



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACION**

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA
CALIDAD Y SATISFACCION DEL CLIENTE INTERNO EN
LA MYPE DESARROLLA PERÚ SCRL DEL RUBRO
SERVICIOS DEL DISTRITO DE AMARILIS PROVINCIA Y
REGIÓN – HUANUCO 2019.**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

AUTOR

MOYA MACHADO, ADELINA

ORCID: 0000-0002-6971-5771

ASESOR

ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA

ORCID: 0000-0001-6079-2319

LIMA – PERÚ

2020

1. Título de la tesis

Caracterización de la Gestión de la Calidad y Satisfacción del Cliente Interno en la MYPE Desarrolla Perú SCRL del rubro servicios del Distrito de Amarilis Provincia y Región – Huánuco 2019.

2. Equipo de Trabajo**AUTOR**

Moya Machado, Adelina

ORCID: 0000-0002-3321-5820

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Huánuco, Perú

ASESORA

Zenzain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Lima, Perú

JURADO

Meza De los Santos, Juan Pablo

COD. ORCID.0000-0001-8852-1342

Morillo Campos, Yuly Yolanda

COD ORCID 000-0002-5746-9374

Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

COD. ORCID 000-0002-7260-5581

3. Hoja de firma del jurado y Asesores.

Juan Pablo Meza De los Santos
Presidente

Yuly Yolanda Morillo Campos
Miembro

V́ctor Hugo Espinosa Otoyá
Miembro

Carmen Rosa Zenozain Cordero
Asesora

4. Agradecimiento.

A mi querida madre y a mi hijo, por su comprensión, paciencia, amor y motivación, sin su apoyo sería imposible lograr mis metas y objetivos de mi carrera.

A mis maestros, por su apoyo brindado en el curso y por guiarme con sus amplios sabidurías y experiencia.

A mis compañeros de taller, por su apoyo y motivación para continuar con el curso.

5. Resumen

La presente investigación cuyo título se denomina Caracterización de la Gestión de la Calidad y Satisfacción del cliente interno en la MYPE Desarrolla Perú SCRL del rubro servicios del Distrito de Amarilis Provincia y Región – Huánuco 2019, se realizó con el objetivo de Determinar las características de gestión de calidad en la satisfacción del cliente interno en la MYPE Desarrolla Perú - SCRL del rubro servicios del Distrito de Amarilis Provincia y Región – Huánuco 2019. En dicho estudio se aplicó un diseño no experimental de corte transversal, en la cual fueron participes 4 clientes internos de la MYPE Desarrolla Perú en Distrito de Amarilis, a los cuales se aplicó el cuestionario con preguntas cerradas con el propósito de dar respuesta a formulación del problema: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y satisfacción del cliente interno en la MYPE Desarrolla Perú - SCRL? Los resultados fueron el 75% de clientes interno encuestados considera que la gestión de calidad, mejora la satisfacción a los clientes internos del sector servicio, caso MYPE Desarrolla Perú, el 50% tiene en cuenta las opiniones y/o sugerencias de sus clientes internos en toma de decisiones para mejorar, los temas centrales que les afectan e interesan para guiar el rumbo de la institución. Se concluye que los objetivos de la gestión de calidad que identifican los propietarios de MYPE desarrolla Perú está planificado e implementado, sin embargo, se debe mejorar algunos procesos y herramienta de gestión para satisfacer al cliente interno.

Palabra clave: Gestión de Calidad, MYPE y Satisfacción del Cliente Interno.

ABSTRAC

This research whose title is called Characterization of Quality Management and Internal Client Satisfaction in the MYPE Develops Peru SCRL of the services category of the District of Amarilis Province and Region - Huánuco 2019, was carried out with the objective of Determining the management characteristics of quality in the satisfaction of the internal client in the MYPE Desarrolla Perú - SCRL of the services category of the District of Amarilis Province and Region - Huánuco 2019. In this study a non-experimental cross-sectional design was applied, in which 4 internal clients participated of the MYPE Desarrolla Peru in the Amarilis District, to which the questionnaire with closed questions was applied in order to respond to the formulation of the problem: What are the characteristics of quality management and internal customer satisfaction in the MYPE Desarrolla Peru - SCRL? The results were 75% of internal customers surveyed consider that quality management improves the satisfaction of internal customers in the service sector, in the case of MYPE Develops Peru, 50% take into account the opinions and / or suggestions of their internal customers in decision making to improve, the central issues that affect and interest them to guide the direction of the institution. It is concluded that the quality management objectives identified by the owners of MYPE development Peru are planned and implemented, however, some processes and management tools must be improved to satisfy the internal client.

Keyword: Quality Management, MYPE and Internal Customer Satisfaction.

Contenido

1.	Título de la tesis	ii
2.	Equipo de Trabajo.....	iii
3.	Hoja de firma del jurado y Asesores.....	iv
4.	Agradecimiento.....	v
5.	Resumen.....	vi
6.	Índice de tablas	x
7.	Índice de figuras.....	xi
I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	Revisión Literaria.....	6
	2.1. Antecedentes	6
	2.1.1. Antecedentes Internacionales	6
	2.1.2. Antecedentes Nacional	11
	2.1.3. Antecedentes Local.....	14
	2.2. Bases teóricas de la investigación	21
	2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	44
III.	Hipótesis	46
IV.	Metodología	47
	4.1. Diseño de la investigación:	47
	4.2. Población y muestra	47
	4.3. Definición y Operacionalización de Variables e Indicadores.	49

4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos	51
4.5. Plan de análisis	51
4.7. Principios éticos	53
V. Resultados	55
5.1. Resultados	55
5.2. Análisis de Resultado	71
VI. Conclusiones	76
VII. Recomendaciones	77
Referencias bibliográficas:.....	78
Anexo N°1 Encuesta.....	81
Anexo N°2 Consentimiento Informado.	82
Anexo N°3 Ruc de la MYPE Desarrolla Perú	83
Anexo N°4 Toma fotográfica de la encuesta realizada.....	84

6. Índice de tablas

Tabla 1 edades de los representantes legales de la MYPE	55
Tabla 2 Sexo de los representantes legales de la MYPE	56
Tabla 3 Grado de Instrucción de los representantes legales de la MYPE.....	57
Tabla 4 Gestión de calidad y satisfacción del cliente	58
Tabla 5 Toma de decisiones.....	59
Tabla 6 Trabajo en equipo	60
Tabla 7 Evaluación.....	61
Tabla 8 Enfoque del cliente	62
Tabla 9 Participación del personal.....	63
Tabla 10 Enfoque basado en procesos	64
Tabla 11 Reconocimientos.....	65
Tabla 12 Conocimientos de trabajo	66
Tabla 13 Beneficios	67
Tabla 14 Facilitar información.....	68
Tabla 15 Bienestar	69
Tabla 16 Confianza	70

7. Índice de figuras

Figura 1 edades de los representantes legales de la MYPE	55
Figura 2 Sexo de los representantes legales de la MYPE.....	56
Figura 3 Grado de Instrucción de los representantes legales de la MYPE	57
Figura 4 Gestión de calidad y satisfacción del cliente.....	58
Figura 5 Toma de decisiones	59
Figura 6 Trabajo en equipo.....	60
Figura 7 Evaluación.....	61
Figura 8 Enfoque del cliente.....	62
Figura 9 Participación del personal	63
Figura 10 Enfoque basado en procesos.....	64
Figura 11 Reconocimientos	65
Figura 12 Conocimientos de trabajo.....	66
Figura 13 Beneficios.....	67
Figura 14 Facilitar información	68
Figura 15 Bienestar.....	69
Figura 16 Confianza.....	70

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las empresas de servicios de todos los sectores y tamaños, pretenden asegurar que sus clientes reciban servicios de gran calidad, por eso es importante que en el transcurso identificar la mejora continua y sus procesos para mejorar las expectativas de los clientes con el fin de asegurar un nivel de satisfacción alto,

La presente investigación proviniere de la línea de investigación denominado Caracterización de la Gestión de la Calidad y Satisfacción del Cliente Interno en la MYPE Desarrolla Perú SCRL del rubro servicios del Distrito de Amarilis Provincia y Región – Huánuco 2019, líneas que ha sido asignado por la Universidad ULADECH por la escuela de Administración. Enunciado o problema de la investigación Determinar las características de gestión de calidad en la satisfacción del cliente interno en la MYPE Desarrolla Perú - SCRL del rubro servicios del Distrito de Amarilis Provincia y región – Huánuco 2019.

-Según (Rivera, 2017) en su investigación define la satisfacción como un estado de ánimo resultante de la comparación entre expectativas del cliente y el servicio ofrecido por la empresa.

-Según Maldonado (2017), en su investigación define que “Calidad es considerar primeramente que el cliente tiene la razón. Es decir que un factor fundamental que la mayoría de las empresas no lo saben o simplemente no lo quieren saber, pero deberían hacerlo”.

Así mismo tal autor especifica que la calidad es cuando una empresa produce bienes o servicios para que puedan satisfacer las necesidades de los consumidores o mejor aún que tales productos puedan sobrepasarlas.

-Según Mendoza (2008), en su investigación define que: La gestión de la calidad, se considerar como el modo de dirección de una empresa, centrado en la calidad y basado en la participación de todos los miembros que apunta a la satisfacción del cliente y al beneficio de todos los integrantes de la sociedad, por otra parte, se considera a la gestión de calidad como, el conjunto

actividades de la función empresarial que determina la política de la calidad, los objetivos y la responsabilidades y las implementa por medio tales como la planificación de la calidad, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y el mejoramiento de la calidad, en el marco del sistema de la calidad. la gestión de la calidad opera a todo lo largo del sistema de la calidad. (pag. 32)

-Según Porras, (2011) en su investigación define que: “La satisfacción del cliente ha sido definida como el resultado de varias actitudes que tiene un trabajador hacia su empleo, los factores concretos tales como compañeros de trabajo, salarios, ascensos, condiciones de trabajo, etc.; y la vida en general” (pág. 40)

- **MYPE**

Es una ley creado por uno de los poderes del Estado con el fin de que se establezca impulsar las competencias y se promoció el aspecto desarrollante de las micro y pequeñas empresas, de igual manera lograr poder formalizarlas, siendo así que en cada aspecto se cuenta con varios beneficios laborales y tributarios con el fin de contribuir en el crecimiento y exponer novedosas formas de oportunidades de trabajo, brindando aportes al PBI del país, la ley 28015 dentro de su articulado el 2° en la define a cada MYPE como una unidad económica constituidas por personas naturales o jurídicas. La ley que se encuentra en vigor se encuentra bajo D. Supremo N° 013-2013-PRODUCE, mediante esta ley se ha aprobado el TUO norma que ha impulsado a desarrollar la producción y el desarrollo de la empresa. Cada micro, pequeña y mediana empresa se considera que ha de estar en cada gestión empresarial: La Microempresa cuenta con venta anuales de 150 UIT (S/592,500); la pequeña empresa constata con ventas al año superiores a 150 UIT (S/ 592,500) y hasta un máximo de 1700 UIT (S/6715,00); y la mediana empresa contiene ventas anuales mayores a 1700 UIT (S/6715,000), y aspectos máximos de 2300 UIT (S/ 9'085,000).La ley 30056 deroga la

cantidad máxima de un trabajador como algún factor que califica a la MyPe. (Congreso de la República del Perú, 2013).

(SAMPIERI, 2018), para su marco metodológico se utilizó el instrumento de la encuesta en el contexto real de la MYPE Desarrolla, Perú.

Este trabajo tiene como objeto general es Determinar la gestión de calidad en la satisfacción del cliente interno en la MYPE desarrolla Perú SCRL - Huánuco 2019.

Específicamente del personal al Gerente, administrador, Supervisor y Representando de los Trabajadores desde la perspectiva de los propios investigados, a fin de analizar si se sienten satisfechos en la cotidianeidad de su trabajo; La estrategia metodológica No probabilístico, su Población es todos los colaboradores de MYPE y la muestra se determina a 4 Clientes internos seleccionados, para obtención de los datos es la encuesta, que nos permitió investigar los significados de los sujetos estudiados y absorber detalles y matices expresados en la misma. Además, se identificaron un conjunto de factores de orden interno, que limitan considerablemente la calidad de los servicios administrativos que repercuten en una eficiente Gestión de la Calidad. Considerando a la MYPE Desarrolla Perú SCRL, como un sistema sincero, que interactúan de manera exhaustiva, se demuestran en: la existencia de expectativas no satisfechas de los clientes internos, La gestión de la calidad es un cambio conceptual, por tanto, hay que cambiar los procesos de razonamiento de todos los integrantes de la organización, para que tomen conciencia sobre la cultura de la calidad, es decir, una condición indispensable para asegurar la implantación de una estrategia para el control de calidad,

En la presente investigación un número considerable de clientes, califican el servicio ofertado por la compañía como excelente, esto refleja que parcialmente se está satisfaciendo las necesidades de los clientes; así como también, se debe buscar alternativas que permitan cumplir con las necesidades de los clientes que consideran que el servicio brindado es malo, demostrando así su insatisfacción con “GERIZIM CIA. LTDA. “su principal objetivo describir

la estructura, operación, medición y mejoramiento continuo del Sistema de Gestión de la Calidad.

Se planteó el problema general: ¿Qué características tiene la gestión de calidad satisfacción al cliente interno en la MYPE Desarrolla SCRL - Perú Huánuco 2019?

Para dar respuesta al problema, se planteado el siguiente objetivo general: Determinar la gestión de calidad en la satisfacción del cliente interno en la MYPE desarrolla Perú - Huánuco 2019. Y los siguientes objetivos específicos:

- Describir el liderazgo en la gestión de la calidad y satisfacción del cliente interno en la MYPE Desarrolla Perú SCRL del rubro servicios del Distrito de Amarilis Provincia y Región – Huánuco 2019.
- Detallar la mejora continua en la gestión de la calidad y satisfacción del cliente interno en la MYPE Desarrolla Perú SCRL del rubro servicios del Distrito de Amarilis Provincia y Región – Huánuco 2019.
- Definir la satisfacción laboral del cliente interno en la MYPE Desarrolla Perú SCRL del rubro servicios del Distrito de Amarilis Provincia y Región – Huánuco 2019.
- Especificar la seguridad que aumenta en la satisfacción de cliente interno en la MYPE Desarrolla Perú SCRL del rubro servicios del Distrito de Amarilis Provincia y Región – Huánuco 2019

La presente investigación se justifica en base a conocer que percibe el cliente la calidad de servicio y satisfacción de la MYPE Desarrolla Perú, en este caso la mencionada MYPE y como contribuye para posicionarse frente a la competencia. Esta investigación podrá ser utilizado para mejorar la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes teniendo en cuenta la opinión de los mismos y así lograr ser los mejor en el mercado global.

Así mismo se justifica de manera teórica, porque permite contribuir conocimientos acerca de la gestión de la calidad y satisfacción del cliente interno en la MYPE Desarrolla

sobre sus características, tipos, nivel, factores, medición los cuales es pieza fundamental para el desarrollo de la investigación.

Del mismo modo se justifica, metodológicamente con el tipo y enfoque de la investigación, el diseño, universo, muestra y el plan de análisis.

También se justica a nivel práctico, se desarrolla los resultados, el análisis de los resultados, las conclusiones y reconocimientos las referencias bibliográficas y anexos.

El resultado de acuerdo al objetivo Se describe que el liderazgo en la gestión de la calidad y la satisfacción del cliente en sus dimensiones toma de decisiones se observa que del 100% de encuestados el 50% siempre toman en cuenta las sugerencias para la toma de decisiones, como también el 75% trabajan en equipo de la misma manera el 75% siempre tienen en cuenta las evaluaciones de sus clientes internos.

Se especifica que el 50% siempre facilitan información a sus trabajadores, así como también el 75% si cuentan con tranquilidad en sus actividades cotidianas y el 50% siempre tienen confianza en sus clientes internos.

II. Revisión Literaria

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes Internacionales

IGLESIAS, (2016) en su investigación titulado “*Modelo de gestión de calidad y su incidencia en la satisfacción del cliente de la empresa megaprofer S.A. de la ciudad de Ambato*” Su finalidad es “determinar el grado de necesidades de implementar un modelo de gestión para poder satisfacer las necesidades que tienen los clientes de la empresa, se llevó a cabo una encuesta a los clientes de Megaprofer S.A. y el análisis de la misma que contribuirá notablemente para que la empresa tenga una herramienta para llevar a cabo su plan para el servicio y atención eficiente y eficaz, **su objetivo** es implementar un servicio de atención al cliente ante el mejoramiento conjunto para optimizar la atención y servicio de la empresa, el **método que se utilizo es Investigación bibliográfica**, ya que el estudiante analizo otras tesis que contengan similitud a la investigación para tener un conocimiento claro y la investigación de campo, se plantea de las variables e hipótesis el sentir y pensar del personal de apoyo en la investigación, su población es de clientes de la empresa MAGAPROFER SA, el **instrumento que se utilizo es la encuesta diaria a los clientes** de la mencionada empresa, conformaron la **muestra** 225 clientes de la empresa y los resultados de las **encuestas realizados** a los 225 clientes el 34.67% consideran que el servicio es excelente el 65.33% manifiesta que el servicio que presta” la empresa es buena y el 0% es regular.

Concluyendo que se ha detectado que la calidad de servicio y atención al cliente que brinda la empresa tan solo es buena, creando insatisfacción al cliente.

Como también que la calidad de los productos ofertados por la empresa no siempre reúne las condiciones de garantía y calidad que el cliente desea.

De la misma manera el cliente ha tenido que presenciar retraso en la solución a los inconvenientes presentados, sintiéndose inconformes al no recibir en el momento indicado.

SALINAS, (2015) en su investigación “*Sistema de gestión de calidad en los servicios y su incidencia en las ventas de la compañía “Gerizim CIA. Ltda.” de la Ciudad de Ambato*” Su finalidad es analizar como incide la carencia de un sistema de Gestión de la Calidad en el volumen de ventas de la compañía. “El enfoque de la investigación es **cuantitativo**, cuya modalidad básica se apoya en una investigación documental bibliográfica y de campo, y el **nivel o tipo de investigación es exploratoria, correlacional y descriptiva**. Las técnicas utilizadas son: la observación con su instrumento la **ficha de observación**, la encuesta con su **instrumento el cuestionario y la entrevista**. Mediante los resultados obtenidos se estableció las conclusiones y recomendaciones que implican la elaboración de un SGC como alternativa de solución a los problemas detectados. La propuesta de la elaboración de un Sistema de Gestión de Calidad en el que se define misión, visión y objetivos de calidad, además de realizar el manual de calidad con los procedimientos estandarizados y necesarios para mejorar la calidad, tiene como propósito describir la estructura, operación, medición y mejoramiento continuo de la compañía. como **muestra se tomó 195** Clientes Externos Activos de la compañía GERIZIM CIA. LTDA., de la ciudad de Ambato”, las técnicas que se utilizó la entrevista.

Concluye que implica la elaboración de un SGC como alternativa de solución a los problemas detectados. la propuesta de la elaboración de un sistema de gestión en el que se define su misión, visión y objetivos de calidad, además de realizar el manual de calidad con los procedimientos estratégicos y necesarios para la calidad,

su propósito del investigador es describir la estructura, medición, operación y mejora continua de la compañía.

VINUESA (2020) en su investigación titulado “*Percepción estudiantil de la calidad del servicio universitario: caso de una Universidad Ecuatoriana*”, El presente estudio tiene como **objetivo** mostrar la percepción de los estudiantes sobre la calidad del servicio universitario de una Institución de Educación Superior Ecuatoriana. La **metodología de investigación aplicada es de tipo no experimental**, sección **al y descriptiva**, mediante la aplicación de una encuesta de opinión que permitió conocer la percepción de una **población aproximada de 3.802** estudiantes de pregrado y 180 de postgrado, respuestas codificadas en un corpus textual para su análisis, cuyos resultados permitieron conocer como criterios más frecuentes las palabras conocimiento ($\chi^2=192.6, p<0.0001$) y comodidad ($\chi^2=135.05, p<0.0001$) relacionadas a las dimensiones de calidad del servicio: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, que impulsan procesos de mejora para el desarrollo académico universitario público.

En conclusión, el criterio mencionado por los estudiantes en la presente investigación permite conocer el nivel de calidad de las Instituciones Educativas Superior, por lo que es necesario que existe una evaluación interna permanente con instrumentos técnicos especializados, que posteriormente permiten el análisis de resultados de forma crítica y reflexiva, y en efecto se programa los debidos planes de acción para innovar las particularidades observadas, en el servicio universitario ofertado.

MOLINA, (2020) en su investigación “*Calidad del servicio de alimentación según las expectativas y percepción de los usuarios Universidad de los andes Mérida*”. Tienen como objetivo es determinar la calidad de servicio de alimentos

según la percepción y las expectativas de los usuarios de la Universidad de Los Andes del Núcleo “Rafael Rangel” en Trujillo, Venezuela, 2016. El tipo de investigación fue descriptiva, no experimental y de corte transversal. La muestra fue de 420 usuarios del servicio de alimentación. Como instrumento se utilizó el modelo SERVQUAL que permitió la evaluación de la calidad de servicio, al medir la brecha que existe entre las expectativas y la percepción de 5 dimensiones: Responsabilidad, Confiabilidad, Seguridad, Empatía y Bienes tangibles. Los resultados se analizaron mediante estadística descriptiva e inferencial utilizando el programa Excel 2013. La mayor participación fue el sexo femenino con 58,5% según resultados y la edad promedio de los encuestados fue de $21,06 \pm 2,53$ años. ¿El nivel de aprobación en promedio para las cinco dimensiones según las expectativas, se encontró entre 6,00 y 6,15; no se hallaron diferencias estadísticas significativas al comparar dichos promedios. Los estudiantes le dieron mayor importancia a la dimensión de Confiabilidad (22,02) y menor importancia a la dimensión Empatía (17,78). ¿En cada una de las dimensiones evaluadas, la expectativa de los estudiantes fue mayor que su percepción, lo que arrojó resultados negativos Confiabilidad (3,20) ; ¿Responsabilidad (2,93) ; ¿Seguridad (3,26) ; Empatía (3,49) y Bienes tangibles (-3,25). Los resultados demuestran que no se cumple con la expectativa de los usuarios y por lo tanto existe insatisfacción con el servicio.

El estudio de la investigación tienen por objetivo de estudio determinar la calidad de servicio de alimentos según la expectativa de los usuarios, obteniendo como resultado que no se cumple con la expectativa de los usuarios generando insatisfacción con los servicios.

HERNANDEZ, (2016) en su investigación titulado “*Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación share, sede*

Huehuetenango tesis de grado” tiene como objetivo general: verificar si la calidad del servicio aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango, por lo que se presentan antecedentes de tesis, revistas, páginas de internet y periódicos, así como bibliografías de libros, sobre las variables de calidad de servicio y satisfacción del cliente. En la actualidad la asociación SHARE lucha por mantenerse en la preferencia de sus clientes, por lo que desea tener calidad del servicio para lograr satisfacer a los mismos, debido a esto se realizó una investigación de tipo experimental con el fin de evaluar cómo está la calidad del servicio que brinda esta asociación y con ello verificar el nivel de satisfacción en la que se encuentra, para la recopilación de información se utilizaron como instrumentos, para antes y después del experimento dos boletas de opinión, con preguntas abiertas y cerradas, dirigido al personal y clientes, una entrevista con el coordinador, con el fin de obtener la información necesaria para la investigación para lo cual se contó con la colaboración de los involucrados, es evidente que la satisfacción de la calidad del servicio es aceptable en los aspectos de: Instalaciones 79%, limpieza general 75%, capacitación del personal 68%, e información adecuada 60%, mientras que hay insatisfacción en parqueo con el 77%. Como resultado de la capacitación de calidad del servicio aplicada, la satisfacción del cliente fue calificada como muy satisfactoria específicamente en información con el 63%, parqueo con 68%, instalaciones con 78%, la limpieza general fue calificada como satisfactoria con 71%, y capacitación del personal con 59%, ciertos aspectos disminuyeron ya que no fueron los mismos sujetos encuestados después del experimento, para verificar con mayor certeza la aplicación del mismo, la investigación experimental como el modelo clásico de hacer investigación, el más formal y elegante. Supone

algo que en las ciencias sociales es poco probable: Control de las variables que intervienen en el estudio.

2.1.2. Antecedentes Nacional

CHOQUEHUANCA, (2016) en su investigación *Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la MYPE rubro restaurantes Urb el Bosque-Castilla, Piura 2016*, tiene por objetivo, identificar las características que presenta la gestión de calidad y satisfacción al cliente en las MYPE rubro restaurantes. Proviene de las líneas de investigación “Caracterización del financiamiento, la capacitación, competitividad y la rentabilidad de las MYPE”. La metodología propuesta para esta investigación es descriptiva. Se utilizará la investigación del nivel descriptiva, de tipo cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal. Se empleará como tipo de recojo de datos encuestas con los representantes y clientes, siendo el instrumento más adecuado para medir, el cuestionario estructurado. Según la investigación realizada, se obtuvo como resultado que las características que presenta la gestión de calidad son: desempeño, responsabilidad, comunicación y las características que presenta la satisfacción del cliente son: servicio, diseño, pulcritud y la valoración de las expectativas de los clientes. Por lo que se recomienda a las MYPE rubro restaurantes Urb. El Bosque-Castilla, Piura, que deben de cumplir con ponerlas en práctica, e implementar nuevas estrategias para que estas puedan cumplirse, considerando que la gestión de calidad esta relaciona con la satisfacción de sus clientes. Por otro lado, según la investigación realizada, se obtuvo como resultado que la mayoría de los encuestados indican que los beneficios de la satisfacción del cliente son: la compra repetitiva, la boca a boca y el posicionamiento. Se sugiere a las MYPE bajo estudio, que deben seguir llevando un control continuo sobre los

beneficios de la satisfacción de sus clientes esto les permitirá conocer más a sus clientes y saber cuales son sus

ESCUADERO, (2018) en su investigación titulado *Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MYPES del sector servicio rubro restaurantes en el cercado de Tumbes, 2018*. su objetivo de investigación Determinar la caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MYPES, sector servicio rubro restaurantes en el cercado de Tumbes, 2018. Utilizando una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental; aplicando la encuesta y cuestionario como instrumentos y técnicas de recolección de datos; con una población de 68 clientes de las 18 MyPes dedicadas al rubro de restaurantes; se concluyó que tanto el dueño como el personal no está comprometida con ofrecer productos de calidad y que la empresa no evalúa sus indicadores de compra.

CHUNGA, (2018) en su investigación *Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollería del Distrito de vice – Sechura año 2018*. tiene como objetivo Conocer qué características tiene la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro Pollería, Distrito de Vice – Sechura, año 2018, es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal. Para la recolección de datos se seleccionó como técnica el cuestionario y el instrumento la encuesta, obteniendo así respecto a: gestión de calidad, en cuanto a principios consideran importante el enfoque al cliente, el liderazgo, participación del personal, el enfoque basado en procesos, en cuanto a mejora continua: consideran importante en su totalidad la planeación para lograr los objetivos, por otro lado, respecto a atención al cliente: se destacó la importancia a través de la fidelización y valoración de los clientes, y se identificó estrategias para mejorar el servicio,

implementando canales de atención, comunicación, y satisfacer las necesidades de los clientes. Por lo que se concluyó que, en los trabajadores, así como los clientes debe existir una estrecha relación en el producto ofrecido y servicio brindado, y la gestión de los recursos utilizados.

RIVERA, (2017) en su investigación titulada “*Caracterización de la Gestión de Calidad del Servicio y la Satisfacción del cliente del Banco de Crédito del Perú – agencia Tambogrande – Piura – 2017*” **tiene objetivo** general: Determinar las características de la gestión de calidad del servicio y satisfacción del cliente del Banco de Crédito del Perú – Agencia Tambo Grande – Piura – 2017, la misma que es de tipo **descriptiva**, de nivel cuantitativa y **diseño no experimental transversal**, se desarrolló teniendo como muestra aleatoria simple **a 96 clientes** y se utilizó como instrumento de investigación el **cuestionario**. Se obtuvo como resultados que las dimensiones de calidad están totalmente identificadas, además se observó que la percepción del cliente es totalmente satisfactoria con respecto al servicio brindado por los colaboradores y su nivel de satisfacción es medio, concluyendo que un alto porcentaje de los clientes se encuentran contentos con la atención brindada en la agencia BCP Tambo Grande y percibe una óptima y adecuada gestión de calidad del servicio, sin embargo si pretenden optar por la excelencia deben mejorar algunos procesos ya que el nivel de satisfacción final se encuentra en un rango medio.

En sus conclusiones respecto a las dimensiones de la calidad en la investigación da como resultado que las dimensiones de la calidad del servicio se encuentran identificadas tales como: elementos tangibles, empatía, capacidad de respuesta, fiabilidad y seguridad y que se encuentran en una escala de nivel de calidad medio, ya que la investigación se realizó en base a los colaboradores y ambientes de la Agencia Tambo Grande se identificó, que en la dimensión de capacidad de respuesta

tiene como resultado que solo el 30% de los encuestados está de acuerdo con la rapidez de solución de problemas por lo tanto se recomienda agilizar y ser más flexible en sus procesos ya que genera un malestar para los clientes, los canales alternos también se identificó un problema ya que los clientes consideran que el servicio brindado por sus cajeros automáticos no es muy eficiente y que los tiempos de espera en sus colas son largos por que cuenta con poco personal.

CRUZ, (2019) en su investigación titulado “*Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MYPES del sector comercio rubro avícolas del centro poblado Andrés Araujo morán – Tumbes 2019*”, tiene como **Objetivo** de Investigación, Determinar la caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MyPes del sector comercio, rubro Avícolas del centro poblado Andrés Araujo Morán – Tumbes 2019. Esta investigación tiene una **metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo** y un diseño no experimental, aplicando la encuesta y cuestionario como instrumentos y técnicas de recolección de datos; con una población **de 68 clientes** de las 10 MyPes dedicadas al rubro Avícolas; **se concluyó** que tanto el propietario como el personal no está comprometida y acto al cambio para ofrecer productos de calidad y que la empresa no evalué sus indicadores de venta.

2.1.3. Antecedentes Local.

SHUPINGAHUA, (2018), en su investigación titulado “*Gestión de calidad y su relación con la satisfacción del cliente en el restaurant Huapri de la Ciudad de Huánuco. 2018*”, El objetivo principal, es en qué medida la gestión de la calidad se relaciona con la satisfacción del cliente del restaurant Huapri de la ciudad de Huánuco durante el año 2018. Las dimensiones que se emplearon para la investigación son la selección de personal que tiene el objetivo de contratar a los más idóneos para el puesto de trabajo; así como la capacitación de personal, cada individuo necesita una

actualización y adaptación a los cambios tecnológicos, además para la calidad de trabajo se debe adecuar los ambientes, para mejorar su desenvolvimiento profesional aplicando el trabajo en equipo para responder de manera eficaz a las necesidades del usuario. Se recogió la información mediante una encuesta de opinión a través de dos cuestionarios. Los datos fueron procesados mediante estadística descriptiva llegando a la conclusión general a un nivel moderado alcanzan un total 75,6 %, por lo que se puede evaluar que tienen relación las dos variables. Además, se observó que los niveles moderados alcanzan un total 76,3 %. Luego se dieron las recomendaciones que ayudarán a brindar una mejor satisfacción del cliente. La validez y la confiabilidad del instrumento fueron realizadas; según el coeficiente de Alfa de Cronbach y los resultados obtenidos fueron de 0,600, para el cuestionario de la Gestión de la calidad y la satisfacción del cliente por tanto son fiables y consistentes. Se aplicó el coeficiente de relación de Spearman, en el que se observa un valor de 0,890 lo que significa que existe una correlación positiva alta, y con respecto al valor de “sig.” se obtuvo un resultado de 0.000, que es menor a 0.05 (nivel de significancia), por ende, existe relación significativa entre Gestión de la calidad y la satisfacción del cliente del restaurant Huapri.

En el presente trabajo de investigación nos menciona que, si existe relación significativa entre Gestión de la calidad y la satisfacción del cliente en el restaurante Huari, según los estudios realizados con el método de Spearman la cual demuestra en sus estudios que, si existe una correlación positiva con los clientes del mencionado restaurante, por lo tanto, son fiables y consistentes, significa que existe una correlación positiva alta.

MEZA, (2017) en su investigación titulada *“Gestión de calidad en la capacitación, de las MYPES del sector servicio-rubro hospedajes en Tingo María,*

Provincia de Leoncio Prado, año 2017”, Tiene como objetivo determinar las principales características de gestión de calidad en la capacitación, aplicadas en el sector servicio, rubro hospedajes en Tingo María, provincia de Leoncio Prado, año 2017. La investigación realizada es cuantitativa, nivel descriptivo no experimental transversal, se utilizó como muestra 15 micro y pequeñas empresas, del sector servicio-rubro hospedajes, que representa la población total, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 19 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: el 53% tiene de 36 años a 50 años, el 73 % son de sexo masculino. El 40% tiene secundaria completa. El 53% son dueños de las empresas. El 53% tiene de 0 a 3 años de permanencia. El 100% tienen de 1 a 5 trabajadores. El 100% se creó para generar ganancias. Con respecto a la gestión de calidad el 73% conoce el término de gestión de calidad y el 66.7 % utilizan el empowerment y otros como técnicas administrativas.

Se concluye que los propietarios a pesar que no aplican la gestión de calidad en la capacitación, son conscientes que es necesario para que su empresa de manera eficiente y correcta utilizar métodos de gestión de calidad para garantizar la satisfacción del cliente del Rubro Restaurante.

FLORES, (2019.) en su investigación titulada “*Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de las clínicas dentales de la Ciudad de Tingo María*” “su finalidad es determinar la correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de las clínicas dentales de la ciudad de Tingo María. La muestra incluyó (n=118) clientes, a quienes se les encuestó antes y después del uso del servicio odontológico; se evaluaron también características sociodemográficas como edad, género, procedencia y grado de instrucción, durante los meses de noviembre y diciembre del 2018. El estudio fue transversal, y se evaluó el nivel de satisfacción

de los clientes mediante el cuestionario SERVQUAL adaptado, fueron 19 indicadores para antes y 19 indicadores para después del uso del servicio. Luego del análisis se concluyó que la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes tiene una relación directa y significativa, calificada como baja baja ($r_s = 0.320$). En cuanto a las expectativas versus las percepciones se concluye que hay diferencia significativa positiva entre los promedios de la calidad de servicio antes y después del uso del servicio odontológico de las clínicas dentales de la ciudad de Tingo María, obteniéndose como resultado un P valor menor a 0.05, a través de la prueba de Wilcoxon ($0.000 < 0.005$). Las dimensiones elementos tangibles, empatía, confiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad mostraron diferencias para antes y después del uso del servicio odontológico, por ende, existe relación”.

En el presente trabajo de investigación según los resultados obtenidos podemos identificar que su finalidad es determinar la correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de las clínicas. En cuanto a las expectativas versus las percepciones se concluye que hay diferencia significativa positiva entre los promedios de la calidad de servicio antes y después del uso del servicio odontológico de las clínicas dentales de la ciudad de Tingo María, obteniéndose como resultado un P valor menor a 0.05, a través de la prueba de Wilcoxon ($0.000 < 0.005$) en las siguientes dimensiones elementos tangibles, empatía, confiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad mostraron diferencias para antes y después del uso del servicio odontológico, por ende, existe relación

APAC, (2018) en su investigación titulada “*Calidad del servicio y satisfacción de clientes en el súper mercado plaza vea - Huánuco 2018*” fue elaborada tomando en cuenta el interés de Plaza Vea por conocer el nivel de

satisfacción de sus clientes, para ellos se ha tomado como base el modelo servqual, el mismo que incluye cinco dimensiones que deben ser descritas por los clientes: elementos tangibles, capacidad de respuesta, empatía, confianza y seguridad, ello bajo dos enfoques una es la expectativa, y otro es la percepción del servicio. Las teorías incluidas son de autores reconocidos quienes confirman la necesidad de describir estos elementos. El nivel de satisfacción ha incluido variables como precio, recomendación del supermercado. El soporte del argumento establecidos en el texto estuvo dado por el mismo gerente de tienda, quien apoyo con sus entrevistas para poder definir con claridad la política del supermercado Plaza Veá. Los resultados obtenidos, muestran que la expectativa que tienen los clientes supera el 90% en todos los aspectos, y la percepción en Plaza Veá en algunos elementos varía entre 80 y 90% según las tablas analizadas. Así mismo, el nivel de satisfacción de los clientes ha sido medido pudiendo percibir que los clientes están dispuestos a recomendar el supermercado a otros, de igual forma, consideran que los servicios en comparación a otros supermercados son mejor, así se plantean en las tablas del 45 al 49 de la presente investigación. Finalmente, las relaciones entre las dimensiones propuestas fueron sometidas a evaluación a través del método de Pearson, el mismo que demostró la relación directa que existen entre ellas, validando el argumento planteado en cada uno de los ítems analizados. De esta forma todas las hipótesis planteadas fueron corroboradas en la presente investigación, siendo una clara muestra que este documento puede servir como referencia a estudios similares.

En el presente trabajo realizado al súper mercado Plaza Veá, sabemos que plaza vea a nivel mundial cumple con los estándares de calidad de servicio, sin embargo, se realizó el estudio para determinar si los clientes están dispuestos a recomendar el supermercado a otros, de igual forma, consideran que los servicios en

comparación a otros supermercados son mejor, así se plantean en las tablas del 45 al 49 de la presente investigación.

GARCIA, (2018) en su investigación titulado “*La Calidad de Servicio y su relación con la Satisfacción de los Clientes de la empresa de transportes señor de exaltación Distrito, Provincia y Región Huánuco, 2018*” El objetivo principal, es determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa de transportes Señor de Exaltación del distrito, provincia y región de Huánuco. 2018. Los resultados de esta investigación, constituye una fuente de información muy útil para conocer la actual realidad de la empresa de transportes Señor de Exaltación del distrito, provincia y región de Huánuco, 2018. A través de esta investigación se pretende, contribuir a mejorar la calidad de servicio en las empresas. Por lo tanto, los resultados de la presente investigación, además de permitir obtener la titulación correspondiente, asimismo, en la actualidad vivimos en mundo de globalización donde hay cambios que son inminentes, las economías de todo los países está en continuo cambio, los clientes son la razón de las organizaciones, son más conoedores y más exigentes, la competencia es más intensa, la clave del éxito de toda las organizaciones se ubica en la calidad de servicio que se brinda a los clientes. Se aplicó el coeficiente de relación de Spearman, en el que se observa un valor de 0,800 lo que significa que existe una correlación positiva alta, y con respecto al valor de “sig.” se obtuvo un vi resultado de 0.000, que es menor a 0.05 (nivel de significancia), por ende, existe relación significativa entre la calidad de servicio con la satisfacción de los clientes de la empresa de transportes Señor de Exaltación del distrito, provincia y región de Huánuco. 2018.

Según los estudios realizados podemos mostrar en el presente trabajo de investigación que efectivamente se puede determinar que existe relación con la

relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa de transportes Señor de Exaltación del distrito, provincia y región de Huánuco. 2018, A través de esta investigación se pretende, contribuir a mejorar la calidad de servicio en las empresas. Por lo tanto, los resultados de la presente investigación, además de permitir obtener la titulación correspondiente, asimismo, en la actualidad vivimos en mundo de globalización donde hay cambios que son inminentes, en todo el país está en continuo cambio, los clientes son la razón de las organizaciones, son más conocedores y más exigentes, la competencia es más intensa, la clave del éxito de toda la organización se ubica en la calidad de servicio que se brinda a los clientes.

2.2. Bases teóricas de la investigación

- GESTIÓN DE CALIDAD:

Camision, (2006), afirma que: “La gestión de la calidad se ha convertido actualmente en la condición necesaria para cualquier estrategia dirigida hacia el éxito competitivo de la empresa”, el aumento del nivel de exigencia del consumidor, el éxito de la gestión de la calidad es la adopción de enfoque de calidad proactivos, que acentúa la orientación hacia el cliente mediante la implementación de un sistema de principios y prácticas que facilita los cambios estratégicos y culturales, la gestión de la calidad se aplica como criterios básico para la determinación del nivel de eficacia y eficiencia de la empresa” (pág. 7).

La gestión de la calidad total o también denominada “Total Quality Management” se basa en que las empresas busquen a través del mejoramiento continuo la satisfacción del cliente. Tomando en consideración los distintos procesos y actividades que realizan el personal de las organizaciones con el objetivo de brindar un valor al servicio o al producto que requieren los clientes. EL TQM no solo se basa en pequeños detalles como un saludo, unas gracias, o un bonito producto; más bien se la considera una estrategia de gestión que se basa en la actitud y compromiso de todos los empleados de las compañías por buscar un producto o servicio que satisfaga a sus clientes. Asimismo se puede decir que donde existan clientes que no exigen calidad, o que las empresas competidoras no sean competitivas, no va a existir la necesidad de implementar la calidad en los procesos y productos (MALDONADO, 2017)

Asimismo (Plaza,2003 citado en MALDONADO, 2017) sostiene que la TQM no nace solo de una teoría sino que esta es desarrollada dentro de las organizaciones debido a que no se puede obtener una adecuada calidad en los productos o servicios si en la empresa no se trabaja con calidad en sus actividades y procesos. como tambien

se puede decir que donde existe cliente que no existe calidad, o que las empresas competidores no sean competitivas , no va a existir la necesidad de implementar en los peocesos y productos. (p. 60).

De acuerdo con (Gutierrez 2005, citado en Maldonado, 2017) las gestiones del sistema de calidad tienen que demostrar que la organización es capaz de suministrar un producto o servicio que de manera consistente cumpla con los requisitos de los clientes y las reglamentaciones correspondientes, lograr una satisfacción del cliente mediante la aplicación efectiva del sistema, incluyendo la prevención de no conformidades y el proceso de mejora continua. (pag. 8).

De acuerdo con (Mendoza, 2008 citado por Operé 1995), “la Gestión de la calidad está en manos de cada miembro de la empresa después del impulso por parte de la dirección, con el objetivo de obtener la calidad requerida por el cliente al mínimo costo”.

Según (Deming 1989, citado en Maldonado J. A., 2018), Es aquel enfoque técnico que se realiza a traves de un control estadistico de procesos de la gestión, se caracteriza por un planiamiento humanistico y sistematico encaminado con la dirección a la efficacia de incdir o dar una gran validez a la gestión de la calidad.

- **FACES PARA LA GESTION DE LA CALIDAD:**

(Juran 1904, citano en Maldonado, 2017) mencioa la trilogia de la gestion Total de la Calidad .

1. **Planificar la Calidad:** Es la primera fase que se busca la calidad. El desarrollo de los productos o procesos que vamos a requerir para satisfacer las necesidades de mis clientes y sus acciones necesarias son:
 - ✓ Determinar los clientes a los que nos dirigimos y sus necesidades.

- ✓ Diseñar los productos o servicios, tomando en consideración las necesidades.
 - ✓ Ejecutar las actividades necesarias para producir los productos o servicios según lo planificado.
- 2. Control de la calidad:** En esta parte se busca encontrar las posibles desviaciones, tomando en consideración los estándares planificados para el producto o servicio versus los productos realizados. para ello se tomo en consideración las siguientes actividades:
- ✓ Evaluar las desviaciones comparando con los estándares de calidad planificados.
 - ✓ Implementar medidas para corregir las desviaciones encontradas.
- 3. Mejora la calidad:** En esta fase se considera la generación de un sistema organizado para corregir las falencias orificinadas en la fase de planificación para evitar a futuro los problemas de calidad para ello se considera los siguientes:
- ✓ Establecer un sistema para evitar problemas de calidad futuros.
 - ✓ Elaborar proyectos de mejora, con la finalidad de buscar disminuir errores, tomando en consideración los puntos prioritarios a resolver.
 - ✓ Definir, formar e incentivar al grupo de personas que trabajaran los proyectos de mejora

Estas tres fases constituyen los pilares básicos de la Gestión de la calidad Total Teniendo al aprendizaje como parte fundamental de estas fases. se observa la trilogía de Jura en la figura.



ELEMENTOS DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD:

De acuerdo a (Maldonado, 2018, citado por James 1997), manifiesta que la gestión de la calidad opera con diversos elementos en la organización como es:

- ✓ Principios y normas aceptadas por todos.
- ✓ Misión.
- ✓ Visión
- ✓ Política
- ✓ Objetivos de calidad.
- ✓ Procedimientos y prácticas eficaces
- ✓ Requisitos del cliente
- ✓ Proveedores internos y externos.
- ✓ Orientación empresarial
- ✓ Demostración de la propiedad de todos los procesos y sus problemas relativos.

(Deming 1989, citado en Maldonado J. A., 2018) menciona las **herramientas para la mejora continua**. PDCA por sus siglas en inglés.

- ✓ Plan (Planear): en esta fase el equipo primero analiza el problema y define el plan de acción.

- ✓ DO(hacer): Una vez que tienen el plan de accion este se ejecuta y se registra.
- ✓ Check (Verificar): Luego de cierto tiempo se analiza el resultado obtenido.
- ✓ Act (Actuar) Una vez que se tiene los resultado se decide si se requiere alguna modificacion para mejorar.



(Kaoru **Ishikawa** 1915 citado en Maldonado J. A., 2018), Ideologo de la administración empresa japonesa, a partir del 1949 participo en la promocion del control de calidad, fue ademas presidente del Instituto de Tecnologia Musashi de Japon. tiene como herramientasd de aprendizaje para una mayor compression, es decir la ejecucion de las mismas veridicas en su funcionaminro o ejecucion la cual las empresas deberian de considerar sus **herramientas** basicas son:

- ✓ Gratico de pareto
- ✓ Diagrama de causa –efecto.
- ✓ Estratificacion
- ✓ Hoja de verificacion
- ✓ Histograma
- ✓ Diagrama de dispersion

- ✓ Grafico de control de Shewhart.

FUNCIONES DE LA GESTION DE LA CALIDAD:

La función de organización, es asegurar que la empresa satisface los objetivos de calidad que se ha fijado. Desarrollo de un entorno de trabajo claro, con tareas y responsabilidades que contribuyan a la actividad eficaz de una organización y dirigir el comportamiento de las personas, grupos y departamentos para realizar los objetivos fijados por la organización, (Mendoza, 2008 citado por James 1997, pág.10).

Los elementos clave que incluye son: asignación de tareas y responsabilidades, desarrollo consciente de la segmentación de la organización en unidades específicas autónomas, desarrollo de requerimientos jerárquicos para facilitar la comunicación y órdenes, delegación y esfuerzos de coordinación, (Mendoza, 2008 citado por Chile 1977, pag.10).

En cuanto la función dirección, se hace hincapié en el término liderazgo, según (Mendoza, 2008 citado por James 1997), es un intento de influir en las actividades de los seguidores, a través de un proceso de comunicación hacia la consecución de algún o algunos objetivos. La función de dirección incluye los elementos clave que son: teorías de motivación, teorías de liderazgo, tipos de poder. (pág. 10)

De acuerdo con (Mendoza, 2008 citado por Long 1993), la tarea de un directivo ha pasado a ser la de un líder en aprendizaje. La función de gestión de la calidad enfocada al personal, hace referencia al recurso humano y lo define como el proceso de diseño de las medidas y actividades de la fuerza de trabajo para mejorar la eficiencia y eficacia del funcionamiento de la organización.

(Mendoza, 2008 citado por James 1997). Los elementos clave que incluye son: trabajo en equipo, orientación en todas las áreas y niveles de actividad de la

organización, cultura altamente orientada a las personas, orientación multidisciplinar, formación y desarrollo.

- SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

Un sistema de gestión de la calidad en la empresa, persigue la satisfacción total de los clientes a través de la mejora continua de la calidad de todos los procesos operativos la participación activa de todo el personal que previamente ha recibido formación y entrenamiento, (Mendoza, 2008, citado por Operé 1995, pág. 10)

Por su parte (Mendoza, 2008 citado por Summers 1999), menciona que el sistema de gestión de la calidad es dinámico, puede adaptarse y cambiar, se basa en el conocimiento de las necesidades, requisitos y expectativas de los clientes. De esta manera, el sistema de gestión de la calidad tiene como finalidad satisfacer las necesidades de los clientes externos e internos al establecer procedimientos acordados con los integrantes de la organización, que guiarán los esfuerzos para lograr un éxito empresarial, creando una satisfacción completa en los clientes, minimizando costos y exigiendo un mejor aprovechamiento de los recursos de la empresa, con armonía, motivación y control total de las acciones, basándose principalmente en la mejora continua de los procesos; además, aporta una sólida ventaja competitiva propia y sostenible en el tiempo (pág. 10)

- CLIMA ORGANIZACIONAL. - Maldonado E, (2017) afirma que “Es la percepción del trabajador con respecto a su ambiente laboral y en función de aspectos vinculados como posibilidades de realización personal, involucramiento con la tarea asignada, supervisión que recibe, acceso a la información relacionada con su trabajo en coordinación con sus demás compañeros y condiciones laborales que facilitan su tarea” (Maldonado E. F., 2017, pág. 30).

- **CULTURA ORGANIZACIONAL:** “Es el conjunto de valores, creencias y principios compartidos entre los miembros de una organización. Dicho conjunto de características es lo que diferencia las organizaciones”. (Maldonado E. F., 2017, pág. 30).
- **SATISFACCIÓN LABORAL:** “Es el sentimiento de agrado o positivo que experimenta un sujeto al realizar un trabajo que le interesa, en un ambiente agradable, dentro del ámbito de una empresa u organización que le resulta atractiva y por el que percibe una serie de compensaciones psico-socio-económicas acordes con sus expectativas”. (Maldonado E. F., 2017, pág. 30).
- **ACTITUD LABORAL:** Es la manera en que el trabajador se siente con respecto a su trabajo, su disposición para reaccionar de una forma especial ante los factores relacionados con este trabajo.
- **MORAL LABORAL:** Maldonado, (2017). “Desde el punto de vista del trabajador, consiste en la posesión de un sentimiento de ser aceptado y de pertenecer al grupo, mediante la adhesión a los fines comunes y la confianza de que estos fines son deseables” (pág. 30).. La moral es generada por el grupo, pero no se trata de la media de las actitudes de los miembros del grupo. La moral comporta cuatro determinantes fundamentales: el sentimiento de solidaridad del grupo, la necesidad de un objetivo común, progreso observable hacia este objetivo y la participación individual en las tareas que son consideradas como necesarias para alcanzar dicho objetivo.
- **OBJETIVOS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD:**

El objetivo principal que tiene la gestión de la calidad total (TQM) es promover en las organizaciones la calidad de una forma general no particular; es decir que la calidad sea incorporada en todos los procesos, tanto internos como externos, buscando que se puedan lograr los objetivos de la organización, así también

buscando la satisfacción total de sus clientes (Santos & Alvarez 2007 citado en Maldonado, 2017 Pag. 60)

- DIMENSIONES DE LA VARIABLE DE GESTIÓN DE LA CALIDAD:

EL LIDERAZGO:

Según Maldonado, (2017) El liderazgo se da por las cualidades que este tienen para lograr que un grupo de personas logren un objetivo en común y mantener un sistema de gestión de calidad, y que este sea eficaz y eficiente para lograr los objetivos de calidad que se plantee la empresa (pág. 60)

Cualidades del líder:

- ✓ La confianza en sí mismo.
- ✓ La energía y tolerancia al estrés
- ✓ Enfoque a control interno.
- ✓ La forma de manejar las emociones y la integridad.

Delgado, (2011) afirma que: el Liderazgo es Orientación de todos los administradores para dirigir la empresa a la calidad total. evalúa la forma en que los ejecutivos dirigen y motivan el programa de mejora continua en cuyo caso se requiere evidenciar de seis aspectos:

- ✓ La extensión de una cultura de calidad coherente.
- ✓ El reconocimiento de los esfuerzos
- ✓ El éxito de los individuos y equipos en calidad.
- ✓ El apoyo del programa mediante la asignación de recursos propios.
- ✓ La participación de los ejecutivos tanto con clientes como proveedores
- ✓ Promoción activa de la calidad total fuera de la empresa.

Lindsay, (2008) define lo siguiente:

El liderazgo es la habilidad de influir positivamente en la gestión y los sistemas bajo la autoridad de uno a fin de tener un impacto significativo y lograr resultados importantes.

- **MEJORA CONTINUA:**

La mejora continua puede ser definida como una medida para lograr el adecuado desempeño de las empresas y asimismo es considerada como un proceso que se debe seguir para lograr que los procesos y productos sean mejores, así como las distintas actividades de las empresas. Las acciones que deben implementar nacen a partir de las distintas mediciones que se realizan en las organizaciones ya sea de los productos o de los procesos de la compañía. Este principio da apertura a la implementación de medidas innovadoras, que tienen como finalidad las mejoras en los productos y en los procesos que brindan las distintas organizaciones. Es fundamental que la mejora continua este dentro de las organizaciones, y se la practique constantemente para que así logre aumentar su eficiencia y eficacia. Cuando una empresa aplica un Sistema de gestión de calidad las distintas formas de evaluación ayudan a que se den planes de acción que buscan mejorar e identificar no conformidades, mejorando las actividades de la organización Dentro de las actividades de mejora continua podemos observar que se cumple el ciclo PHVA (Planear-Hacer-Verificar-Actuar), conocido también como. el círculo de calidad de Deming. Este círculo esta interactuando constantemente. Intervienen procesos relacionados con la planificación, ejecución y evaluación (Garcia, Quispe & Ruez, 2003 citado por Maldonado, 2017) Se puede implementar este principio mediante:

- ✓ Establecimiento de metas, muchas empresas usan el denominado despliegue de metas, en la cual los objetivos de la empresa se convierten en

metas para cada departamento, y dentro de estas las metas van bajando de nivel desde la más alta jerarquía hasta la parte operativa; involucrando a empleados de todo nivel jerárquico de la empresa.

- ✓ Realizando comparación de los procesos y desempeños de la empresa con los de otras empresas que están en mejores lugares dentro del mercado.
- ✓ Incentivando y recompensando el logro de metas y mejoras.
- ✓ Implementando sugerencias para los procesos y productos de todos quienes actúan directamente e indirectamente con la empresa.
- ✓ Brindando capacidad para la formación en herramientas y métodos para la mejora continua al personal de la organización.

- **PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD:**

Maldonado, (2017) Según la ISO 9001:2015 se ha definido a calidad como “cualquier cosa que pueda percibirse o concebirse”. Ésta definición que puede ser revisada en la última actualización de la norma ISO 9001 ha dado la apertura al tema de calidad más allá de los requerimientos y necesidades que tienen los clientes. Se tienen ocho principios de gestión de la calidad según la ISO 9000:2000, los mismos que son un referente para lograr mejorar el desempeño organizacional. Teniendo como objetivo ayudar a que las organizaciones puedan lograr el éxito en la implementación de un Sistema de gestión de la calidad. Es indispensable que quien desee lograr que la empresa tenga una cultura enfocada a la calidad primeramente debe tener claro los 8 principios que se detalla:

1. Enfoque al Cliente

2. Liderazgo

3. Participación del Personal

4. Enfoque basado en proceso

5. Enfoque de sistema para la gestión

6. Mejora Continua

7. Enfoque basado en Hechos para la toma de

8. Relaciones Mutuamente beneficiosos con el

- **EL ENFOQUE DEL CLIENTE:**

Toda organización se pueda enfocar en entender las necesidades y expectativas que tienen los clientes. La satisfacción de los clientes obedece a lo que se percibe del producto y si este satisface las expectativas. La satisfacción de los clientes significa ganancias y mucho más trabajo (Cassani, Fernandez, Mujica & Melavé 2009 citado en Maldonado, 2017).

- **EL LIDERAZGO**

(Deming, 1986), defina que: “El líder es conseguir la transformación de su organización. este posee conocimientos, personalidad y poder persuasivo”.
(pág. 68)

¿Cómo puede conseguir la transformación?

- ✓ Proponiendo beneficios a su organización y a todas las personas con las que trata su organización.
- ✓ Se siente impulsado a conseguir la transformación como obligaciones conmigo mismo y con su organización.
- ✓ Ser una persona práctica. tienen un plan, paso a paso y puede explicar en términos sencillos.

- **PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL:**

El involucramiento y compromiso del personal, representa un factor clave para el éxito de una empresa. Este principio toma en consideración que un colaborador que se siente identificado con su trabajo, dará todo su esfuerzo para el cumplimiento de metas asignadas, A través del tiempo el personal ha sido un factor clave para las empresas, tanto a las empresas de manufactura como a las empresas comerciales y a las de servicios (Lugo 1990 citado por Maldonado, 2017)

- **ENFOQUE BASADO EN PROCESO**

Según (Zaratiegui 1999 citado por Maldonado, 2017) manifiesta que los procesos son claves para las organizaciones que buscan la innovación y mejora de la calidad. Por este motivo se dice que el proceso es uno de los puntos más importantes, porque estos son los que se busca mejorar. A las primeras organizaciones que emplearon la gestión por procesos, tuvieron como resultado “altos niveles de eficacia”. Siendo la gestión por procesos uno de los principios usados en gran cantidad de organizaciones que tienen enfoque en calidad y mejoramiento continua.

- **ENFOQUE DEL SISTEMA PARA LA GESTIÓN:**

Un enfoque de sistema para la gestión es una parte muy importante para lograr los objetivos de la organización. A través de un enfoque de sistemas se puede comprender, reconocer y tramitar los procesos interrelacionados de un sistema, logrando ayudar a lograr la eficiencia y la eficacia de una organización. Un sistema es demasiado importante para las organizaciones, debido a que ayuda a mejorar la probabilidad de éxito de las organizaciones para cumplir sus objetivos (Suarez 2012 citado por Maldonado, 2017).

- MEJORA CONTINUA:

La mejora continua puede ser definida como una medida para lograr el adecuado desempeño de las empresas y asimismo es considerada como un proceso que se debe seguir para lograr que los procesos y productos sean mejores, así como las distintas actividades de las empresas. Las acciones que deben implementar nacen a partir de las distintas mediciones que se realizan en las organizaciones ya sea de los productos o de los procesos de la compañía. Este principio da apertura a la implementación de medidas innovadoras, que tienen como finalidad las mejoras en los productos y en los procesos que brindan las distintas organizaciones. (Garcia, Quispe & Raez, 2003 citado por Maldonado, 2017).

- ENFOQUE BASADO EN HECHOS PARA LA TOMA DE DECISIONES.

Los enfoques basados en los hechos para la toma de decisiones se basan en recolección de información para toma acertada de decisiones empresariales. Este principio es importante dentro de todas las organizaciones, teniendo en consideración que en las empresas pueden nacer muchísimas ideas, unas que pueden llevar a éxitos, así como otras que pueden llevar a fracasos. Por este motivo es relevante que antes de tomar decisiones se pueda seleccionar entre las distintas alternativas de solución la mejor, tomando en consideración todos los pros y contras de cada alternativa (Maldonado E. F., 2017).



1. Identifica el problema

Este primer paso consiste en conocer el problema que se presenta, ya sea en el producto o en un proceso de la empresa, identificando la posible causa del mismo.

2. Analizar la información

Una vez que se tiene definido el problema, se debe contar con toda la información disponible de la empresa, ya sea información externa o interna, con la finalidad de analizar la misma.

3. Plantear posibles soluciones:

Se deben plantear alternativas de solución o propuestas, es importante que existan por lo menos dos alternativas, con el fin de escoger la mejor opción.

4. Seleccionar solución

Se debe establecer alguna forma de evaluar las alternativas con la finalidad de seleccionar la mejor opción. Es importante seleccionar adecuadamente la forma de evaluación.

5. Implementar solución:

Se debe poner en ejecución la alternativa seleccionada, siempre teniendo forma o indicadores para dar seguimiento. el objetivo del seguimiento es para saber si se cumplen los objetivos según lo planificado.

- ENFOQUE EFQM.

Con el objetivo de dar reconocimiento a las empresas que logran alcanzar la ventaja competitiva en Europa en el año 1988 se creó la European Foundation for Quality Management (E.F.Q.M.), denominada en español Fundación Europea para la

Gestión de Calidad. Para dicho año se reunieron los presidentes de las 14 empresas más importantes de Europa que quisieron premiar la excelencia en la calidad. Este modelo se dio por la necesidad que tenían las empresas de aquel entonces de establecer un criterio para evaluar a las organizaciones de excelencia en Calidad. Para el año 1992 la EFQM presento un premio denominado el European Quality Award (Premio Europeo a la Calidad), el mismo que se convirtió en una forma de dar reconocimiento a aquellas empresas que más destacan por sus mejores prácticas relacionadas a la calidad en el continente European. Asimismo, en el año 1997 se adaptó el modelo EFQM para las pymes, que han venido tomando mayor importancia al pasar los años a nivel mundial. En la actualidad este modelo muchas empresas adoptan el modelo sin pensar en el premio, lo usan e implementan pensando en la oportunidad de mejorar y estar entre las empresas de excelencia en calidad. (Maderuela 2002 citado en Maldonado, 2017) nos dice que el modelo EFQM está conformado por nueve criterios, los mismos que se dividen en dos partes esenciales, una denominada “agentes facilitadores”, y la otra parte denominada “Resultados”. Los agentes facilitadores están relacionados a lo que hace la empresa y el como lo hace. Los resultados es lo que obtiene la empresa con relación a sus grupos de interés (clientes, personal y la sociedad).

- **BENEFICIOS AL APLICAR EL MODELO EFQM**

Este modelo da la oportunidad de varios beneficios a las empresas que deciden implementar el mismo. Dentro de los aspectos positivos se encuentran la reducción de costos, disminución de errores, reducción de defectos, reducción de plazos de entrega y mejoras en las operaciones de las empresas. Además de Gestión de la calidad esto tiene efectos positivos para las empresas entre los que destacamos:

- a. Efecto sobre los clientes,
- b. Efecto sobre los resultados económicos,

- c. Efecto sobre el personal,
- d. Efecto sobre la calidad,
- e. Efecto sobre la imagen,
- f. Efecto sobre las operaciones.

- **SATISFACCION DEL CLIENTE INTERNO**

(Delgado, 2011) menciona que: “Consiste en los procedimientos que utiliza la empresa para garantizar la satisfacción de las necesidades y expectativas de su personal” (pág. 253)

de la misma manera afirma que la satisfacción de los clientes internos consiste en determinar cuál es la percepción que tiene acerca de los servicios que proporciona la empresa y buscar evidenciar los parámetros clave que se utiliza para medir su desempeño e impulsar hacia un estado de excelencia.

(Eduardo Deming, 1989 citadi en Delgado, 2011, menciona que: “ Es importante dejar satisfechos a un cliente y de tratarlo con calidad, siempre se necesitan y se requiere hacer todo lo indispensable para que ellos tambien necesiten de la empresa de tal forma una relacion permanente y de interes mutua.

asimismo, todos los clientrs seran de igual manera importantes si se tienen una visión de largo plazo, el cliente que hoy compra una cantidad insignificante puede crecer hasta convertirse en un gran consumidor.

Según Lindsay, (2008) manifiesta que para satisfacer o exceder a las expectativas del cliente, las organizaciones deben entender por completo todos los atributos de sus productos y servicios, que contribuyen al valor del cliente y originan satisfacción y lealtad.

(Kotler & Aemstrong 2003, citado por Luna Japan, 2018), afirman que: Es una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto

(o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previos. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado.

Luna J. (2018), afirma que: la satisfacción del cliente aparece cuando una compañía se centra en la Calidad de servicio ofrecida por la empresa se traduce en la satisfacción de los clientes. Esta satisfacción origina recompensas muy reales para la compañía, en forma de lealtad de los clientes y de imagen corporativa. La falta de satisfacción de los clientes causa una serie de perjuicios muy reales y es éste un hecho del que las empresas no pueden permitirse hacer caso omiso. Todos volvemos a alguna compañía, porque conocemos su calidad, sabemos que nos podemos fiar de las personas que allí trabajan y sabemos que nos brindarán un servicio consistente. Mientras que casi todas las empresas reconocen el valor de un cliente satisfecho, han sido pocas las que han llegado al compromiso necesario para garantizarse la satisfacción de sus clientes. La mayor parte de las organizaciones que brindan servicio de calidad y eficacia son capaces de mejorar su imagen de servidores constantes por medio de sus continuos programas de formación y motivación.

- **BENEFICIOS DE LA SATISFACCION DEL CLIENTE:**

Maldonado J. (2018) menciona que la calidad es un factor aplicable tanto a las empresas de servicio como a los fabricantes, vemos una lista de los significados que esta suele tener:

- ✓ La calidad es la satisfacción del cliente.
- ✓ La calidad es el nivel de excelencia que puede alcanzar un producto o servicios.
- ✓ La calidad es lo que el cliente crea que es.

- ✓ La calidad es satisfacer una serie de requerimientos que el cliente tienen que, si son bien ejecutados, darán como resultado un producto adecuado a la función que tienen.

- **DIMENSIONES DE LA VARIABLE SATISFACCIÓN AL CLIENTE INTERNO:**

- **SATISFACCIÓN LABORAL:**

Según Porras, (2011) en su investigación define que “Es la conformidad expresada por el trabajador en función de sus expectativas en las áreas de motivación, confort, eficacia, rendimiento. Entienden la satisfacción laboral como una orientación afectiva positiva hacia el empleo”.

- **FACETAS DE LA SATISFACCIÓN LABORAL:**

En general, las facetas de satisfacción más mencionadas tienen que ver con la satisfacción, con el contenido del trabajo “interés intrínseco del trabajo, la variedad, las oportunidades de aprendizaje o la dificultad, con el salario, con las condiciones de trabajo horario, descansos, condiciones ambientales y con la empresa. Ante esta gran variedad de facetas” (Herzberg 1966, citado por Porras, 2011 pag.35) propuso 2 conjuntos de factores generales de variables en el trabajo relacionados con la satisfacción laboral: factores de motivadores o contenido y factores de contexto o de higiene.

- **MEJORÍA DE LA SATISFACCIÓN LABORAL**

Porras, (2011), afirma que: Cuando un empleado o grupo de empleados se encuentra insatisfecho, el primer paso para mejorar la satisfacción debe ser establecer las razones. Puede haber una gran variedad de causas, tales como una pobre inspección, malas situaciones de trabajo, falta de seguridad en el empleo, compensación inequitativa, falta de oportunidad de progreso, los conflictos

interpersonales entre los trabajadores, y falta de oportunidad para satisfacer necesidades de orden elevado. (Porras, 2011)

- FACTORES QUE INFLUYE EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La satisfacción del cliente depende de dos factores fundamentales:

- LA CALIDAD DE SERVICIO

Rivera, (2017) afirma que: “Es el rendimiento percibido el resultado que el cliente percibe que gana del producto o servicio que compra, se hace referencia al desempeño (al entregar el valor) que el cliente considera haber obtenido tras adquirir un producto o recibir un servicio”

para ello se muestra los siguientes rasgos:

- ✓ Se determina desde el punto de vista del cliente no de la empresa.
- ✓ Se apoya en las resultas obtenidos por el cliente con las compras del producto o servicio.
- ✓ Se fundamenta en las percepciones del cliente, que no deben corresponder obligaciones a la realidad.
- ✓ Influye las opiniones vertidas por otras personas que afectan de una u otra manera al cliente.
- ✓ Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razones.

- LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE

Rivera, (2017) “Son las esperanzas que los clientes tienen por conseguir algo y se producen por el afecto de una o más de estas situaciones”:

- ✓ Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda o producto o servicio.
- ✓ Experiencia de compra anteriores.
- ✓ Promesa que ofrecen los competidores.

- ✓ Si las expectativas son muy bajas no se captará suficientes clientes.
- ✓ No obstante, si son muy altas, los clientes se sentirán decepcionados tras la compra.

- **CLIENTE:**

- **CLIENTE INTERNO:**

(Porrás, 2011) Los miembros del personal de una organización pueden considerarse clientes o usuarios internos" porque reciben productos y servicios esenciales para su labor por parte de sus compañeros de trabajo. Los gerentes deben escuchar y responder a las necesidades de los proveedores iniciales, supervisores y otros clientes internos en la misma forma en que escuchan y responden a las necesidades de los clientes. (pág. 38)

De la misma forma (Maldonado J. A., 2018), Afirma que: “los clientes internos son aquellos que hacen que el producto o servicio esté disponible para el usuario final, que la decisión de adquirir el producto o servicio la tiene el usuario final, pero el cliente tienen una importancia vital para la satisfacción de aquel”. (pág. 88)

- **SATISFACCIÓN:** La satisfacción en su ámbito más común, es el cumplimiento de los requerimientos establecidos para obtener un resultado.

- **SEGURIDAD:**

(Deming, 1986), define la seguridad “depende de previsión de la dirección para diseñar productos y servicios que atraigan a los clientes, y crear el mercado; estar preparado, por delante de los clientes, para modificar productos y servicios. (pág. 10)

Según (Porras, 2011) afirma que: “ Son los conocimientos del servicio prestado y cortesía de los empleados junto a sus habilidades para transmitir confianza al cliente”: (pág. 26)

Seguridad son los conocimientos y atenciones por parte de los empleados y sus habilidades para inspirar confianza y credibilidad.

- **MYPE**

Es una ley creado por uno de los poderes del Estado con el fin de que se establezca impulsar las competencias y se promoció el aspecto desarrollante de las micro y pequeñas empresas, de igual manera lograr poder formalizarlas, siendo así que en cada aspecto se cuenta con varios beneficios laborales y tributarios con el fin de contribuir en el crecimiento y exponer novedosas formas de oportunidades de trabajo, brindando aportes al PBI del país, la ley 28015 dentro de su articulado el 2° en la define a cada MYPE como una unidad económica **constituidas por personas naturales o jurídicas**. La ley que se encuentra en vigor se encuentra **bajo D. Supremo N° 013-2013-PRODUCE**, mediante esta ley se ha aprobado el TUO norma que ha impulsado a desarrollar la producción y el desarrollo de la empresa. Cada micro, pequeña y mediana empresa se considera que ha de estar en cada gestión empresarial: La Microempresa cuenta con venta anuales de 150 UIT (S/592,500); la pequeña empresa constata con ventas al año superiores a 150 UIT (S/ 592,500) y hasta un máximo de 1700 UIT (S/6715,00); y la mediana empresa contiene ventas anuales mayores a 1700 UIT (S/6715,000), y aspectos máximos de 2300 UIT (S/ 9'085,000). La ley 30056 deroga la cantidad máxima de un trabajador como algún factor que califica a la MYPE. (García, 2020)

MICROEMPRESA	
NÚMERO DE TRABAJADORES	De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.
VENTAS ANUALES	Hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*)

PEQUEÑA EMPRESA	
NÚMERO DE TRABAJADORES	De uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive.
VENTAS ANUALES	Hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*)

- (*) Monto de la UIT para el 2008 es de S/. 3,500 nuevos soles.

- a) Pueden realizar productos individualizados en contraposición con las grandes empresas que se enfocan más a productos estandarizados.
- b) Sirven de tejido auxiliar a las grandes empresas. La mayor parte de las grandes empresas subcontratan a empresas menores para realizar servicios u operaciones que redunden en el coste.
- c) Existen actividades productivas donde es más apropiado trabajar con empresas pequeñas.

MYPE DESARROLLA PERÚ

Es una MYPE constituida en el año 1991, actualmente vienen laborando como intermediación laboras en el Hospital II Huánuco y Hospital Tingo María, trabajando para la institución 2 años consecutivos con personal en módulo de atención al cliente y Essalud en Line, afirman que la Micro pequeños Empresa esta considerados como la fuerza impulsora del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza. En términos económicos, cuando un empresario de la micro o pequeña empresa crece, genera más empleo, porque demanda mayor mano de obra, personal contratado con renovación de contrato mensual y trimestral, cabe señalar que todo personal pasa por evaluaciones curriculares, conocimiento y psicológico para ocupar los puestos al trabajo además

se realiza una pasantía como reconocimiento de sus funciones 2 días antes para el inicio de sus actividades.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. Gestión de la Calidad. - De acuerdo con (Mendoza, 2008 citado por Operé 1995), “la Gestión de la calidad está en manos de cada miembro de la empresa después del impulso por parte de la dirección, con el objetivo de obtener la calidad requerida por el cliente al mínimo costo”.

2.3.2 Liderazgo. - (Delgado, 2011), afirma que: “Liderazgo es Orientación de todos los administradores para dirigir la empresa a la calidad total. evalúa la forma en que los ejecutivos dirigen y motivan el programa de mejora continua en cuyo caso se requiere evidenciar de seis aspectos”:

- ✓ La extensión de una cultura de calidad coherente.
- ✓ El reconocimiento de los esfuerzos
- ✓ El éxito de los individuos y equipos en calidad.
- ✓ El apoyo del programa mediante la asignación de recursos propios.
- ✓ La participación de los ejecutivos tanto con clientes como proveedores
- ✓ Promoción activa de la calidad total fuera de la empresa.

2.3.3. Mejora Continua. – La mejora continua puede ser definida como una medida para lograr el adecuado desempeño de las empresas y asimismo es considerada como un proceso que se debe seguir para lograr que los procesos y productos sean mejores, así como las distintas actividades de las empresas. Las acciones que deben implementar nacen a partir de las distintas mediciones que se realizan en las organizaciones ya sea de los productos o de los procesos de la compañía. (Maldonado E. F., 2017).

2.3.5. Control interno

(Eduardo Deming, 1989 citadi en Delgado, 2011), menciona que: “ Es importante dejar

satisfechos a un cliente y de tratarlo con calidad, siempre se necesitan y se requiere hacer todo lo indispensable para que ellos también necesiten de la empresa de tal forma una relación permanente y de interés mutua”. (pág. 96).

2.3.6. Satisfacción Laboral. - Según (Porrás, 2011) en su investigación define que “Es la conformidad expresada por el trabajador en función de sus expectativas en las áreas de motivación, confort, eficacia, rendimiento. Entienden la satisfacción laboral como una orientación afectiva positiva hacia el empleo”.

2.3.7. Seguridad. - Conocimientos del servicio prestado y cortesía de los empleados junto a sus habilidades para transmitir confianza al cliente”: (Porrás, 2011, pág. 26)

III. Hipótesis

Dado a que la investigación es de tipo descriptivo no se formulan hipótesis porque su alcance no implica una influencia o causalidad según (Hernández, Fernández y Baptista 2010).

IV. Metodología

4.1. Diseño de la investigación:

El diseño de la investigación en el presente estudio fue NO Experimental-Transversal-Descriptivo.

La investigación fue no experimental por que se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto y también porque se va a estudiar conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.

Fue transversal por que se estudió en un espacio de tiempo determinado donde se tienen un inicio y un fin.

Fue descriptivo la investigación es descriptiva porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información. de igual modo, porque solamente se describió las características más importantes de la variable, la MYPE Desarrolla Perú SCRL del rubro servicios del Distrito de Amarilis Provincia y Región – Huánuco 2019 y la realidad como se presenta. (SAMPIERI, 2018)

4.2. Población y muestra

Población:

El presente estudio tiene como población a los representantes de los clientes Interno de la MYPE Desarrolla Perú SCRL del Rubro servicios, N=4 del (Distrito de Amarilis Provincia y Región – Huánuco 2019).

(Lepkowski 2008 citado en SAMPIERI, 2018), define que “La población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones con la finalidad de delimitar cuáles serán los parámetros muestrales” (pág. 174).

Muestra:

Para Alvarez, (2011)“La muestra será No probabilística es cuando no todos los elementos del universo tiene la misma probabilidad de ser parte de la muestra y sus resultados No son generalizados a la población se realiza por conveniencia, voluntarias, accidentales, por cuota e intencional . (pág. 122)

La muestra para mi investigación es No probabilística, se realizado por conveniencia y está compuesto por un estudio de caso de la MYPE y se aplicado al Gerente, Administrador, Supervisor y representante de los trabajadores de MYPE Desarrolla Perú. n=4

Criterios de inclusión:

- El presente estudio abarca al cliente interno que toman decisiones para la implementación de la gestión de calidad.
- Clientes internos que tienen contrato laboral vigente.
- Clientes Internos mayores de 30 años menores a 70 años, aquellos que desean ser partícipes en la investigación.

Criterios de exclusión:

- Clientes Internos que ingresaron a laborar hace 1 mes y que no toman decisiones dentro de la MYPE.
- Clientes Internos de otras áreas que no intervienen en las gestiones de MYPE.
- Clientes Internos que están limitados a responder al cuestionario de la investigación.

4.3. Definición y Operacionalización de Variables e Indicadores.

VARIABLE	DEFINICION N	DIMEN SIONES	CONCEPTOS DEFINICIONES	INDICAD ORES	ES CALA
<p align="center">LA GESTIÓN DE LA CALIDAD.</p>	<p>Según (Deming 1989, citado en Maldonado J. A., 2018), Es aquel enfoque técnico que se realiza a través de un control estadístico de procesos de la gestión, se caracteriza por un planiamiento humanístico y sistemático encaminado con la dirección a la eficacia de incidir o dar una gran validez a la gestión de la calidad.</p>	Liderazgo	(Delgado, 2011) afirma que: el Liderazgo es Orientación de todos los administradores para dirigir la empresa a la calidad total. evalúa la forma en que los ejecutivos dirigen y motivan el programa de mejora continua.	Toma de Decisiones	NOMINAL
		Trabajo en equipo			
		Evaluación			
		Mejora continua	La mejora continua puede ser definida como una medida para lograr el adecuado desempeño de las empresas y asimismo es considerada como un proceso que se debe seguir para lograr que los procesos y productos sean mejores, así como las distintas actividades de las empresas (Garcia, Quispe & Ruez, 2003 citado por Maldonado, 2017)	Enfoque del cliente	NOMINAL
		Participación del personal			
		Enfoque basado en procesos.			

Elaboración: propia

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	CONCEPTOS DEFINICIONES	INDICADORES	ESCALA
SATISFACCIÓN AL CLIENTE INTERNO.	(Eduardo Deming, 1989 citado en Delgado, 2011), menciona que: “Es importante dejar satisfechos a un cliente y de tratarlo con calidad, siempre se necesitan y se requiere hacer todo lo indispensable para que ellos también necesiten de la empresa de tal forma una relación permanente y de interés mutua”. (pág. 96)	Satisfacción laboral	(Porras, 2011) en su investigación define que la satisfacción laboral “Es la conformidad expresada por el trabajador en función de sus expectativas en las áreas de motivación, confort, eficacia, rendimiento. Entienden la satisfacción laboral como una orientación afectiva positiva hacia el empleo”.	Reconocimientos Condición de trabajo Beneficios	NOMINAL
		Seguridad.	La Seguridad son conocimientos del servicio prestado y cortesía de los empleados junto a sus habilidades para transmitir confianza al cliente”: (Porras, 2011, pág. 26)	Facilitar información Bienestar Confianza	NOMINAL

Elaboración: propia

4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos

Técnicas: Como técnica de estudio en esta investigación se realizó una encuesta escrita de forma directa y personal hacia los clientes internos de la MYPE Desarrolla Perú SRL.

Instrumentos: Para la recolección de los datos se utilizó la encuesta nominal estructuradas de acuerdo a la definición operacional de las variables, la primera consistió en un cuestionario de 12 preguntas sobre liderazgo, mejora continua, Iso 9001, Satisfacción Laboral y Seguridad; que a continuación mostraremos:

Encuesta por cuestionario (ANEXO N°1) Es una herramienta de observación que permite cuantificar y comparar la información.

Esta información se recopila entre una muestra representativa de la población objeto de evaluación. El cuestionario abarca preguntas sobre la Calidad del Servicio al Cliente y sus dimensiones con el objetivo de obtener la información correspondiente para aplicar en los resultados.

4.5. Plan de análisis

El plan de análisis permitió dar respuesta a la investigación realizada. Se realizó un trabajo de campo que permitió determinar la gestión de calidad en la satisfacción de los clientes internos de la MYPE Desarrolla Perú SCRL del Rubro servicios, del Distrito de Amarilis Provincia y Región – Huánuco 2019. Luego se realizó un cuestionario a la muestra de la población, en este caso a los clientes internos de la MYPE. Es así que la información recopilada se procesó a través de tablas y gráficos en el programa Excel de Windows 2018. Luego se realizó la interpretación de los datos recopilados por medio del instrumento de recolección de datos (cuestionario). Finalmente, se procedió a realizar las conclusiones.

4.6. Matriz de consistencia.

Título: “CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO EN LA MYPE DESARROLLA PERÚ SCRL DEL RUBRO SERVICIOS DEL DISTRITO DE AMARILIS PROVINCIA Y REGION- HUANUCO 2019”

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables y dimensiones	Metodología	Población y muestra	Instrumentos y técnicas de recolección
<p>PG. ¿Qué características tiene la gestión de calidad y satisfacción del cliente interno en la MYPE Desarrolla Perú SCRL del rubro servicios del Distrito de Amarilis Provincia y Región – Huánuco 2019?</p>	<p>OG: Determinar la características de la gestión de la calidad y satisfacción del cliente interno en la MYPE Desarrolla Perú SCRL del rubro servicios del Distrito de Amarilis Provincia y Región – Huánuco 2019.</p> <p>Objetivos específico</p> <p>Describir el liderazgo en la gestión de la calidad y satisfacción del cliente interno en la MYPE Desarrolla Perú SCRL del rubro servicios del Distrito de Amarilis Provincia y Región – Huánuco 2019.</p> <p>Detallar la mejora continua en la gestión de la calidad y satisfacción del cliente interno en la MYPE Desarrolla Perú SCRL del rubro servicios del Distrito de Amarilis Provincia y Región – Huánuco 2019.</p> <p>Definir la satisfacción laboral del cliente interno en la MYPE Desarrolla Perú SCRL del rubro servicios del Distrito de Amarilis Provincia y Región – Huánuco 2019.</p> <p>Especificar la seguridad que aumenta en la satisfacción de cliente interno en la MYPE Desarrolla Perú SCRL del rubro servicios del Distrito de Amarilis Provincia y Región – Huánuco 2019.</p>	<p>La presente investigación es descriptiva, no todas las investigaciones llevan Hipótesis, según sea su tipo de estudio las investigaciones de tipo descriptivo no las requieren. La investigación por ser de tipo descriptiva no tiene Hipótesis según Hernández, Fernández y Baptista (2010).</p>	<p>VARIABLE 1:</p> <p>Gestión de calidad</p> <p>DIMENSIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Liderazgo ✓ Mejora continua <p>VARIABLE 2:</p> <p>Satisfacción del cliente Interno.</p> <p>DIMENSIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Satisfacción laboral ✓ Seguridad 	<p>Tipo De Investigación</p> <p>cuantitativo</p> <p>Nivel de investigación:</p> <p>Descriptivo</p> <p>Diseño de investigación:</p> <p>No</p> <p>Experimental</p> <p>Transversal</p>	<p>Población:</p> <p>El presente estudio tiene como población a los representantes de los clientes Interno de la MYPE Desarrolla Perú SCRL del Rubro servicios, N=4 del (Distrito de Amarilis Provincia y Región – Huánuco 2019).</p> <p>Muestra:</p> <p>No probabilística, al ser un estudio de caso las cuales se realizaron por conveniencia, aplicándose al gerente, administrador, supervisor y representante de los trabajadores de la MYPE Desarrolla Perú. n=4.</p>	<p>Técnicas</p> <p>Cuestionario</p> <p>Instrumentos</p> <p>Encuestas</p>

4.7. Principios éticos

El principio ético aplica al presente trabajo de investigación está en concordancia al cogito de ética, aprobados por acuerdo de consejo Universitario con Resolución N°0973-2019-CU- ULADECH católica con fecha 16-08-2019. (Investigación, 2019)

a. Protección a la persona. - la persona en toda investigación es el fin no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determina de acuerdo al riesgo en que incurra y la población del cual se obtienen los resultados.

En la investigación se respetan la dignidad humanan la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. este principio no solo implica que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino también involucra al pleno y sobre todo respetando sus derechos fundamentales particularmente si se encuentra en situaciones vulnerables.

b. Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad. - La investigación que involucra el medio ambiente, plantas y animales, se tomó medidas para evitar daños. la investigación debe respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente por encima de los fines científicos, para ello se tomó las medidas para evitar daños planificando acciones para disminuir los efectos adversos que se presentan y maximizar los beneficios.

c. Libre participación y derecho a estar informado. - Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar informados sobre fin de la investigación que desarrollan o en las que participan, así como tienen la libertad de participar en ella a voluntad propia.

En toda investigación se tienen que contar con la manifestación de voluntad informada, libre y específica, mediante la cual las personas como sujeto de estudiados consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en la presente investigación.

d. **Beneficencia no maleficencia.** - Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en la investigación. en ese sentido, la conducta del investigador debe responder la siguiente interrogante: no causa daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximiza los beneficios.

e. **Justicia.** - El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurar las limitaciones de sus capacidades y conocimientos, no den lugar o tolerancia practicas injustas se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. el investigador este obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procedimientos y servicios asociados a la investigación.

f. **La integridad científica.** - La integridad o rectitud no deben regir solo a la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional según la norma deontología de su profesión, se evalúa y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que pueden afectar los resultados de un estudio.

V. Resultados

5.1. Resultados

Tabla 1: *Edad de los representantes legales de la MYPE*

Escala	N	%
30-40 años	2	50.00
40-70 años	2	50.00
Total	4	100.00

Fuente: *Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE*

“Desarrolla Perú”

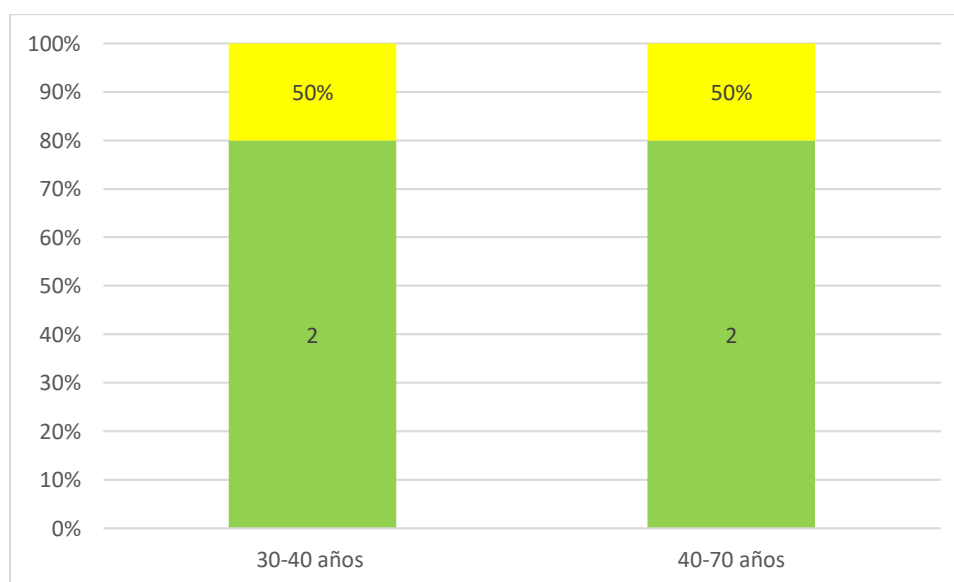


figura 1 *Edades de los representantes legales de la MYPE*

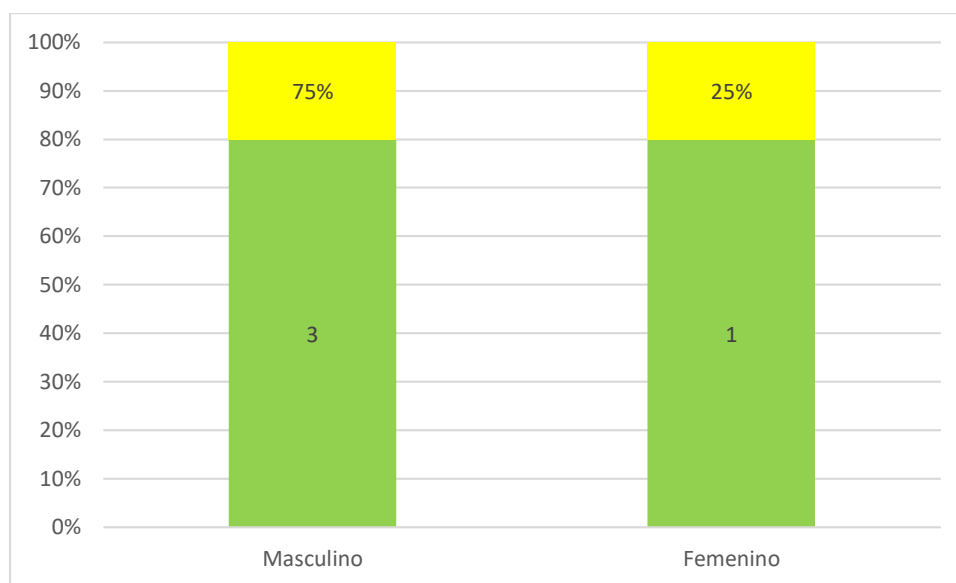
Fuente: *Elaboración propia.*

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas Desarrolla Perú SCRL, rubro servicios del Distrito de Amarilis – Huánuco, 2019; se observa que de todos los encuestados, el 50% tiene la edad que oscila a los 30 – 40 años, mientras que el 50% tiene la edad que oscila a los 40 – 70 años.

Tabla 2: Sexo de los representantes de la MYPE Desarrolla Perú

Sexo	N	%
Masculino	3	75.00
Femenino	1	25.00
Total	4	100.00

Fuente: Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Desarrolla Perú”

**Figura 2** Sexo de los representantes legales de la MYPE

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas desarrolla Perú SCRL, rubro servicios del Distrito de Amarilis – Huánuco, 2019; se observa del total de los encuestados, el 25 % son del género femenino, mientras que el 75% son del género masculino.

Tabla 3 *Grado de instrucción de los representantes de la MYPE Desarrolla Perú*

Escala	N	%
Universitario	3	75.00
Técnico	1	25.00
Total	4	100.00

Fuente: *Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Desarrolla Perú”*

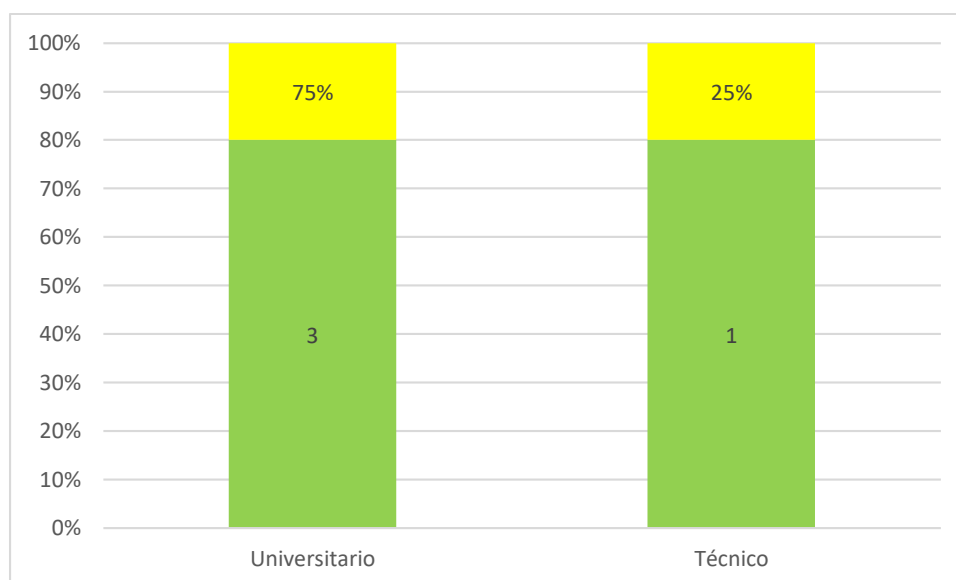


Figura 3 *Grado de Instrucción de los representantes legales de la MYPE*

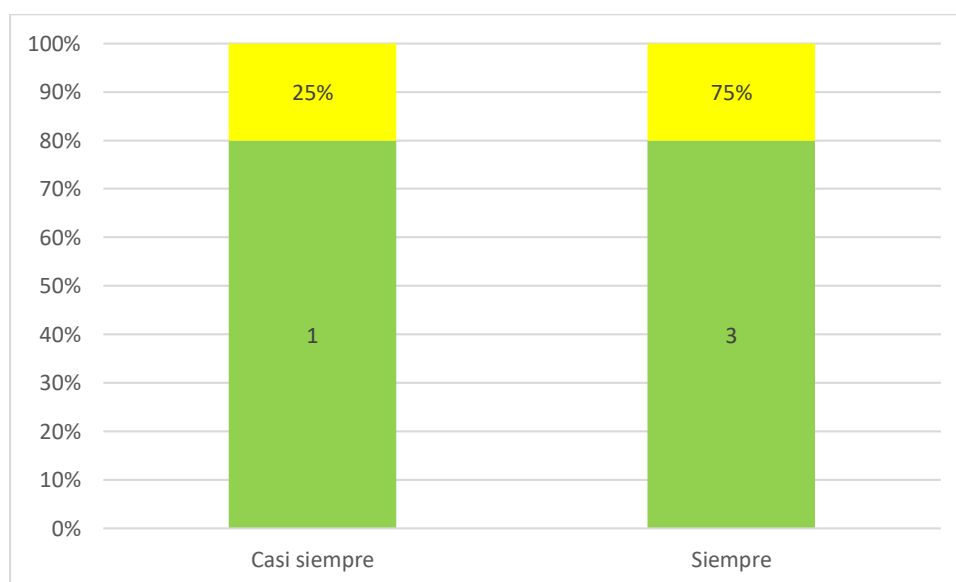
Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas Desarrolla Perú SCRL, rubro servicios del Distrito de Amarilis – Huánuco, 2019, se observa que de todos los encuestados, el 75% tienen grado de instrucción superior universitaria, el 25% tienen el grado de instrucción técnico.

Tabla 4 *Gestión de calidad y Satisfacción del cliente*

Escala	N	%
Casi siempre	1	25.00
Siempre	3	75.00
Total	4	100.00

Fuente: *Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Desarrolla Perú”*

**Figura 4** *Gestión de calidad y satisfacción del cliente*

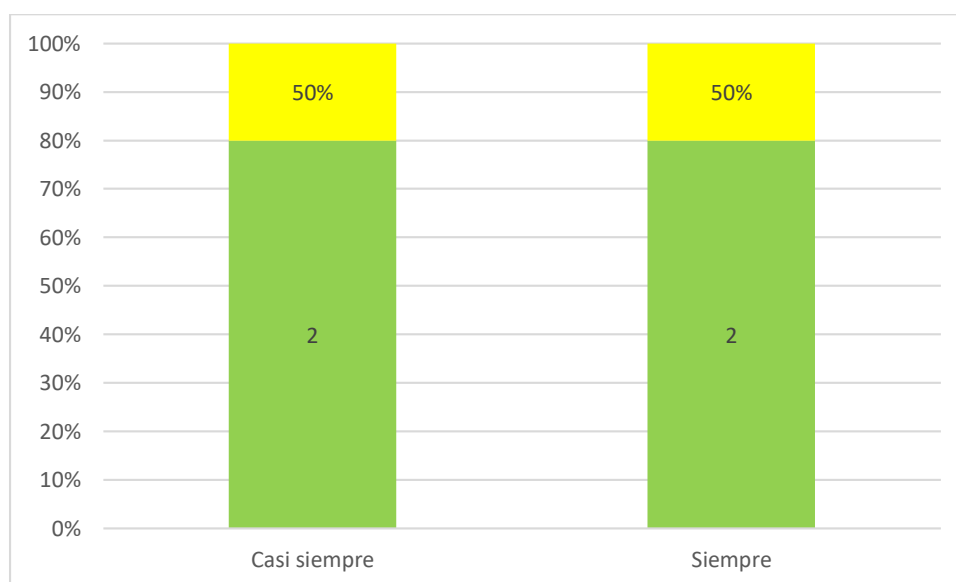
Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas Desarrolla Perú SCRL, rubro servicios del Distrito de Amarilis – Huánuco, 2019, se observa del total de los encuestados, el 75% desconocen la gestión de la calidad de servicio para satisfacer al cliente y el 25% siempre aplican la gestión de la calidad para satisfacer al cliente.

Tabla 5 Toma de decisiones

Escala	N	%
Casi siempre	2	50.00
Siempre	2	50.00
Total	4	100.00

Fuente: Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Desarrolla Perú”

**Figura 5** Toma de decisiones

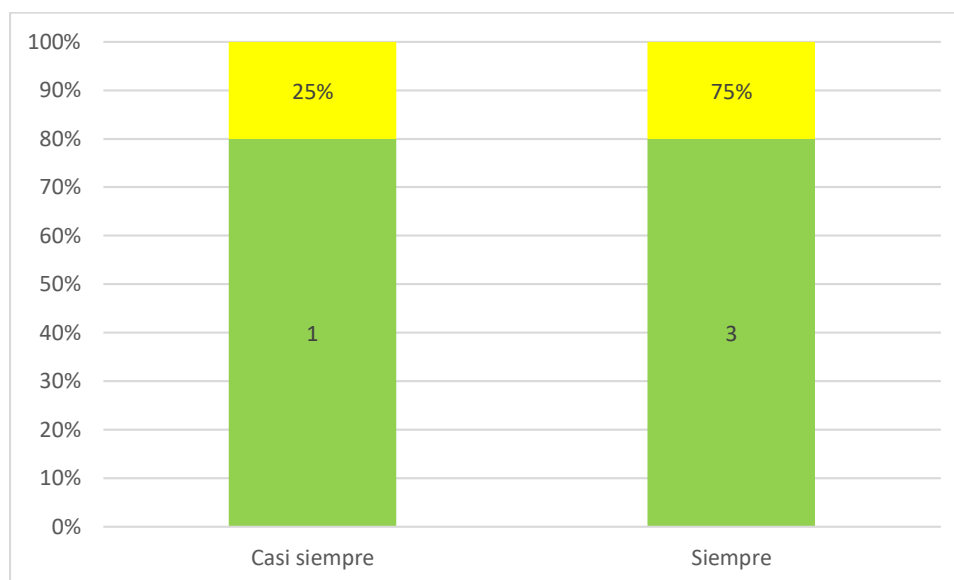
Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas desarrolla Perú SCRL, rubro servicios del Distrito de Amarilis – Huánuco, 2019, se observa del total de encuestados, el 50% siempre tienen en cuenta las sugerencias para la toma de decisiones, el 50% casi siempre tienen en cuenta la toma de decisiones.

Tabla 6 Trabajo en equipo

Escala	N	%
Casi siempre	1	25.00
Siempre	3	75.00
Total	4	100.00

Fuente: Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Desarrolla Perú”

**Figura 6** Trabajo en equipo

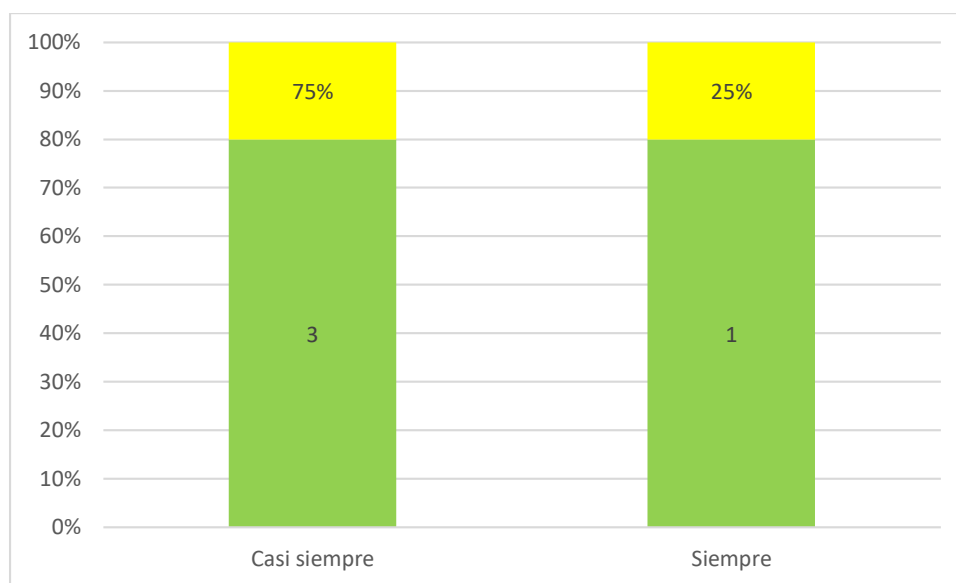
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas desarrolla Perú SCRL, rubro servicios del distrito de Amarilis – Huánuco, 2019, se observa del total de los encuestados, el 75% siempre tienen en cuenta el trabajo en equipo, el 25% casi siempre tienen en cuenta el trabajo en equipo.

Tabla 7 Evaluación

Escala	N	%
Casi siempre	3	75.00
Siempre	1	25.00
Total	4	100.00

Fuente: Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Desarrolla Perú”

**Figura 7 Evaluación**

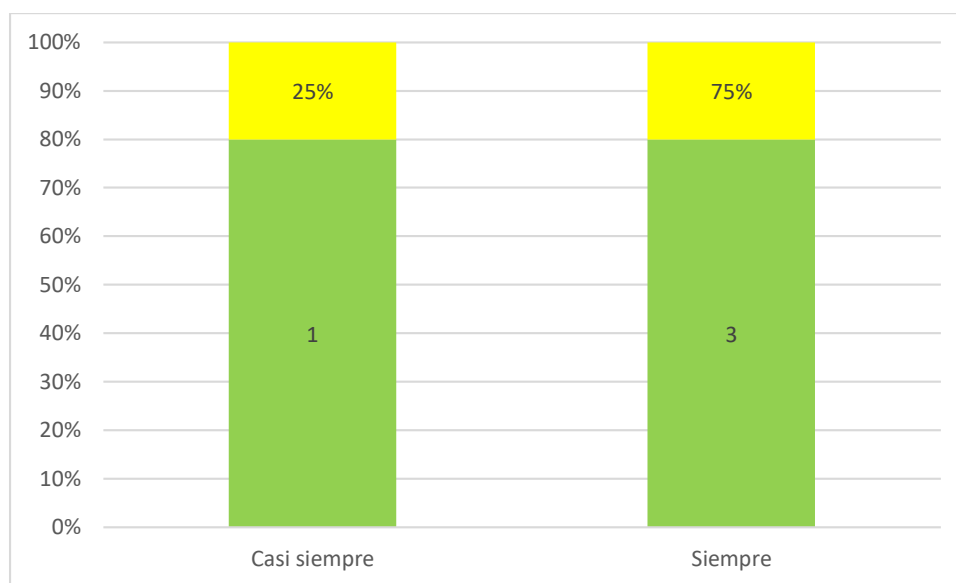
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas desarrolla Perú SCRL, rubro servicios del distrito de Amarilis – Huánuco, 2019, se observa que de todos los encuestados, el 75% siempre tienen en cuenta las evaluaciones, el 25% casi siempre tienen en cuenta las evaluaciones.

Tabla 8 *Enfoque del cliente*

Escala	N	%
Casi siempre	1	25.00
Siempre	3	75.00
Total	4	100.00

Fuente: *Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Desarrolla Perú”*

**Figura 8** *Enfoque del cliente*

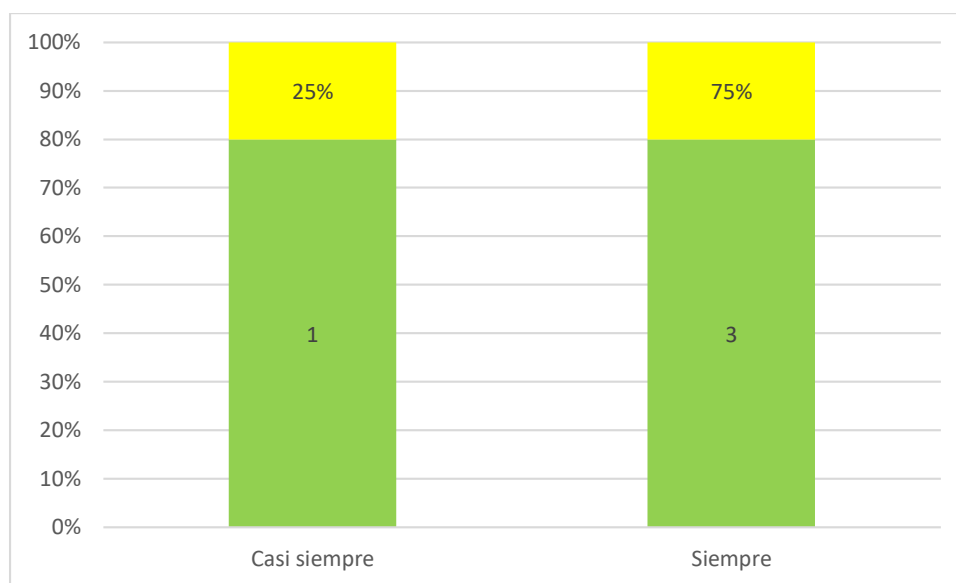
Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas Desarrolla Perú SCRL, rubro servicios del Distrito de Amarilis – Huánuco, 2019, se observa que de todos los encuestados, el 75% siempre tienen en cuenta el enfoque del cliente y el 25% casi siempre tienen en cuenta el enfoque del cliente.

Tabla 9 Participación del personal

Escala	N	%
Casi siempre	1	25.00
Siempre	3	75.00
Total	4	100.00

Fuente: Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Desarrolla Perú”

**Figura 9** Participación del personal

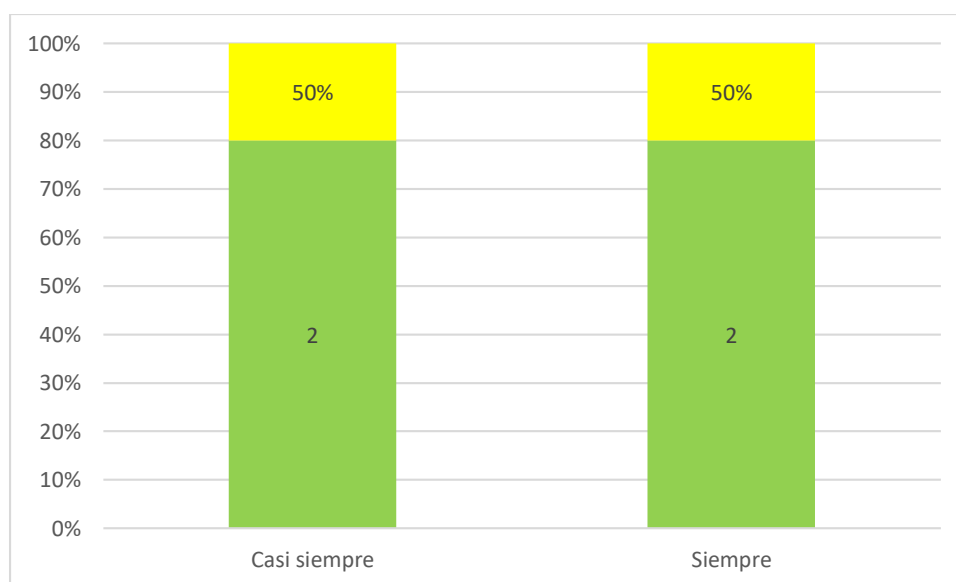
Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas desarrolla Perú SCRL, rubro servicios del Distrito de Amarilis – Huánuco, 2019, se observa que de todos los encuestados, el 75% siempre aplican la mejora continua y el 25% casi siempre aplican la mejora continua.

Tabla 10 *Enfoque basado en procesos*

Escala	N	%
Casi siempre	2	50.00
Siempre	2	50.00
Total	4	100.00

Fuente: *Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Desarrolla Perú”*

**Figura 10** *Enfoque basado en procesos*

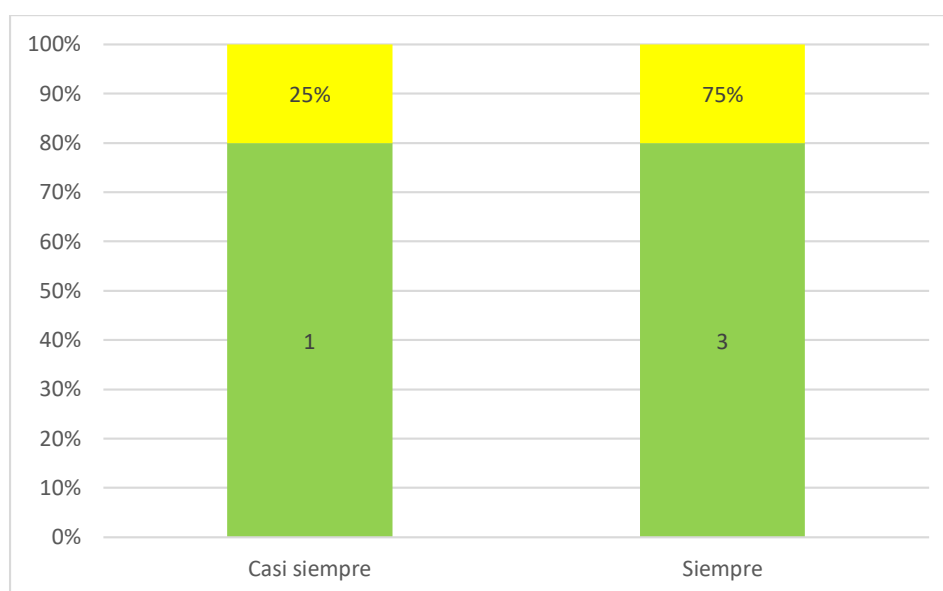
Fuente: *Elaboración Propia*

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas desarrolla Perú SCRL, rubro servicios del Distrito de Amarilis – Huánuco, 2019, se observa del total de los encuestados, el 50% siempre aplican el enfoque basado en procesos y el 50% casi siempre aplican el enfoque basado en procesos.

Tabla 11 Reconocimientos

Escala	N	%
Casi siempre	1	25.00
Siempre	3	75.00
Total	4	100.00

Fuente: Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Desarrolla Perú”

**Figura 11 Reconocimientos**

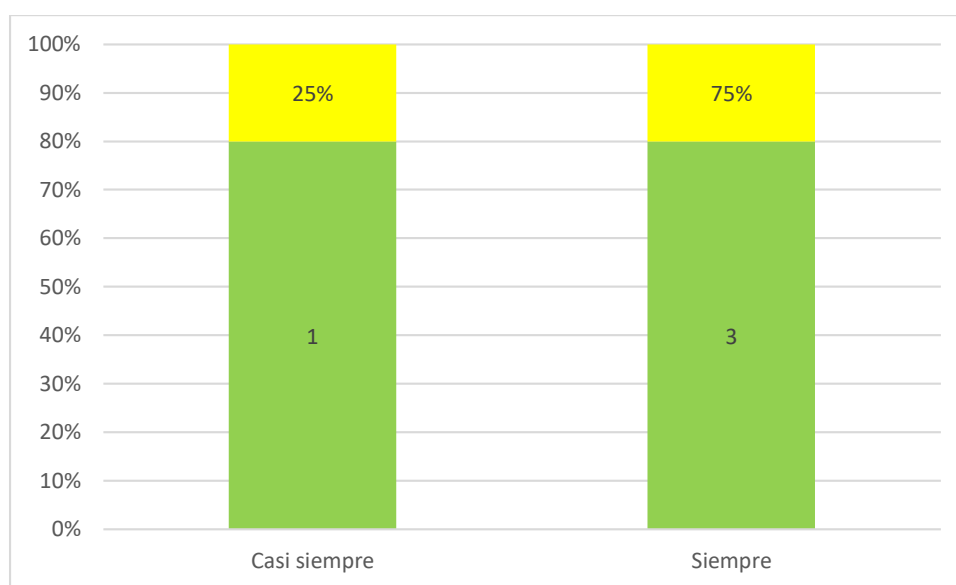
Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas desarrolla Perú SCRL, rubro servicios del Distrito de Amarilis – Huánuco, 2019, se observa del total de los encuestados, el 75% siempre tienen en cuenta los reconocimientos y el 25% casi siempre tienen en cuenta los reconocimientos.

Tabla 12 *Conocimientos de trabajo*

Escala	N	%
Casi siempre	1	25.00
Siempre	3	75.00
Total	4	100.00

Fuente: *Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Desarrolla Perú”*

**Figura 12** *Conocimientos de trabajo*

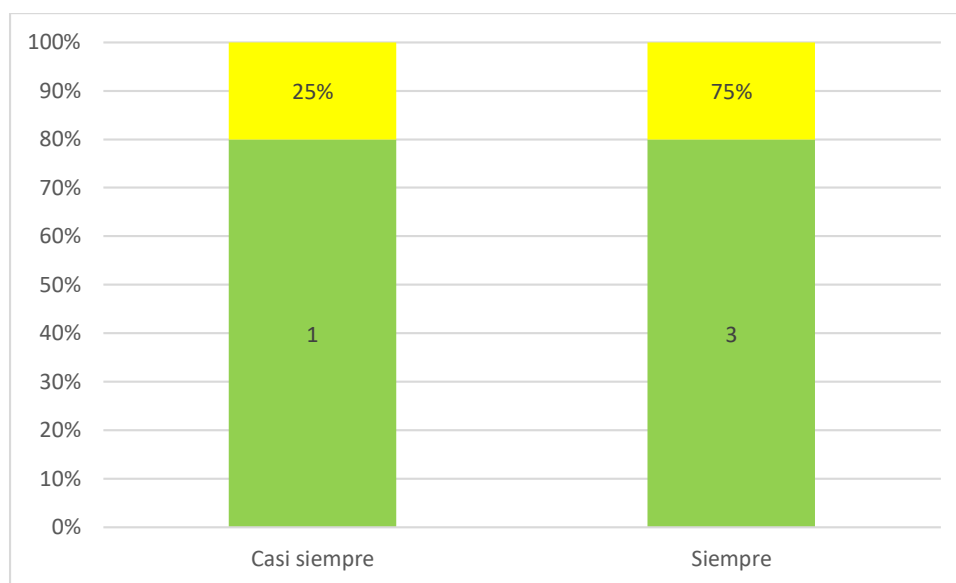
Fuente: *Elaboración Propia*

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas desarrolla Perú SCRL, rubro servicios del Distrito de Amarilis – Huánuco, 2019, se observa del total de los encuestados, el 50% siempre brindan condiciones en el trabajo y el 25% casi siempre brindan condiciones en el trabajo.

Tabla 13 Beneficios

Escala	N	%
Casi siempre	1	25
Siempre	3	75
Total	4	100

Fuente: Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Desarrolla Perú”

**Figura 13 Beneficios**

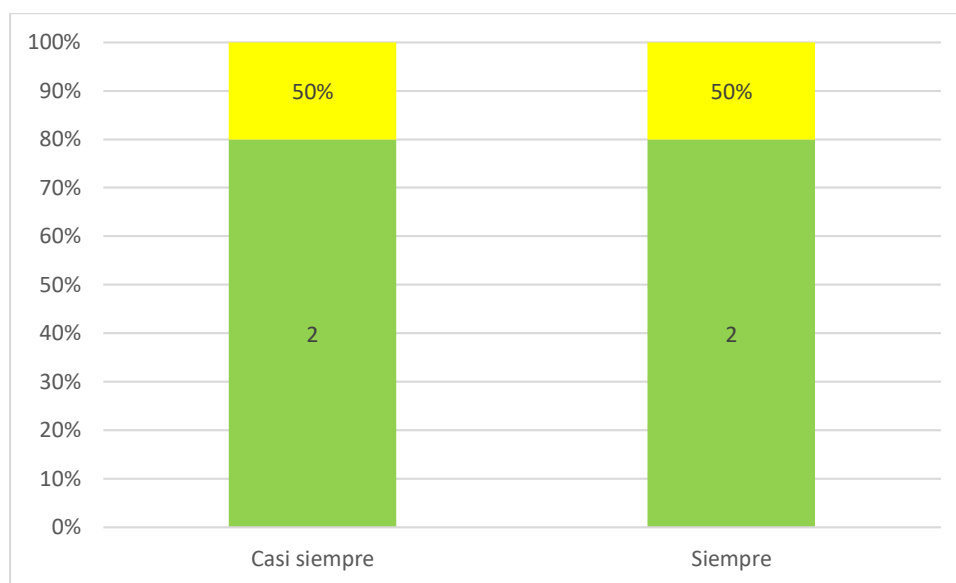
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas desarrolla Perú SCRL, rubro servicios del Distrito de Amarilis – Huánuco, 2019, se observa del total de los encuestados, el 75% siempre les brinda los beneficios y el 25% casi siempre les brindan los beneficios.

Tabla 14 *Facilitar información*

Escala	N	%
Casi siempre	2	50.00
Siempre	2	50.00
Total	4	100.00

Fuente: *Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Desarrolla Perú”*

**Figura 14** *Facilitar información*

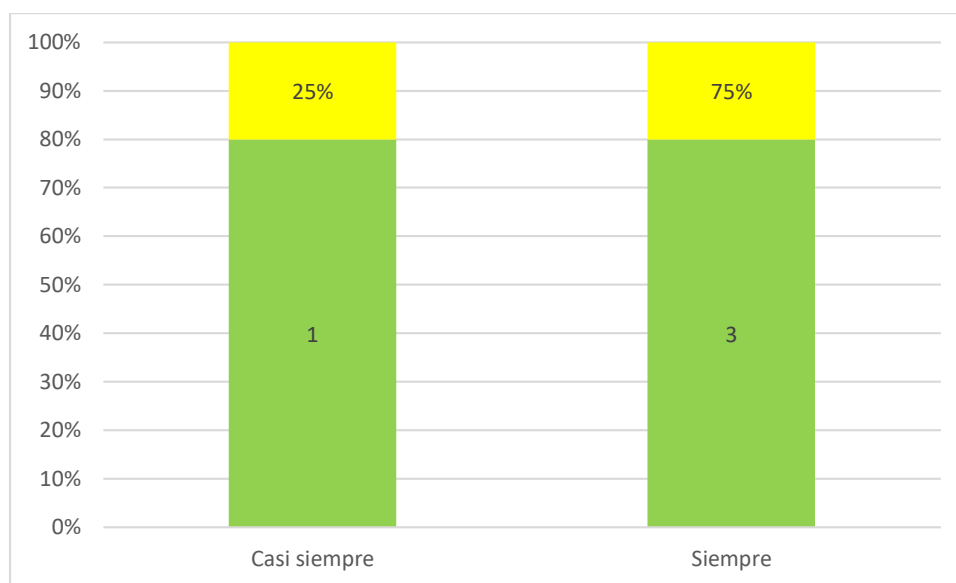
Fuente: *Elaboración Propia*

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas desarrolla Perú SCRL, rubro servicios del distrito de Amarilis – Huánuco, 2019, se observa del total de los encuestados, el 50% siempre le facilitan las informaciones y el 50% casi siempre le facilitan las informaciones.

Tabla 15 Bienestar

Escala	N	%
Casi siempre	1	25.00
Siempre	3	75.00
Total	4	100.00

Fuente: Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Desarrolla Perú”

**Figura 15 Bienestar**

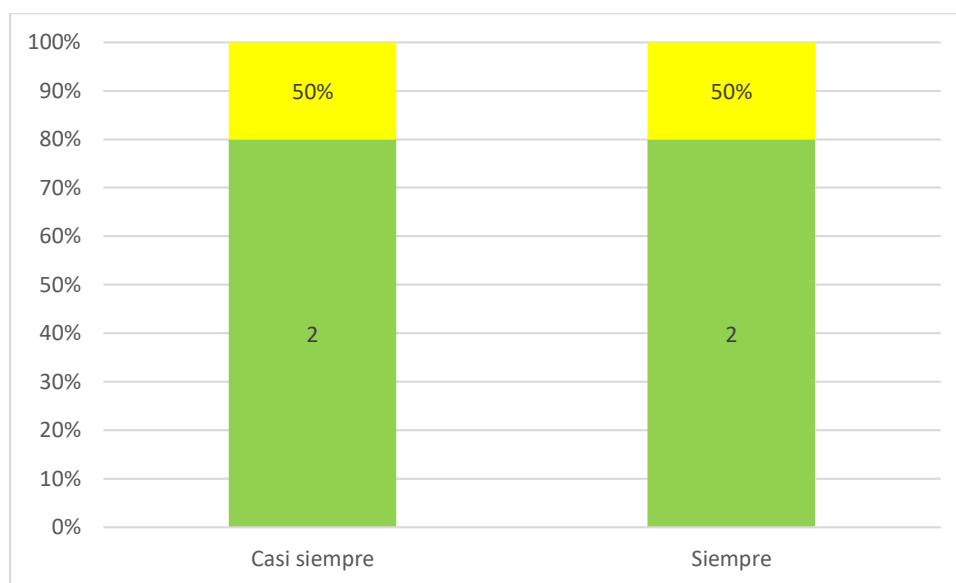
Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas desarrolla Perú SCRL, rubro servicios del distrito de Amarilis – Huánuco, 2019, se observa del total de los encuestados, el 75% siempre cuentan con bienestar y el 25% casi siempre tienen bienestar en la MYPE.

Tabla 16 *Confianza*

Escala	N	%
Casi siempre	2	50.00
Siempre	2	50.00
Total	4	100.00

Fuente: *Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Desarrolla Perú”*

**Figura 16** *Confianza*

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas desarrolla Perú SCRL, rubro servicios del Distrito de Amarilis – Huánuco, 2019, se observa del total de los encuestados, el 50% siempre tienen confianza en sus clientes internos y el 50% casi siempre tienen en confianza en sus clientes internos.

5.2. Análisis de Resultado.

Según mi objetivo específico 01

En la tabla 05 y figura 05, luego de aplicar la encuesta a los clientes internos rubro servicios de la MYPE Desarrolla Perú al respecto a la variable gestión de la calidad y su dimensión Liderazgo nos muestra que del total de los encuestados el 50% de los clientes internos toman decisiones para mejorar la gestión de la calidad y el 50% siempre toman decisiones para mejor la gestión de la calidad dentro de la micro pequeña empresa. Iglesias, (2016), Hoy en día, se habla de calidad del trabajo, calidad del proceso, calidad de sistemas, calidad de servicios, entre otros; la calidad se ha vuelto uno de los factores más importantes en la mayor parte de las empresas u organizaciones.

En la tabla 6 figura 6 luego de aplicar la encuesta a los clientes internos rubro servicios de la MYPE Desarrolla Perú al respecto a la variable gestión de la calidad y su dimensión liderazgo nos muestra que del total de los encuestados el 75% de los clientes internos siempre trabajan en equipo y el 25% casi siempre trabajan en equipo considerando la importancia del trabajo en equipo para mejorar la gestión de la calidad. Este resultado coincide con Shupingahua, (2018) Las dimensiones que se emplearon para la investigación son la selección de personal que tiene el objetivo de contratar a los más idóneos para el puesto de trabajo; así como la capacitación de personal, cada individuo necesita una actualización y adaptación a los cambios tecnológicos, además para la calidad de trabajo se debe adecuar los ambientes, para mejorar su desenvolvimiento profesional aplicando el trabajo en equipo para responder de manera eficaz a las necesidades del usuario.

En la tabla 7 y figura 7 luego de aplicar la encuesta a los clientes internos rubro servicios de la MYPE Desarrolla Perú al respecto a la variable gestión de la calidad y su dimensión liderazgo nos muestra que del total de los encuestados el 75% casi

siempre consideran la evaluación a los clientes internos y el 25% siempre consideran necesario evaluar al cliente interno. para (Herrera, 2016-2017). fue la herramienta multidimensional más aceptada y utilizada para medir la calidad de atención en empresas de servicios. Esta encuesta fue validada por Cabello y Chirinos quienes sometieron a un proceso de validación de constructo, mediante el análisis factorial.

Según mi objetivo específico 02

En la tabla 8 y figura 8 luego de aplicar la encuesta a los clientes internos rubro servicios de la MYPE Desarrolla Perú al respecto a la variable gestión de la calidad y su dimensión Mejora continua nos muestra que del total de los encuestados el 75% siempre consideran el enfoque al cliente, para mejorar la gestión de la calidad y el 25% casi siempre consideran el enfoque al cliente, para (Cassani, Fernandez, Mujica & Melavé 2009 citado en Maldonado, 2017). Toda organización se pueda enfocar en entender las necesidades y expectativas que tienen los clientes. La satisfacción de los clientes obedece a lo que se percibe del producto y si este satisface las expectativas. La satisfacción de los clientes significa ganancias y mucho más trabajo (Cassani, Fernandez, Mujica & Melavé 2009 citado en Maldonado, 2017).

En la tabla 9 y figura 9 luego de aplicar la encuesta a los clientes internos rubro servicios de la MYPE Desarrolla Perú al respecto a la variable gestión de la calidad y su dimensión Mejora continua nos muestra que del total de los encuestados el 75% siempre aceptan la participación del personal considerándose fundamental para mejorar los procesos de la gestión de la calidad y el 25% casi siempre es aceptable la participación del personal, para (Lugo 1990 citado por Maldonado, 2017) menciona que el involucramiento y compromiso del personal, representa un factor clave para el éxito de una empresa. Este principio toma en consideración que un colaborador que se siente identificado con su trabajo, dará todo su esfuerzo para el cumplimiento de metas

asignadas, A través del tiempo el personal ha sido un factor clave para las empresas, tanto a las empresas de manufactura como a las empresas comerciales y a las de servicios.

En la tabla 10 y figura 10 luego de aplicar la encuesta a los clientes internos rubro servicios de la MYPE Desarrolla Perú al respecto a la variable gestión de la calidad y su dimensión Mejora continua nos muestra que del total de los encuestados el 50% siempre consideran que el enfoque basado en procesos es fundamental para la mejora la gestión de la calidad y el 50% casi siempre consideran que el enfoque basado en procesos es fundamental para la mejora la gestión de la calidad, para (Zaratiegui 1999 citado por Maldonado, 2017) manifiesta que los procesos son claves para las organizaciones que buscan la innovación y mejora de la calidad. Por este motivo se dice que el proceso es uno de los puntos más importantes, porque estos son los que se busca mejorar.

Según mi objetivo específico 03

En la tabla 11 y figura 11 luego de aplicar la encuesta a los clientes internos rubro servicios de la MYPE Desarrolla Perú respecto a la variable satisfacción del cliente interno y su dimensión Satisfacción laboral nos muestra que del total de los encuestados el 75% siempre los representantes reconocen sus labores a los clientes internos mientras el 25% casi siempre reconocen sus labores de los clientes internos, motivando una baja calidad de servicios dentro de la micro pequeña empresa, para Porras, (2011) menciona “Es la conformidad expresada por el trabajador en función de sus expectativas en las áreas de motivación, confort, eficacia, rendimiento. Entienden la satisfacción laboral como una orientación afectiva positiva hacia el empleo”.

En la tabla 12 y figura 12 luego de aplicar la encuesta a los clientes internos rubro servicios de la MYPE Desarrolla Perú respecto a la variable satisfacción del

cliente interno y su dimensión Satisfacción laboral nos muestra que del total de los encuestados el 75% siempre tienen conocimiento del trabajo mientras que el 25% casi siempre conocen su trabajo por los cambios constantes conllevando a no satisfacer en su totalidad a los clientes internos, Según (Porrás, 2011) en su investigación define que “Es la conformidad expresada por el trabajador en función de sus expectativas en las áreas de motivación, confort, eficacia, rendimiento. Entienden la satisfacción laboral como una orientación afectiva positiva hacia el empleo”.

En la tabla 13 y figura 13 luego de aplicar la encuesta a los clientes internos rubro servicios de la MYPE Desarrolla Perú respecto a la variable satisfacción del cliente interno y su dimensión Satisfacción laboral nos muestra que del total de los encuestados el 75% siempre consideran que los beneficio brindados por la empresa satisfacen al cliente y el 25% casi siempre consideran que el beneficio es importante para satisfacer el cliente interno. (Eduardo Deming, 1989 citadi en Delgado, 2011), menciona que: “Es importante dejar satisfechos a un cliente y de tratarlo con calidad, siempre se necesitan y se requiere hacer todo lo indispensable para que ellos tambien necesiten de la empresa de tal forma una relacion permanente y de interes mutua”. (pág. 96)

Según mi objetivo específico 04

En la tabla 14 y figura 14 luego de aplicar la encuesta a los clientes internos rubro servicios de la MYPE Desarrolla Perú respecto a la variable satisfacción del cliente interno y su dimensión seguridad nos muestra que del total de los encuestados el 50% Casi siempre facilitan información al cliente interno y el 50% siempre facilitan información al cliente interno de los procesos de gestión. Conocimientos del servicio prestado y cortesía de los empleados junto a sus habilidades para transmitir confianza al cliente”: (Porrás, 2011, pág. 26)

En la tabla 15 y figura 15 luego de aplicar la encuesta a los clientes internos rubro servicios de la MYPE Desarrolla Perú respecto a la variable satisfacción del cliente interno y su dimensión seguridad nos muestra que del total de los encuestados el 75% siempre busca bienestar de los clientes internos dentro de sus labores y el 25% casi siempre busca bienestar de los trabajadores de la MYPE (Deming, 1986), define la seguridad “depende de previsión de la dirección para diseñar productos y servicios que atraigan a los clientes, y crear el mercado; estar preparado, por delante de los clientes, para modificar productos y servicios. (pág. 10)

En la tabla 16 y figura 16 luego de aplicar la encuesta a los clientes internos rubro servicios de la MYPE Desarrolla Perú respecto a la variable satisfacción del cliente interno y su dimensión seguridad nos muestra que del total de los encuestados el 50% casi siempre brindan confianza a los clientes internos de la mencionada MYPE y el 50% siempre muestran confianza a los clientes para mejorar la satisfacción del cliente. (Delgado, 2011) menciona que: “Consiste en los procedimientos que utiliza la empresa para garantizar la satisfacción de las necesidades y expectativas de su personal” (pág. 253)

VI. Conclusiones

De acuerdo a los datos obtenidos en la presente investigación y a la información obtenida en la MYPE Desarrolla Perú SCRL, se Determina las siguientes conclusiones:

- De los Clientes Internos de la MYPE Desarrolla Perú, se determinó que el 50% de los clientes internos tienen la edad comprendida de 30-40 años, asimismo el 75% de sexo masculino, como también el 75% tienen el grado de estudios superiores universitario.
- **En relación al objetivo N°1** Se describe que el liderazgo en la gestión de la calidad y la satisfacción del cliente en sus dimensiones toma de decisiones, se observa, que los representantes legales el 50% siempre toman en cuenta las sugerencias para la toma de decisiones, como también el 75% trabajan en equipo de la misma manera el 75% siempre tienen en cuenta las evaluaciones de sus clientes internos.
- **En relación al objetivo N°2** Se detalla la mejora continua en la gestión de la calidad y la satisfacción del cliente en sus dimensiones, enfoque del cliente, se observa que los representantes legales el 50% si tienen en cuenta el enfoque del cliente, así como el 75% siempre hay participación del personal y el 50% siempre tienen en cuenta el enfoque basado en procesos.
- **En relación al objetivo N°3** Se define que el 75% siempre tienen en cuenta los reconocimientos a sus clientes internos, y el 50% siempre brinda condiciones de trabajo a los clientes internos.
- **En relación al objetivo N°4** Se especifica que el 50% siempre facilitan información a sus trabajadores, así como también el 75% si cuentan con tranquilidad en sus actividades cotidianas y el 50% siempre tienen confianza en sus clientes internos.

VII.Recomendaciones

- **De acuerdo al Objetivo 01**, Se recomienda, que la empresa debe mejorar los procesos de gestión de calidad, para medir los resultados del trabajar en equipo, con un buen liderazgo y cambiar la satisfacción de ambas partes.
- **De acuerdo al Objetivo 02**, Se recomienda para aplicar una gestión de calidad estandarizar los procesos y lograr un mejor control de ellos, capacitando a los clientes internos para aumentar su capacidad de gestión y adoptar un equilibrio entre la satisfacción al cliente.
- **De acuerdo al Objetivo 03**, Se recomienda reconocimiento con incentivos que les permite tener una motivación intrínseca que permite proponer retos, asumir responsabilidad, como también ser identificados esa motivación por los clientes y tener una comunicación asertiva.
- **De acuerdo al Objetivo 04**, Se recomienda para que el cliente interno tenga seguridad, mejorar la comunicación para brindad una información verídica que permita la satisfacción ambas partes.

Referencias bibliográficas:

- Alvarez, C. A. (2011). *Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa Guía Didáctica*. Universidad sur Colombia, colombia.
- Apac LLanos, D. (2018). *Calidad del Servicio y Satisfacción de Clientes en el supermercado plaza vea -huánuco 2018*. Universidad de Huánuco.
- Camision, C. S. (2006). *Gestión de la calidad Conceptos, enfoques, modelos sistemas*. Madrid.
- Choquehuanca, F. M. (2016). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Satisfacción del Cliente en la MYPE rubro restaurantes urb el bosque-Castilla Piura 2016*. Universidad los Angeles de Chimbote, Piura.
- Chunga, M. E. (2018). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las MYPE rubro pollería del distrito de vice – Sechura año 2018*. Universidad Católica los Angeles de Chimbote, Piura.
- Cruz Nuños, F. (2019). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Satisfacción del Cliente en las MYPES del sector comercio rubro avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán – Tumbes 2019*”. Universidad los Angeles de Chimbote, Tumbes.
- Delgado, J. H. (2011). *Desarrollo de la cultura de calidad*. México: mc Grau Hill.
- Deming, E. E. (1986). *La nueva Economía* .
- Escudero, P. C. (2018). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Satisfacción del Cliente en las MYPES del sector servicio rubro restaurantes en el mercado de Tumbes, 2018*. Universidad los Angeles de Chimbote, Tumbes.
- Flores, L. A. (2019.). *calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de las clínicas dentales de la ciudad de tingo maria*. universidad nacional agraria de la selva, tingo maria.

García Abal, J. J. (2018). *La calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transportes señor de exaltación Distrito, Provincia y Región Huánuco, 2018*. Unibersidad los Angeles de Chimbote, Huánuco.

García, B. H. (2020). Análisis estructural de las MYPES *quipukamayoc revista de la facultad de ciencias contables*.

Hernandez, S. P. (2016). *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la l cliente de la tesis de grado*. Universidad Rafael Landívar, México.

Hernández R., Fernández C., & Baptista P. (2010). Metodología de la investigación 5ta. Edición. México. MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V

Iglesias, M. I. (2016). *Modelo de Gestión de Calidad y su incidencia en la Satisfacción del Cliente de la empresa megaprofer s.a. de la ciudad de ambato*. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.

Investigación, C. I. (2019). *Código de ética para la investigación*. Universidad los Angeles de Chimbote , Chimbote.

Lindsay, J. R. (2008). *Administración y control de Calidad*. Mexico: Cengage Jearging.

Luna Japan, E. A. (2018). *Servicio alimentario y satisfacción del usuario del Programa Quali Warma, Huánuco, 2018*. Universidad Cesar Vallejo, lima.

Macedo, A. P. (1988). *Gestión de Calidad*. España.

Maldonado, E. F. (2017). *Gestion de la calidad*. diagramación diseño y publicación.

Maldonado, J. A. (2018). *Fundamentos de la calidad Total*. Honduras.

Mendoza, M. H. (2008). *Diseño de un sistema de gestión de la calidad para una microempresa*. universidad veracruzana maestría en gestión de la calidad, Xalapa.

Meza, G. X. (2017). *Gestión de calidad en la capacitación, de las mypes del sector servicio-rubro hospedajes en Tingo María, Provincia de Leoncio Prado, año 2017*. Universidad los Angeles de Chimbote, Tingo María.

Molina, m. R. (2020). *Calidad del servicio de alimentación según las expectativas y percepción*. Universidad de los Andes. mérida, Venezuela.

Porras, S. A. (2011). *Gestión de la calidad de servicios en la satisfacción del usuario interno de la dirección regional de salud junín 2011*. universidad nacional del centro del Perú, Huancayo.

Rivera, S. N. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad del servicio y la satisfacción del cliente del banco de crédito del Perú – agencia Tambogrande – Piura – 2017*”. Universidad los Angeles de Chimbote, Sullana.

Salinas, V. E. (2015). *Sistema de gestión de calidad en los servicios y su incidencia en las ventas de la compañía “gerizim cia. ltda.” de la ciudad de ambato*”. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

SAMPIERI, R. H. (2018). *Metodología de la Investigación México*: MC Grau Hill.

Shupingahua, M. M. (2018). *Gestión de calidad y su relación con la satisfacción del cliente en*. Universidad Católica los Angeles de Chimbote, Huánuco.

Vinueza, S. y. (2020). *Percepción de los estudiantes sobre la calidad del servicio universitario: caso de una universidad ecuatoriana*. Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador, Ecuador.

Anexo N°1 Encuesta.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE LA MYPE DESARROLLA PERU.

Instrucciones Generales

Esta encuesta de opinión sobre la organización es absolutamente anónima, no escriba su nombre, o cualquier otro tipo de identificación ya que se busca que usted responda con la más amplia libertad y veracidad posible.

El puntaje y la clave de respuesta a cada afirmación se asignarán de acuerdo a siguiente tabla:

Código	Estoy			
3	Siempre			
2	Nunca			
1	Casi siempre			
¿Qué apreciación tiene usted de su centro Laboral?				
Descripción o identificación de cada elemento del cuestionario		Escala		
LIDERAZGO				
1	Toman decisiones			
2	Trabajo en equipo			
3	Evaluación			
MEJORA CONTINUA				
4	Enfoque al Cliente			
5	Participación del Personal			
6	Enfoque Basado en Procesos			
SATISFACCIÓN LABORAL				
7	Reconocimiento			
8	Condiciones de trabajo			
9	Beneficios			
SEGURIDAD				
10	Facilitar información			
11	Bienestar			
12	confianza			

Anexo N°2 Consentimiento Informado.



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula "Caracterización de la Gestión de la Calidad y Satisfacción del Cliente Interno en la Mype Desarrolla Perú SCRL del Rubro Servicios del Distrito de Amarillo Provincia y Región – Huánuco 2019." y es dirigido por Adelina Moya Machado, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Determinar las características de Gestión de Calidad en la Satisfacción del Cliente interno en la Mype Desarrolla Perú - SCRL del rubro servicios del distrito de Amarillo Provincia y Región – Huánuco 2019.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 30 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de informe final realizado. Si desea, también podrá escribir al correo ercrisely@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Crislé Eliamín Encarnación Rodríguez

Fecha: 20 setiembre 2019.

Correo electrónico: ercrisely@hotmail.com

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

Adelina Moya Machado
Secretaria del Departamento de Medicina

Anexo N°3 Ruc de la MYPE Desarrolla Perú

DESARROLLA PERU RUC: 20532593248

Más información: <https://www.datosperu.org/empresa-desarrolla-peru-scri-20532593248.php>

[Copyright © DatosPeru.org.](https://www.datosperu.org/)

Anexo N°4 Toma fotográfica de la encuesta realizada.

