

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE EN LA
GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO
VENTA MINORISTA DE ARTÍCULOS DE FERRETERÍA Y
PINTURA DE LA AVENIDA AGRARIA DEL DISTRITO DE NUEVO
CHIMBOTE, 2019

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

AUTOR

ZOTELO PAREDES, THOMAS DEYVI

ORCID: 0000-0001-9416-0379

ASESOR

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Zotelo Paredes, Thomas Deyvi

ORCID: 0000-0001-9416-0379

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

ASESOR

Centurion Medina, Reinerio Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

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

JURADO

Mgr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID: 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

Centurion Medina, Reinerio Zacarias

Asesor

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento especial al todo poderoso nuestro Dios por darme la vida del día a día para que pueda hacer lo que estoy logrando gracias a la fortaleza que por intermedio de la fe lo tengo.

Agradecer de la misma manera a mis queridos padres por el apoyo incondicional que me dan día a día para poder cumplir mis metas trazadas y en especial agradecerles por los valores y principios con los cuales me formaron.

Finalmente agradecer de manera muy especial al Dr. Centurion Medina, Reinerio, por su asesoramiento a lo largo de estas diferentes etapas de la investigación para lograr con el objetivo trazado.

DEDICATORIA

La presente investigación está dedicada de manera muy especial a mi querida familia por el apoyo incondicional en esta etapa de formación y de esta manera estar logrando una de las muchas metas trazadas.

Dedicado de manera especial a mi querida alma mater, me refiero a la universidad Católica los Ángeles Chimbote por facilitarme todos los medios para poder cumplir con el objetivo principal de la investigación.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la Avenida Agraria del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, para el recojo de la información requerida se utilizó la población de 6 micro y pequeñas empresas, a quienes se aplicó una encuesta de 15 preguntas a por la cual se obtuvo los siguientes resultados: El 50.00% de representantes tienen entre 30 y 50 años. El 66.67% son de género masculino. El 100.00% tienen de 1 a 5 trabajadores. El 50.00% tienen dificultades para la implementación de gestión de calidad. El 66.67% creen que la atención al cliente permite mejorar la gestión de calidad. El 66.67% de los representantes creen que la atención al cliente que brinda en su establecimiento es buena. Se concluye que, en su mayoría los representantes no aplican la atención al cliente como factor relevante, siendo así que no les capacitan al personal, captar clientes potenciales, desaprovechando el beneficio que la técnica administrativa les ofrece

Palabras Clave: Calidad, gestión, atención, cliente, empresas.

ABSTRACT

The research had the general objective of determining the characteristics of customer service as a relevant factor in quality management and improvement plan in micro and small companies in the commerce sector, retail sale of hardware and paint on Avenida Agraria. of the District of Nuevo Chimbote, 2019. The research was of a non-experimental - transversal - descriptive design, for the collection of the required information the population of 6 micro and small companies was used, to whom a survey of 15 questions was applied to the which the following results were obtained: 50.00% of representatives are between 30 and 50 years old. 66.67% are male. 100.00% have 1 to 5 workers. 50.00% have difficulties implementing quality management. 66.67% believe that customer service improves quality management. 66.67% of the representatives believe that the customer service provided in their establishment is good. It is concluded that, for the most part, the representatives do not apply customer service as a relevant factor, since they do not train the staff, attract potential customers, wasting the benefit that the administrative technique offers them

Key Words: Quality, management, service, customer, companies.

CONTENIDO

Título de la tesis	i
Equipo de trabajo	ii
Hoja de firma del jurado y asesor	iii
Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	iv
Resumen y abstract	vi
Contenido	viii
Indice de tablas	x
Indice de figuras.....	xi
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura	7
III. Hipótesis	29
IV. Metodología.....	30
4.1. Diseño de la investigación.	30
4.2. Población y muestra.....	30
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	31
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	35
4.5. Plan de análisis.....	35
4.6. Matriz de consistencia.....	36
4.7. Principios éticos.....	38

V. Resultados	39
5.1. Resultados	39
5.2. Análisis de resultados:	44
VI. Conclusiones	59
Aspectos complementarios	60
Referencias bibliograficas.....	61
Anexos	67

INDICE DE TABLAS

Tablas

Tabla 1. Características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del distrito de nuevo chimbote, 2019.	39
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del distrito de nuevo chimbote, 2019.....	40
Tabla 3. Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del distrito de nuevo chimbote, 2019.	41
Tabla 4. Plan de mejora en función a los resultados de la investigación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del distrito de nuevo chimbote, 2019.	43

INDICE DE FIGURAS

Figuras

Figura 1. edad.....	78
Figura 2. género	78
Figura 3. grado de instrucción	79
Figura 4. cargo que desempeñan.....	79
Figura 5. tiempo de permanencia en el rubro	80
Figura 6. número de trabajadores.....	80
Figura 7. término gestión de calidad.....	81
Figura 8. dificultades del personal para implementación de gestión de calidad.....	81
Figura 9. contribución de gestión de calidad en el negocio.....	82
Figura 10. la atención al cliente, factor relevante para la gestión de calidad	82
Figura 11. aplicación de gestión de calidad en el servicio al cliente	83
Figura 12. atención al cliente parte fundamental que regrese.....	83
Figura 13. la atención que dan a los clientes	84
Figura 14. herramientas para un servicio de calidad.....	84
Figura 15. resultados con una buena atención al cliente.....	85

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad en el Perú, las Mypes empresas son de suma importancia porque forman una parte principal del crecimiento económico del país. Las micro y pequeñas empresas (Mypes) son unidades económicas que pueden desarrollar actividades de producción, comercialización de bienes, prestación de servicios, transformación y extracción, existen casi 6 millones a nivel nacional, 93.9 % microempresas (1 a 10 trabajadores) y solo 0.2 % pequeñas (de 1 a 100 trabajadores), el resto, 5.9 % son medianas y grandes empresas. (Palacios, 2018)

La importancia de las micro y pequeñas empresas en el Perú es fundamental porque son fuente principal de empleo a personas de bajos recursos, es similar en todo el mundo, ya que aportan entre 70 % y 90 % de los empleos y aportan la mitad del PIB mundial. A pesar de sus dimensiones, el poco personal y las bajas cantidades de ingresos que perciben, su impacto se siente, tanto nacional como internacionalmente, pues, cuando juntas las miles y miles de PYMES que existen, te enfrentas a un número colosal de empresarios, trabajadores e ingresos. (Fischman, 2018)

Las micro y pequeñas empresas del sector comercio enfrenta problemas de capacidad de implementar un buen sistema de atención al cliente para el negocio y de esta manera poder tener una mayor rentabilidad, así que por este motivo se puede definir que cuenta con problemas de implementación de un buen sistema de atención al cliente para mejorar las ventas en el negocio.

En Europa el problema de no tener una buena atención al cliente hace que no sean conocidos, se ha manifestado que por ahora las pymes no se benefician de un mercado global debido a las dificultades de hacerse conocidos. Por ello, han reclamado un marco regulatorio para este tipo de empresas que favorezca su internacionalización. Además, espera que se propicien acuerdos de

comercio y medidas para favorecer el acompañamiento a estas empresas en su salida a los mercados exteriores. (Bartolomé, 2018)

México es una ciudad donde existen muchas microempresas no crecen que por tener una problemática de no gestionar de manera adecuada la gestión de calidad en sus establecimientos como: la carencia de organización, retraso tecnológico, falta de capacitación al personal y carencia de registros contables, por ende, hay muchas pymes que se ven obligadas a cerrar sus negocios. Así lo afirma en su investigación (Palomo, 2014)

Las dificultades de las pymes en Argentina es que tienen problemas para aplicar normas de calidad en sus organizaciones ya que les falta fundamentos estratégicos y logísticos que implementen una reforma en su organización no se dan de la mejor manera y más aún como poder moquetear más el negocio. Tal como lo dice el (Colegio universitario IES, 2014)

La problemática que existe en Latinoamérica en las pymes es que estas organizaciones ven a las capacitaciones que mejorara la gestión de calidad en los procesos como un gasto y no como una forma de incremento de rentabilidad, de esta manera el principal desinterés es que no se considera como una inversión que se debe desarrollar para el crecimiento continuo de la organización. Así lo indica (Exitosa, 2017)

Muchos de los especialistas que son contratados para implementar una buena gestión de calidad en las organizaciones lo que manifiestan que necesitan la buena voluntad de los colaboradores y también que el encargado les dé el tiempo necesario para esta implementación de nuevas estrategias que serán en beneficio de toda la organización. Esto significa que con la incorporación de estos nuevos métodos se deben lograr mejoras en los servicios y/o productos de manera inmediata esto generara que muy probablemente la organización crezca de manera continua,

La problemática que existe en las mypes del Perú es que no logran implantar un buen sistema de gestión de calidad en atención al cliente. “Solo el 1% del total de empresas formales en el Perú cuentan con sistemas de gestión de calidad, lo cual revela que existe un gran trabajo para convencer a las restantes de que caminen por el sendero de la competitividad. Gestar la calidad. Así lo reveló el economista Walter Ramírez, jefe de la Oficina de Estudios Económicos del Instituto Nacional de Calidad (INACAL) durante el Foro Nacional Cruzada por la Vida y la Seguridad de los Productos y Servicios, organizado por la Sociedad Nacional de Organismos Acreditados en Sistemas de Calidad (SNOASC) y el Congreso de la República. Además, precisó que actualmente se tiene un total de 1329 empresas cuentan con certificación de calidad ISO (ISO 9001 e ISO 14001), de un total de empresas formales activas en el Perú que llega a 1 382 899, según cifras de la SUNAT”, así lo define el portal (RPP Noticias, 2017)

Existen muchos problemas para mejorar un buen sistema de gestión de calidad de calidad en atención al cliente ya que se deben resolver el financiamiento para el crecimiento continuo ya que un porcentaje de más de la mitad 50% no están en sus planes el financiamiento por estos motivos. Una razón es porque hay empresarios peruanos que dicen que no quieren endeudarse y deber a los bancos. Y la segunda razón es que los empresarios frenan inversiones porque prefieren quedarse pequeños y así no acudir al banco para no endeudarse, tienen miedo al endeudamiento, así que de esta manera los motivos de no solicitar un préstamo dijeron que no lo hacían por el simple hecho de que no querían endeudarse mucho. Lo positivo es que el 21% (de mypes) que sí va al banco, apenas tienen restricciones financieras, esto es un dato positivo y es un dato optimista, así lo indica en su portal web. (Gestión, 2014)

En Nuevo Chimbote las micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro venta de artículos de ferretería y pintura, tienen diversos problemas dentro de las cuales está la poca iniciativa del

personal, así como también no tienen una base de datos de sus clientes, además no conocen métodos de implementación en atención al cliente, produciendo una mala gestión y poca permanencia de las empresas en el mercado, es por eso que se planteó el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la Avenida Agraria del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019?. Y para desarrollar el problema se planteó el siguiente Objetivo General: Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la Avenida Agraria del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019. Y para proceder a desarrollar se planteó los siguientes Objetivos Específicos: Identificar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la Avenida Agraria del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019; Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la Avenida Agraria del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019; Establecer las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la Avenida Agraria del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019 y finalmente, Elaborar un plan de mejora en función a los resultados de la investigación.

De esta manera la investigación se justifica porque permitió determinar cuáles son las principales características de una buena gestión de calidad como factor relevante en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de artículos de ferretería

en la cual se observó cómo implementan la atención al cliente en sus pequeños negocios y de esta manera como gestionaban la mejora continua con respecto a la gestión que realizan dentro de sus organizaciones.

Además, se justifica porque la información permitirá a los representantes de las micro y pequeñas empresas tomar mejores decisiones de corrección para el buen funcionamiento de sus negocios. Para inculcar el mejor desempeño en los procesos de gestión de calidad, con la visión primordial de satisfacer a sus clientes sus necesidades bajo una buena implementación en atención al cliente.

Finalmente, esta investigación se justifica porque servirá como instructivo para las personas y dueños de las micro y pequeñas empresas para poder llenarse de conocimientos y poder aplicar a sus negocios y a su vez para investigaciones posteriores.

La investigación fue de diseño no experimental transversal-descriptivo. Fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente a la variable la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad, es decir solo se observó el fenómeno tal y como se presenta dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir ningún tipo de modificaciones. Transversal porque en el estudio de investigación La atención al cliente como factor relevante en la Gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de artículos de ferretería y pintura, en la Avenida Agraria del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019. Se realizará en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin, específicamente en el año 2019. Fue descriptivo porque solo se describió las características de la variable Gestión de calidad y la técnica administrativa la atención al cliente.

Se utilizó una población muestral de 6 micro y pequeñas empresas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados que están en el resumen. El 100.00% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, a su vez el 66.67% de los representantes si creen que la atención al cliente como factor relevante permite mejorar la atención al cliente, así mismo el 66.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas creen que la atención al cliente que brindan en sus establecimientos es buena. La investigación concluye que, en su mayoría los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen poco personal trabajando dentro de sus negocios, teniendo conocimiento del término gestión de calidad, no obstante, entienden sobre lo que significa la atención al cliente, aplicando de manera empírica el poco conocimiento que manejan de manera experimental.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Vidal (2014) en su tesis *La calidad y su gestión en las organizaciones gallegas Propuesta de un modelo de gestión de calidad total basado en el Modelo EFQM de Excelencia*. Tuvo como objetivo general: Realizar una evaluación descriptiva de la situación actual de la gestión de la calidad total en las entidades de la comunidad autónoma gallega mediante los criterios que determina la versión 2013 del Modelo EFQM de Excelencia. La metodología utilizada la siguiente: de nivel descriptivo. De esta manera llego a los siguientes resultados: el compromiso personal de la dirección en la definición, desarrollo y comunicación de la misión, visión, valores y cultura de calidad de la entidad (68,49%); el adecuado entorno seguro y saludable del trabajo, el criterio mejor valorado dentro del grupo de los criterios agentes y la categoría más valorada del conjunto de los criterios, con una media global del 71,24%, en las personas, que ha obtenido una valoración media global del 50,99%. Por lo cual llego a sus siguientes conclusiones: cabe destacar que el análisis empírico realizado ha puesto de manifiesto el cumplimiento de la hipótesis fundamental del Modelo EFQM de Excelencia de que la correcta gestión de los criterios agentes (liderazgo; estrategia; personas; alianzas y recursos y; procesos, productos y servicios) influye de forma significativa y positiva en todos los resultados (clientes, personas, sociedad y resultados clave), pues la correlación entre las puntuaciones de ambos alcanza el valor de 0,82. Por lo tanto, una mejor gestión de los criterios agentes en su totalidad va a repercutir positivamente en unos mejores resultados para el caso de las entidades objeto de estudio, sin olvidarse de que el 67,55% de la varianza de estos resultados se pueden explicar por la variación en los criterios agentes (el 32,45% restante se debe a otros factores externos que no son tenidos en consideración en el modelo, como por ejemplo, la evolución de la propia economía). Como puntos positivos dentro del criterio de

resultados en las personas, cabe destacar; la evaluación de indicadores indirectos de la satisfacción de los empleados (nivel de absentismo, quejas, siniestralidad laboral, rotaciones de personal...); así como, el análisis de indicadores directos de satisfacción de los recursos humanos a través de encuestas, reuniones, entrevistas sobre clima laboral, condiciones de empleo, motivación, formación, promoción interna... para garantizar el éxito de la estrategia. Las cuestiones relativas a los resultados en la sociedad han arrojado puntuaciones muy por debajo del 50%, por lo que, no procede señalar ningún punto fuerte dentro de esta categoría; aunque se detectan avances en cuanto a la realización de análisis de la sensación que tiene la sociedad sobre la organización a través de indicadores directos (encuestas, reuniones con ONG's, administraciones públicas, informes públicos...) y, en relación con aspectos ambientales e implicación de la entidad en actividades sociales para garantizar el éxito de la estrategia.

Melo (2017) con su investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en el sector comercial, rubro ferreterías, clúster jr. 7 de junio distrito de Calleria, año 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar la influencia de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro ferreterías, clúster Jr. 7 de junio, distrito de Calleria, año 2017. Como objetivos específicos tenemos tres que son: Determinar las características de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías Clúster Jr. 7 de Junio, distrito de Calleria; Determinar si las mypes del sector comercial, rubro ferreterías clúster Jr. 7 de Junio, se encuentran formalizadas; Determinar si las mypes del rubro ferreterías, clúster Jr. 7 de Junio, distrito de Callería, capacitan a su personal para que brinden mejor calidad de servicio. La metodología fue la siguiente: El diseño de la investigación fue no experimental - correlacional y descriptivo, con una población de 26 micro y pequeñas empresas, aplicando el instrumento del cuestionario se llegó a los siguientes resultados: El 34.6% de los representantes

tienen una edad de 40 a 49 años, el 69.2% de los representantes son de sexo masculino, el 53.8% de los representantes tienen secundaria como grado de instrucción, el 50% de los representantes su ocupación es comerciante, el 76.9% de los representantes si tienen su empresa formalizada, el 76.9% de las mypes no culmina su trámite de formalización, el 57.7% de las mypes si se ha constituido como persona jurídica, 42.3% de las mypes tienen beneficios de crédito bancario, el 42.3% de las mypes tienen de 1 A 3 años a más en el mercado, el 42.3% de las mypes tienen de 1 a 3 trabajadores, 46.2% de las mypes no tienen trabajadores en planilla, el 46.2% de las mypes esta por implementar un plan de negocios, el 76.9% de las mypes no cuenta con misión y visión, el 46.2% de las mypes no evidencia una atención al cliente, 61.5% de las mypes alquilan local comercial, el 46.2% de las mypes no cumple con instalaciones adecuadas, el 80.8% de las mypes no capacita a su personal, el 53.8% de los representantes no promueve cultura de buen servicio, el 73.1% de las mypes no siguen un protocolo de atención al cliente, el 65.4% de las mypes atienden al cliente según orden de llegada, el 73.1% de las mypes no recoje reclamos de clientes, el 30.8% de los representantes no experimenta ningún cambio utilizando un enfoque de atención al cliente, el 69.2% de los representantes si consideran que los clientes valoran el servicio, el 53.8% indican que el personal no tienen actitud de servicio. Se concluye que: el 76,9% si se encuentran formalizadas y de ese modo se identifica los beneficios de la formalización destacando acceso de crédito bancario y lograr un mejor posicionamiento en el mercado. Estar bajo el marco de la formalización nos abre un panorama más competitivo en el sector donde se desempeñan.

Horna (2017) en su tesis titulada *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de artículos de ferretería, de la ciudad de Otuzco 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de artículos

de ferretería., de la ciudad de Otuzco 2016. Como objetivos específicos tenemos tres que son: Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de artículos de ferretería, de la ciudad de Otuzco 2016; Describir las principales características de la micro y pequeña empresa del sector comercio - rubro venta de artículos de ferretería, de la ciudad de Otuzco 2016; Determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de artículos de ferretería, de la ciudad de Otuzco 2016. La metodología fue la siguiente: El diseño de la investigación fue no experimental de corte transversal y descriptivo, con una población de 10 micro y pequeñas empresas, aplicando el instrumento del cuestionario se llegó a los siguientes resultados: Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: el 60% de los representantes legales de la Mediana y pequeña empresa son adultos de 40-49 años, el 70% de los representantes son de sexo masculino, el 50% de los representantes tienen grado de instrucción técnica, el 50% de las mypes tienen entre 0-5 años en el mercado, el 60% de las mypes tienen 1 trabajador permanente, el 60% de las mypes tienen 0 trabajadores eventuales, el 60% de las mypes su motivo de formación es emprendimiento, el 60% de las mypes tienen su local alquilado, el 50% de los representantes no conoce sobre gestión de calidad, el 100% de los representantes si le gustaría saber sobre gestión de calidad, el 80% de los representantes está dispuesto a implementar la gestión de calidad, el 80% de los representantes si conoce a sus clientes, el 60% de los representantes posee información de sus clientes, el 70% de los representantes casi nunca hace seguimiento a sus clientes, el 70% de las mypes entrega el pedido en 10 min., el 60% de las mypes usa software y el 60% de las mypes si usa un inventario físico. Se concluye que: La totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de artículo de ferretería de la ciudad de Otuzco 2016, poseen más de 5 años de creación,

tienen más de un trabajador permanente, se formaron por emprendimiento y falta de empleo y funcionan en local alquilado.

Yacupoma (2017) con su investigación *La gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarmey; caso: ferretería santa maría s.a.c, año 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarmey; caso: ferretería Santa María S.A.C, año 2016. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Determinar las Características de los representantes; Determinar las características de las micros y pequeñas empresas de las ferreterías de Huarmey; Determinar las Características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micros y pequeñas empresas de Huarmey; Determinar las características de la gestión de calidad en la atención al cliente de la ferretería Santa María S.A.C; Elaborar el cuadro comparativo de las características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas de Huarmey y la ferretería Santa María S.A.C. La metodología utilizada fue la siguiente: El diseño de la investigación fue no experimental – transversal- descriptivo. Con una población de 13 Micro y pequeñas empresas, utilizando el instrumento de la encuesta. Llegando a los siguientes resultados: que el 50% de los representantes tienen una edad de entre 33-45 años, el 62.5% de los representantes son de sexo masculino, El 50% de los representantes son convivientes, el 50% de los representantes tienen secundaria completa, el 50% de los representantes tienen más de 8 años desempeñando el cargo, el 100% de las mypes son formales, el 87.5% de las mypes tienen de entre 1-5 trabajadores, el 62.5% de las mypes tiene más de 7 años de permanencia en el rubro, el 100% de los representantes aplica la gestión de calidad, el 62.5% si a utilizado técnicas modernas de gestión, el 87.5% si capacita a sus colaboradores en atención al cliente, el 87.5% de los representantes si cree q mejora con un buen servicio, el 62.5% de los representantes crearon su

empresa para generar ganancias, el 100% de los representantes creen que su servicio es de calidad, el 50% de los representantes gestionan su atención al cliente con amabilidad, el 100% de las mypes si aplica gestión de calidad, el 100% si aplica técnicas modernas de gestión, el 100% de las mypes se a capacitado a sus colaboradores, el 100% de los representantes creen q dando un buen servicio mejora la productividad. Se concluye que: La mayoría de las Micro y pequeñas empresas son formales, tienen entre 1 a 5 trabajadores laborando en su empresa, con un tiempo de permanencias entre 7 a más años en el rubro. Respecto al caso: la ferretería “SANTA MARIA” es una empresa formal, cuenta con 5 trabajadores y tiene 7 años de permanencia en el rubro de Ferreterías.

Tello (2018) con su investigación *La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro ferretería del distrito de chimbote, provincia del santa año 2017 caso de la ferretería “ferrocolor” s.r.l.* Tuvo como objetivo general: Determinar la característica de la Gestión Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas, sector comercial, rubro ferretería del Distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017. Y como objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas, sector comercial, rubro ferretería, del Distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017. Caso de la ferretería “Ferrocolor” S.R.L.; Establecer los rasgos de las Micro y Pequeñas empresas, sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso de la ferretería “Ferrocolor” S.R.L.; Hacer un análisis comparativo de las características de la gestión de calidad bajo el enfoque atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas, sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso ferretería “Ferrocolor” S.R.L. La metodología utilizada fue la siguiente: diseño no experimental – transversal- Descriptivo. Con una población de 20 Micro y pequeñas empresas, utilizando el instrumento de la encuesta. Llegando a los

siguientes resultados: El 36.85% de los representantes tienen entre 34 y 41 años, el 57.89% son de género masculino, el 36.84% tienen secundaria como grado de instrucción, el 52.63% de los representantes son encargados, el 47.37% de las mypes tienen de 3 a 6 años de permanencia, el 57.90% de las mypes no tienen visión empresarial, el 100% de las mypes tienen como finalidad generar utilidades y brindar empleo, el 78.94% de las mypes tienen sucursales, el 57.89% de las mypes no conocen de gestión de calidad, el 57.89% de las mypes no cumplen con la gestión de calidad, el 52.63% de las mypes si consideran que ayuda la gestión de calidad, 73.68% de las mypes si satisfacen las expectativas del cliente, el 78.94% mypes identifican a los clientes con la empresa, 63.5% de las mypes si cuentan con libro de reclamaciones, el 100% de las mypes atienden los reclamos, 57.89% de las mypes cuentan con área de reclamos, el 73.68% de las mypes si recepcionan los reclamos de los clientes, el 100% de las mypes no capacitan a su personal, el 89.47% no realizan encuestas para medir satisfacción de clientes, el 52.63% de las mypes cuentan con canales de atención, se concluye que: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas (36.85%) tiene entre 34 años a 41 años, esto difiere con el caso de la ferretería “Ferrocolor” que tiene de 42 años a más, esto significa que la mayor parte de representantes cuentan con la experiencia debido a que son personas adultas, siendo la mayoría de género masculino (57.89%), esto difiere con el caso de la ferretería “Ferrocolor” que es de género femenino, la mayoría (36.84%) tienen grado de educación secundaria esto difiere con el caso de la ferretería “Ferrocolor” que tiene grado de instrucción técnico significando que la mayoría de representantes crearon su empresa teniendo solo grado de instrucción secundaria y que a pesar de no tener estudios superiores saben como llevar el funcionamiento de una empresa , la mayoría (52.63%) desempeñan el cargo de encargados, esto difiere con el caso de la ferretería “Ferrocolor”

que desempeña un cargo administrativo, significa que en la mayor parte de las MYPES, quiénes representan más a la empresa son los encargados.

Támara (2018) con su investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de materiales de construcción, artículos de ferretería y fontanería en el jirón Manuel Ruiz distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio-rubro venta de materiales de Construcción, artículos de ferretería y fontanería en el Jr. Manuel Ruiz, distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017. Y como objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de materiales de construcción artículos de ferretería y fontanería en el Jr. Manuel Ruiz, distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017; Determinar las características de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de materiales de construcción, artículos de ferretería y fontanería en el Jr. Manuel Ruiz, distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017; Determinar las características de una gestión de calidad con el uso de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, artículos de ferretería y fontanería en el Jr. Manuel Ruiz, distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017. La metodología utilizada fue la siguiente: diseño no experimental – transversal- Descriptiva. Con una población de 10 Micro y pequeñas empresas, utilizando el instrumento de la encuesta. Llegando a los siguientes resultados: el 50% de los representantes tienen de 31 a 40 años, el 62.5% de los representantes son de género masculino, el 37.5% de los representantes tienen secundaria como grado de instrucción, el 50% si capacitan en atención al cliente, el 100% de las mypes son formales, el 50% de las mypes tienen de 0 a 3 años en la

actividad, el 87.5% de las mypes tienen de 0 a 3 colaboradores, el 87.5% de las mypes tienen capital propio, el 50% de las mypes si tienen misión y visión, el 100% de las mypes brindan valor agregado a sus clientes, el 100% de los representantes si dan la bienvenida, el 87.5% de las mypes no tienen tiempo de espera, el 87.5% de las mypes si hacen indagación de mercado, el 100% de las mypes si hacen asesoría sus clientes, el 100% de las mypes si hacen la despedida, el 100% de las mypes si satisfacen a sus clientes, el 62.5% de las mypes si hacen cambios y devoluciones, el 62.5% de las mypes no cuentan con área de quejas y reclamos, el 87.5% de las mypes si resuelven los reclamos, el 75% de las mypes si brindan servicios posteriores, el 62.5% de las mypes si cuentan con el proceso de atención al cliente, el 100% de los representantes si creen que la gestión ayuda al crecimiento de la empresa, el 100% de las mypes si brindan una atención de calidad y fidelización. Se concluye que: Las micro y pequeñas empresas (100%) son formales, la mitad tiene de 0 a 3 años dedicados a la actividad empresarial (50%), la mayoría cuenta con un número de 0 a 3 colaboradores (87.5%), la mayoría cuenta con un capital propio (87.5%), la mitad de los encuestados cuenta con una visión y misión por escrito (50%) y estas micro y pequeñas empresas (100%) si brindan valor agregado a sus clientes.

2.2. Bases teóricas de la Investigación

Las micro y pequeñas empresas

La ley que define y aclara los conceptos básicos de la micro y pequeña empresa, es en la cual indica que todas las mypes normalmente están dirigidas por los propios dueños cumpliendo su objetivo principal de obtener un lucro por el giro al cual se dedican, además estas pequeñas y micro empresas en la actualidad vienen ocupando un papel predominante para el crecimiento del país.

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Así lo define la (Ley 28015, 2003, p. 1).

De esta manera el estado promueve el desarrollo de las micro y pequeñas empresas a través de los diferentes gobiernos para incentivar el crecimiento de la inversión privada, generando de esta manera múltiples servicios para el ciudadano y de esta manera también generando una gran cantidad de puestos de trabajo.

Características de las Micro y pequeñas empresas

Cada organización de las micro y pequeñas empresas tienen diferentes características, las cuales están estipuladas de acuerdo a la unidad impositiva tributaria, que están en función a las ventas que realicen las organizaciones.

“Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales” (Ley N° 30056, 2013, p. 5).

Las cuales se desglosa de la siguiente manera para ubicarse de acuerdo a las categorías establecidas en función a las ventas que realicen las organizaciones.

- **Microempresa:** estas organizaciones pueden realizar ventas de hasta 150 UIT durante el año fiscal.
- **Pequeña empresa:** en esta categoría la organización pueden realizar ventas desde 150 UIT hasta 1700 UIT durante un año fiscal.

- **Mediana empresa:** las organizaciones en esta categoría pueden realizar ventas desde 1700 UIT hasta 2300 UIT durante un año fiscal.

Entonces mediante esta recategorización a las micro y pequeñas empresa que son formadas normalmente por personas emprendedoras que empiezan de esta manera su emprendimiento, tienen como finalidad principal generar ganancias y a su vez pagarán sus impuestos al estado que por ende a su vez también van generando puestos laborales para los ciudadanos, esto se va logrando día a día a través de mucho esfuerzo de estas organizaciones.

La microempresa

En muchas ocasiones el concepto de microempresa varía según la categorización que se le da en cada país, pero en esencia estas organizaciones son las más pequeñas ya que en su principal diferencia hallamos por la cantidad de trabajadores que laboran dentro de ellas, que finalmente quedan como únicos negocios y que en su mayoría no tienen sucursales.

“La microempresa constituye una estructura empresarial que prevalece como expresión de una economía polarizada con apremiantes desafíos. En este marco las ventajas de las unidades de escala menor como nula burocracia, adaptación, proximidad a los mercados [...]” (Mungaray, Ramírez, & Ramírez, 2010, p. 17).

Son creadas por personas que buscan una mejor calidad de vida y empiezan estos pequeños negocios que al final terminan dando en muchas ocasiones un valor agregado a los clientes y de esto dependerá el crecimiento continuo de el país quedando como una de las principales fuentes de ingresos por impuestos.

Importancia de las Micro y pequeñas empresas

En la economía que se viene desarrollando en el país es con una con facilidad de crecimiento para las micro y pequeñas empresas es por eso que la importancia del estado en darles las facilidades necesarias a estas pequeñas organizaciones con la finalidad de generar su crecimiento y por ende habra mas puestos de trabajo para los ciudadanos.

“Las MYPEs brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú” (Vasquez, 2013)

De esta manera según el Ministerio de Trabajo indica que las mypes en en Perú generan empleo a más del 80% de la población activa (PEA), ampliando así el principal motor de desarrollo en el país, brindando una importante cantidad de puestos laborales, que a su vez estos reducen la pobreza a su vez incentivan a las demás personas a emprender en un negocio propio y que finalmente el estado podrá seguir creciendo económicamente.

Gestión

Así lo definen Pérez & Merino (2012) del latín *gestiō*, [...] hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera.

La palabra gestión es conocida como las acciones de operaciones que se pretenden realizar dentro de una organización con la finalidad de direccionar en la ejecución correcta del proyecto que se está realizando, todo esto generalmente lleva documentación administrativa que es necesaria para la implantación de estas acciones de cambio que se pretenden realizar.

“Gestión es la acción y el efecto de gestionar y administrar. De una forma más específica, una gestión es una diligencia, entendida como un trámite necesario para conseguir algo o resolver un asunto, habitualmente de carácter administrativo” (Significados, 2017).

La gestión empresarial, tiene como objetivo la mejora de los procesos de producción y competitividad que tiene la organización en el ámbito donde desarrollo su negocios, con un buen diseño de control estas medidas serán las correctas para poder gestionar todo lo planificado.

Calidad

Para Uribe (2011) la calidad de un producto o servicio es la percepción que el productor, proveedor y el cliente tienen del mismo, es una posición que las personas asumen de estar conformes o no con el bien o servicio proporcionado, haciendo referencia a la complacencia que éste les brinda.

En la antigüedad el origen de la calidad se daba cuando presentaban productos muy bien elaborados, esto consistía en una implantación de un conjunto de procesos y acciones que eran necesarios para darle ese valor agregado a los productos que venían presentando con la finalidad de hacerles más atractivos para el público.

“El aseguramiento de la calidad consistía en la implantación de un conjunto de acciones planificadas y sistemáticas que eran necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio satisficiera los requisitos dados sobre la calidad” (Cortés, 2017, p. 15).

En base a esto, el aseguramiento externo de la calidad cumplía las expectativas de los clientes exigentes, esto daba como resultado que los que proveían de productos de calidad tenían que estar más exigentes en sus procesos, controlando su producción mediante auditorías externas.

En la actualidad la calidad a dejado de ser una preferencia muy al contrario se ha convertido en un requisito imprescindible para las organizaciones ya que para competir en el mundo de los negocios es muy importante ofrecer productos y/o servicios con calidad, esta garantizara el éxito para mantenerte competitivo en el mercado. Así lo define (Miranda, Chamorro, & Rubio, 2012).

Esto hará que las organizaciones gestionen de manera eficaz la calidad en sus productos ofrecidos, siempre teniendo en cuenta el impacto que puedan tener en medio ambiente, pero sin dejar pasar los estándares requeridos por la sociedad, quienes son finalmente los que van a requerir los bienes y/o servicios que ofrecen las organizaciones.

Gestión de Calidad

Basado en un modelo enfocado en los procesos de las organizaciones, con la finalidad de determinar y gestionar el correcto desempeño de la línea de producción de bienes y/o servicios de las organizaciones, estableciendo de esta manera un proceso de calidad cumpliendo múltiples estándares para garantizar el cumplimiento de lo establecido, esto con la única finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes.

La Norma ISO 9001:2008 no es más que un documento que establece los requisitos para la implementación de un sistema de gestión de la calidad, y que pertenece a la familia ISO 9000, la cual es un conjunto de normas que representa un consenso internacional en buenas prácticas de gestión con el objetivo de que una organización pueda entregar productos y servicios que satisfagan los requisitos de calidad del cliente (Carreño, 2016, p. 20).

De acuerdo a Sánchez (2017) la gestión de calidad son procesos que se relacionan para hacer un procedimiento adecuado que deberá implementarse para cumplirse obligatoriamente y que

aplicando un manual que describa la interacción de procesos se llegara a un buen sistema de gestión de calidad, este manual debe especificar, detallar y justificar cualquier exclusión en algún proceso.

“El Sistema de Gestión de la Calidad es un conjunto de elementos interrelacionados que interactúan para establecer políticas, objetivos y procesos con el fin de lograr dichos objetivos” (Cortés, 2017, p. 73).

Es por eso que la gestión de calidad sirve para múltiples disciplinas para que se pueda financiar a las organizaciones en aplicar en sus procesos los requisitos que definan estándares para alcanzar una buena gestión de calidad, siendo así necesario garantizar todos los procesos para un trabajo de implantación correcta de la gestión de calidad dentro de la organización, llegando finalmente a obtener productos con altos estándares de calidad y de esta forma satisfacer sus necesidades de los clientes que cada vez son más exigentes.

“[...] gestión de la calidad, es el conjunto de actividades llevadas a cabo sobre los recursos, documentos, procedimientos que son coordinadas por normas a partir de las cuales la empresa podrá administrar organizadamente la calidad de la misma” (Riquelme, 2017).

La gestión de calidad no está basada solamente en calidad del producto y/o servicio, también está controlando los medios por los cuales se obtiene estos servicios, para esto se implementa un control de procesos todo esto con la finalidad de garantizar los bienes y/o servicios ofrecidos por la organización.

Sistema de gestión de calidad

Encargado de controlar y dirigir la empresa en relación a los estándares de calidad que se están implementando, con un conjunto de actividades y los procesos de integración que están conceptualizados para lograr los objetivos de la organización.

“Un sistema de gestión de una organización, según la Norma ISO 9000:2000, se define como un Conjunto de elementos mutuamente relacionados o que interactúan para establecer la política y los objetivos y para lograr dichos objetivos” (Uribe, 2011, p. 36).

De esta manera un sistema de gestión de calidad, es la posibilidad de la efectividad de la empresa, a través de las mejoras continuas que se vayan implementar con la gestión, esto pone como consideración que los sistemas e instrumentos organizados cumplan en la política de los objetivos planteados.

“El sistema de gestión de la calidad como los requisitos que debe cumplir una empresa para diseñar, implementar y controlar los procesos necesarios para la fabricación de un producto o la prestación de un servicio con calidad” (González & Arciniegas, 2015).

La alta dirección traza los objetivos para la organización incluyendo un sistema de gestión de calidad para el proceso de preparación y de esta manera poder lograr alcanzar los objetivos que se han planteado con el cumplimiento de los procesos que se especifican en cada actividad que vayan a realizar.

Atención

Después de muchos años de investigación la atención muestra el comportamiento de las personas frente a las funciones que va a realizar es por eso que se refleja en las acciones que tomara el ser humano en función a sus necesidades.

“La atención no se puede entender como un mecanismo unitario, sino que remite a una pluralidad de fenómenos psicológicos” (Pausada & Fuente, 2014, p. 9).

Es un proceso que resulta vital para la memoria, ya que se convierte como indispensable para el almacenamiento de la información que posteriormente utilizara el ser humano en su vida cotidiana, todo esto con un repaso de múltiples factores que definen una destreza humana.

“La atención es un proceso tanto conductual como cognitivo de concentración selectiva en aspectos concretos de la información que se recibe, independientemente si esta información es objetiva o subjetiva y que discrimina otros elementos percibidos que no considera relevantes” (Stimulus, 2019).

La influencia que ejerce en la atención se pueden dar de diferentes maneras depende a la naturaleza del ser humano en base a esto podemos hablar de factores internos y externos que influyen en el estímulo de una excelente atención, generando un cambio en las acciones que tome el individuo.

Cliente

Desde los distintos puntos de vista para la organización son aquellas personas que logran identificarse con la empresa mediante sus compras que hace mediante eso se puede determinar los tipos de clientes que compran en la empresa.

“La persona que constituye el eje principal de toda la actividad de la empresa, por lo que es la destinataria final de todos los esfuerzos de esta última como organización” (Blanco, 2013, p. 191).

El cliente es la persona que adquiere los bienes o servicios que ofrece una organización, es a su vez conocido como el comprador quien por naturaleza adquiere todo lo necesario para poder satisfacer sus necesidades que tiene como ser humano.

“Sin duda, el cliente es el principal foco de atención de cualquier empresa, puesto que todas los planes y las estrategias deben enfocarse, desarrollarse e implementarse en función del cliente” (Quiroa, 2019).

Es un individuo que en general es que busca adquirir los bienes o servicios ofrecidos en un mercado global, en donde las organizaciones tratan de dar lo mejor de ellas para poder captar la mayor cantidad de clientes para así poder generar mejores ganancias, por ende, la organización nace y toda su vida está enfocada en sus clientes porque de eso dependerá su crecimiento en medio de un mundo muy competitivo actualmente.

La atención al cliente

Para la implantación de un buen sistema de atención al cliente, se debe acceder a una buena consejería a los clientes con la finalidad de lograr una atención personalizada, aprovechando las nuevas tecnologías que se presentan en la actualidad, para que de esa manera la empresa pueda conseguir la mayor calidad en su atención al cliente.

“El Servicio de Atención al Cliente constituye una forma de atención a las demandas que los ciudadanos realizan a la Empresa, con el principal objetivo de facilitar de forma rápida y sencilla toda la información que el usuario requiere” (Ramos, 2014).

El servicio facilitado por una organización con finalidad de ganarse más a los clientes es la atención al cliente, reconocida como una herramienta adecuada para relacionarse más con los clientes y de manera que se pueda aconsejar que producto o servicio es el adecuado para sus necesidades que tiene como ser humano.

La atención al cliente ha ido evolucionando en España, fue durante mucho tiempo un área relegada que no siempre funcionó bien, situación comprensible debido a las condiciones

del entorno, a la escasa competencia y a la oferta limitada por parte de algunos fabricantes (Arenal, 2017, p. 8).

Ahora bien, el servicio post-venta nunca fue una prioridad para las empresas, dada la circunstancia que ya todo ya estaba comprado, esto no fue hasta que se dieron cuenta que es muy importante la retención de clientes, atendiendo sus reclamos por algún descontento, esto haría la diferencia con la competencia y dando la oportunidad de poder seguir ganando más clientes y por ende aumente las ventas en la organización.

“La atención al cliente, dentro de la organización de la empresa, es el que se encarga de recibir y responder a las consultas, ofrecer información de carácter general sobre la organización y, recoger las reclamaciones y sugerencias” (López, 2013).

Un departamento de atención al cliente se debe determinar por la cantidad de trabajo que se da dentro de esta zona, esto permitirá que coloques la cantidad de personal adecuado para explicar las características y beneficios de los productos ofrecidos con la finalidad de obtener los mejores resultados en ventas.

2.3. Marco conceptual

Reseña histórica

Muchos de los comercios de artículos de ferretería en la actualidad han evolucionado de tal manera que están a la vanguardia de lo que viene mostrando la tecnología es por eso que hoy en día es muy fácil hasta hacer compras en estos establecimientos por medio de la internet y solicitar él envía a tu casa todo eso se puede hacer, pero no siempre ha sido así los primeros negocios que se dedicaron a este rubro nacieron de pequeños negocios y fue gracias a la gran afluencia de público que por la demanda hizo que estos crezcan de tal manera, es por eso que hasta hoy en día hay personas que deciden emprender dicho negocio en este rubro porque existe aún demanda de productos de artículos de ferretería.

La historia de las ferreterías data normalmente de negocios familiares que fueron creciendo gracias a los avances de la humanidad su fue el mayor auge cuando se implementó la energía eléctrica esto dio pie a que crecieran más los pequeños negocios.

Ferreterías

La palabra ferretería proviene de la etimología que significa “tienda de hierros” esto se debió a que a los comienzos de estos negocios estaban en su gran mayoría dirigidos por personas que se dedicaban a la herrería los cuales se dedicaban a la venta de diferentes artículos hechos de hierro, si se trata de ver en que época más o menos nacieron fue mucho más antes del nacimiento de Cristo y se puede decir que es uno de los comercios más antiguos de la historia del ser humano.

Micro y pequeñas empresas

Las organizaciones que están en este rubro de pequeñas empresas son negocios que están en su mayoría constituida por personas de la misma familia ya que son negocios con inversión propia de los dueños y están conformadas por al menos un trabajador.

Gestión

La gestión que se da dentro de las Micro empresas es definida como una estrategia del que dirige la organización ya que este deberá de implementar métodos de como poder gestionar los recursos que cuenta en su organización para obtener el mejor provecho de sus estrategias.

Sistema de gestión de calidad

Es un de ideas que se plasman para que en conjunto puedan lograr una administración adecuada a lo que se quiere lograr, gestionando los recursos que siempre se disponen para el correcto funcionamiento de la organización.

Calidad

Es un método el cual la gran mayoría de organizaciones lo implementan sin saber en concreto en que consiste este debe ser tomado de suma importancia ya que se debe saber cómo influencia un producto de calidad en los clientes tanto sea en atención y en lo que el recibe.

Atención al cliente

Es el método, la gestión de como el líder debe implementar estrategias de fidelización de clientes de buen trato para que de este modo puedan facilitar la vida a los diferentes compradores con la finalidad de convertirlos en clientes de toda la vida este puede lograr tomando de manera muy estratégica los diferentes puntos a tratar en una atención adecuada y poner en práctica todo lo

aprendido dependerá de cómo hacer q los trabajadores de la organización se lo puedan implementar de manera adecuada con sus diferentes habilidades natas que cada uno tiene al estar frente al cliente.

La atención al cliente como factor relevante en las ferreterías

En los negocios de artículos de ferretería la atención al cliente viene no siendo tomando muy en cuenta, los representantes que dirigen este negocio no cumplen con una estrategia adecuada de atención al cliente ya que les falta la capacitación para implementar una estrategia adecuada de cómo atender a los clientes potenciales del negocio.

Producto que ofrecen las ferreterías

Las ferreterías ofrecen productos ya fabricados por otras empresas ellos solo son distribuidores de artículos de ferretería hay algunos de estos negocios que cuentan con algún valor agregado en servicios como agentes o también cuentan con dispositivos para que el cliente pueda pagar con tarjeta.

III. HIPÓTESIS

En la investigación: La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019; no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva, con la finalidad de detallar las características de gestión.

IV. METODOLOGÍA.

4.1. Diseño de la investigación.

En la investigación se utilizó un diseño no experimental – transversal – descriptiva.

La investigación fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente la variable de estudio que fue la gestión de calidad, con la herramienta administrativa en atención al cliente, es decir solo se observó el fenómeno cómo se presentó dentro de su contexto sin hacer ningún tipo de modificaciones.

Esta investigación fue transversal ya que dicho estudio se desarrolló en un tiempo y espacio determinado. La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la Avenida Agraria del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019. Es decir, tuvo un tiempo de inicio y fin.

La investigación fue descriptiva porque solamente se describió los puntos más importantes de las micro y pequeñas empresas.

4.2. Población y muestra.

En el lugar se observó un universo de 6 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del Distrito de nuevo Chimbote, 2019, esta información se obtuvo mediante una técnica de sondeo.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Aspecto Complementario	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Los representantes de las micro y pequeñas empresas.	Se refiere a los emprendedores de las diferentes organizaciones que están a cargo de dirigir, buscando oportunidades de generar rentabilidad para las empresas encuestadas y que también representaran ante las entidades públicas. (Ministerio de la Producción, 2020)	Son personas que se dedican al ámbito administrativo de la empresa y su desenvolvimiento dependerá de su edad, género y grado de instrucción para ver cómo se desempeña en el cargo en el tiempo que viene laborando.	Edad	a) 18 a 30 años. b) 31 a 50 años c) 51 años a más.	Cuantitativa
			Género	a) Masculino. b) Femenino.	Nominal
			Grado de instrucción	a) Sin instrucción b) Primaria. c) Secundaria. d) Superior no universitaria. e) Superior universitaria.	Nominal
			Cargo que desempeña	a) Dueño. b) Administrador	Nominal

Aspecto Complementario	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Las micro y pequeñas empresas	Es una unidad económica que está constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y está contemplada en la legislación vigente. (Ley 28015, 2003)	Son empresas con algún tiempo de experiencia dentro del rubro los cuales tiene un número de personas que laboran dentro de la organización todos con un solo fin de generar ganancias.	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.	a) 0 a 3 años. b) De 3 a 6 años. c) De 6 a más años.	Ordinal
			Número de trabajadores	a) De 1 a 5 trabajadores b) De 6 a 10 trabajadores. c) De 11 a más trabajadores.	Ordinal

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
La atención al cliente como factor relevante en la gestión de Calidad.	La atención al cliente le ayudara a tener mejores resultados en su rentabilidad aplicando una buena gestión y desarrollando una estrategia de fidelización y de esta manera aplicaran. La gestión de calidad es un conjunto de actividades planificadas que sirven para mejorar el desempeño laboral de los colaboradores de la organización para lograr los objetivos de la misma (Arenal, 2017)	Habla sobre cómo se debe gestionar la calidad bajo la problemática que tienen las micro empresas y así poder crear un plan de atención al cliente que ayude a mejorar, las técnicas para el rendimiento más adecuado del personal sobre la gestión de calidad, de cómo tener un buen manejo sobre la	Término gestión de calidad	a) Sí. b) Tiene cierto conocimiento c) No	Nominal
			Dificultades del personal para la implementación de gestión de calidad	a) Poca iniciativa. b) Aprendizaje lento. c) No se adapta los cambios d) Desconocimiento del puesto e) Otros.	Nominal
			Contribuye la gestión de calidad en el negocio	a) Si b) Muy poco c) No	Nominal
			La atención al cliente es factor relevante para la gestión de calidad	a) Sí. b) A veces c) No.	Nominal
			Aplicación de la gestión de calidad en el servicio al cliente	a) Si b) A veces c) No	Nominal

		técnica administrativa de atención al cliente.	Atención al cliente parte fundamental que regrese el cliente.	<ul style="list-style-type: none"> a) Sí. b) A veces c) No. 	Nominal
			La atención que dan a los clientes	<ul style="list-style-type: none"> a) Buena b) Regular c) Mala 	Nominal
			Herramientas para un servicio de calidad	<ul style="list-style-type: none"> a) Comunicación b) Confianza c) Retroalimentación d) Ninguno 	Nominal
			Resultados con una buena atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> a) Clientes satisfechos b) Fidelización de los clientes c) Posicionamiento de la empresa d) Incremento en las ventas 	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

El investigador utilizó la técnica de recolección de la información que se necesita fue mediante una encuesta porque esta técnica es infalible para obtener lo que buscas mediante las diferentes alternativas que fueron aplicadas a los diferentes representantes de las organizaciones del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

En la cual dicho instrumento conto con 15 preguntas que fueron enteramente dirigidas al representante de las micro y pequeñas empresas sobre las características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas y sobre la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad.

4.5. Plan de análisis.

Se realizó el plan de análisis mediante el programa EXCEL, el cual es práctico, para la creación de figuras e indicadores a través de la base de datos. El programa consta con diferentes herramientas que permiten desarrollar diversos métodos de estudio.

A continuación, se desarrolló el análisis de resultados en la cual se utilizó el programa Word.

Para concluir se utilizó el programa de PDF para presentación final del trabajo de investigación.

4.6. Matriz de consistencia.

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p>¿Cuáles son las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la Avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019?</p>	<p>Objetivo General:</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la Avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Identificar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la Avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. 	<p>La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad.</p>	<p>Población:</p> <p>Está conformada por 6 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019</p> <p>Muestra:</p> <p>Consta al 100% (6) de las micro y pequeñas empresas en estudio.</p>	<p>Tipo:</p> <p>Cuantitativa.</p> <p>Nivel:</p> <p>Descriptivo.</p> <p>Diseño:</p> <p>No experimental transversal</p> <p>Plan de análisis</p>	<p>Técnica:</p> <p>Encuesta.</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la Avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. • Establecer las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la Avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. • Elaborar un plan de mejora en función a los resultados de la investigación. 				
--	---	--	--	--	--

4.7. Principios éticos.

Los principios éticos de la presente investigación están basados en el código de ética de la Uladech Católica aprobado por el consejo universitario en el 2019 y los principios son.

Protección a las personas: Se respetó su dignidad humana, identidad a su vez su confidencialidad y su privacidad todo con el fin de que los que participaron de la investigación nunca se les vulneraron sus derechos fundamentales, en particular si estuvo en situación de vulnerabilidad.

Beneficencia y no maleficencia: Siempre se aseguró el bienestar de las personas encuestadas, mostrándole una conducta de reglas de no causar daños y maximizar los beneficios.

Justicia: La investigación se ejecutó con precauciones necesarias que dieron lugar a prácticas justas y que a su vez el investigado tuvo pleno derecho a acceder a los resultados obtenidos a su vez el trato fue de igual manera a todos los participantes del estudio.

Integridad científica: Se actuó con mucha integridad bajo las normas de la profesión, asimismo se mantuvo la integridad científica al declarar los conflictos que se pudieron suscitar durante el estudio o la comunicación de los resultados.

Consentimiento informado y expreso: Se actuó con manifestación de voluntad informada mediante la cual las personas investigadas dieron sus datos conscientes de que el uso de la información fue usado solo con fines establecidos en el proyecto.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla1.

Características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la Avenida Agraria del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

Datos generales	N	%
Edad		
18 - 30 años	2	33.33
30 - 50 años	3	50.00
50 a más años	1	16.67
Total	6	100.00
Genero		
Masculino	4	66.67
Femenino	2	33.33
Total	6	100.00
Grado de Instrucción		
Sin Instrucción	0	0.00
Primaria	0	0.00
Secundaria	1	16.67
Superior no universitaria	3	50.00
Superior Universitaria	2	33.33
Total	6	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	5	83.33
Administrador	1	16.67
Total	6	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019

Tabla 2.

Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

Datos generales de las Mypes	N	%
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 a 3 años	4	66.67
3 a 6 años	2	33.33
6 a más años	0	0.00
Total	6	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	6	100.00
6 a 10 trabajadores	0	0.00
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	6	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

Tabla 3.

Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la Avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

Gestión de calidad en Atención al Cliente	N	%
Conocimiento del termino Gestión de Calidad		
Si	2	33.33
Tiene cierto conocimiento	4	66.67
No	0	0.00
Total	6	100.00
Dificultades para la implementación de la Gestión de Calidad		
Poca iniciativa	3	50.00
Aprendizaje lento	2	33.33
No se adapta a los cambios	0	0.00
Desconocimiento del puesto	0	0.00
Otros	1	16.67
Total	6	100.00
Contribución de la gestión de calidad en el negocio		
Si	5	83.33
Muy poco	1	16.67
No	0	0.00
Total	6	100.00
La atención al cliente, factor relevante para la gestión de calidad		
Si	4	66.67
A veces	2	33.33
No	0	0.00
Total	6	100.00

Continúa...

Tabla 3.

Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la Avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

Gestión de calidad en Atención al Cliente	N	%
Aplicación de gestión de calidad en el servicio al cliente		
Si	4	66.67
A veces	2	33.33
No	0	0.00
Total	6	100.00
Atención al cliente parte fundamental que regrese		
Si	5	83.33
A veces	1	16.67
No	0	0.00
Total	6	100.00
La atención que dan a los clientes		
Buena	4	66.67
Regular	2	33.33
Mala	0	0.00
Total	6	100.00
Herramientas para un servicio de calidad		
Comunicación	4	66.67
Confianza	1	16.67
Retroalimentación	1	16.67
Ninguno	0	0.00
Total	6	100.00
Resultados con una buena atención al cliente		
Clientes satisfechos	4	66.67
Fidelización de los clientes	1	16.67
Posicionamiento de la empresa	0	0.00
Incremento en las ventas	1	16.67
Total	6	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

Tabla 4.

Plan de mejora en función a los resultados de la investigación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

Problemas encontrados (RESULTADOS)	Causa	Solución – Aplicación de mejora	Responsable
Que la mayoría de los representantes de las mypes son los propios dueños (83.33 %)	Falta de confianza en sus colaboradores.	Dar la oportunidad a un colaborador para que asuma la jefatura.	Dueño/representante
Que en su totalidad no tienen muchos colaboradores (100.00 %)	Falta de querer invertir en nuevo personal.	Contratar más personal para que de esa manera puedan dar una buena atención al cliente.	Dueño/representante
Tienen poco conocimiento del término de Gestión de Calidad. (66.67 %)	Por falta de interés en aprender términos nuevos.	Encontrar un consultor para asesoramiento en Gestión de Calidad.	Dueño/representante
El personal tiene poca iniciativa para aprender sobre Gestión de Calidad (50.00 %)	Por falta de motivación para conocer términos nuevos.	Implementar un programa de incentivos para los trabajadores mejores capacitados.	Dueño/representante

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

5.2. Análisis de resultados:

Tabla 1.

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

Edad de los representantes: El 50.00% tiene una edad promedio de entre 30 a 50 años (Tabla 1), esto coincide con los resultados encontrados por Melo (2017) en donde el 34,6% tienen entre 40 a 49 años, por otra parte también coincide con Horna (2017) en el cual el 60% de los representantes tienen una edad de entre 40 a 49 años, también coincide con Yacupoma (2017) en donde el 50% de los representantes tienen una edad de entre 33 a 45 años, esos resultados también coinciden con Tello (2018) en donde el 36.85% tienen entre 34 a 41 años de edad y también coincide con Támara (2018) en el cual el 50% de los representantes tienen de entre 31 a 40 años. De esta manera podemos decir que la gran mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad relativamente joven, aportando de esta manera estrategias nuevas acorde al mercado competitivo.

El género de los representantes: El 66.67% de los representantes son de género masculino (Tabla 1), esto coincide con Melo (2017) en donde el 69.2% de los representantes son de género masculino, también coincide con Horna (2017) encontrando el 70% de representantes masculinos, a su vez coincide con Yacupoma (2017) en donde sus resultados dieron que un 62,5% son masculinos, también coincide con los resultados de Tello (2018) en donde el 57,84% son masculinos y finalmente también coincide con el investigador Támara (2018) en el cual el 62,5% de representantes son masculinos. De esta manera se puede decir que en la actualidad los representantes de estos negocios son de género masculino quienes administran los negocios.

Grado de instrucción de los representantes: El 50.00% de los que dirigen las microempresas tienen grado de superior no universitario (Tabla 1), esto coincide con el investigador Horna, (2017) en donde indica que la gran mayoría de los representantes legales cuentan con superior técnica con un 50%, también coincide con Tello (2018) en donde el 31,57% de los representantes son técnicos, a su vez coincide con Támara (2018) en donde el 37,5% cuentan con grado de instrucción técnica, por otra parte contrasta con Melo (2017) en donde 53,8% son empíricos y también contrasta con Yacupoma (2017) en donde el 50% de los representantes tienen secundaria. De este modo podemos decir que en la actualidad los representantes de la gran mayoría de los representantes ya cuentan con estudios superiores.

Cargo que desempeñan los representantes: El 83.33% son dueños de sus propios negocios (Tabla 1), esto contrasta con Melo (2017) en donde el 50% son encargados del negocio y a su vez también contrasta con Tello (2018) en donde el resultado de su investigación arroja que el 52,63% son solo encargados de los negocios. Entonces se concluye que la gran mayoría de los representantes son dueños de sus propias microempresas.

Tabla 2.

Características de las micro y pequeñas empresas.

Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro: El 66.67% de las micro empresas tienen un tiempo de permanencia de 0 a 3 años (Tabla 2), esto coincide con Melo (2017) en donde sus resultados arrojan un 42.3% tienen de entre 1 a 3 años, a su vez coincide con Horna (2017) en la cual el 50% de las microempresas tienen de entre 0 a 5 años, también coincide con Támara (2018) en donde obtiene que un 50% tienen de entre 0 a 3 años, a su vez contrasta con Yacupoma (2017)

en donde el 62.5% de las empresas tienen de 7 años a más de permanencia en el mercado y por ultimo contrasta con Tello (2018) en el cual el 47.37% tienen de entre 3 a 6 años permanencia en el rubro. Con esto podemos decir que las micro y pequeñas empresas tienen poco tiempo de permanencia por ende poca experiencia en lo que hacen dentro del rubro en donde operan.

Número de trabajadores en las micro y pequeñas empresas: El 100.00% de las pequeñas empresas cuentan con 1 a 5 trabajadores (Tabla2), coincide con los resultados de Melo (2017) en donde el 42.3% de empresas tienen de 1 a 3 trabajadores, a su vez coincide con Horna (2017) en la cual el 60% de empresas tienen un 1 trabajador, también coincide con Yacupoma (2017) en donde nos indica que el 87.5% de empresas tienen de entre 1 a 5 trabajadores y por ultimo coincide con Támara (2018) en el cual el 87.5% de microempresas tienen de 0 a 3 trabajadores. Esto demuestra que en su gran mayoría las micro y pequeñas empresas tienen pocos trabajadores para lograr cumplir los objetivos planteados.

Tabla 3.

Características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas.

Conocimiento del término gestión de calidad: El 66.67% de los representantes tienen cierto conocimiento del término gestión de calidad (Tabla 3), esto contrasta con Horna (2017) en donde el 50% si tienen conocimiento de gestión y también contrasta con Tello (2018) en donde el 57.89% de los representantes no tienen conocimiento del término gestión de calidad. Lo cual demuestra que en la investigación realizada una gran mayoría de los representantes, tienen poco conocimiento del término gestión de calidad.

Dificultades del personal para la implementación de la gestión de calidad: El 50.00% de los trabajadores tiene poca iniciativa para implementar una buena gestión de calidad (Tabla 3), esto contrasta con Tello (2018) en donde el 57.89% del personal no le interesa la implementación de la gestión de calidad. Lo que demuestra que en su gran mayoría de los trabajadores tienen poca iniciativa para la implementación de la gestión de calidad.

Contribución de la gestión de calidad en el rendimiento del negocio: El 83.33% de los representantes indican que si contribuye con el rendimiento del negocio (Tabla 3), esto coincide con Horna (2017) en donde el 80% de los representantes creen que la gestión de calidad si contribuye al negocio, también coincide con Yacupoma (2017) en donde 100% de representantes indican q si contribuye la gestión de calidad, a su vez coincide con Tello (2018) en la cual el 52.63% indican que si contribuye al negocio y por ultimo coincide con Támara (2018) en donde nos indica que el 62.5% de representantes si creen que contribuye la gestión de calidad. Esto nos indica que los representantes creen que si contribuye la gestión de calidad para el rendimiento del negocio.

La atención al cliente como factor relevante permite mejorar la gestión de calidad: El 66.67% de los representantes indican que si permite una mejora en la gestión de calidad esto coincide con Támara (2018) en donde el 100% de representantes indica que la atención al cliente si mejora la gestión de calidad y por lo contrario contrasta con Melo (2017) indica que el 46,2% de representantes indican que la atención al cliente no mejora la gestión de calidad. De esta manera en su mayoría los representantes creen que la atención al cliente si mejora la gestión de calidad.

Aplicación de gestión de calidad en el servicio al cliente: el 66.67% de los representantes indican que si aplican la gestión de calidad en su servicio, esto coincide con Melo (2017) en donde el 69.2% indican que si aplican gestión de calidad en su atención y también coincide con

Yacupoma (2017) en donde el 87.5% dicen que si aplican gestión de calidad en su atención. De esta manera podemos decir que la gran mayoría de los representantes si aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes.

La atención al cliente es fundamental que regrese el cliente al establecimiento: el 83.33% de los representantes indican que si es fundamental la atención al cliente para que este regrese (Tabla 3), esto coincide con Tello (2018) en donde el 73.68%, también contrasta con Melo (2017) en la cual el 53.8% dicen que la atención al cliente no es fundamental que regrese el cliente y a su contrasta con Horna (2017) en donde indica que el 70% dice que casi nunca la atención al cliente sea fundamental que el cliente regrese. De esta manera en la investigación realizada en su mayoría los representantes indican que la atención al cliente es fundamental que este regrese al establecimiento.

Atención que dan a los clientes: el 66.67% de los representantes indican que la atención que brindan es buena (Tabla 3), esto coincide con Yacupoma (2017) en donde el 100% de los representantes indican que si dan buena atención a los clientes. De esta manera podemos decir que en su mayoría los representantes de las micro y pequeñas empresas creen que su atención que brindan es buena.

Herramientas para un servicio de calidad: el 66.67% de los representantes indican que la comunicación es la herramienta que utiliza (Tabla 3), esto coincide con Yacupoma (2017) en donde dice que el 62.5% si aplica herramientas de calidad y también coincide con Tello (2018) en donde el 53.63% de los representantes indican que si aplican herramientas de calidad. De esta manera podemos decir que son varias las herramientas que utilizan los representantes para un buen servicio de calidad.

Resultados logrados con una buena atención al cliente: el 66.67% de los representantes lograron que sus clientes estén satisfechos (Tabla 3), esto coincide con Támara (2018) en donde el 100% de sus representantes indican que lograron buenos resultados con buena atención al cliente y por lo contrario contrasta con Melo (2017) en donde el 30.8% de representantes que aún no experimentan cambios en sus negocios. De esta manera podemos decir que los resultados logrados brindando una buena atención al cliente son mis satisfactorios para la micro y pequeña empresa.

Plan de Mejora

1. Datos Generales

Nombre o razón social: MYPES del sector comercio, rubro venta de artículos de Ferretería.

Dirección: Av. Agraria del Distrito de Nuevo Chimbote.

2. Misión

Seguir construyendo una relación de confianza con los clientes que requieran el servicio y variedad de productos de ferretería y pintura, para los diferentes trabajos que desee realizar, ofreciendo productos de calidad, precios justos, con variedades de modalidades de pago y un excelente servicio en atención por parte del representante y trabajadores.

3. Visión

Cumplir con ser conocidos en el futuro como las mejores Mypes de Ferretería, cumpliendo fielmente los estándares de calidad en el sector comercio, en la venta de los mejores artículos ofrecidos a nuestros clientes.

4. Objetivos Empresariales

La Ferretería es una organización de carácter público, con la finalidad de ofrecer productos ferreteros y pintura a la población en general, según sea sus necesidades, con la calidad que garantizan, cumpliendo sus necesidades de los clientes con una excelente atención que se merece, por lo que se cuenta con los objetivos empresariales que son:

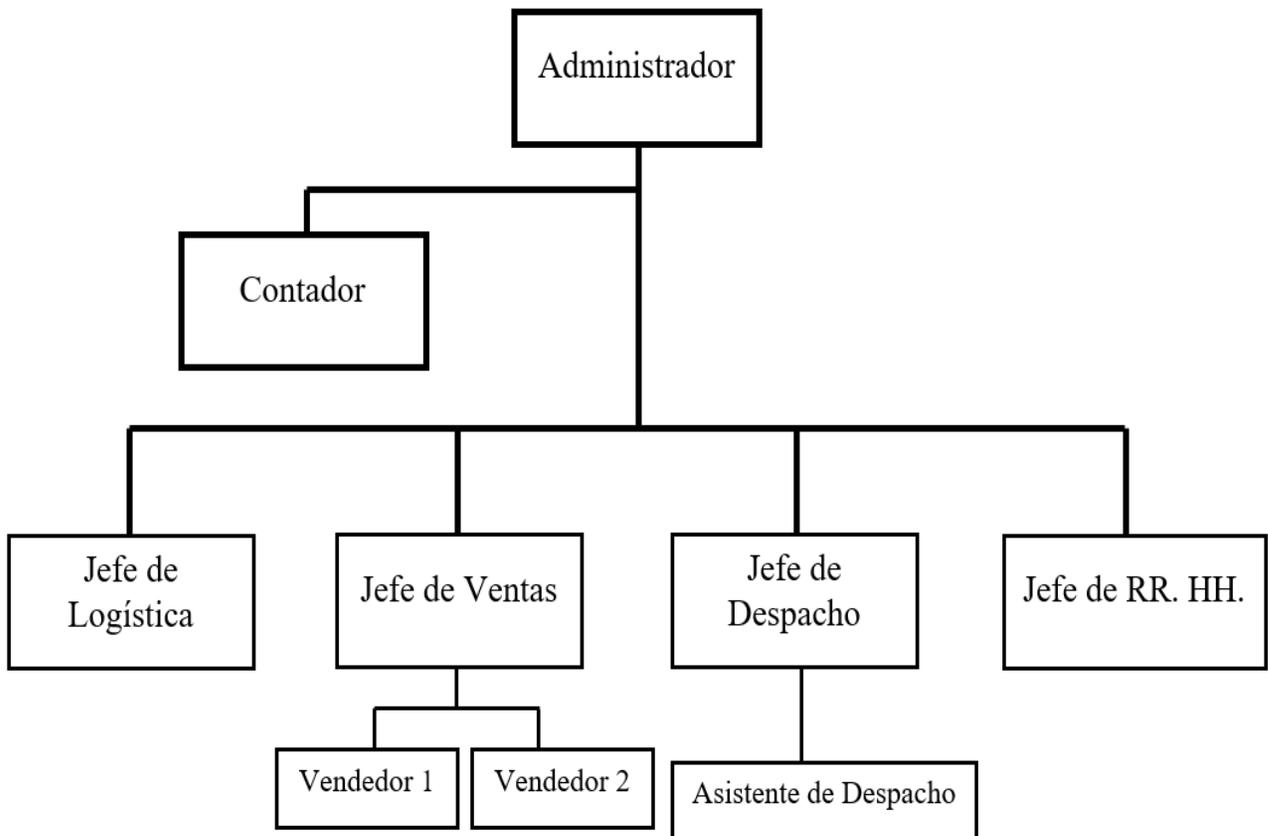
- Posicionar al establecimiento dentro del rubro comercio como una empresa líder, incorporando nuevos sistemas de gestión de calidad.

- Desarrollar y capacitar de manera adecuada a nuestro personal en las diferentes áreas, potenciando la calidad en atención al cliente.
- Crear un valor agregado con sus proveedores y asociados para un mejor comercio con los productos ofrecidos.
- Crear un plan de compromiso con el medio ambiente desarrollando programas de reciclaje con el área de ventas.

5. Servicios

La ferretería, ofrece una amplia selección de productos para que sus necesidades de los clientes estén satisfechas, con el amplio catálogo de productos ofrecidos.

6. Organigrama de la empresa



6.1. Descripción de funciones

Cargo	Administrador
Perfil	- Egresado o Estudiante Universitario en la carrera de Administración o a fines. - Con o sin experiencia dentro del rubro.
Funciones	- Cumplir con las funciones de coordinar con los jefes de cada departamento para optimizar la actividad del negocio.

Cargo	Contador
Perfil	- Egresado y colegiado de la carrera de Administración. - Con experiencia dentro del rubro.
Funciones	- Cumplir con las funciones financieras de la organización y declaración de los ingresos y gastos ante la SUNAT.

Cargo	Jefe de Logística
Perfil	- Egresado, Estudiante Universitario o Técnico en la carrera de Administración, Contabilidad o a fines. - Con experiencia en investigación de mercado.
Funciones	- Encargado del manejo del inventario. - Investigar el mercado para hacer las adquisiciones por mayor.

Cargo	Jefe de Ventas
Perfil	- Egresado, Estudiante Universitario o Técnico en la carrera de Administración, Contabilidad o a fines. - Con experiencia en ventas de productos ferreteros.
Funciones	- Encargado de la productividad de la empresa (ventas). - Motivar al personal a su mando para lograr terminar las ventas. - Manejo de técnicas en atención al cliente.

Cargo	Jefe de Despacho
Perfil	- Egresado, Estudiante Universitario o Técnico de todas las carreras. - Conocimiento de Productos de ferretería y pintura (características).
Funciones	- Encargado de empaquetado de productos.

	<ul style="list-style-type: none"> - Motivar al personal a su mando para lograr dar una buena atención al cliente. - Manejo de técnicas en atención al cliente.
--	---

Cargo	Jefe de RR. HH.
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Egresado, Estudiante Universitario o Técnico de todas las carreras. - Conocimiento de evaluación de expedientes para contratación.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Encargado de manejo de contratos de personal. - Encargado de planilla de personal. - Encargado de contratación de personal.

Cargo	Vendedor
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Secundaria completa. - Con experiencia en ventas de productos ferreteros.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Encargado de la atención a los clientes (ventas). - Informar las cualidades de los productos (diferenciación). - Manejo de técnicas en atención al cliente.

Cargo	Asistente de despacho
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Secundaria completa. - Con o sin experiencia en conocimiento de productos ferreteros.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Encargado del empaquetado y posterior entrega de los productos al cliente. - Manejo de técnicas en atención al cliente.

6.2. Diagnostico Empresarial

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p>
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p>	<p style="text-align: center;">FO</p>	<p style="text-align: center;">DO</p>
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p>	<p style="text-align: center;">FA</p>	<p style="text-align: center;">DA</p>
<p>O1: Incremento de nuevos clientes. O2: Clientes buscan productos de calidad. O3: Convenios con agentes bancarios. O4: Búsqueda de nuevos nichos de mercado.</p>	<p>F1: Ubicación estratégica. F2: Variedad de productos. F3: Servicio al cliente. F4: Tiempo de entrega inmediata.</p> <p>F1, O1, O3: Hacernos reconocidos aprovechando nuestra ubicación, captando nuevos clientes y ofreciéndoles más servicios (agente bancario). F2, O2, O4: Desarrollar un catálogo de productos de calidad para clientes potenciales. F3, F4, O1, O2: Trabajar en una buena atención y tiempo de entrega para captar nuevos clientes que buscan el productos y servicio de calidad.</p>	<p>D1: Una sola sede. D2: Personal insuficiente. D3: Tener una clara dirección estratégica. D4: Falta de incentivos al personal.</p> <p>D1, D2, O1, O2: Abrir una nueva sede con personal suficiente para clientes nuevos con productos de buena calidad. D3, O3, O4: Desarrollar nuevos objetivos con convenios de agentes bancarios en la búsqueda del nuevo nicho mercado. D4, O1: Desarrollar un programa de incentivos para que atiendan de la mejor manera a los clientes</p>
<p>A1: Competencia de nuevas empresas. A2: Clientes buscando una buena atención. A3: Precios más cómodos por su competencia. A4: Nuevas estrategias establecidas por su competencia.</p>	<p>F1, F2, A1, A2: Adquirir nuevos productos para vender más, aprovechando la ubicación de la empresa. F3, A3: Implantar una nueva forma de atender ofreciéndoles un precio más cómodo. F4, A4: Desarrollar un sistema más rápido para entrega de productos gestionando calidad en la entrega de productos.</p>	<p>D1, D2, A1, A2: Mejorar el servicio con una nueva sede que este más cerca del cliente con una buena gestión de calidad. D3, A3: conocer la dirección de crecimiento, pero son dejar de ofrecer precios competitivos. D4, A4: Ofrecer mejores sueldos para que tengamos personal de calidad en la empresa.</p>

7. Indicadores de Gestión

Indicadores	Evaluación de los indicadores dentro de la Mype
Nivel de satisfacción del cliente	La dificultad para la implementación de una buena gestión de calidad en atención al cliente, es falta de interés de los representantes.
Rendimiento del personal	La evaluación que se hace al personal es esporádica.
Cumplimiento del cronograma de capacitación del personal	La organización solo a veces cumple con implementar un cronograma.
Diagnostico preventivo de las necesidades del personal	La organización muy esporádicamente hace el diagnostico preventivo de lo que desea el personal.

8. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Nivel de satisfacción del cliente	La dificultad para la implementación de una buena gestión de calidad en atención al cliente, es falta de interés de los representantes.	Por falta de compromiso de parte de los representantes no se pueden implementar lo planificado en atención al cliente ya que todo posponen por enfocarse en otra cosa.
Rendimiento del personal	La evaluación que se hace al personal es esporádica.	Por falta de dinero para contratar a un consultor externo para que realice las evaluaciones.

Cumplimiento del cronograma de capacitación del personal	La organización solo a veces cumple con implementar un cronograma.	Por falta de desinterés de los representantes en ponerse de acuerdo con el área de recursos humanos para implementar un cronograma adecuado.
Diagnostico preventivo de las necesidades del personal	La organización muy esporádicamente hace el diagnostico preventivo de lo que desea el personal.	Por falta de interés por los representantes para poder resolver sus necesidades de los colaboradores.

9. Establecer soluciones

9.1. Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Nivel de satisfacción del cliente	La falta de empeño de los representantes, dificulta la implementación de la gestión de calidad en la atención al cliente.	Incluir a todo el personal de las diferentes jefaturas, para poder implantar una adecuada gestión de calidad en atención al cliente para un mejor rendimiento.
Rendimiento del personal	La evaluación que se hace al personal es esporádica.	Evaluar al personal para que se desempeñe en una sola cosa y cree conocimientos de acuerdo a lo asignado.
Cumplimiento del cronograma de capacitación del personal	La organización solo a veces cumple con implementar un cronograma.	El gerente de implementar un cronograma de evaluación constante para capacitar de acuerdo a lo programa al personal

Diagnostico preventivo de las necesidades del personal	La organización muy esporádicamente hace el diagnostico preventivo de lo que desea el personal.	Implantar encuestas para saber las necesidades y proponer realizar estrategias para cubrir sus necesidades de la colaborador.
--	---	---

9.2. Estrategias que se desean implementar

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Económico	Tecnológicos	Tiempo
1	Crear y aplicar un plan de una buena atención al cliente.	Consultor en gestión de calidad en atención al cliente	S/ 1,800	Equipos de computación de la organización.	6 meses
2	Confianza y comunicación entre el personal y el representante	Gerente y administrador de la microempresa		Local de la organización.	Indefinido
3	Contratar al jefe de Recursos Humanos idóneo.	Administrador de la microempresa.		Instalaciones de la organización	2 mes
4	Evaluación psicológica para saber que le afecta al personal.	Consultor en psicología laboral.	S/ 1,800	Instalaciones de la organización	3 meses

10. Cronograma de Actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	Enero - Diciembre
1	Crear y aplicar un plan de una buena atención al cliente.	01-01-20	30-06-20	
2	Confianza y comunicación entre el personal y el representante	01-01-20	31-12-20	
3	Contratar al jefe de Recursos Humanos idóneo.	01-01-20	29-02-20	
4	Evaluación psicológica para saber que le afecta al personal.	01-01-20	31-03-20	

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños del negocio, a su vez el género de los representantes en su mayoría es masculino, demostrando en su gran mayoría que tienen grado de instrucción no universitaria.

En su mayoría el tiempo de permanencia de la empresa en el rubro tiene de 0 a 3 años y en su totalidad en las micro y pequeñas empresas el número de trabajadores con los que cuentan son de 1 a 5 colaboradores, para el desempeño adecuado de la organización.

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas ubicadas en la avenida agraria, si conocen el término gestión de calidad, siendo la poca iniciativa la dificultad para la implementación en la atención al cliente, asimismo indican que la gestión de calidad ayudaría a mejorar el rendimiento del negocio y finalmente los resultados que lograrían brindando una buena atención al cliente en su mayoría serian clientes satisfechos.

Se elaboró un plan de mejora con el único propósito de que el representante de cada micro y pequeña empresa, puedan aplicar las estrategias de conocimiento que se planificaron en sus negocios, para que de esta manera puedan gestionar de manera adecuada la atención al cliente y poder finalmente obtener mejores resultados en sus ventas.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Seleccionar a las personas idóneas para poder asumir el cargo de liderar al grupo de trabajo dándole más oportunidades al género femenino ya que vivimos en un nuevo mundo de oportunidades de igualdad para todos.

Delegar autoridad a los jefes de cada área para poder realizar un mejor desempeño de las labores, de esa manera poder tener una excelente atención al cliente y esto dará resultado de poder permanecer más tiempo en el rubro, manteniendo un crecimiento continuo dentro del mercado.

Aplicar las técnicas de atención al cliente para poder fortalecer al negocio, con una buena gestión de calidad, de esa manera poder tener a los clientes satisfechos, dándoles lo mejor con una asesoría personalizada que es lo que necesitan cada cliente.

Implementar las propuestas del plan de mejora ya que se elaboró en base a los resultados obtenidos en la investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arenal, C. (2017). *Gestión de la atención al cliente*. Editorial Tutor Formación. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/uladech/44237?as_all=atenci%C3%B3n_al_cliente&as_all_op=unaccent__icontains&fs_page=2&prev=as
- Bartolomé, L. (febrero de 2018). *elEconomista.es*. Recuperado de Las pymes ya representan el 99,8% de empresas europeas: <https://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/9709265/02/19/Las-pymes-ya-representan-el-998-de-empresas-europeas.html>
- Blanco, C. (2013). *La persona que constituye el eje principal de toda la actividad de la empresa, por lo que es la destinataria final de todos los esfuerzos de esta última como organización*. Macmillan Iberia, S.A. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/uladech/42955?as_all=atenci%C3%B3n_al_cliente&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as
- Carreño, A. (2016). *Gestión de la calidad en la industria alimentaria*. Grupo Editorial Éxodo. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/uladech/128553?as_all=gesti%C3%B3n_de_calidad&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as
- Colegio universitario IES. (24 de 10 de 2014). *La “NO Calidad- El gran problema de las PYMES*. Recuperado de <https://www.ies21.edu.ar/noticias/40-la-no-calidad-el-gran-problema-de-las-pymes>

- Cortés, J. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. Editorial ICB. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/uladech/56053?as_all=gesti%C3%B3n_de_calidad&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as&fs_page=3
- Exitosa. (30 de 09 de 2017). *Las empresas pequeñas confunden la capacitación con un gasto*. Recuperado de <https://exitosanoticias.pe/las-empresas-pequenas-confunden-la-capacitacion-gasto/>
- Fischman, F. (2018). *Hubspot*. Recuperado de La importancia de las PYMES en Perú: <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-peru>
- Gestión. (01 de 10 de 2014). *Gestión*. Recuperado de Costo de crédito para mypes no subiría pese a mayor morosidad: <https://gestion.pe/economia/scotiabank-costo-credito-mypes-subiria-pese-mayor-morosidad-938-noticia/>
- González, O., & Arciniegas, J. (2015). *Sistemas de gestión de calidad: teoría y práctica bajo la norma ISO 2015*. Ecoe Ediciones. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/uladech/114366?as_all=sistema_de_gesti%C3%B3n_de_calidad&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as&fs_page=2
- Horna, C. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta de artículos de ferretería, de la ciudad de Otuzco 2016*. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045565>
- Ley 28015. (2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Recuperado de <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm#:~:text=La%20presente%20Ley%20tiene%20por,y%20su%20contribuci%C3%B3n%20a%20la>

- Ley N° 30056. (2013). *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*. Recuperado de <https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/30056.pdf>
- López, L. (2013). *Comunicación y atención al cliente: grado superior*. McGraw-Hill España. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/uladech/50220?as_all=la__atencion__al__cliente&as_all_op=unaccent__icontains&fs_page=2&prev=as
- Melo, S. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en el sector comercial, rubro ferreterías, cluster Jr. 7 de junio Distrito de Calleria, año 2017*. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044879>
- Ministerio de la Producción. (2020). *gop.pe*. Recuperado de Representantes de las Mype: <https://www.gob.pe/institucion/produce/campa%C3%B1as/1987-eleccion-de-representantes-de-las-mype-convocatoria-a-procesos-electorales-2020>
- Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2012). *Introducción a la gestión de la Calidad*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=KYSMQYQAbYC&lpg=PP1&dq=gestion%20de%20calidad&pg=PR3#v=onepage&q=gestion%20de%20calidad&f=false>
- Mungaray, A., Ramírez, N., & Ramírez, M. (2010). *Aprendizaje empresarial en microempresas de subsistencia*. Editorial Miguel Ángel Porrúa. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/uladech/38266?as_all=la__microempresa__concepto&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as&fs_page=3

- Palacios, A. (18 de Agosto de 2018). Perú: situación de las micro y pequeñas empresas. *Expreso*. Recuperado de <https://www.expreso.com.pe/opinion/alfredo-palacios-dongo/peru-situacion-de-las-micro-y-pequenas-empresas/>
- Palomo, M. (2014). *Los procesos de gestión y la problemática de las PYMES*. Recuperado de <http://www.nacionmulticultural.unam.mx/empresasindigenas/docs/1810.pdf>
- Pausada, M., & Fuente, J. (2014). *La atención*. Editorial UOC. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/uladech/115904?as_all=atenci%C3%B3n_al_cliente&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as
- Pérez, J., & Merino, M. (2012). *Concepto de Gestión*. Recuperado de <https://definicion.de/gestion/>
- Quiroa, M. (2019). *Economipedia, cliente*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/cliente.html#:~:text=Un%20cliente%20es%20una%20persona,servicios%20que%20ofrece%20una%20empresa.&text=Sin%20duda%2C%20el%20cliente%20es,implementarse%20en%20funci%C3%B3n%20del%20cliente.>
- Ramos, P. (2014). *Atención al cliente (3a. ed.)*. Editorial ICB. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/uladech/105612?as_all=LA__ATENCI%C3%93N__AL__CLIENTE&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as&page=54
- Riquelme, M. (2017). *Web y empresas*. Recuperado de ¿Que es la gestión de calidad?: <https://www.webyempresas.com/que-es-la-gestion-de-calidad/>
- RPP Noticias. (9 de Agosto de 2017). *Hay más microempresas en el país, pero ¿por qué esto no es bueno?* Recuperado de RPP Noticias: <http://rpp.pe/economia/economia/hay-mas-microempresas-en-el-pais-pero-por-que-esto-no-es-bueno-noticia-1069359>

- Sánchez, S. (2017). *Gestión de la calidad ISO 9001/2015 en comercio*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=izZWDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti+on+de+calidad&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjCypXKsLLsAhVQIrkGHYN3B3MQ6AEwA3oECAQQAg#v=onepage&q&f=false>
- Significados. (2017). *Significado de Gestión*. Recuperado de <https://www.significados.com/gestion/>
- Stimulus. (2019). *La atención*. Recuperado de <https://stimuluspro.com/blog/la-atencion/>
- Támara, J. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de materiales de construcción, artículos de ferretería y fontanería en el Jirón Manuel Ruiz distrito de Chimbote, provincia del Santa*. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000050620>
- Tello, S. (2018). *La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro ferretería del distrito de Chimbote, provincia del Santa año 2017 caso de la ferretería "ferrocolor" S.r.l.* Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000050610>
- Uribe, M. (2011). *Los sistemas de gestión de la calidad: el enfoque teórico y la aplicación empresarial*. Sello Editorial Universidad del Tolima. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/uladech/71132?as_all=sistema__de__gesti%C3%B3n__de__calidad&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as&page=36
- Vasquez, J. (2013). *Importancia de las MYPEs en el Perú*. Recuperado de <http://pymesperuana.blogspot.com/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el->

peru.html#:~:text=Constituyen%2C%20pues%2C%20el%20principal%20motor,producto%20bruto%20interno%20(PBI).

Vidal, E. (2014). *La calidad y su gestión en las organizaciones gallegas Propuesta de un modelo de gestión de calidad total basado en el Modelo EFQM de Excelencia tesis doctoral, Universidad de Acoruña.* Recuperado de https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/12406/VidalV%C3%A1zquez_Estrella_TD_2014.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Yacupoma, C. (2017). *La gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarney; caso: ferretería Santa María S.A.C, año 2016.* Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045648>

ANEXOS

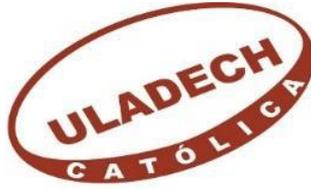
Anexo 1. Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	ACTIVIDADES	Año								Año							
		2019								2020							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación			X													
4	Exposición del proyecto ante el jurado de investigación				X												
5	Mejora del marco teórico y metodología					X	X	X	X								
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos										X						
7	Elaboración del consentimiento informado (*)										X						
8	Recolección de datos											X					
9	Presentación de resultados												X				
10	Análisis e interpretación de los resultados												X				
11	Redacción del informe preliminar													X			
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación													X			
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación														X	X	
14	Presentación de ponencias en jornadas de investigación															X	
15	Redacción de artículo científico																X

Anexo 2. Presupuesto

Presupuesto de desembolso (Estudiantes)			
Categoría	Base	Número	Total
		%	(S/.)
Suministros			
- Impresiones	15.00	2	30.00
- Fotocopias	7.00	4	28.00
- Empastado	1.00	1	100.00
- Papel bond A-4 (500 hojas)	4.00	1	4.00
- Lapiceros	4.00	1	4.00
Servicios			
- Uso de turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			
Gastos de viaje			
- Pasajes para recolectar información	150.00	1	150.00
Sub total			
Total de presupuesto desembolsable			316.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	Número	Total
		%	(S/.)
Servicios			
- Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
- Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
- Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
- Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
- Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			968.00

Anexo 3. Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA MINORISTA DE ARTÍCULOS DE FERRETERÍA Y PINTURA DE LA AVENIDA AGRARIA DEL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2019**. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

1.1. REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

1. ¿Cuántos años de Edad tiene usted?

- a) 18 – 30 años
- b) 31 – 50 años
- c) 51 a más años

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria

- c) Superior no universitaria
- d) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

1.2. Referente a las Características de las micro y pequeñas empresas.

5. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

6. Número de Trabajadores

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 11 a más trabajadores.

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

7. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

- a) Si
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento.

8. ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?

- a) Poca iniciativa
- b) Aprendizaje lento
- c) No se adapta a los cambios
- d) Desconocimiento del puesto
- e) Otros

9. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?

- a) Si
- b) Muy poco
- c) No

2.2.REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

10. ¿Conoce el termino atención al cliente?

- a) Si
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento.

11. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

12. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

13. La atención que brinda a los clientes es:

- a) Buena
- b) Regular
- c) Malo

14. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.

- a) Comunicación
- b) Confianza
- c) Retroalimentación
- d) Ninguno

15. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente.

- a) Clientes satisfechos
- b) Fidelización de los clientes
- c) Posicionamiento de la empresa
- d) Incremento en las ventas.

Anexo 4. Consentimiento Informado.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar la incidencia de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

Participación

Para ello, se está pidiendo su participación en el estudio, si usted acepta, quiere decir que el investigador le ha indicado a usted de forma verbal, así como escrita lo siguiente: los pasos a seguir, riesgos, beneficios, confidencialidad y preguntas resueltas.

Propósito del estudio

El propósito del estudio es investigar acerca de La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted aplica La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

Riesgos, incomodidades y costos de su participación

Con respecto a los riesgos, estos ya han sido estudiados y su empresa no pasará por riesgos identificados, por lo que se ha planteado que usted ni su empresa no tendrá mayor riesgo que la población general. El estudio no tendrá costo para usted. En todo momento se evaluará si usted se encuentra en posición de poder hacer uso de la palabra, su negativa a no participar en el estudio, será respetada.

Beneficios

Se ha planteado en los participantes, recomendaciones sobre La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

Confidencialidad de la información

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial, los nombres y apellidos de cada participante quedará a custodia del investigador, por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Problemas o preguntas

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con el investigador principal de Nuevo Chimbote, Perú estudiante Zotelo Paredes Thomas Deyvi al celular 991779016.

Y si tienes dudas acerca de tus derechos como participante de un estudio de investigación, puedes llamar a la Escuela profesional de Administración, Telf: 350190, E-mail: escuela_administracion@uladech.edu.pe

Consentimiento / Participación voluntaria

Por lo expuesto comprendo que seré parte de un estudio de investigación. Sé que mis respuestas a las preguntas serán utilizadas para fines de investigación y no se me identificará. También se me informó que, si participo o no, mi negativa a responder no afectará negativamente a la empresa. Comprendo que el resultado de la investigación será presentado a la comunidad científica para su mejor comprensión.

Declaración del participante

He leído y he entendido la información escrita en estas hojas y firmo este documento autorizando mi participación en el estudio, con esto no renuncio a mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

Manuel Garcia

Nombre participante

Firma participante

Dr. Reinerio Z. Centurión Medina
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD. 02106

Nombre del DTI


Firma del DTI

26/9/19
Fecha

8:00 am
Hora

Anexo 5. Hoja de Tabulación

Características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la Avenida Agraria del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad	18-30 años	II	2	33.33
	30-50 años	III	3	50.00
	50 a más años	I	1	16.67
	Total	II-III-I	6	100.00
Género	Masculino	III	4	66.67
	Femenino	II	2	33.33
	Total	III-II	6	100.00
Grado de Instrucción	Sin instrucción		0	0.00
	Primaria		0	0.00
	Secundaria	I	1	16.67
	Superior no Universitaria	III	3	50.00
	Superior Universitario	II	2	33.33
	Total	I-III-II	6	100.00
Cargo que desempeña	Dueño	IIII	5	83.33
	Administrador	I	1	16.67
	Total	IIII-I	6	100.00

Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiempo de permanencia en el rubro	0 a 3 años	III	4	66.67
	3 a 6 años	II	2	33.33
	6 a más años		0	0.00
	Total	III-II	6	100.00
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	IIII	6	100.00
	6 a 10 trabajadores		0	0.00
	11 a más trabajadores		0	0.00
	Total	IIII	6	100.00

Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la Avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conocimiento del termino Gestión de Calidad	Si	II	2	33.33
	Tengo cierto conocimiento	III	4	66.67
	No		0	0.00
	Total	II-III	6	100.00
Dificultades para la implementación de la Gestión de Calidad	Poca iniciativa	III	3	50.00
	Aprendizaje lento	II	2	33.33
	No se adapta a los cambios		0	0.00
	Desconocimiento del puesto		0	0.00
	Otros	I	1	16.67
	Total	III-II-I	6	100.00
Contribución de la gestión de calidad en el negocio	Si	IIII	5	83.33
	Muy poco	I	1	16.67
	No		0	0.00
	Total	IIII-I	6	100.00
La atención al cliente, factor relevante para la gestión de calidad	Si	III	4	66.67
	A veces	II	2	33.33
	No		0	0.00
	Total	III-II	6	100.00

Aplicación de gestión de calidad en el servicio al cliente	Si	III	4	66.67
	A veces	II	2	33.33
	No		0	0.00
	Total	III-II	6	100.00
Atención al cliente parte fundamental que regrese	Si	IIII	5	83.33
	A veces	I	1	16.67
	No		0	0.00
	Total	IIII-I	6	100.00
La atención que dan a los clientes	Buena	III	4	66.67
	Regular	II	2	33.33
	Mala		0	0.00
	Total	III-II	6	100.00
Herramientas para un servicio de calidad	Comunicación	III	4	66.67
	Confianza	I	1	16.67
	Retroalimentación	I	1	16.67
	Ninguno		0	0.00
	Total	III-I-I	6	100.00
Resultados con una buena atención al cliente	Clientes Satisfechos	III	4	66.67
	Fidelización de los clientes	I	1	16.67
	Posicionamiento de la empresa		0	0.00
	Incremento en las ventas	I	1	16.67
	Total	III-I-I	6	100.00

Anexo 6: FIGURAS

Características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la Avenida Agraria del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

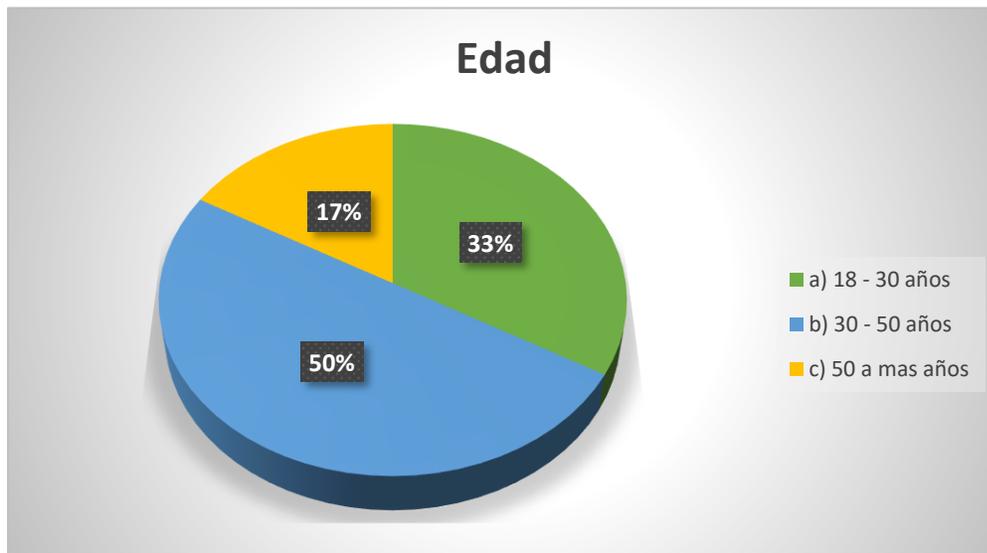


Figura 1. Edad

Fuente. Tabla 1

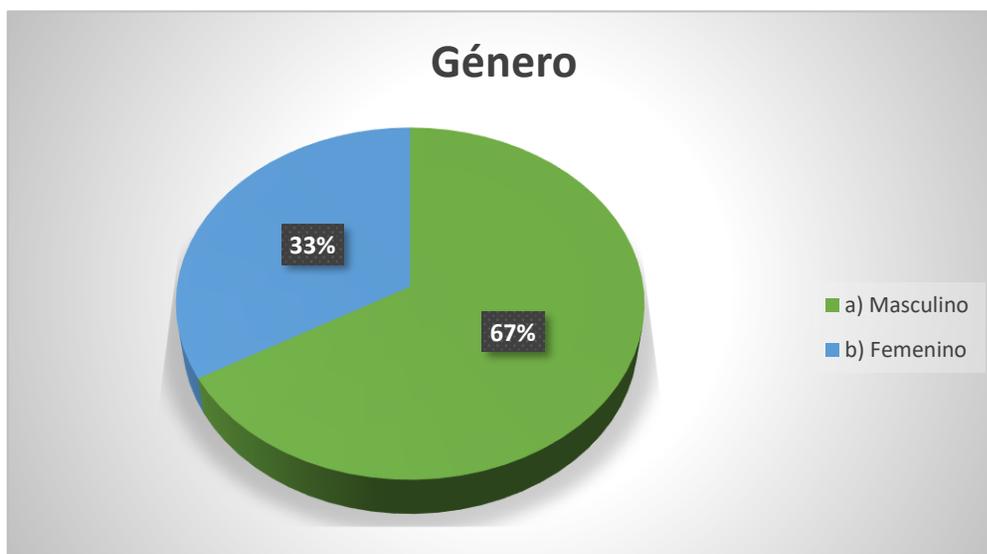


Figura 2. Género

Fuente. Tabla 1

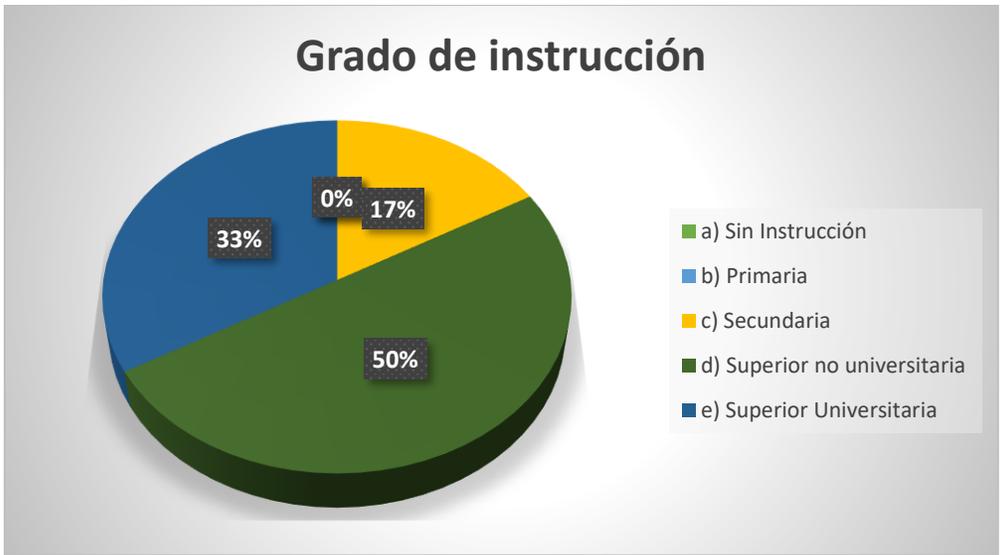


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente. Tabla 1



Figura 4. Cargo que desempeñan

Fuente. Tabla 1

Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

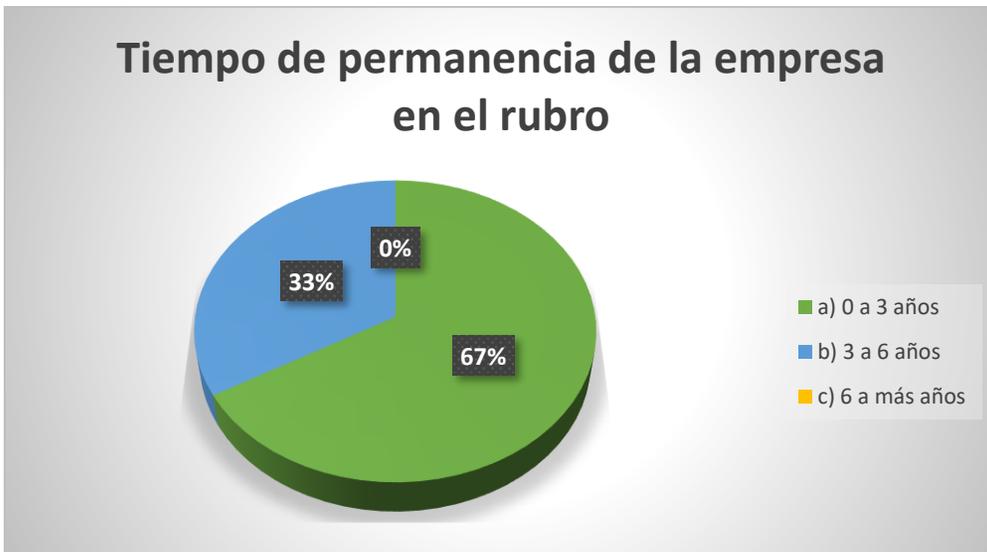


Figura 5. Tiempo de permanencia en el rubro
Fuente. Tabla 2



Figura 6. Número de trabajadores
Fuente. Tabla 2

Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería y pintura de la Avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

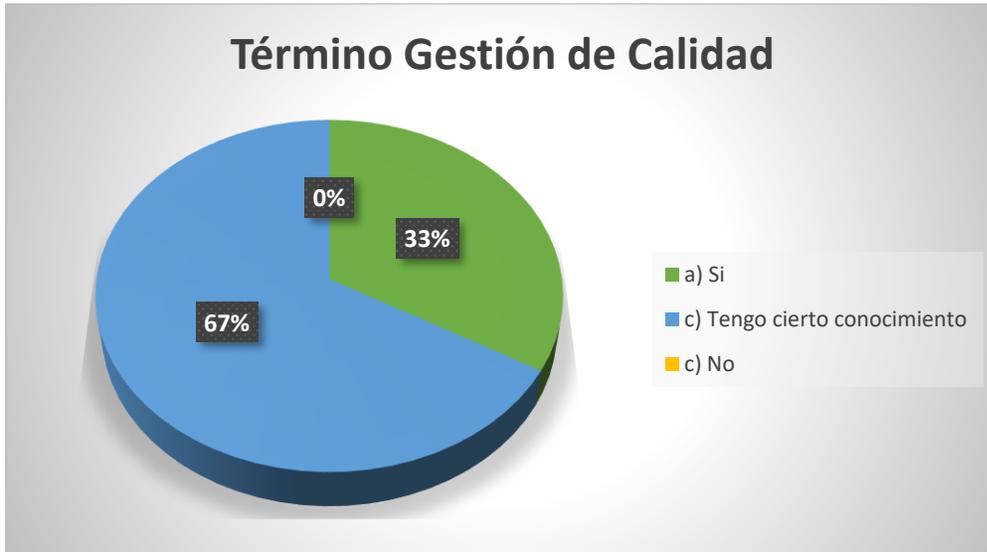


Figura 7. Término gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

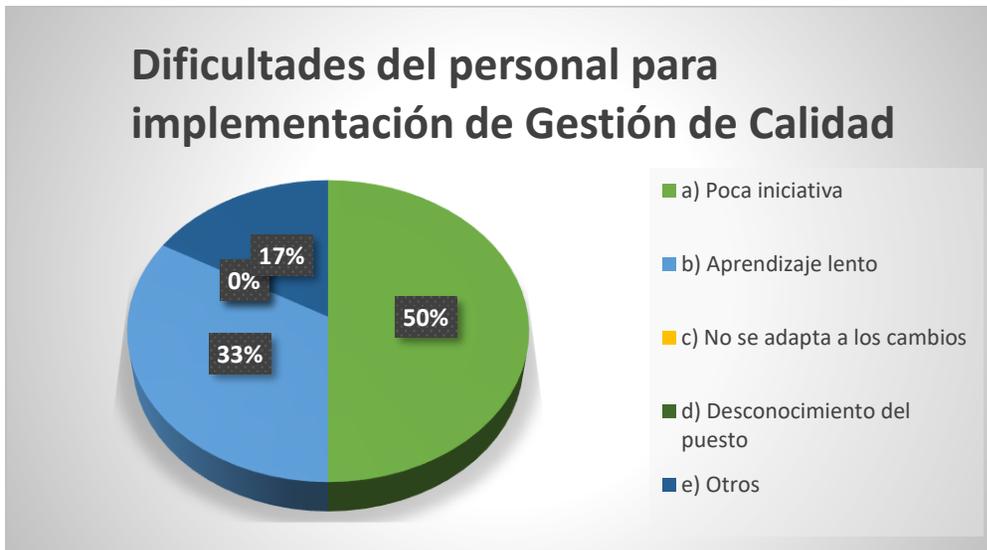


Figura 8. Dificultades del personal para implementación de gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

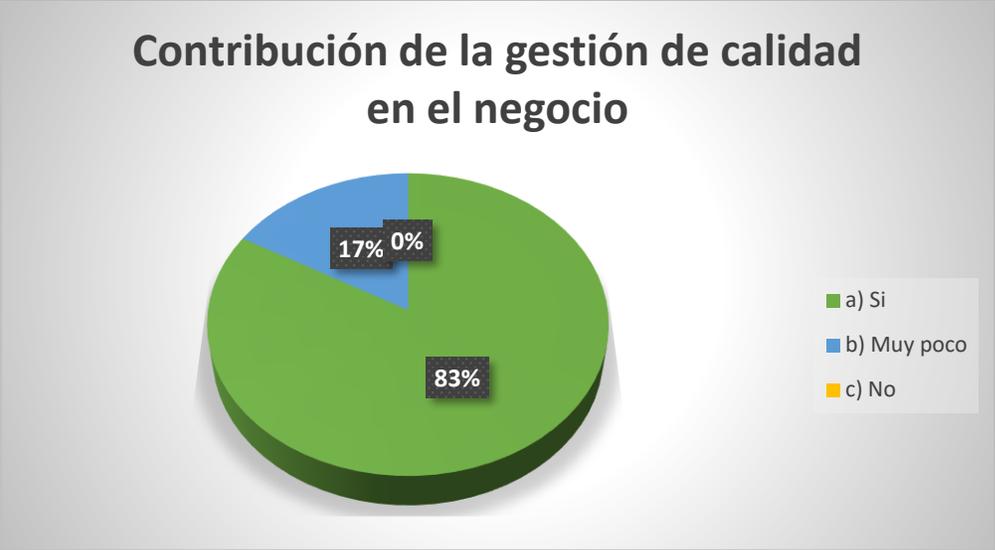


Figura 9. Contribución de gestión de calidad en el negocio
 Fuente. Tabla 3

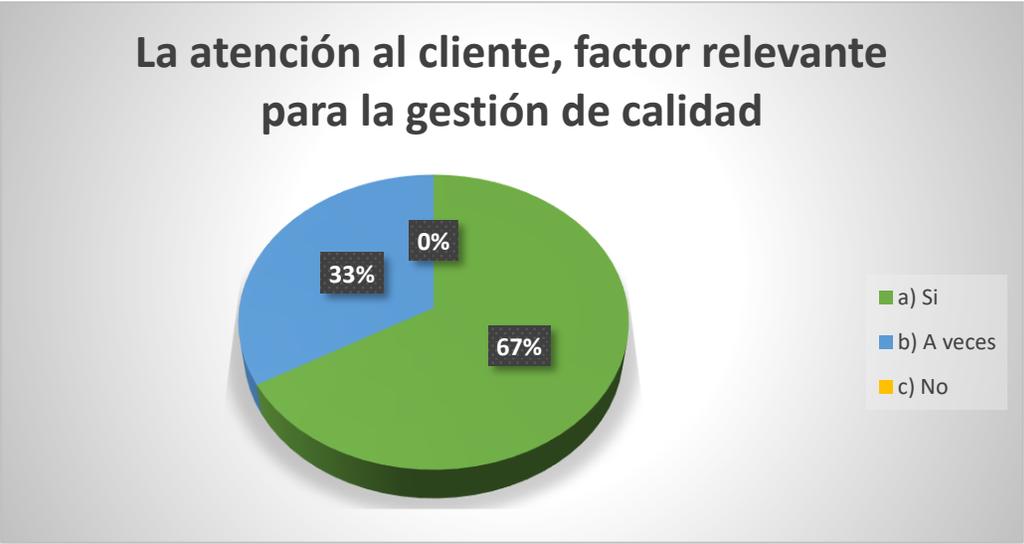


Figura 10. La atención al cliente, factor relevante para la gestión de calidad
 Fuente. Tabla 3



Figura 11. Aplicación de gestión de calidad en el servicio al cliente
 Fuente. Tabla 3



Figura 12. Atención al cliente parte fundamental que regrese
 Fuente. Tabla 3



Figura 13. La atención que dan a los clientes
 Fuente. Tabla 3



Figura 14. Herramientas para un servicio de calidad
 Fuente. Tabla 3

Resultados con una buena Atención al Cliente

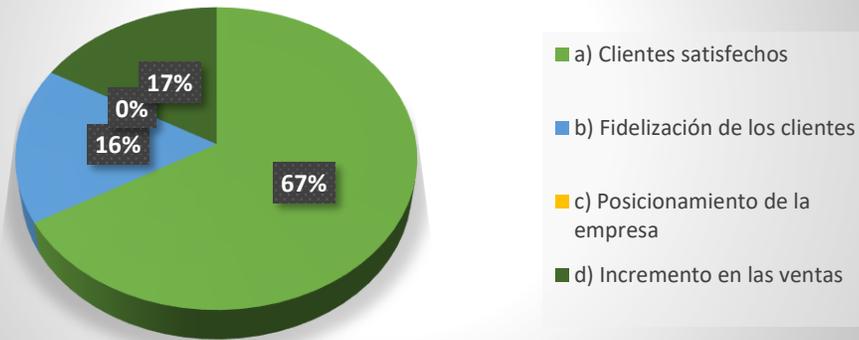


Figura 15. Resultados con una buena atención al cliente

Fuente. Tabla 3