UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

# ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE ALMACENES LA GANGA EN RELACIÓN A SUS PRODUCTOS EN EL CANTÓN EL GUABO

ROMERO ZAVALA VALERIA PAOLA

MACHALA
2016

UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

# ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE ALMACENES LA GANGA EN RELACIÓN A SUS PRODUCTOS EN EL CANTÓN EL GUABO

ROMERO ZAVALA VALERIA PAOLA

MACHALA
2016

**Nota de aceptación:**

Quienes suscriben OLLAGUE VALAREZO JOSE KENNEDY, SERRANO ORELLANA BILL JONATHAN y PALOMEQUE CÓRDOVA INÉS DEL TRÁNSITO, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE ALMACENES LA GANGA EN RELACIÓN A SUS PRODUCTOS EN EL CANTÓN EL GUABO, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.

OLLAGUE VALAREZO JOSE KENNEDY
0701735284
ESPECIALISTA 1

SERRANO ORELLANA BILL JONATHAN
0703529842
ESPECIALISTA 2

PALOMEQUE CÓRDOVA INÉS DEL TRÁNSITO
0700832603
ESPECIALISTA 3

SOTO ARMIJOS SANDY TATIANA
0705099299
ESPECIALISTA SUPLENTE

Machala, 22 de septiembre de 2016

URKUND

# Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** ROMERO ZAVALA VALERIA PAOLA.pdf (D21114447)
**Submitted:** 2016-07-18 20:58:00
**Submitted By:** paolita_22_romero@hotmail.com
**Significance:** 3 %

## Sources included in the report:

PROYECTO DE CALIDAD.docx (D13330058)
PROYECTO DE CALIDAD.docx (D13185458)

## Instances where selected sources appear:

3

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, ROMERO ZAVALA VALERIA PAOLA, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE ALMACENES LA GANGA EN RELACIÓN A SUS PRODUCTOS EN EL CANTÓN EL GUABO, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las dispociones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante 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 licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 22 de septiembre de 2016

ROMERO ZAVALA VALERIA PAOLA
0704902725

# RESUMEN

El cliente es el factor y motor fundamental del crecimiento de la empresa, porque forma parte de la rentabilidad que obtiene, gracias a las demandas que generan; conforme el grado de satisfacción que adquiera el cliente podrá permanecer la estabilidad financiera en la cumbre por esta razón para que la fidelidad de los cliente continúe, se determina la mejora de calidad que forma como compendio en la generación de ventaja competitivas; es básicamente cuando se evalúa la satisfacción del cliente para lograr mejorar y fortalecer aspectos deficientes que aun representan estancamientos para mayor lealtad de los clientes y que afecta al rendimiento en las utilidades de la entidad; por esta razón se implementa los sistema de gestión de calidad pues reside como indicador o medida de desempeño que identifica oportunidades de mejora para el desarrollo organizacional, orientado a lograr que se cumplan los requisitos que el cliente percibe. La empresa para facilitar excelente calidad es ineludible la evaluación además de desarrollar constantemente, lo cual se debe medir mediante diferentes técnicas o elementos de entradas de fuentes; que proporcionen información sobre la percepción que el cliente tiene hacia los servicios o productos que se ofertan, lo que accederá la toma de decisiones y acciones de mejora de calidad. El objetivo general del presente trabajo es analizar la satisfacción del cliente en Almacenes la Ganga, del cantón El Guabo a través de encuestas de opinión para identificar el nivel de percepción que tiene el cliente hacia los productos y servicios que brinda.



**Palabras claves:** Cliente, Satisfacción, Calidad, Percepción, Técnicas.

## ABSTRACT

The customer is the factor and a key engine of growth of the company, because it is part of the returns obtained, thanks to the demands generated, according to the degree of satisfaction that acquires the customer may remain financial stability at the summit for this reason so that customer loyalty continued, improved quality way compendium create competitive advantage is determined, is basically where customer satisfaction is evaluated in order to improve and strengthen areas of weakness that although they represent deadlocks for greater customer loyalty and affects performance in the profits of the entity; for this reason the quality management systems implemented as living as an indicator or performance measure that identifies opportunities to improve organizational development, aimed to ensure that the customer perceives requirements are met. The company to provide high quality evaluation is inescapable addition to constantly develop, which will be measured by different techniques or elements of source inputs; to provide information on the perception that the client has to services or products offered, which will access decisions and actions to improve quality. The overall objective of this paper is to analyze customer satisfaction in stores of the Ganga of the canton El Guabo through opinion polls to identify the level of customer perception towards the products and services provided



**Keywords:** Customer, Satisfaction, Quality, Perception, Techniques

# ÍNDICE GENERAL

**Pág.**

**RESUMEN** ..... I

**ABSTRACT** ..... II

**ÍNDICE GENERAL** ..... III

**ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Y TABLAS** ..... IV

**INTRODUCCIÓN** ..... 5

**DESARROLLO** ..... 7

**SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD** ..... 7

**SATISFACCIÓN DE CLIENTES** ..... 7

**ENCUESTA PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE ALMACENES LA GANGA, EL GUABO** ..... 9

**Tamaño de la muestra** ..... 10

**Interpretación de los resultados.** ..... 10

**Análisis de los Resultados** ..... 13

**CONCLUSIONES** ..... 14

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS** ..... **¡Error! Marcador no definido.**

**ANEXOS** ..... 15

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Y TABLAS

### ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

**Pág.**

**Gráfico 1. Atención al cliente** ..... **10**

**Gráfico 2. Información solicitada** ..... **10**

**Gráfico 3. Calidad del Producto** ..... **11**

**Gráfico 4. Garantía del producto** ..... **11**

**Gráfico 5. Precio, cuotas y plazo** ..... **12**

**Gráfico 6. Servicio de entrega** ..... **12**

**Gráfico 7. Instalación de la empresa** ..... **12**

**Gráfico 8. Resolución del problema** ..... **13**

### ÍNDICE DE TABLAS

**Pág.**

**Tabla 1. Atención al cliente** ..... **10**

**Tabla 2. Información solicitada** ..... **10**

**Tabla 3. Calidad del Producto** ..... **11**

**Tabla 4. Garantía del producto** ..... **11**

**Tabla 5. Precio, cuotas y plazo** ..... **12**

**Tabla 6. Servicio de entrega** ..... **12**

**Tabla 7. Instalación de la empresa** ..... **12**

**Tabla 8. Resolución del problema** ..... **13**

# INTRODUCCIÓN

La satisfacción del cliente es la parte fundamental que se enfocan las empresas, lo cual investigan sus necesidades y el nivel de satisfacción o cumplimento con sus expectativas. Las empresas que implementen sistema de gestión de calidad será quien dé seguimiento y medición a la percepción del cliente en cuanto a productos y servicios.

Al estudiar la satisfacción del cliente, permite a la empresas conocer el desempeño que han tenido para conseguir que el cliente quede satisfecho; es por ello que actualmente se aplican técnicas para medir la satisfacción de cliente lo cual lo nombra en la Norma Iso 9001: 2008, donde la encuesta o cuestionario es la herramienta más utilizada para identificar la percepción del cliente y así mismo conforme los resultados aplicar mejoras y acciones pertinentes.

El proceso de recolección, análisis e interpretación de datos obtenidos, se destaca que orienta a mejorar el desempeño de la empresa en desarrollar, obtener y ofrecer productos y servicios de calidad que superen las expectativas del cliente; porque si la satisfacción del cliente se encuentra alta, será beneficioso para la empresa porque tendría la lealtad.

El presente trabajo aborda la satisfacción del cliente, el cual se presenta su objetivo general que es analizar la satisfacción del cliente en Almacenes la Ganga, del cantón El Guabo a través de encuestas de opinión para identificar el nivel de percepción que tiene el cliente hacia los productos y servicios que brinda, lo cual la muestra seleccionada fue de 36 personas del sector Tíllales, y el cuestionario está conformado por 8 preguntas.

Las preguntas que aborda el cuestionario son referente a la calidad del producto, trato, instalación, garantía, cuota de pago, plazo, precio, información necesaria, resolución del problema; donde se identifica las expectativas de los clientes; el cuestionario representa un instrumento necesario para conocer el nivel que tiene el cliente de satisfacción.

En síntesis este trabajo es importante porque establece una técnica para poder medir la satisfacción del cliente, presenta la opinión del cliente en cuanto a expectativas que recibió; por eso es eminente que se haga seguimiento y mida para establecer correctas toma decisiones de la selección de estrategias idóneas para mejorar la calidad y así incrementar las ventas.

El presente trabajo de caso práctico está conformado por el desarrollo que formaron de base para la ejecución del caso, donde se establece investigar referencias de autores; por la cual el aborda al personal, al producto y servicio. Seguido por las conclusiones del trabajo.

# DESARROLLO

## SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

El sistema de gestión de calidad es el conjunto de métodos y recursos, que con su utilización orientara a resultados racionales de los recursos, el cual tiene el proposito de conseguir un nivel alto de la satisfacción de los clientes, al ofrecerles productos y servicios de calidad; por eso la implementación de normas de calidad y seguimiento permite identificar la percepción del cliente que tiene hacia el producto o servicio que oferta la empresa (Fontalvo, Mendoza, & Morelos, 2011).

Las empresas que implementan sistema de gestión de calidad deben asegurarse de la satisfacción del cliente en cuanto al producto y servicio; para lo cual se tiene en cuenta dar seguimiento a la información de percepción del cliente; que corresponde al número 8.2.1 satisfacción del cliente, proporcionada por la norma internacional ISO 9001: 2008; además indica que la organización debe determinar, recopilar e interpretar los datos mediante fuentes o instrumentos pertinentes (Suárez, 2013).

## SATISFACCIÓN DE CLIENTES

La satisfacción del cliente surge a finales de los años setenta como investigación de campo basada en estudiar el comportamiento del consumidor para detectar los factores que inciden de forma directa e indirecta en la satisfacción de clientes con el próposito de efectuar estrategias de mejora que accedan amortiguar los efectos negativos y que resulte de forma positiva en excelente calidad del servicio como plataforma para su creciente ventaja competitiva (Nápoles, Tamayo, & Moreno, 2016).

Por satisfacción de clientes se comprende como la evaluación que realiza el consumidor respecto al producto o servicio sobre la respuesta de los requerimientos y atención en las necesidades y perspectivas; lo que dependera que el nivel de satisfacción se encuentre alto o bajo por no disponer o acatar lo dispuesto por los clientes a consecuencia de la percepciones que reflejaron del producto y servicio (Mejías & Manrique, 2011).

Para conocer el nivel de satisfacción de los clientes se utilizan herramientas o técnicas de investigación; lo cual la más habitual son las encuestas de satisfacción que consta de preguntas cerradas y de opción múltiple, donde el cliente seleccionará la respuesta conforme su criterio u opinión. La utilización de la técnica de encuesta y elección de

preguntas procede de la norma ISO 9001:2008 (Medina, y otros, 2014) por esa razón es que las encuentas permite conocer el nivel de percepción de los clientes en relación de los productos y servicios (Zamora, Rodríguez, & Pozo, 2014).

La importancia de la medición de la satisfacción de los clientes como herramienta de calidad permite identificar la percepcion o expectativas que tiene el cliente y puedan hacer valoración de la calidad que perciben (Calabuig, Molina, & Núñez, 2012); otros aspectos que pueden conocerse es la orientación de los recursos para presentar solciones dispuestas de la información cuantificada para seguir en las mejoras del servicio y producto (Villodre, Calero, & Gallarza, 2014).

Al aplicar la técnica de la encuesta, se procede por etapas la primera es diseñar las preguntas, establecer formato de la encuesta y encuestar a las personas seleccionadas mediante el cálculo del tamaño de la muestra; en la segunda etapa recopilar la información donde se tabula y grafica los resultados y la tercera etapa abarca interpretar los datos obtenidos para el análisis respectivo en cuanto al nivel de satisfaccion de los clientes.

Por lo tanto el cuestionario o encuesta sirve como instrumento de medición que permite ayudar a identificar los aspectos negativos que involucra aun insatisfacción del cliente; lo que representa un medida de satisfacción de clientes fiable y de mejora para la empresa, porque al conocer la percepción del cliente le permitirá implementar estrategias y acciones de mejora (Rodríguez, Pozo, & Zamora, 2012).

Para determinar el tamaño de la muestra es decir de las personas que se va encuestar se utiliza una formula donde N se refiere a la población; E consiste en el margen de error; p es el porcentaje de probabilidad positiva y q probalidad negativa; Z representa al nivel de confianza (Tellez, Mora, Martínez, García, & García, 2012). A continuación se demuestra la fórmula;

**$n= [(p)(q)(N) (Z^2)] / [E2(N-1) + Z^2(p)(q)]$ (1)**

Se ha tomado de referencia la fórmula indicada sin embargo contamos con el 5% de margen de erro en el caso práctico; lo cual sirvio de base para proceder con la especificación de la siguiente formula, que acontinuacion prosigue la fórmula que se

determina para conocer el tamaño de la muestra por sector. Notese que tm singifica tamaño de la muestra y dm hace referencia a distribución de muestra por sectores.

**Tm= [N / [1+(E)$^2$(N)] (2)**

**dm= Tm (n) / N (3)**

**ENCUESTA PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE ALMACENES LA GANGA, EL GUABO**

La empresa Almacenes La Ganga, sucursal El Guabo es dedica a la comercialización y venta de electrodomésticos, la dirección es Calles: Nueve de Octubre 2533 entre calles Eloy Alfaro y Gran Colombia con el teléfono 072952396. Los productos de línea blanca de Almacenes la Ganga, sucursal El Guabo son fabricados y comercializados por proveedores de equipos y aparatos de uso doméstico. Esta empresa en la actualidad se encuentra en el proceso de implementación de Sistema de Gestión de Calidad.

Almacenes La Ganga empezó sus operaciones comerciales a partir del año 1983, donde su primer local estaba establecido en el Sector de la Bahía de la ciudad de Guayaquil; desde ese momento se dedicó a la comercialización y venta de electrodomésticos de diferentes marcas reconocidas a nivel mundial como Induglob, HP, Lg, Samsumg, entre otras; algunos de estos proveedores presentan sus productos certificaciones de calidad.

Los productos que oferta Almacenes La Ganga, contienen valor agregado que los de la competencias como son sus ganguitas pequeñita por plazo largos, y cuotas pequeñas, es allí que su slogan es “Precios de Bahía con garantía”, debido a la gran demanda de clientes, la empresa opto por expandirse hacia otras provincias del Ecuador, actualmente cuenta con 130 locales; gracias por los precios y mejores ganguitas que oferta.

Para conocer la percepción del cliente se ha establecido una encuesta de 8 preguntas de opción múltiple que involucra al producto, servicio, instalación, atención y calidad respecto a las necesidades o requerimientos que el cliente adquiere para sentirse

satisfecho. El cuestionario fue aplicado a los clientes del sector Tíllales. Para identificar la población que se va encuestar se utiliza las siguiente fórmulas.

**Tamaño de la muestra y por sector.**

**Tm=** 133/ (1+ (0, 05)$^2$ (133))

**Tm=** 133/34.25

**Tm= 100**

**Dm=** TM (n)/ N

**Dm=** 100*48/ 133

**Dm= 36**

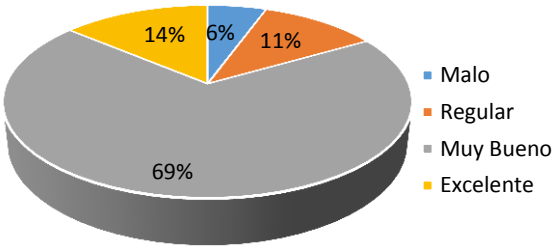
**Interpretación de los resultados.**

**1. ¿Cómo califica el trato que le brinda Almacenes La Ganga, sucursal El Guabo?**

**Tabla 1. Atención al cliente.**

| VARIABLES | CANTIDAD |
|---|---|
| Malo | 2 |
| Regular | 4 |
| Muy Bueno | 25 |
| Excelente | 5 |
| **TOTAL** | **36** |

**Gráfico Nº 1. Atención al cliente**



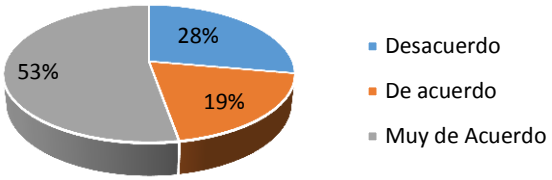

El resultado obtenido representa que el 69% considera que el trato es muy bueno, en un 14% estima que es excelente, el 11% evidencia que el trato del personal es regular y en un 6% opinan que es malo el trato recibido por los empleados.

**2. ¿el personal que le atiende le proporciona toda la información solicitada por usted?**

**Tabla 2. Información solicitada**

| VARIABLES | CANTIDAD |
|---|---|
| Desacuerdo | 10 |
| De acuerdo | 7 |
| Muy de Acuerdo | 19 |
| **TOTAL** | **36** |

**Gráfico 2. Información solicitada**



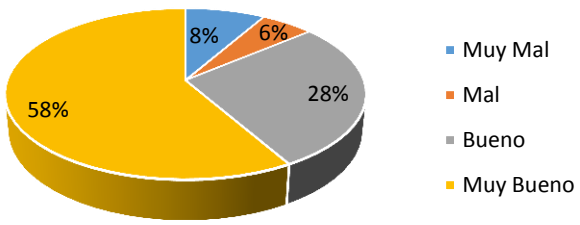
El 53% estima que están muy de acuerdo en la información que brinda el personal, el 28% considera que están en desacuerdo, y en un 19% se evidencia que están solo de acuerdo con la información que proporciona el empleado de la empresa.

**3. ¿Cómo califica la calidad del producto que ofrece la empresa?**

**Tabla 3. Calidad del Producto**

| VARIABLES | CANTIDAD |
|---|---|
| Muy Mal | 3 |
| Mal | 2 |
| Bueno | 10 |
| Muy Bueno | 21 |
| **TOTAL** | **36** |

**Grafico 4. Calidad de Producto**



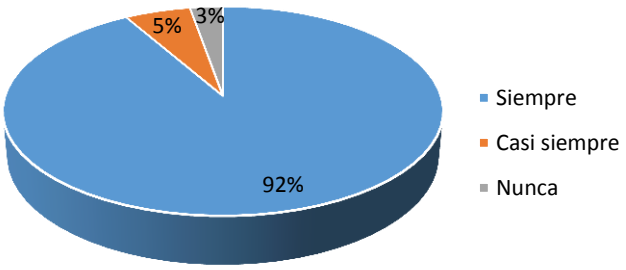

Como se puede observar, el 58% de las personas respondieron que la calidad del producto es muy buena, el 28% estima que es buena, el 8% dice que es muy mala pero el 6% solo estima que es mala la calidad del producto de la empresa.

**4. ¿Considera Ud. que si se cumple la garantía que ofrece la empresa?**

**Tabla 4. Garantía del producto**

| VARIABLES | CANTIDAD |
|---|---|
| Siempre | 33 |
| Casi siempre | 2 |
| Nunca | 1 |
| **TOTAL** | **36** |

**Grafico 4. Garantía del Producto**



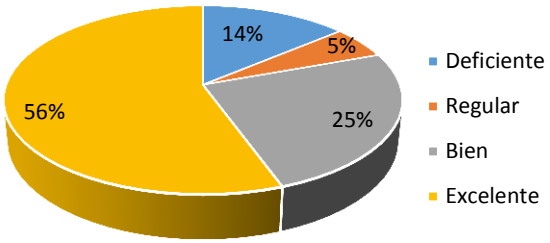

El 92% de las personas encuestadas afirman que siempre se cumple la garantía que ofrece la empresa; en un 5% estima que casi siempre, y en un 3% opina que nunca cumplen la garantía del producto.

**5. ¿Ud. Cómo valora el precio, cuotas y el plazo de pago de los productos a crédito que ofrece la empresa?**

**Tabla 5. Precio, cuotas y plazo**

| VARIABLES | CANTIDAD |
|---|---|
| Deficiente | 5 |
| Regular | 2 |
| Bien | 9 |
| Excelente | 20 |
| **TOTAL** | **36** |

**Gráfico 5. Precio, cuotas y plazo**



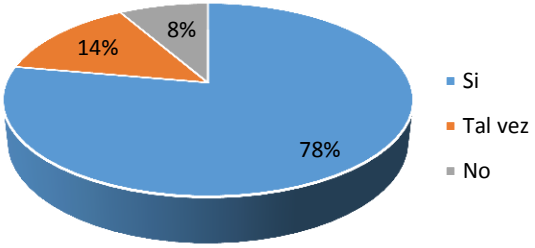

El resultado obtenido indica que el 56% de las personas consideran que es excelente el precio, cuotas y plazo de los productos a crédito, el 25% estima que está bien, el 14% de las personas encuestadas determinan que es deficiente, y en 5% de los encuestados dicen que es regular.

**6. ¿Considera que el servicio de entrega de la mercadería es oportuna?**

**Tabla 6. Servicio de entrega**

| VARIABLES | CANTIDAD |
|---|---|
| Si | 28 |
| Tal vez | 5 |
| No | 3 |
| **TOTAL** | **36** |

**Gráfico 6. Servicio de entrega**



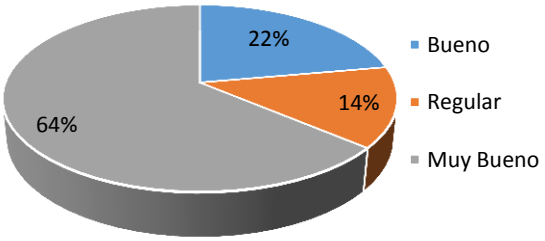

El 78% de las personas encuestadas respondieron que si es oportuna la entrega de la mercadería, el 14% consideran que tal vez es oportuna y el 8% dice que no llegan oportunamente los productos.

**7. ¿Cómo considera la instalación de la empresa?**

**Tabla 7. Instalación de la empresa**

| VARIABLES | CANTIDAD |
|---|---|
| Bueno | 8 |
| Regular | 5 |
| Muy Bueno | 23 |
| **TOTAL** | **36** |

**Gráfico 7. Instalación de la empresa**



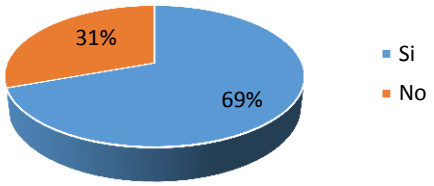

La instalación de la empresa, según los resultados obtenidos de las personas encuestadas consideran que el 64% es muy bueno, el 22% es bueno y en un 14% es regular.

**8. ¿En caso de tener dudas o quejas, le han resuelto el problema oportunamente?**

**Tabla 8. Resolución del problema**

| VARIABLES | CANTIDAD |
|---|---|
| Si | 25 |
| No | 11 |
| **TOTAL** | **36** |

**Gráfico 8. Resolución del problema**




El 69% de las personas opinaron que si resuelven oportunamente las dudas y quejas y el 31% refleja que no han resulto sus problema de forma oportuna.

**Análisis de los Resultados**

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas, ya tabulados y graficados se determina que la satisfacción del cliente si está en niveles altos, lo que significa que no poseen insatisfacción sin embargo igual se debe aplicar acciones de mejora, porque en pequeña cantidad existe clientes que no se encuentran satisfechos por los productos y servicios que se ofertan en la empresa.

El trato del personal que refleja y brinda al cliente es muy bueno, pero en pequeña cantidad hay personas que lo consideran regular, lo que implica que los clientes aun presentan ciertas indiferencias; además al momento del trato el personal si les brinda la información pertinente acerca del producto pero en minoría refleja que los empleados no cumplen con una atención de datos, características sobre el artículo.

En cuanto a la calidad del producto se evidencia que las personas o consumidores están satisfecho, cabe mencionar que los proveedores del Almacén son de marcas reconocidas, posicionadas en el Mercado y con certificaciones ISO o de calidad. Por otra parte la garantía de los productos perciben los clientes estar satisfecho porque siempre se cumple este requisito que aumenta el nivel de la satisfacción.

El nivel de satisfacción que tienen los clientes en el precio, cuotas y plazo de las mercaderías a crédito son excelentes y lo encuentran bien generando una buena percepción por parte de ellos. Por otro lado cuando el cliente compra la mercadería, la entrega al domicilio determina que es oportuna El lugar donde se encuentra la empresa, la instalación es muy buena, según la percepción de los clientes. En cuanto a la resolución de los problemas que pueden ser quejas y dudas.

El cliente ha demostrado mediante sus opiniones estar satisfecho con el producto y servicio, lo cual representa en mayor porcentaje según los resultados; sin embargo

existen deficiencias insatisfechas que se debe solucionar como el trato e información pertinente que pueden afectar o discernir en la imagen corporativa y credibilidad hacia la empresa.

## CONCLUSIONES

Como conclusión del trabajo desarrollado señaló que toda empresa que implemente sistema de gestión de calidad debe medir el nivel de satisfacción del cliente, y luego de obtener resultados promover acciones de mejora para no tener clientes insatisfecho; porque la satisfacción del cliente es la parte fundamental para tener demanda en el incremento de los ingresos, crecimiento y solvencia de la empresa en el mercado.

La técnica que se utilizó para la medición de satisfacción de los clientes, es la encuesta siendo una herramienta establecida en la Norma ISO 9001: 2008; que orienta hacia la mejora al conocer la percepción que tiene el cliente hacia los productos; el instrumento mencionado fue la técnica que se utilizó en este caso donde las preguntas comprenden de 8 y son de opciones conforme las expectativas de los clientes, los cuales fueron escogido mediante la fórmula de tamaño de la muestra y por sectores, obteniendo el resultado de 36 personas a encuestar del Sector Tíllales.

Los resultados de los clientes, a los cuales se encuestó, se evidencia que los clientes se encuentran satisfechos con la calidad, el precio, las cuotas, el plazo, resolución de problemas, instalación, servicio de entrega y garantía; sin embargo se debe enfocar en la mejora y búsqueda de acciones en el trato del personal y que los empleados brinden la información pertinente o solicitada; no cabe duda que al cumplir con las expectativas de los clientes significa lograr el éxito de la empresa.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS


Calabuig Moreno, F., Molina García, N., & Núñez Pomar, J. (2012). Una aplicación inicial del modelo tridimensional de calidad de servicio en centros deportivos privados. *Revista de Ciencias del Deporte, 8*(1), 67-81.

Fontalvo Herrera, T., Mendoza Mendoza, A., & Morelos Gómez, J. (2011). Evaluación del impacto de los sistemas de gestión de la calidad en la liquidez y rentabilidad de las empresas de la Zona Industrial de Mamonal (Cartagena-Colombia). *Revista Virtual Universidad Católica del Norte, 34*, 314-341.

Medina Merodio, J. A., de Pablos Heredero, C., Jiménez Rodríguez, M. L., de MarcosOrtega, L., Barchino Plata, R., Rodríguez García, D., & Gómez Aguado, D. (2014). Análisis de la satisfacción de cliente mediante el uso de cuestionarios con preguntas abiertas. *Dyna, 81*(188), 92-99.

Mejías Acosta, A. A., & Manrique Chirkova, S. (2011). Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: una aproximación mediante el análisis de factores/. *Ingeniería Industrial, XXXII*(1), 43-47.

Nápoles Nápoles, L. Y., Tamayo García, P., & Moreno Pino, M. (2016). Medición y mejora de la satisfacción del cliente interno en instituciones universitarias. *Ciencias Holguín, XXII*(2), 1-16.

Rodríguez Cotilla, Z., Pozo Rodríguez, J. M., & Zamora Molina, T. (2012). Procedimiento para medir la satisfacción del cliente en empresas de servicio. *Cofin Habana*(3), 68-71.

Suárez Rancel, M. M. (2013). Estadística en la Toma de Decisiones. *Revista Didáctica de las Matemáticas, 83*, 35-42.

Tellez Delgado, R., Mora Flores, J. S., Martínez Damián, M. Á., García Mata, R., & García Salazar, J. A. (2012). Caracterización del consumidor de carne Bovina en la zona matropolitana del Valle de México. *Agrociencia, 46*(1), 75-86.

Villodre, R., Calero, R., & Gallarza, M. G. (2014). La satisfacción del cliente como indicador de calidad en neurorehabilitación. *Cuadernos de Estudios Empresariales, 24*, 131-147.

Zamora Molina, T., Rodríguez Cotil, Z., & Pozo Rodríguez, J. M. (2014). La satisfacción del cliente en empresas de servicios: caso práctico. *Cofin Habana, 8*(1), 19-28.

## ANEXOS

### ANEXO A. FORMATO DE LA ENCUESTA.

### ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

**Objetivo:** Identificar el nivel de percepción de los clientes del Almacén la Ganga, por medio de la encuesta para conocer si el cliente está satisfecho o insatisfecho.

Instrucciones: Lea detenidamente y seleccione la respuesta a su consideración.

**1. ¿Cómo califica el trato que le brinda Almacenes La Ganga, sucursal El Guabo?**
**( ) Malo** **( ) Muy Bueno**
**( ) Regular** **( ) Excelente**

**2. ¿el personal que le atiende le proporciona toda la información solicitada por usted?**
**( ) Desacuerdo**
**( ) De acuerdo**
**( ) Muy de Acuerdo**

**3. ¿Cómo califica la calidad del producto que ofrece la empresa?**
**( ) Muy Mal** **( ) Mal**
**( ) Bueno**
**( ) Muy Bueno**

**4. ¿Considera Ud. que si se cumple la garantía que ofrece la empresa?**
**( ) Siempre**
**( ) Casi siempre**
**( ) Nunca**

**5. ¿Ud. Cómo valora el precio, cuotas y el plazo de pago de los productos a crédito que ofrece la empresa?**
**( ) Deficiente** **( ) Bien**
**( ) Regular** **( ) Excelente**

**6. ¿Considera que el servicio de entrega de la mercadería es oportuna?**
**( ) Si**
**( ) Tal vez**
**( ) No**

**7. ¿Cómo considera la instalación de la empresa?**
**( ) Bueno**
**( ) Regular**
**( ) Muy Bueno**

**8. ¿En caso de tener dudas o quejas, le han resuelto el problema oportunamente?**

**( ) Si**
**( ) No**