

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



Una Institución Adventista

**PERCEPCIÓN EN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS DE LA
EMPRESA M&G PLASTIC SAC**

Por:

Carlos Enrique Hugo Soto DNI 10150282

Edgar Aleksej Vega Lizarme DNI 09804204

Asesor:

Dr. Mg. Juan Francisco Vento Rojas

Lima, 01 de diciembre de 2019

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

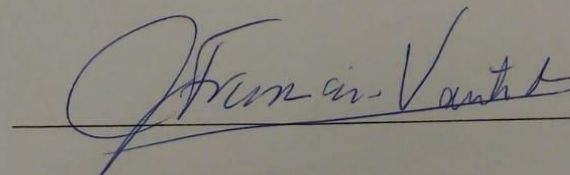
Juan Francisco Vento Rojas, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: "PERCEPCIÓN EN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA M&G PLASTIC SAC" constituye la memoria que presentan los Bachilleres: Carlos Enrique Hugo Soto y Edgar Aleksej Vega Lizarme, para aspirar al Grado Académico de Bachiller en Administración y Negocios Internacionales cuyo trabajo de investigación ha sido realizado en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente constancia en Lima, al domingo 01 de Diciembre del año 2019.



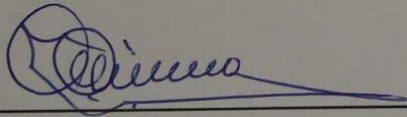
Dr. Juan Francisco Vento Rojas

"Percepción en la calidad de los productos de la empresa
M&G Plastic SAC"

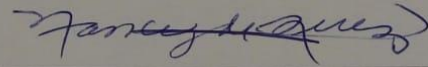
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Presentado para optar el Grado Académico de Bachiller en
Administración y Negocios Internacionales

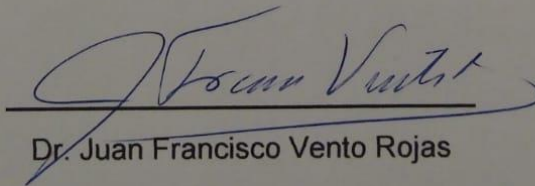
JURADO CALIFICADOR



Dr. Edwin Octavio Cisneros Gonzales
Presidente



Lic. Nancy Abigail Lazo Palacios
Secretaria



Dr. Juan Francisco Vento Rojas
Asesor

Lima, 01 de diciembre de 2019



Una Institución Adventista

Percepción en la calidad de los productos de la empresa M&G Plastic SAC

Perception on the quality of the products of the company M&G Plastic SAC

Hugo Soto Carlos Enrique, Vega Lizarme Edgar Aleksej

^aEP. Administración, Universidad Peruana Unión, Lima-Perú

Resumen

En la actualidad en los sectores industriales a nivel de pequeñas y grandes empresas en el Perú han ido evolucionando con el pasar de los años para volverse cada día más competitivos, como es el caso del sector plástico uno de los más dinámicos de la economía. Los productos de plásticos son de gran utilidad en nuestros días, ya que son materiales que constituyen opciones de uso muy beneficioso debido a sus características, sea por el color, calidad, tamaño, sobre todo durabilidad.

La presente investigación tiene como objetivo determinar la percepción de los clientes sobre la calidad de los productos de la empresa M&G Plastic SAC, empresa ubicada en San Juan de Lurigancho de Lima-Perú. Una de las consideraciones que se le da al término calidad es aquel que se refiere a la mejora continua e innovación de los productos. Por tal motivo, esta investigación cobra importancia pues permitirá conocer aspectos que se deben mejorar en los productos de la línea oficina y accesorios de construcción. La investigación se desarrolló bajo el diseño descriptivo considerando la variable “Calidad de los productos de la línea de construcción y oficina”, se consideró también la cantidad de clientes para la recolección de datos donde se tabularon y se determinaron las conclusiones.

La caracterización de los productos se hizo mediante encuestas de calidad para determinar opiniones importes de los productos terminados tales como, presentación, resistencia, precio y colores. De esta forma se evalúa la calidad de los productos que se fabrica en la empresa. En conclusión, el 98% de los clientes tiene una buena percepción sobre los productos que ofrece la empresa en mención.

Palabras clave: Percepción en la calidad, Productos Plásticos, Productos terminados, Calidad en los productos, Presentación, Resistencia

Abstract

At present, in the industrial sectors at the level of small and large companies in Peru they have evolved over the years to become increasingly competitive, as is the case of the plastic sector one of the most dynamic in the economy. The products of plastics are very useful today, since they are materials that constitute very beneficial use options due to their characteristics, be it for color, quality, size, especially durability.

The purpose of this research is to determine the perception of customers about the quality of the products of the company M&G Plastic SAC, a company located in San Juan de Lurigancho de

Lima-Peru. One of the considerations given to the term quality is that which refers to the continuous improvement and innovation of the products. For this reason, this research becomes important because it will allow us to know aspects that should be improved in the products of the office and construction accessories line. The research was carried out under the descriptive design considering the variable “Quality of the products of the construction and office line”, the number of clients for data collection where tabulation and conclusions were determined was also considered.

The characterization of the products was done through quality surveys to determine important opinions of the finished products such as presentation, resistance, price and colors. In this way the quality of the products manufactured in the company is evaluated. In conclusion, 98% of customers have a good perception of the products offered by the company in question.

Keywords: Quality perception, Plastic products, Finished products, Product quality, Presentation, Resistance

1. Introducción

El objetivo de esta investigación es determinar la percepción de los clientes sobre la calidad de los productos de la empresa M&G Plastic SAC. Los productos considerados en el estudio son de la línea de construcción y oficina, evaluando la presentación, la resistencia, el precio y colores de cada uno. Podemos definir estas dimensiones que la presentación es una acción que da a conocer el resultado de los productos, la resistencia es el máximo esfuerzo que un material pueda resistir, el precio es el máximo valor monetario que se le asigna a los productos y por último los colores que varían de acuerdo al ámbito que es utilizada.

Determinar la percepción de los clientes sobre la calidad de los productos de la empresa M&G Plastic SAC es importante para el desarrollo de la organización en un mercado en constante cambio. Se ha observado, que la competencia está haciendo denodados esfuerzos por alcanzar la preferencia de nuestros clientes. En ese sentido, la organización debe conocer que aspectos no están siendo bien atendidos respecto a la producción de accesorios de construcción y artículos de oficina.

La empresa M&G Plastic SAC se dedica a la fabricación de productos plásticos de PVC y PET. Dentro de su organización tiende a renovar su tecnología de máquinas de última generación para la mejora en la calidad total.

La calidad de los productos debe satisfacer a los clientes. Según Arteaga (2010), la calidad implica el cumplimiento de las acciones de control de calidad basadas en los procedimientos establecidos, como pruebas, ensayos y toma de decisiones, para superar las exigencias y especificaciones del mercado, utilizando todas las herramientas disponibles para el control de producción y la calidad del mismo. La calidad se debe utilizar para la prevención y no la corrección, mejorando la competitividad con el mejor uso de los recursos disponibles.

Para Guzman (1998), la calidad es uno de los objetivos principales en la mayoría de las operaciones. Es algo en con lo que la organización en su totalidad debe estar relacionada y no dejar

toda la responsabilidad de producir calidad para el cliente a la función de operaciones como en muchas organizaciones se acostumbra.

Por último mencionar también que según Flores (2006), hoy en día la calidad de los productos entregados es vital para conseguir nuevos clientes y mantener los que ya se tienen, la satisfacción del cliente con los productos entregados determinara la continuidad como sus proveedores.

Después de revisar a los diferentes autores en su gran mayoría involucra un enfoque de calidad y ante las exigencias de un mercado cada vez más competitivo, las empresas se ven obligadas a realizar un seguimiento permanente de sus procesos ya que permitirá beneficiarse aplicando calidad en los productos. Cabe señalar que la mejora continua según Sanchez (2007), la competitividad es la capacidad de una empresa para generar valor para el cliente y sus proveedores. La competitividad de una empresa y la satisfacción del cliente están determinadas por: la calidad del producto, el precio y la calidad del servicio.

La investigación se apoya en la hipótesis de que la percepción de los clientes sobre la calidad de los productos de la empresa M&G PLASTIC SAC es significativa. El diseño es descriptivo no experimental pues por medio de las dimensiones de la variable se describe la percepción que tiene los clientes sobre la calidad de los productos que forma parte del estudio, además no se manipulara las variables ya que se investigara sobre la situación existente actual.

2. Materiales y Métodos

2.1. Participante

Los participantes de la investigación fueron los clientes de la empresa, que en su totalidad son empresas dedicadas a la construcción y distribuidores de artículos de oficina. Estos clientes son 50 aproximadamente. Para la investigación se consideró a clientes de empresas tanto privadas como públicas cuyo lugar de residencia son de Lima y provincia.

Para el cálculo de la muestra se consideró y se empleó del método aleatorio es decir la selección al azar de las empresas que han sido encuestadas. Así mismo se utilizó la formula del proceso probabilístico para el cálculo de la muestra. Este proceso se aplicó el software Analyst Stats 2.0 considerando un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 10%, siendo el resultado de 30 empresas.

2.2. Instrumentos

El instrumento utilizado se consideró las preguntas para obtener datos que permitan evaluar las cuatro dimensiones que describen la calidad de los productos de la empresa M&G Plastic SAC. Estas dimensiones son: Presentación, Resistencia, Precio y Colores.

Finalmente, la encuesta tiene 20 preguntas cuyas respuestas se describen según la Escala de Likert donde el 1 es igual muy buena y el 5 es muy mala.

El instrumento fue validado por 2 expertos ingenieros con más de 30 años de experiencia en la industria manufacturera, el cual se detalla en el siguiente orden:

- Luis Ernesto Zegarra Paredes ingeniero mecánico

- Fridel Ramiro Neira Zegarra ingeniero de sistemas con especialidad en ingeniería de producción de plásticos respectivamente.

2.3. *Análisis de datos*

Los datos fueron recolectados a través de la encuesta electrónica que fue elaborado utilizando el formulario del Google. Esta encuesta fue enviada de manera electrónica a los clientes mediante la aplicación WhatsApp los cuales fueron seleccionados al azar.

En las encuestas se indican las instrucciones, luego los clientes completaron las preguntas y al final obtuvimos los datos en una hoja de Excel que contenía las respuestas.

Las fechas de evaluación se ejecutaron desde el día martes 16 al sábado 20 de octubre del presente año, los cuales se fueron recepcionando aleatoriamente en referencia a las respuestas en mención.

1. **Resultados y Discusión**

En la **Tabla 1** muestra el total de empresas que fueron encuestadas haciendo un total de 34, de este total 28 son privadas y 6 son de entidades públicas.

Tabla 1

Distribución de tipo de empresas		
	fi	%
Privada	28	82.4
Pública	6	17.6
Total	34	100.0

En la **Tabla 2** muestra el total de empresa que fueron encuestadas haciendo un total de 34, de este total 20 son de Lima y 14 son de provincia.

Tabla 2

Distribución lugar de la empresa		
	fi	%
Lima	20	58.8
Provincia	14	41.2
Total	34	100.0

2.4. *Resultados de la Dimensión Presentación*

En la **Tabla 3** de los 34 encuetados 26 expresan que tienen una percepción muy buena sobre la limpieza de los productos, 24 dicen lo mismo sobre el diseño, 18 están satisfechos con el tamaño, 20 están de acuerdo a su peso y por último 22 están dando un visto bueno sobre su textura.

Tabla 3**Percepción sobre los indicadores de la presentación de los productos**

	Limpieza		Diseño		Tamaño		Peso		Textura	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Muy buena	26	76.5	24	70.6	18	52.9	20	58.8	22	64.7
Buena	8	23.5	10	29.4	16	47.1	12	35.3	10	29.4
Ni buena ni mala							2	5.9	2	5.9
Totales	34	100	34	100	34	100	34	100	34	100

En la **Tabla 4** y el **Figura 1**, se puede observar que de los 34 encuestados podemos observar en la dimensión de Presentación que 14 tiene una percepción muy buena, mientras 10 indican ni buena ni mala y por último 10 están dando un visto bueno a la presentación de los productos de la empresa. Esta información es muy útil para la empresa pues motiva a seguir mejorando en los aspectos relacionados a la presentación.

Tabla 4**Percepción de la dimensión de presentación**

	fi	%
Muy Buena	14	41.2
Buena	10	29.4
Ni buena ni mala	10	29.4
Total	34	100.0

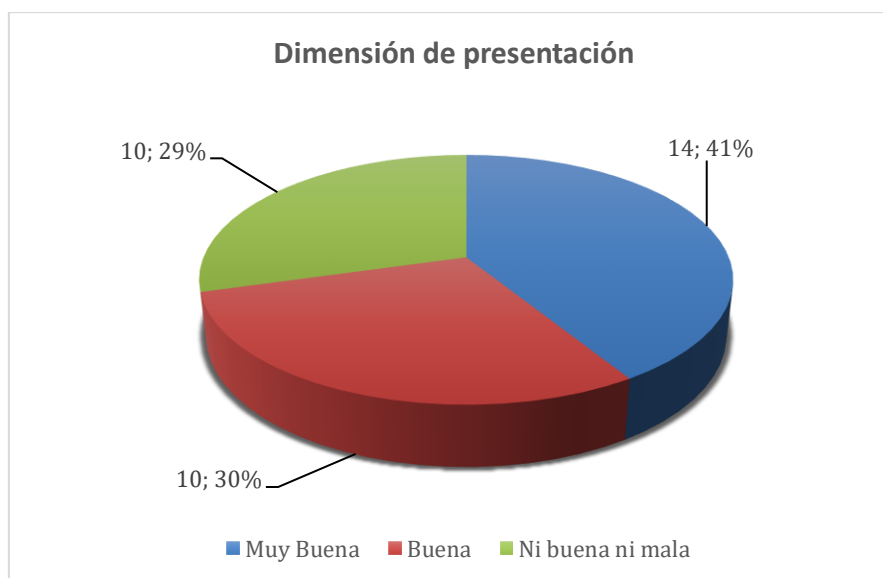


Figura 1: Número y porcentaje de encuestados en la percepción de la dimensión de presentación

2.5. Resultados de la Dimensión Resistencia

En la **Tabla 5** de los 34 encuestados 24 expresan que tienen una percepción muy buena sobre la dureza de los productos, 26 dicen lo mismo sobre la resistencia, 22 están satisfecho con la

aislación térmica, 20 están de acuerdo con la fragilidad y por último 20 están dando un visto bueno sobre su flexibilidad.

Tabla 5
Percepción sobre los indicadores de la resistencia de los productos

	Dureza		Resistencia		Aislación		Fragilidad		Flexibilidad	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Muy buena	24	70.6	26	76.5	22	64.7	20	58.8	20	58.8
Buena	10	29.4	6	17.6	12	35.3	14	41.2	12	35.3
Ni buena ni mala			2	5.9					2	5.9
Total	34	100	34	100	34	100	34	100	34	100

En la **Tabla 6** y **Figura 2** se observa que, de los 34 encuestados, 18 tiene una percepción muy buena respecto a la resistencia de los productos, mientras que 6 indican ni buena ni mala y para 10, la resistencia es buena.

Tabla 6
Percepción de la dimensión de resistencia

	fi	%
Muy Buena	18	52.9
Buena	10	29.4
Ni buena ni mala	6	17.6
Total	34	100.0

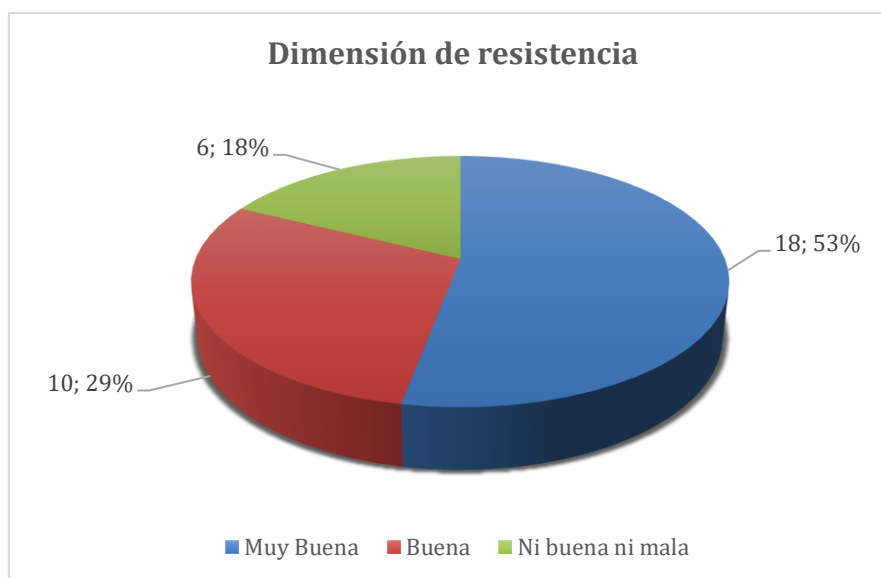


Figura 2: Número y porcentaje de encuestados en la percepción de la dimensión de resistencia

2.6. Resultados de la Dimensión Precio

En la **Tabla 7** de los 34 encuestados 24 expresan que tienen una percepción muy buena sobre la posibilidad de pago de los productos, 16 dicen lo mismo sobre la forma de pago, 20 están

satisfecho con la facilidad de pago y por último 18 están dando un visto bueno sobre su el pago en moneda extranjera.

Tabla 7
Percepción sobre los indicadores de precio de los productos

	Posibilidad		Forma Pago		Facilidad		Tipo Cambio	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Muy buena	24	70.6	16	47.1	20	58.8	18	52.9
Buena	10	29.4	18	52.9	12	35.3	12	35.3
Ni buena ni mala					2	5.9	4	11.8
Total	34	100	34	100	34	100	34	100

En la **Tabla 8** y **Figura 3** se observa que de los 34 encuestados, 14 tiene una percepción muy buena, mientras que 10 indican ni buena ni mala y por último 10 están dando un visto bueno respecto a los precios de los productos de la empresa.

Tabla 8
Percepción de la dimensión de precio

	fi	%
Muy Buena	14	41.2
Buena	10	29.4
Ni buena ni mala	10	29.4
Total	34	100.0

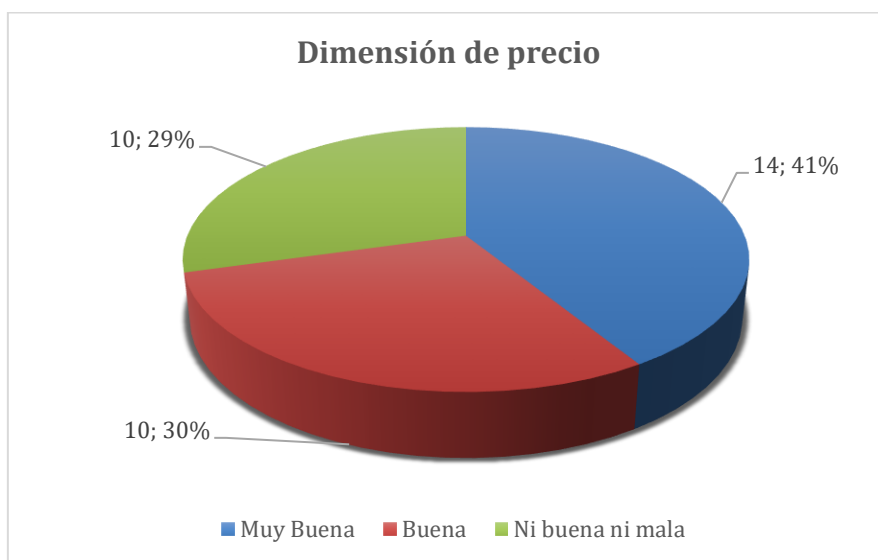


Figura 3: Número y porcentaje de encuestados en la percepción de la dimensión de precio

2.7. Resultados de la Dimensión Colores

En la **Tabla 9** de los 34 encuestados 24 expresan que tienen una percepción muy buena sobre la variedad de colores de los productos, 16 dicen lo mismo su permanencia de color, 20 están satisfecho con la resistencia al exponer el producto a otros estados y por último 20 están dando un visto bueno sobre su el agrado según el tipo de producto.

Tabla 9
Percepción sobre los indicadores de colores de los productos

	Variedad		Permanencia		Resistencia		Agrado	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Muy buena	24	70.6	16	47.1	20	58.8	20	58.8
Buena	10	29.4	18	52.9	14	41.2	14	41.2
Total	34	100	34	100	34	100	34	100

En la **Tabla 10** y **Figura 4** de los 34 encuestados podemos observar en la dimensión de colores que 24 tiene una percepción muy buena, mientras que 10 están dando un visto bueno a los colores de los productos de la empresa.

Tabla 10
Percepción de la dimensión de colores

	Fi	%
Muy Buena	24	70.6
Buena	10	29.4
Total	34	100.0

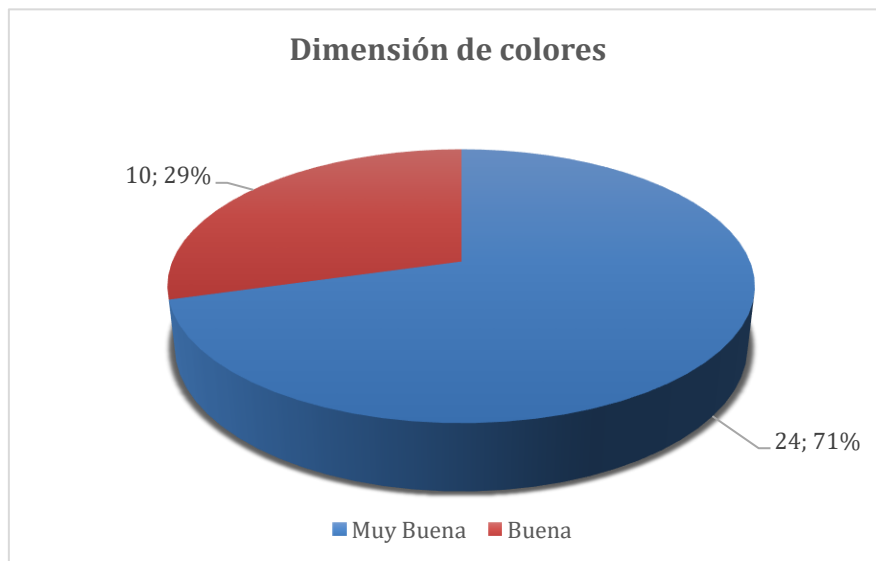


Figura 4: Número y porcentaje de encuestados en la percepción de la dimensión de colores

3. Conclusiones

Los resultados obtenidos son muy satisfactorios, pues indican que los esfuerzos y compromiso realizados por los trabajadores para producir productos de calidad han sido percibidos por los clientes y lo han expresado en sus respuestas recolectadas en esta investigación.

La percepción de los clientes respecto a la calidad de los productos de la línea de oficina y construcción de la empresa M&G Plastic SAC es significativa, pues las dimensiones consideradas para medir la calidad de los productos alcanzaron la siguiente calificación: presentación, muy buena con 41.2%; resistencia, muy buena con un 52.9%; precio, muy buena 41.2%; y colores, muy buena con un 70.6%.

Agradecimientos

Agradecer a los clientes por la confianza de los productos de la empresa, a los ingenieros encargados de planta y administración, asimismo debo mencionar en especial a todos los trabajadores de producción que de una u otra manera hicieron posible el logro del objetivo “*hacer productos de calidad*”.

Referencias

ARIAS, M. O. (2014). *Mejora de procesos del área comercial para incrementar la satisfacción del cliente en la empresa Sedisa SAC.*

ARTEAGA, R. (2010). *Implementación de estándares de calidad en la manufactura de productos plásticos por el método de inyección.*

BARCIA, K. (2014). *Propuesta para la Implementación de la Metodología de Mejora 5s en una Línea de Producción de Panes de Molde Propuesta para la Implementación de la Metodología de Mejora 5s en una Línea de Producción de Panes de Molde.*

CAPRISTAN, F. (2018). *Mejora de procesos del área comercial para incrementar la satisfacción del cliente en la empresa Sedisa SAC.*

CASTRO, M. A. (2008). *Plan de Mejora Continua que permita estandarizar los procesos de elaboración de jalea y mermelada, e incrementar la productividad en la industria Callejas Sequeira e Hijos.*

FLORES, W. (2006). *Implantación de un Sistema de Gestión de Calidad para un departamento de control de calidad basado en la norma ISO 9001-2000 para la empresa Plastiform.*

GALAN, L. (2016). *Mejora en los Procesos de Planificación y Control de Producción en una Empresa Litográfica.* (June).

- GUZMAN, R. (1998). *Mantenimiento al sistema de calidad de una empresa manufacturera.*
- HERRERA, M. (2008). *Mejoramiento de procesos de la empresa CEPESA S.A.*
- JARAMILLO, S. (n.d.). *Diagnóstico y Propuesta de Mejora para una Empresa Manufacturera Textil y de Confecciones.*
- MARIN, E. (2011). *Gestión Gerencial Técnica de la Fuerza de Ventas.*
- MENDEZ, W. V. (2016). *Mejoramiento del Área de Mezcla de Plastisol de una Empresa De Productos Plásticos mediante La Aplicación de la Metodología de las 5S.*
- MORALES, M. (2012). *Optimización de la producción en máquinas en paralelo de inyección de plástico.*
- SANCHEZ, M. (2007). *Mejora continua de la calidad en una embotelladora.*
- SARAVIA, J. J. (2019). *Propuesta para Implementar una Planta de Procesamiento de Plástico Reciclado.*

Anexos

LINK DE ACCESO A LA ENCUESTA


<http://goo.gl/L359t9>

ENCUESTA - 2018

Complete la siguiente encuesta y responda las 20 preguntas con la mayor precisión posible, es anónimo.

*Obligatorio

Percepción en la calidad de los productos



Datos Generales

1. Seleccione el tipo de empresa *

1. Privada

2. Pública

2. Seleccione el lugar de la empresa *

1. Lima

2. Provincia

Presentación

FORMATO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS DEL EXPERTO

- 1.1. Apellidos y nombres: **ING. ZEGARRA PAREDES LUIS ERNESTO**
- 1.2. Grado Académico: () Bachiller, (**X**) Maestro/Magíster () Doctor
- 1.3. Profesión: **INGENIERO MECÁNICO**
- 1.4. Institución donde labora: **INNOPACK SAC**
- 1.5. Cargo que desempeña: **GERENTE GENERAL**

II. DATOS DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

- 2.1. **Título de la investigación**
Percepción en la calidad de los productos de la empresa M&G PLASTIC SAC, 2018
- 2.2. **Objetivo de la investigación**
Determinar la percepción de los clientes sobre la calidad de los productos de la empresa M&G PLASTIC SAC

2.3. Variable:

VARIABLE	DEFINICIÓN
Calidad de los productos de la línea de construcción y oficina	La calidad es una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que la misma sea comparada con cualquier otra de su misma especie. La palabra calidad tiene múltiples significados. De forma básica, se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas.

2.4. Dimensiones:

DIMENSIONES	DEFINICIÓN
Presentación	La presentación de producto es una acción que da a conocer el resultado y en este caso se determinara la limpieza y diseño de los productos elaborados.
Resistencia	La resistencia es el máximo esfuerzo que un material puede resistir ante roturas y/o quiebre en este caso se determinara la dureza y flexibilidad de los productos elaborados.
Precio	El precio es el valor monetario que se le asigna a los productos, se determinara que posibilidad y facilidad se la da al cliente en la forma de pago.
Colores	Los colores varían de acuerdo al ámbito que es utilizada; en este caso se determinara la variedad de colores que son producidos.

2.5. Operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
Calidad de los productos de la línea de construcción y oficina	Presentación	Limpieza en acabado de producto Diseño del producto terminado
	Resistencia	Dureza Flexibilidad
	Precio	Posibilidad de pago Facilidad de pago
	Colores	Variedad

III. INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

Instrucciones:

Determinar si el instrumento de evaluación para la investigación descrita reúne las características adecuadas y pertinente, indicando el nivel alcanzado en los Criterios de Evaluación del Instrumentos: Excelente, Muy bueno, Bueno, Regular o Deficiente. Coloque un aspa (X) en el casillero correspondiente.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO			NIVELES DE EVALUACION				
Nº	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
1	Limpieza en acabado de producto	1. ¿Cuál es tu percepción sobre el acabado de los productos respecto a la limpieza (polvo, residuos, manchas)?	X				
	Diseño del producto terminado	2. ¿Cuál es tu percepción sobre el diseño del producto terminado?	X				
		3. ¿Cuál es tu percepción sobre el tamaño de los productos respecto los de la competencia?	X				
		4. ¿Cuál es tu percepción sobre el peso de los productos respecto los de la competencia?	X				
		5. ¿Cuál es tu percepción sobre la textura del producto terminado?	X				
2	Dureza	6. ¿Cómo consideras la dureza de los productos (no se rompe, no se quiebra, resiste golpe)?	X				
		7. ¿Cómo consideras la resistencia del producto al exponer a la intemperie?	X				
	Flexibilidad	8. ¿Cómo consideras la aislación térmica de los productos?	X				
		9. ¿Cómo consideras la fragilidad de los productos?	X				
		10. ¿Cómo consideras la flexibilidad de los productos (se dobla con facilidad, encaja en todo producto)?	X				
3		11. ¿Cómo consideras la posibilidad de pago que otorga la empresa?		X			

	Posibilidad de pago	12. ¿Cuál es tu percepción sobre la relación de forma de pago con el tiempo de entrega de los productos?		X				
	Facilidad de pago	13. ¿Cuál es tu percepción sobre el tipo de moneda que la empresa requiere para el pago de sus productos?		X				
		14. ¿Como consideras el tipo de cambio cuando le toca pagar en moneda extranjera?		X				
4	Variedad	15. ¿Cuál es tu percepción sobre la variedad de colores de los productos terminados?		X				
		16. ¿Cuál es tu percepción sobre la permanencia o temporalidad del color de los productos?		X				
		17. ¿Cuál es tu percepción sobre la resistencia de los colores al exponer el producto a otros estados?				X		
		18. ¿Cuál es tu percepción o agrado del color utilizado según tipo de producto?				X		
SUMATORIA PARCIAL			10	6	2			
SUMATORIA TOTAL								

IV. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

Valoración total cuantitativa: 18

Opinión: (X) Favorable () Debe mejorar () No favorable

Observaciones:

ING. ZEGARRA PAREDES LUIS ERNESTO

FORMATO DE INSTRUMENTO DE EVALUACION

INTRODUCCIÓN

Estimados clientes somos estudiantes del 8vo Semestre de la Universidad Peruana Unión de la carrera de Administración y Negocios Internacionales.

En esta ocasión acudimos a usted para solicitar su apoyo en el llenado de esta encuesta, que nos permitirá recolectar información relacionada a la investigación, **“PERCEPCIÓN EN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA M&G PLASTIC SAC, 2018”**.

- En la encuesta ustedes encontraran preguntas sobre datos generales.
- Seguido encontrará preguntas propias de la investigación.

INSTRUCCIONES

- Leer bien las preguntas
- Marcar con un X la respuesta que crea conveniente

Datos Generales

1. Seleccione el tipo de empresa
 - Privada
 - Pública
2. Seleccione el lugar de la empresa
 - Lima
 - Provincia

Presentación

Limpieza en acabado de producto

3. ¿Cuál es tu percepción sobre el acabado de los productos respecto a la limpieza (polvo, residuos, manchas)?
 - Muy Buena
 - Buena
 - Ni buena ni mala
 - Mala
 - Muy Mala

Diseño del producto terminado

4. ¿Cuál es tu percepción sobre el diseño del producto terminado?
 - Muy Buena
 - Buena
 - Ni buena ni mala
 - Mala
 - Muy Mala
5. ¿Cuál es tu percepción sobre el tamaño de los productos respecto los de la competencia?
 - Muy Buena
 - Buena
 - Ni buena ni mala
 - Mala
 - Muy Mala

6. ¿Cuál es tu percepción sobre el peso de los productos respecto los de la competencia?

- Muy Buena
- Buena
- Ni buena ni mala
- Mala
- Muy Mala

7. ¿Cuál es tu percepción sobre la textura del producto terminado?

- Muy Buena
- Buena
- Ni buena ni mala
- Mala
- Muy Mala

Resistencia

Dureza

8. ¿Cómo consideras la dureza de los productos (no se rompe, no se quiebra, resiste golpe)?

- Muy Buena
- Buena
- Ni buena ni mala
- Mala
- Muy Mala

9. ¿Cómo consideras la resistencia del producto al exponer a la intemperie?

- Muy Buena
- Buena
- Ni buena ni mala
- Mala
- Muy Mala

Flexibilidad

10. ¿Cómo consideras la aislación térmica de los productos?

- Muy Buena
- Buena
- Ni buena ni mala
- Mala
- Muy Mala

11. ¿Cómo consideras la fragilidad de los productos?

- Muy Buena
- Buena
- Ni buena ni mala
- Mala
- Muy Mala

12. ¿Cómo consideras la flexibilidad de los productos (se dobla con facilidad, encaja en todo producto)?

- Muy Buena
- Buena
- Ni buena ni mala
- Mala
- Muy Mala

Precio

Posibilidad de pago

13. ¿Cómo consideras la posibilidad de pago que otorga la empresa?

- Muy Buena
- Buena
- Ni buena ni mala
- Mala
- Muy Mala

14. ¿Cuál es tu percepción sobre la relación de forma de pago con el tiempo de entrega de los productos?

- Muy Buena
- Buena
- Ni buena ni mala
- Mala
- Muy Mala

Facilidad de pago

15. ¿Cuál es tu percepción sobre el tipo de moneda que la empresa requiere para el pago de sus productos?

- Muy Buena
- Buena
- Ni buena ni mala
- Mala
- Muy Mala

16. ¿Como consideras el tipo de cambio cuando le toca pagar en moneda extranjera?

- Muy Buena
- Buena
- Ni buena ni mala
- Mala
- Muy Mala

Colores

Variedad

17. ¿Cuál es tu percepción sobre la variedad de colores de los productos terminados?

- Muy Buena
- Buena
- Ni buena ni mala
- Mala
- Muy Mala

18. ¿Cuál es tu percepción sobre la permanencia o temporalidad del color de los productos?

- Muy Buena
- Buena
- Ni buena ni mala
- Mala
- Muy Mala

19. ¿Cuál es tu percepción sobre la resistencia de los colores al exponer el producto a otros estados?

- Muy Buena
- Buena
- Ni buena ni mala
- Mala
- Muy Mala

20. ¿Cuál es tu percepción o agrado del color utilizado según tipo de producto?

- Muy Buena

- Buena
- Ni buena ni mala
- Mala
- Muy Mala