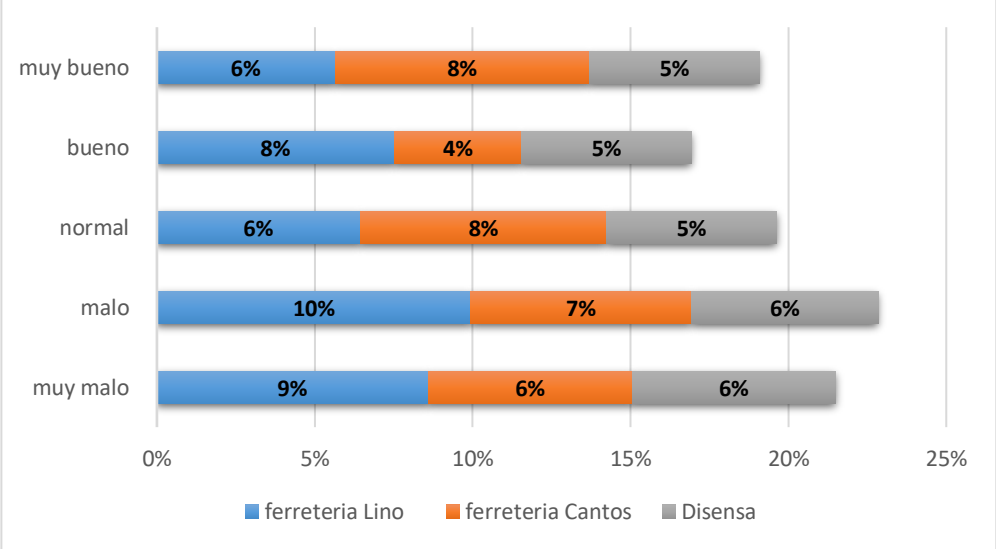


Gráfico 38. Individualizada

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, en esta ferretería se debe esperar una atención individualizada a cada cliente; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es muy malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es malo, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es malo respecto a este criterio (servicio) de empatía para cada ferretería del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, por lo cual, se denota una baja percepción de los clientes de estas ferreterías lo cual implica una baja satisfacción por tanto se debe tomar medidas para captar mayor demandas de clientes

39. En esta ferretería se debe tener empleados que brinden una atención personalizada a cada cliente

Tabla 39. Personalizada

Ferreterías	muy malo		malo		normal		bueno		muy bueno		total	
ferretería Lino	25	7%	29	8%	30	8%	26	7%	32	9%	**142**	**38%**
ferretería Cantos	30	8%	18	5%	27	7%	26	7%	23	6%	**124**	**33%**
Disensa	32	9%	18	5%	20	5%	19	5%	17	5%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 39

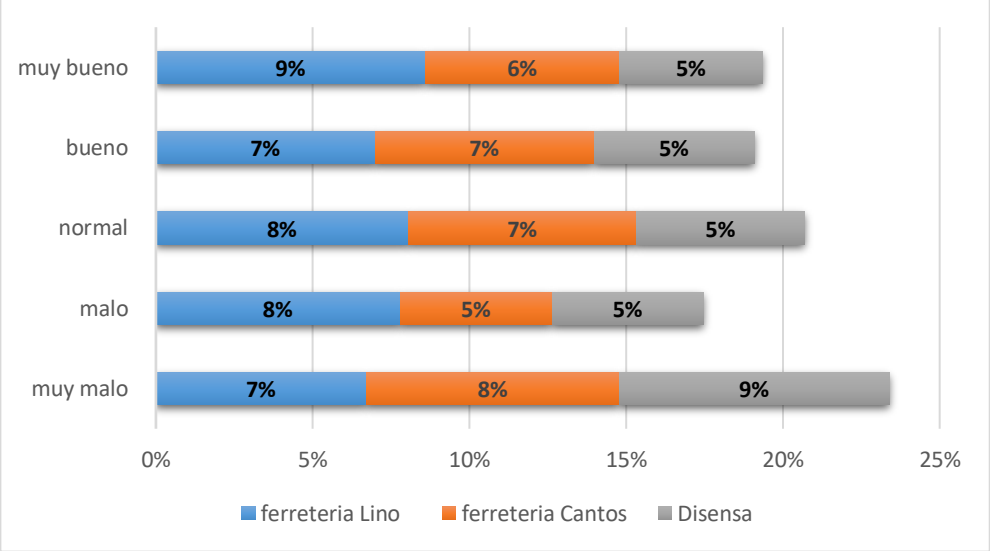


Gráfico 39. Personalizada

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, en esta ferretería se debe tener empleados que brinden una atención personalizada a cada cliente; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es muy malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es muy malo, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es malo respecto a este criterio (servicio) de empatía para cada ferretería del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, por tal motivo, estas ferreterías deben tomar acciones para fortalecer

una atención personalizada con seguimiento a los clientes en un servicio postventa y reportar inconvenientes en los servicios prestados.

40. Es realista esperar que los empleados de esta ferretería busquen lo mejor para los intereses de sus clientes

Tabla 40. clientes

Ferreterías	muy malo		malo		normal		bueno		muy bueno		total	
ferretería Lino	29	8%	22	6%	36	10%	28	8%	27	7%	**142**	**38%**
ferretería Cantos	28	8%	19	5%	33	9%	26	7%	18	5%	**124**	**33%**
Disensa	19	5%	19	5%	13	3%	26	7%	29	8%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 40

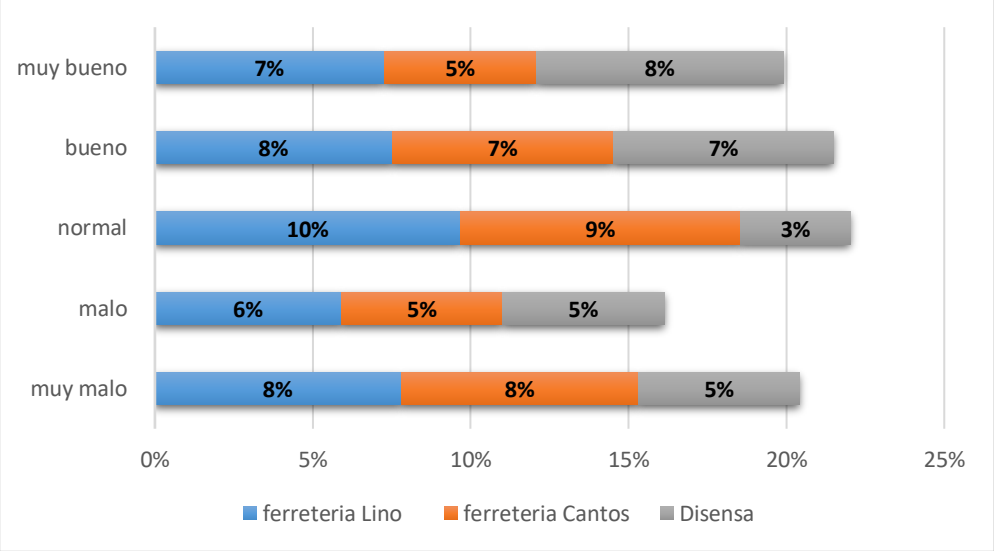


Gráfico 40. clientes

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, es realista esperar que los empleados de esta ferretería busquen lo mejor para los intereses de sus clientes; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es muy malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es muy malo, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es malo respecto a este criterio (servicio) de empatía para cada ferretería del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, por este motivo, estas ferreterías deben mostrar total interés en los clientes guiarlos y ayudarlos cuando lo requieran

41. En esta ferretería se espera que los empleados conozcan cuales son las necesidades específicas de sus clientes

Tabla 41. Necesidades especificas

Ferreterías	muy malo		Malo		normal		Bueno		muy bueno		total	
ferretería Lino	29	8%	29	8%	31	8%	35	9%	18	5%	**142**	**38%**
ferretería Cantos	26	7%	24	6%	31	8%	16	4%	27	7%	**124**	**33%**
Disensa	23	6%	22	6%	21	6%	22	6%	18	5%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 41

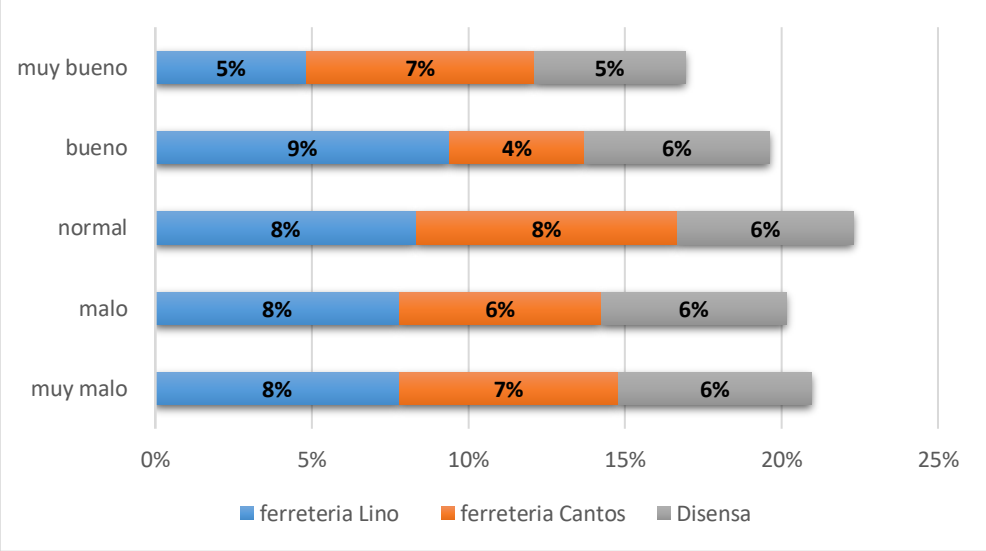


Gráfico 41. Necesidades especificas

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, en esta ferretería se espera que los empleados conozcan cuales son las necesidades específicas de sus clientes; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es muy malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es muy malo, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es malo respecto a este criterio (servicio) de empatía para cada ferretería del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, entonces, estas ferreterías deben realizar chequeos de la demanda de mercado para conocer cuál es la satisfacción del cliente referente a los servicios prestados y mejorar la atención.

Elementos tangibles.

42. En esta ferretería deberían tener equipos de apariencia moderna (tecnología)

Tabla 42. tecnología

Ferreterías	muy malo		malo		normal		bueno		muy bueno		Total	
ferretería Lino	28	8%	28	8%	25	7%	30	8%	31	8%	**142**	**38%**
ferretería Cantos	25	7%	27	7%	19	5%	28	8%	25	7%	**124**	**33%**
Disensa	24	6%	22	6%	25	7%	17	5%	18	5%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 42

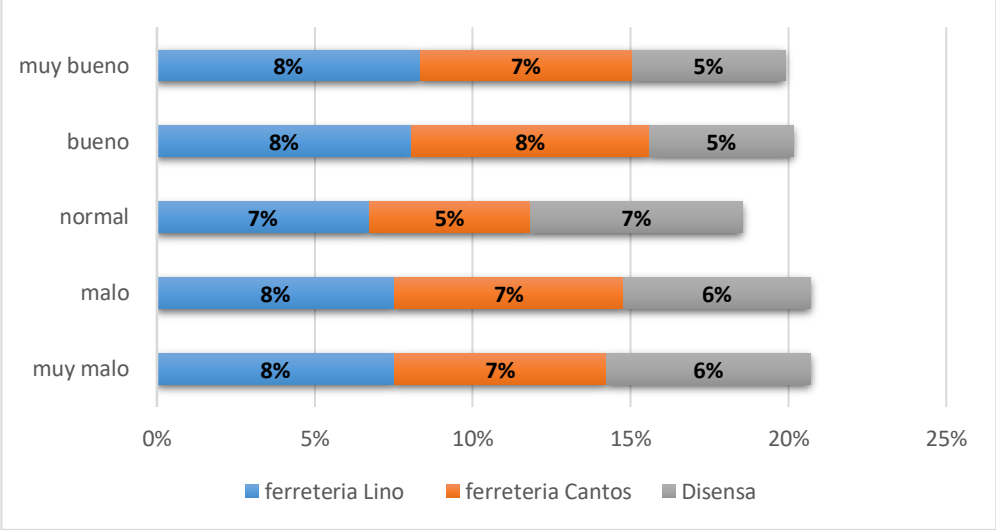


Gráfico 42. tecnología

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, en esta ferretería se espera que los empleados conozcan cuales son las necesidades específicas de sus clientes; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es muy malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es muy malo, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es malo respecto a este criterio (servicio) de elementos tangibles para cada ferretería del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, entonces, estas empresas no utilizan tecnología de vanguardia pero se podría mejorar este aspecto, a través del mejoramiento en los medios y canales para pronunciar sus servicios

.

43. Las instalaciones físicas de esta ferretería deberían ser cómodas y visualmente atractivas

Tabla 43. visual mente

Ferreterías	muy malo		malo		normal		bueno		muy bueno		total	
ferretería Lino	29	8%	36	10%	23	6%	31	8%	23	6%	**142**	**38%**
ferretería Cantos	26	8%	22	6%	25	7%	28	8%	23	6%	**124**	**33%**
Disensa	19	5%	23	6%	17	5%	12	3%	35	9%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 43

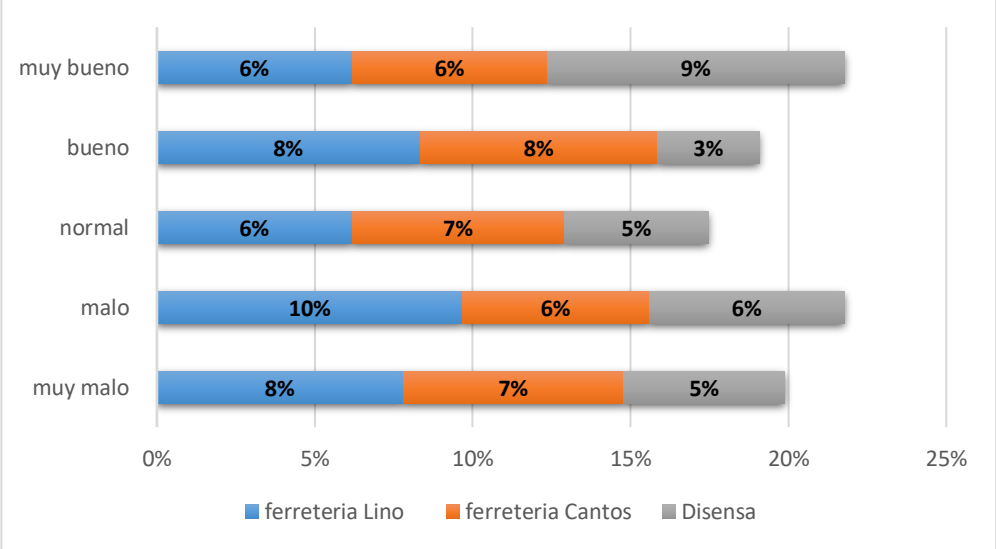


Gráfico 43. visualmente

Análisis e interpretación.
De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, en esta ferretería se espera que los empleados conozcan cuales son las necesidades específicas de sus clientes; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es muy malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es muy malo, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es malo respecto a este criterio (servicio) de elementos tangibles para cada ferretería del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, por tanto se refleja que las instalaciones de estas ferretería no son las mas adecuado para la atención al cliente puesto que deben mejorar sus espacios de manera pulcra, iluminados y visualmente agradables

44. Los empleados de esta ferretería deberían tener apariencia pulcra

Tabla 44. pulcra

Ferreterías	muy malo		malo		normal		bueno		muy bueno		total	
ferretería Lino	28	8%	23	6%	27	7%	30	8%	34	9%	**142**	**38%**
ferretería Cantos	22	6%	21	6%	28	8%	22	6%	31	8%	**124**	**33%**
Disensa	22	6%	22	6%	20	5%	20	5%	22	6%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 44

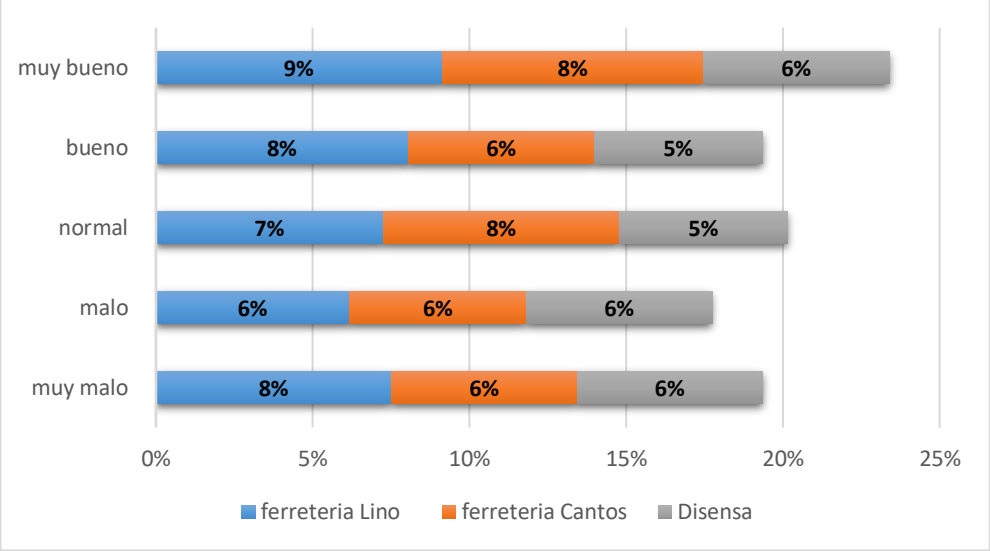


Gráfico 44. pulcra

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, en esta ferretería se espera que los empleados conozcan cuales son las necesidades específicas de sus clientes; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es muy malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es muy malo, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es malo respecto a este criterio (servicio) de elementos tangibles para cada ferretería del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, por esta razón, se evidencia que los empleados de estas ferreterías no proyectan la mejor imagen corporativa posible puesto que deben mejorar este aspectos que es vital para que los clientes se sientan motivados en regresar a la ferretería

45. Los elementos materiales y documentación relacionada con el servicio que ofrece esta ferretería deberían ser visualmente atractivas y sencillas

Tabla 45. Sencillas

Ferreterías	muy malo		malo		normal		bueno		muy bueno		total	
Ferretería Lino	27	7%	27	7%	32	9%	29	8%	27	7%	**142**	**38%**
Ferretería Cantos	29	8%	26	7%	20	5%	27	7%	22	6%	**124**	**33%**
Disensa	18	5%	24	6%	23	6%	20	5%	21	6%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 45

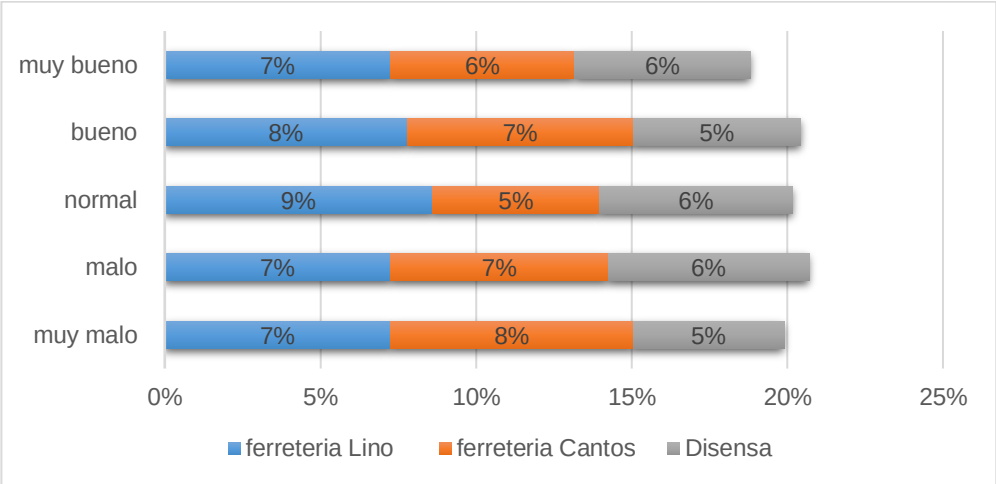


Gráfico 45. Sencillas

Análisis e interpretación.
De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, en esta ferretería se espera que los empleados conozcan cuales son las necesidades específicas de sus clientes; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es muy malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es muy malo, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es malo respecto a este criterio (servicio) de elementos tangibles para cada ferretería del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, entonces, estas ferreterías muestran su información poca clarificada, preciosa y atractiva para sus clientes

46. Esta ferretería debe ofrecer horarios flexibles y adaptados a los diversos clientes

Tabla 46. Diversos clientes

Ferreterías	muy malo		malo		normal		bueno		muy bueno		Total	
ferretería Lino	29	8%	34	9%	27	7%	29	8%	23	6%	**142**	**38%**
ferretería Cantos	21	6%	30	8%	29	8%	18	5%	26	7%	**124**	**33%**
Disensa	20	5%	24	6%	16	4%	18	5%	28	8%	**106**	**28%**
Total											**372**	**100%**

Fuente: Encuesta a clientes del sector ferretero ciudad de Puerto López
Elaborado por: Autor del proyecto

Gráfico 46

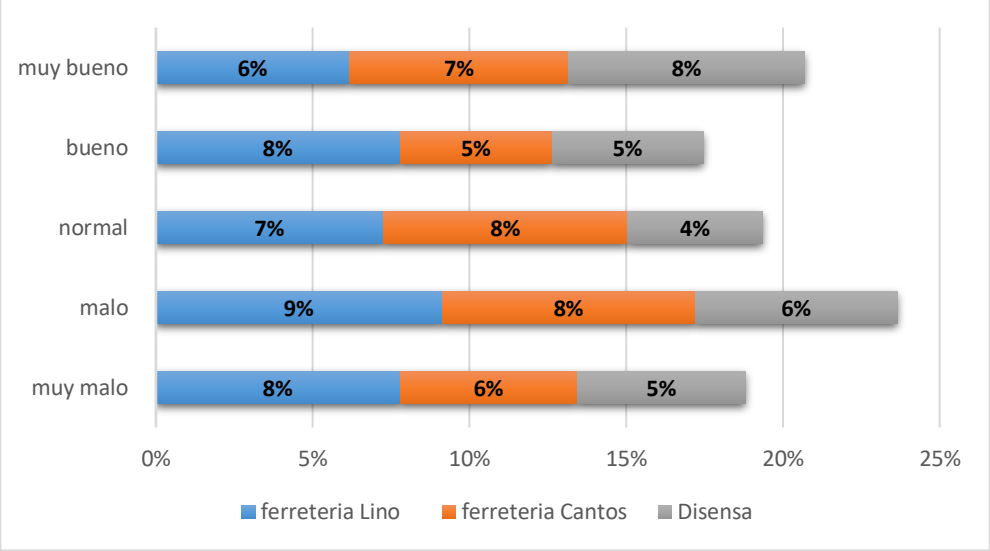
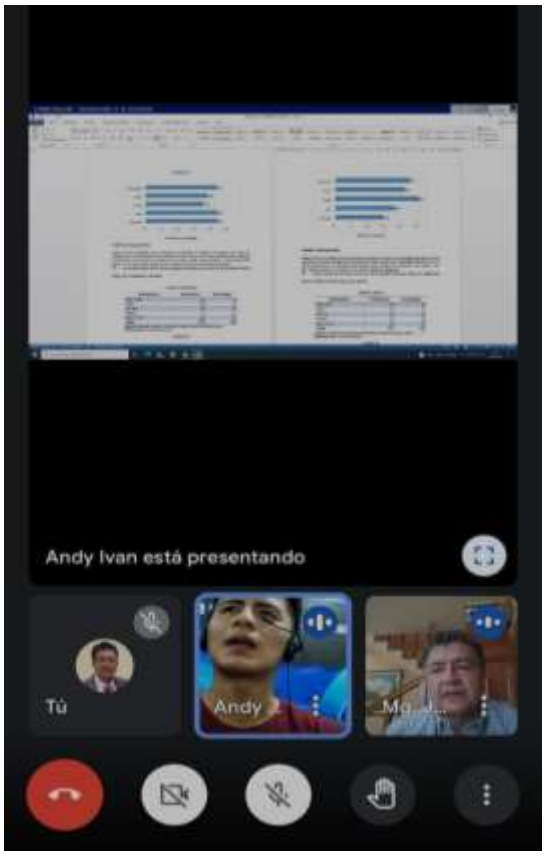


Gráfico 46. Diversos clientes

Análisis e interpretación.
De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación a este criterio, en esta ferretería se espera que los empleados conozcan cuales son las necesidades específicas de sus clientes; en la Ferretería y Pinturas lino gran parte de los encuetados manifiestan que es muy malo, en esta misma línea, en la Ferretería cantos es muy malo, siguiendo esta línea, en la Franquicia Disensa señalan que es malo respecto a este criterio (servicio) de elementos tangibles para cada ferretería del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, por esta razón, estas ferreterías deben preocuparse por los clientes y sus horarios puesto que se debe enfocar los servicios de estas ferreterías hacia la globalización y un mundo mas cambiante ´debido que los clientes también cambian sus formas de acceder a la información y transacciones.

Anexo 5

FOTOS DE TUTORIAS



Anexo 6

Entrevista al Administrador-dueño de la Ferretería Y Pinturas Automotrices Lino

Entrevista al Administrador-dueño de la Ferretería Cantos

Entrevista al Administrador-dueño de la Franquicia Disensa

Anexo 7

Fotos de encuestas

Anexo 8

Certificaciones del tribunal de sustentación

Jipijapa, Noviembre 11 de 2021

INGENIERO
Lic. Dewis Alvarez Pincay, Mg. DE
COORDINADORA DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS-UNESUM
Presente. -

Señor Coordinador:

Mediante la presente me dirijo a usted, para darle a conocer que el proyecto investigación del Andy Iván Lucas Choéz con el tema **"CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR FERRETERO, CIUDAD DE PUERTO LÓPEZ"**, ha sido revisado, el mismo que cumple con todas las condiciones para entrar en el proceso de defensa.

Particular que comunico a usted para los fines pertinente.

Atentamente,

Econ. Xavier Soledispa Rodríguez
DOCENTE-UNESUM

CERTIFICACIÓN

En nuestra condición de Miembros del Tribunal de Sustentación del proyecto de investigación, certifico que el egresado Sr. **ANDY IVÁN LUCAS CHOÉZ,** ha desarrollado el Proyecto de Investigación titulado: **"CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR FERRETERO, CIUDAD DE PUERTO LÓPEZ",** observando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas que regula esta actividad académica, facultamos al mencionado egresado que reproduzca el documento definitivo, presente a la Coordinadora de la Carrera de Administración de Empresas, y proceda a su defensa final.

Jipijapa, 13 de octubre de 2021

Atentamente;

AMPARO BIENVENIDA BAQUE MORAN

Lic. Amparo Baque Morán
DOCENTE - UNESUM

CERTIFICACION

Ing. Miguel Augusto Baque Cantos. PhD Docente de la Universidad Estatal del Sur de Manabí. Facultad Ciencias Económicas Carrera Administración de Empresas en calidad de Miembro del Tribunal de Sustentación.

CERTIFICO. Que el egresado **Andy Iván Lucas Choez** ha cumplido con todas las correcciones a Las observaciones realizadas en el trabajo de investigación cuyo tema es **"CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DEL CLIENTE EN EL SECTOR FERRETERO CIUDAD DE PUERTO LOPEZ"** Por lo que se le declara apto para la sustentación previa a la Obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas

Jipijapa Octubre 20 del 2021

Dr. Miguel Baque Cantos

DOCENTE UNESUM

Anexo 9

Certificado URKUND

Curiginal

Document Information

Analyzed document	ANDY IVAN LUCAS CHOEZ - URKUND.docx (D119682438)
Submitted	2021-11-24T03:42:00.0000000
Submitted by	
Submitter email	lucas-andy6335@unesum.edu.ec
Similarity	3%
Analysis address	maria.leonor.unesum@analysis.urkund.com

Sources included in the report

SA	**TT1-8585-CONTRERAS NIETO KARINA-PT.docx** Document TT1-8585-CONTRERAS NIETO KARINA-PT.docx (D110291793)	4
SA	**1.5- Tesis Evelyn Caipo.docx** Document 1.5- Tesis Evelyn Caipo.docx (D114456526)	8
SA	**Modelo de Tesis 2017 (Modificado).docx** Document Modelo de Tesis 2017 (Modificado).docx (D40514702)	5
SA	**Luis Gonzaga Sarmiento - Corregido -9-marzo 2017.docx** Document Luis Gonzaga Sarmiento - Corregido -9-marzo 2017.docx (D26319696)	1
SA	**ESTRUCTURA DE TESIS MORENO.docx** Document ESTRUCTURA DE TESIS MORENO.docx (D41462346)	2
SA	**T3_Tesis1_Guevara Guimarey Cynthia - Luza Morales Aaron.docx** Document T3_Tesis1_Guevara Guimarey Cynthia - Luza Morales Aaron.docx (D117733339)	1

Anexo 10

Formulario de la biblioteca

FORMULARIO DE:

AUTORIZACIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL UNESUM

El/La que suscribe, **LUCAS CHOÉZ ANDY IVÁN** en calidad de autor/a del siguiente trabajo escrito titulado **"CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR FERRETERO, CIUDAD DE PUERTO LÓPEZ"**, otorga a la Universidad Estatal del Sur de Manabí, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción y distribución pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Estatal de Sur de Manabí.

Se autoriza a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Estatal del Sur de Manabí.

El autor como titular de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que él asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta autorización, se cede a la Universidad Estatal del Sur de Manabí el derecho exclusivo de archivar y publicar para ser consultado y citado por terceros, la presente obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se le haga para obtener beneficio económico.

Jipijapa, noviembre de 2021.

Andy Iván Lucas Choéz

C.I. 240021633-5