



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE
PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO
FERRETERÍAS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO – 2019

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

AUTOR

ALBORNOZ CRISTOBAL, JOHON PATRICIO

ORCID: 0000-0002-2821-8306

ASESOR

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

LIMA – PERÚ

2021

2. Equipo de trabajo

Albornoz Cristóbal, Johon Patricio

ORCID: 0000-0002-2821-8306

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

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

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

JURADO

Rosillo De Purizaca María Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa José German

ORCID: 0000-0002-849-0751

Mino Asencio María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

3. Jurado evaluador

Rosillo De Purizaca María Del Carmen

(Presidente)

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa José German

(Miembro)

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio María Isabel

(Miembro)

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

(Asesor)

ORCID: 0000-0002-6399-5928

4. Agradecimiento

El presente trabajo agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas. A mis familias en especial a mi esposa por ser mi pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron.

Dedicatoria

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi familia y en especial a mi esposa, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A mi madre, a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí.

A mis compañeras(a), Raúl, Cristhian, kely, y karlin porque sin el equipo que formamos, no habiéramos logrado esta meta.

5. Resumen

El presente investigación tuvo como objetivo general: determinar las principales características de la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020, se desarrolló con un diseño no experimental-transversal-descriptivo, en una población de 16 MYPE, se escogió la muestra del 50%, a quienes se les aplico un cuestionario de 21 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 54% tienen una edad entre 40 años y el 54% tienen educación superior no universitaria. El 50% de las ferreterías tienen más de 3 a 6 años en el mercado y el 75% tienen entre 1 a 5 trabajadores. El 63% si conocen el término de gestión de calidad, el 88% si conoce el término de atención al cliente y el 63% brinda solución en los reclamos de los clientes. Concluyendo: La mayoría de los representantes tienen una edad entre 40 años y tienen educación superior no universitaria.

La mayoría de las ferreterías tienen más de 3 a 6 años en el mercado y tienen de 1 a 5 trabajadores. La mayoría de los representantes de las ferreterías si conocen el termino de gestión de calidad, de atención al cliente y tienen como principal factor de calidad la rapidez en la entrega del producto.

Palabras clave: Atención, Calidad, Cliente, Gestión y Empresas

Abstrac

The present research had the general objective: to determine the main characteristics of the proposal for improvement in customer service for quality management of micro and small companies in the commerce sector - hardware stores of the Huánuco district - 2020, was developed with a Non-experimental-transversal-descriptive design, in a population of 16 MSEs, the sample of 50% was chosen, to whom a questionnaire of 21 questions was applied, using the survey technique, obtaining the following results: 54% have an age between 40 and 54% have a non-university higher education. 50% of hardware stores have more than 3 to 6 years in the market and 75% have between 1 to 5 workers. 63% if they know the term of quality management, 88% if they know the term of customer service and 63% provide a solution to customer complaints. Concluding: Most of the representatives are between the ages of 40 and have a non-university higher education. Most hardware stores are more than 3 to 6 years old and have 1 to 5 workers. Most of the representatives of the hardware stores if they know the term of quality management, customer service and their main quality factor is the speed in the delivery of the product.

Keyword: Attention, Quality, Customer, Management and Companies

6. Contenido

2. Equipo de trabajo	ii
3. Jurado evaluador	iii
4. Agradecimiento	iv
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas.....	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. Revisión Literaria.....	1
III. Hipótesis.....	37
IV. Metodología	38
4.1. Diseño de la Investigación	38
4.2. Población y Muestra	38
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	40
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	44
4.5. Plan de análisis.....	44
4.6. Matriz de consistencia.....	45
V. Resultados	47
5.1. Resultados	47
5.2. Análisis de resultados	56
VI. Conclusiones	62
Aspectos complementarios.....	62
ANEXOS.....	68

7. Índice de tablas

Tabla 1: Características de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.47

Tabla 2: Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.....48

Tabla 3: Características de la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.
.....49

Índice de figuras

Figura 1: Edad	78
Figura 2: Genero	78
Figura 3: Grado de instrucción.....	79
Figura 4: Cargo que desempeña.....	79
Figura 5: Tiempo que desempeña en el cargo.....	80
Figura 6: Tiempo de permanecía en el rubro	80
Figura 7: Número de trabajadores.....	81
Figura 8: Personas que trabajan en su empresa.....	81
Figura 9: Objetivo de la creación	82
Figura 10: Conocimiento del termino gestión de calidad	82
Figura 11:Técnicas de gestión de calidad que conoces.....	83
Figura 12: Dificultades para implementar la gestión de calidad.....	83
Figura 13: Técnica para medir el rendimiento que conozcas.....	84
Figura 14: La gestión de calidad ayuda a mejorar en el rendimiento al negocio	84
Figura 15: La gestión de calidad ayuda a alcanzar metas y objetivos trazados por la empresa.	85
Figura 16:Tiene conocimiento del termino atención al cliente	85
Figura 17: La atención al cliente es fundamental.....	86
Figura 18: Principales factores que utiliza para brindar la atención al cliente.....	86
Figura 19: La atención que brinda a sus clientes es	87
Figura 20: La empresa es eficiente cuando atiende y brinda solución a los reclamos de los clientes.	87
Figura 21: La buena atención al cliente te permite el posicionamiento de la empresa en el mercado.....	88

I. INTRODUCCIÓN

Internacionalmente si hablamos de la micro y pequeñas empresas podemos decir que:

En los diferentes países de América Latina, Europa y Norteamérica se entiende por las siglas SME, MSMES, MIPYME, MYPE, PYMI O PYME a la clasificación que cada país tiene de sus empresas nacionales en micro, pequeña y mediana empresa. Ello puede depender del número de los trabajadores, las ventas anuales totales, la utilidad anual, el patrimonio, los activos, el capital suscrito, el consumo de kilovatios de energía o la vocación exportadora. Es decir, las diferentes siglas dan a entender que se trata de una unidad de explotación económica con fines de ganancia corporativa o personal, realizada por personas naturales o jurídicas en actividades comerciales, de distribución de producción o de servicios de intermediación, tanto rurales como urbanas.(Patricia et al., 2015 p. 10)

Las previsiones económicas, de la pequeñas y medianas empresa; para el 2020 según La Organización Internacional de Trabajo (OIT) “se esperaba un crecimiento positivo de la renta per cápita en más de 160 países y en abril se estimó que más de 170 países experimentarían un crecimiento negativo.” (Molero et al., 2020, p. 4)

En México a causa del confinamiento por el COVID-19, los consumidores han cambiado su comportamiento de compra:

La industria de la ferretería tiene uno de los escenarios más favorecedores en cuanto a crecimiento, siempre y cuando puedan evolucionar a la par del consumo, agregaron en el webinar los expertos de Ferreteros Online. (La industria ferretera , 2020)

Así mismo; Flores, (2020) en el caso del sector ferretero la caída anual de la economía mexicana fue del 18.9% durante el segundo trimestre del 2020. Desde que se dictaminó la suspensión de actividades no esenciales, esto marco una diferencia respecto a otros sectores.

El estudio realizado por el Market Data México, estima que el impacto en el negocio de ventas al por menor del sector ferretero podran caer el 9%, si las medidas de aislamiento de personas se prolongan. Diseñar mecanismos de venta, entrega de productos y servicios, y operación con mínima interacción física con sus clientes. Es una realidad que no todos los negocios ferreteros estaban preparados para afrontar el despegue del comercio en línea. (Flores , 2020, pág. 6)

En Colombia el sector (ferretería) Es un eslabón en la cadena de la construcción y genera alrededor de 450.000 puestos de trabajo. Según datos de Fenalco, se estima que su aporte a la economía nacional es del 2,5%, y ronda los 24.000 millones de dólares en 2019. (Fenalco, 2020), Las ferreterías son un factor social muy importante en la vida de las personas, al igual que las tiendas. Proporcionan insumos y materiales y, como están más cerca, son más baratas (p. 4).

En Ecuador las ideas se tienen clara para mejora el sector ferretero, por lo que estamos atravesando con la emergencia sanitaria:

Las ferreterías, enfrentan nuevos retos para comercializar su producción, por lo que, sin duda, aquellas que son capaces de afrontar desafíos, generando cambios y avanzando hacia lo digital pueden adaptarse al escenario comercial del e-commerce. Este método de compra-venta por internet permite a los gerentes entrar en la nueva era del comercio para que puedan cruzar fronteras, mejorando y agilizando sus procesos y en efecto crecer en el mercado. Todo esto, es parte de la innovación de las empresas, (Rodriguez, et al., 2020, p. 101)

En el Perú según el instituto de El desarrollo económico y empresarial de la Cámara de Comercio de Lima estima que, con base en la contracción de la demanda interna privada, el PIB de este año caerá 3.7% debido al COVID-19. Ante esta nueva situación, las micro y

pequeñas empresas (mypes) serán los más afectados (Economía Verde, 2020) y así mismo señala que:

Las MYPE desempeñan un papel central en el desarrollo de la economía nacional. De acuerdo con datos oficiales, constituyen más del 99% de las unidades empresariales en el Perú, crean alrededor del 85% del total de puestos de trabajo y generan aproximadamente el 40% del producto bruto interno. Consciente de este desafío, el gobierno junto al Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) crearon medidas económicas para apoyar a las mypes, a través de los programas de Reactiva Perú y el Fondo de Apoyo Empresarial a la micro y pequeña empresa (FAE-Mype). La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) flexibilizó el tratamiento de las provisiones que se aplican a los créditos que se otorguen en esos programas. (pág. 2)

Y así mismo en el Perú, existe más de 18,000 puntos de venta de ferreterías a nivel nacional, lo que representa alrededor de 55,000 puestos de trabajo. (Gestión, 2020), el gremio ferretero afirman que están preparados para la apertura controlada bajo todo el protocolo de bioseguridad y así para poder reactivar, la economía de las ferreterías.

El sector ferretero es caracterizado por ser un mercado dedicado a la atención a los clientes, y por ende su objetivo es valorar a sus clientes para ellos se tiene que potenciar a los trabajadores, para tener un trato adecuado, siendo respetuoso, amable y cortés, en las actividades diarias, eso ayuda a incrementar las ventas diarias y fidelizar a los clientes que concurren. (Ferretería y Bricolaje, 2017) menciona que existen una serie de puntos muy concretos que requieren una especial atención. Ello se debe a que son los mayores generadores de problemas o posibles conflictos, como ofrecer una mala imagen de nuestra ferretería, ser mal atendido, que el cliente no encuentre lo que busca, señalización incorrecta, recorridos por dentro de la tienda poco efectivos y aburridos,

falta de comunicación con los clientes, calidad de los productos pobre, estanterías con polvo y desordenadas, etc.

En Huánuco, existen 17,673 Media y Pequeñas Empresas (MYPE), “según un informe de cámara de comercio de la dicha ciudad, que generan el 78% de trabajo en la ciudad, a nivel nacional representa el 1,9% de la economía y la gran parte están basadas” en la Mypes:

De las 17,673 Mypes que existen en Huánuco, 17,040 son micro empresas que tienen menos de diez trabajadores, como son los casos de hospedajes, tiendas comerciales, ferreterías, restaurantes, pequeñas industrias de calzado, entre otras. **"Es positivo el crecimiento económico, el problema es que las mypes no están asociadas, por lo tanto, no reciben beneficios del gobierno central"**, dice Vladimir Santiago Espinoza gerente general de la Cámara de Comercio de Huánuco. (correo, 2014, párrafo 2,4).

Así mismo, en la ciudad de Huánuco, las ferreterías cumplen un rol muy importante para la economía y genera trabajos, sin embargo, para la cámara de comercio de Huánuco (2020) afirma que:

En la actualidad los gerentes de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco no les dan la debida importancia a las decisiones de inversión, en muchas ocasiones toman decisiones de hechos trascendentales, sin conocer los riesgos que esto conlleva, piensan que los objetivos y metas propuestas son inalcanzables o debido al tamaño de la empresa, que no está preparada a afrontar nuevos retos. (pág. 2)

Ante esta situación problemática y las características que presentan las micro y pequeñas empresas en la atención al cliente para la gestión de calidad, se plantea el siguiente problema de la investigación.

¿cuáles son las principales características de la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020?

Y así mismo se planteó el objetivo general: Determinar las principales características de la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020, para obtener el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las características de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020. Identificar las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020. Detallar las características de la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020. Elaborar y proponer la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

La presente investigación se justificó teóricamente porque nos permitió conocer las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020. También se justifica para conocer las características de las micro y pequeñas empresas, los nombres y ubicación del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco.

Una vez más, se ha demostrado que es razonable en la práctica. El trabajo de investigación actual se debe a que se pueden comprender las características de las propuestas para mejorar la atención al cliente para mejorar la gestión de la calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercial-ferretería león en el distrito de Huánuco. Esta investigación también tiene sentido porque permite desarrollar planes de mejora y recomendaciones para la gestión de la calidad de los servicios al cliente

para micro y pequeñas empresas, que se espera implementar en el futuro para mejorar el sector ferretero.

La investigación es metodológicamente sólida y tiene como objetivo resolver el problema de la falta de implementación de la gestión de calidad en el servicio al cliente en el sector empresarial, micro y pequeñas empresas en ferreterías. La misma investigación tiene como objetivo proporcionar información para la comunidad investigadora por parte de estudiantes, profesores y la composición de los empresarios, y pueda servir como antecedentes en sus investigaciones posteriores.

II. Revisión Literaria

2.1 Antecedentes

A Nivel Internacional

Cardenas & Yessid, (2019), en su trabajo de investigación *formulación de acciones de mejora del servicio de atención al cliente aplicando las normas ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015 y el modelo serviqual del banco comercial, sede Bogotá* tiene como **objetivo** Formulación de acciones de mejora en el área de atención al cliente aplicando las normas ISO 9001 E ISO 14000 y modelo de Bonita 7 en el banco Comercial sede Bogotá, que garantice una excelente calidad del servicio y un correcto manejo ambiental en el área de atención al cliente “Call Center” para el bienestar de los usuarios de la entidad financiera, La investigación **metodológica** fue tipo cuantitativo con el nivel de investigación descriptivo, la **muestra** estuvo compuesta de 100 usuarios del Banco Continental de Colombia-sede Bogotá, Las técnicas de recolección de datos utilizada la encuesta, con el instrumento de cuestionario, El autor **concluye** que el trabajo en equipo es un factor importante en las organizaciones, por ello, el Banco Comercial, lo ha demostrado contando con sedes a nivel nacional. Sería un desafío para el servicio de atención al cliente, mejorar sus procesos, tener compromiso, responsabilidad y humanización, mostrarse con un gran potencial de apoyo para la prestación de servicios digitales; el autor **recomienda**, para tener un buen Servicio al cliente deben contar con un mecanismo para mejorar los elementos tangibles, la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, según alcance y metodología Servqual.

Parra & Picay, (2020), en su trabajo de investigación *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador*, tuvo

como **objetivo** analizar la gestión de calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras en Ecuador. La investigación **metodológica** es de tipo desarrolló bajo el paradigma cualitativo el método inductivo fue empleando para realizar la revisión documental-descriptiva llevada a cabo en dos fases, una destinada a la búsqueda de las fuentes primarias y la segunda la realización del análisis de contenido de la información, la muestra estuvo compuesta de 13 estudios que cumplieron con los criterios establecidos. Las **técnicas** de recolección de datos fue la búsqueda, clasificación y posterior análisis de las fuentes primarias y secundarias. El autor **concluye** la labor que llevan a cabo las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) a nivel mundial y particularmente en Ecuador, es de indiscutible relevancia, no solo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también en virtud de su intervención en el desarrollo socio-económico sobre todo de las zonas en donde se ubican.; el autor **recomienda** que todas las MYPES deben practicar lo que la gestión de calidad para poder crecer en la parte de la producción.

Chóez, (2019), en su trabajo de investigación *la calidad de servicio para mejorar la atención al cliente en centros de salud públicos del cantón la libertad, provincia de santa Elena, año 2018*, tiene como **objetivo** de analizar la calidad de servicio para mejorar la atención al cliente en centros de salud públicos del cantón La Libertad, debido a las novedades constantes presentadas por los usuarios sobre la atención brindada. La investigación metodológica es de tipo exploratoria – descriptiva, la muestra estuvo compuesta de 339 usuarios. Las técnicas de recolección de datos de recopilación de información, la observación, entrevista y encuestas. El autor **concluye** que la implementación de las mejoras propuestas se espera que los centros de salud tipo “A” del cantón La Libertad tengan importantes resultados en la calidad de servicio

generado a los clientes los mismos que garanticen bienestar, comodidad, confiabilidad y seguridad; el autor **recomienda** que para tener una mejor gestión y control de los usuarios del servicio es necesario re agendar las citas de acuerdo al tratamiento del paciente generando comodidad al paciente y evitando la aglomeración y tardanza en las citas médicas.

Collantes & Ventimilla, (2016), en su trabajo de investigación “*mejoramiento de un modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente en una empresa de telefonía móvil en la ciudad de Guayaquil*”, tuvo como **objetivo** diseñar un modelo de gestión para la atención al cliente de servicio de telefonía móvil de una empresa de la ciudad de Guayaquil. La investigación **metodológica** es de tipo es mixto, es decir cualitativo – cuantitativo, la **muestra** estuvo compuesta de 150 clientes y 1 gerente. Las técnicas de recolección de datos se utilizó herramientas empíricas de investigación como la observación directa, revisión de encuestas a clientes ya realizados por la empresa y entrevista a un gerente de local de atención al cliente. El autor **concluye** que la fundamentación de la propuesta se establece mediante el ciclo de la mejora, en donde se establece un plan de acción, que es revisado en su ejecución y luego retroalimentadas para evitar debilidades en los procesos; el autor **recomienda** implementar un diseño de un modelo de gestión de la calidad de la atención al servicio al cliente, basado en los ciclos de mejora por cuanto son acciones que necesitan ser continuamente revisadas para que no pierdan alcance.

A Nivel nacional

Kano (2019), en su trabajo de investigación : *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales del distrito de nuevo Chimbote, 2019*, tuvo como **objetivo**

general: Determinar las características en atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales en el distrito de Nuevo Chimbote, 2019; **metodología** de investigación tipo cuantitativo, nivel de investigación descriptivo de diseño no experimental-transversal, **técnica** utilizada la encuesta, con el instrumento de cuestionario de 22 preguntas, muestra 20 micro y pequeñas empresas servicio, rubro hostales del distrito de Nuevo Chimbote, llegando a las siguientes **conclusiones**: La mayoría (40) de representantes tienen entre 31 a 50 años, el 65% son del género masculino, la mayoría relativa (45%) tienen un grado de instrucción de educación básica, el 80% se desempeña como administrador y tienen en el cargo de 0 a 3 años. La mayoría (45%) de Mypes tienen en el rubro de 7 a más años, el 90% tienen de 1 a 5 trabajadores, la mayoría (85%) de empleados son personas ajenas al negocio y el 95% afirman que el objetivo de su creación es generar ganancia. La mayoría (85%) de los representantes si conocen el término Gestión de calidad, la totalidad afirma que la atención al cliente es la técnica moderna de gestión que usan, la totalidad afirma que si se alcanzan los objetivos y metas trazadas gracias a la gestión de calidad, la mayoría (95%) afirma que la gestión de calidad mejora el servicio de la empresa, la totalidad afirma que la atención al cliente es fundamental para que el cliente retorne a la empresa, la mayoría (60%) afirma que la comunicación es la herramienta de calidad que aplican en el servicio, la mayoría (75%) comenta que la atención personalizada es uno de los principales factores para la calidad del servicio, la totalidad nos dice que la atención que brindan es buena, la mitad (50%) afirma que tener clientes satisfechos son los resultados de su atención al cliente, la totalidad afirma que la atención al cliente es factor relevante en la gestión, la totalidad afirma que la atención es un factor relevante para medir la satisfacción del cliente, la mayoría relativa (40%) de los representantes

saben que al aplicar una adecuada gestión en base a la atención al cliente obtendrán muchas ventajas como una buena imagen con respecto a su competencia y la mayoría (90%) utiliza reglamento de la empresa como norma de atención al cliente. **El autor recomienda** seguir capacitación constante a sus colaboradores, implementar e aplicar un plan estratégico en base a puntos fuertes y debilidades de la empresa, teniendo como base los beneficios que se obtienen de una adecuada atención al cliente como la propuesta del presente estudio.

Flores (2020), en su trabajo de investigación. *Atención al cliente como factor relevante para la Gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, Distrito de Huarmey, 2019*, tuvo como **objetivo** general: Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, distrito de Huarmey, 2019; **metodología** de investigación tipo cuantitativo, nivel de investigación descriptivo de diseño no experimental-transversal, **técnica utilizada** la encuesta, con el instrumento de cuestionario de 22 preguntas, muestra 7 micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, distrito de Huarmey, 2019, llegando a las siguientes **conclusiones**: La mayoría de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad, son de género femenino, tienen grado de instrucción no universitario, son los dueños de las empresas, y tienen entre 4 a 6 años en el cargo. La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 a 6 años, tienen entre 1 a 5 trabajadores, tienen a personas no familiares laborando, y se formaron para generar ganancias. La mayoría de los representantes si conocen el termino gestión de calidad, aplican la atención al cliente, tienen poca iniciativa en la implementación de la gestión de calidad, miden el rendimiento del

personal con la técnica de la observación, expresan que la gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa, si conocen el termino atención al cliente, aplican gestión de calidad en el servicio que brindan, expresan que la atención al cliente es importante para que este regrese, utilizan la confianza como herramienta de atención al cliente, expresan que el factor de calidad de servicio es la rapidez en la atención, del mismo modo manifiestan que la atención que brindan es buena, y han logrado como resultados mejorar la satisfacción del cliente. **El autor recomienda**, evidenciado los resultados la mayoría de las micro y pequeñas empresas aplican la atención al cliente, se ve que utilizan la confianza y la rapidez en el servicio.

Trebejo (2019), en su trabajo de investigación. *La atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánico, en el Distrito de Huacho, 2019*, tuvo como **objetivo general**: Determinar las principales características en la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas (MYPE) del sector servicio, rubro metalmecánica en el distrito de Huacho, 2019; **metodología** de investigación tipo cuantitativo, nivel de investigación descriptivo de diseño no experimental-transversal, **técnica utilizada** la encuesta y como instrumento el cuestionario, muestra 18 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica en el distrito de Huacho, 2019, llegando a las siguientes conclusiones: En cuanto a las edades de los representantes se **concluye** más de la mitad tienen una edad promedio entre 31 a 50 años. En cuanto al género se obtuvo que la mayoría son del género masculino. Con relación al grado de Instrucción se obtuvo que cuentan con estudio superior no universitario, en cuanto al cargo que desempeñan los se obtuvo que más de la mitad tienen su propio negocio, en cuanto al tiempo que se vienen

desempeñándose en el cargo tienen de 4 a 6 años. En cuanto al número de empleados las empresas cuentan con un promedio de 6 a 10 trabajadores, en cuanto al objetivo por la que se creó la empresa más de la mitad manifiesta que fue para generar ganancias y con relación al tiempo trabajando en el rubro se obtuvo que tiene de entre 4 a 6 años en el rubro de metalmecánica. En cuanto a que, si las micro y pequeñas empresas conocen el término de Gestión de Calidad manifestaron en su mayoría que no la conocen, con relación al uso de las técnicas de Gestión de Calidad no usan en su mayoría ninguna técnica para mejorar la gestión de calidad, con respecto a las técnicas que aplica para medir el rendimiento de los trabajadores de su empresa, se obtuvo que las micro y pequeñas empresas aplica la técnica de la observación y la técnica de la evaluación, también manifiestan que a veces la gestión de calidad ayudaría a alcanzar los objetivos y metas, una cantidad mayor de los representantes desconocen acerca de la atención al cliente, la mayoría de los representantes tratan de brindar un buen el trato hacia los clientes, la mitad de ellos brinda una buena atención y orientación a los clientes y un porcentaje considerable manifestaron no haber brindado ninguna capacitación. **El autor recomienda**, evidenciado las cifras de los resultados necesita implementar herramientas de gestión de calidad, para que así puedan dar un mejor servicio a los clientes y buscar o trabajar en la fidelización de los clientes. Esto llevaría a que los representantes como sus colaboradores deberán capacitarse en forma continua.

Rodríguez (2019), en su trabajo de investigación. *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de la calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Distrito de Santiago de Chuco, 2019*, 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 MYPEs del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Santiago de Chuco, 2019; **metodología** de investigación tipo cuantitativo, nivel de investigación descriptivo de diseño no experimental-transversal, **técnica** la encuesta y como instrumento el cuestionario, muestra 10 MYPEs del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Santiago de Chuco, 2019, llegando a las siguientes **conclusiones**: De la investigación se concluye que la mayoría de los representantes de las Mypes tienen de 31 a 50 años de edad y son de género femenino, la mayoría relativa tienen estudios superiores universitarios, la mitad tienen más de 7 años desempeñándose en el cargo y la totalidad son dueños de los negocios. Con respecto a las características de las Mypes, se concluye que la mayoría relativa tiene más de 7 años de funcionamiento, la mayoría tiene de 1 a 5 trabajadores, asimismo la mayoría prefiere contratar a personas no familiares y la totalidad desconoce lo que significa REMYPE y por ende tampoco se encuentran registradas en REMYPE. En respuesta al tercer objetivo específico, se concluye: la mayoría conoce sobre el término de gestión de calidad y la técnica que conocen es la atención al cliente, la mayoría manifiesta que sí aplica una técnica de gestión de calidad, asimismo la totalidad considera que la gestión de calidad es importante y que una gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de su empresa. Con respecto a la atención al cliente, la totalidad conoce lo que significa la atención al cliente y lo considera como un factor importante para la gestión de calidad; de igual manera la totalidad considera que la atención al cliente es importante en el crecimiento de su negocio y manifiestan que su negocio ofrece un servicio de calidad; la mayoría relativa manifiesta que con ofrecer un servicio de calidad en atención al cliente les ha permitido lograr el incremento de sus ventas; la mayoría de las Mypes encuestadas utiliza una atención personalizada para ofrecer un servicio de calidad, asimismo la mayoría tiene

un reglamento interno; la mitad considera que al ofrecer un servicio de calidad le permitiría tener más rentabilidad; la totalidad considera que su servicio está orientados a los clientes y cumple con las necesidades de los mismos; la mayoría mide mensualmente la satisfacción de sus clientes, la totalidad considera que tiene clientes fieles; la mayoría no ha recibido capacitación en atención al cliente; la mayoría de los micro empresarios en estudio evalúan a su personal a través de la observación, la mitad motiva a su personal con la flexibilidad de horarios y la totalidad está de acuerdo en acceder a un plan de mejora que les ayude a ofrecer un servicio de calidad. **El autor recomienda** según los resultados la mayoría consideran a la atención al cliente que es de gran importancia para sus empresas, pero hace falta la capacitación permanente a los dueños y sus colaboradores.

Suing (2019), en su trabajo 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 servicios, rubro restaurantes del centro poblado Pacanguilla del Distrito de Pacanga, Provincia de Chepén, 2019*, tuvo como **objetivo** general: Determinar las principales características de la atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Centro Poblado Pacanguilla, Distrito Pacanga, Provincia Chepén, 2019; **metodología** de investigación tipo cuantitativo, nivel de investigación descriptivo de diseño no experimental-transversal, **técnica** la encuesta y como instrumento el cuestionario de 28 preguntas, muestra 20 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Centro Poblado Pacanguilla, Distrito Pacanga, Provincia Chepén 2019, llegando a las siguientes **conclusiones**: La mayoría de los representantes legales de las Mypes del rubro restaurantes (55.5%) tienen una edad que oscila entre 31-50 años, son

de género femenino (70.0%), tienen grado de instrucción educación básica (75.0%), la totalidad (100.0%) de los representantes de las Mypes son dueños de sus negocios y al mismo tiempo asumen funciones de administración, finalmente la mayoría relativa (40.0%) tienen una permanencia en el cargo de 4 a 6 años. La mayoría relativa de los restaurantes (40.0%) en cuanto a los años de funcionamiento en el mercado tienen de 4 a 6 años, la mayoría (95.0%) tienen de 01 a 05 trabajadores en el negocio, la mayoría (90.0%) de las personas que laboran en sus empresas tienen vínculo familiar (familiares) y por último la mayoría de los restaurantes fueron creados con el objetivo de generar ganancias (80.0%). La mayoría de los representantes de las Mypes (65.0%) tienen conocimiento del término gestión de calidad, al mismo tiempo la mayoría (75.0%) afirman conocer la atención al cliente como técnica de gestión de calidad, la mayoría (60.0%) poseen dificultades en sus trabajadores lo que impide la implementación de gestión de calidad, éstos tienen poca iniciativa, la mayoría (90.0%) conocen como técnica para medir el rendimiento del personal a través de la observación, la totalidad (100.0%) de las Mypes contribuyen a mejorar el rendimiento del negocio a través de la gestión de la calidad, del mismo modo la totalidad (100.0%) consideran que la gestión de calidad sí ayuda alcanzar los objetivos y metas de la empresa. La mayoría (85.0%) conocen el término de atención al cliente, a la vez la mayoría (60.0%) aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, la totalidad de los representantes de las Mypes (100.0%) creen fundamental la atención al cliente para que éste regrese al establecimiento, la mayoría (55.0%) utilizan la comunicación como herramienta para obtener un servicio de calidad, la mitad de las Mypes (50.0%) ofrecen atención personalizada como principal factor para brindar un servicio de calidad, la mayoría (80.0%) de los restaurantes brindan una buena atención al cliente, la mayoría relativa (35.0%) han obtenido incremento en las ventas como resultado de haber

brindado una buena atención al cliente, la totalidad (100.0%) consideran la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad, del mismo modo la totalidad (100.0%) de los representantes de las Mypes consideran que la atención al cliente es un factor relevante para mejorar los niveles de satisfacción en el cliente, la mayoría relativa (45.0%) a través de la amabilidad han mejorado la atención al cliente, la mayoría relativa (45.0%) han mejorado la calidad del producto y/o servicio siendo éste una estrategia que utilizan para la satisfacción de las necesidades del cliente, la mayoría (55.0%) han logrado la rentabilidad como ventaja de brindar una buena atención al cliente y por último la mayoría (55.0%) utilizan dentro de su empresa como normas para mejorar la atención al cliente, la ley de protección al consumidor. **El autor recomienda** según los resultados la mayoría de las MYPEs aplican la gestión de calidad priorizando la atención al cliente, pero necesitan implementar y aplicar planes de mejora como la presente investigación.

A Nivel Local

Balbin (2017), en su trabajo de investigación. *Diseño de un sistema de gestión de calidad basado en el ISO 9001:2015, para la empresa INDUGA FELIX E.I.R.L-Huánuco 2017*, el presente tesis tuvo como **objetivo** general: diseñar un sistema de gestión de calidad para la empresa INDUGA FELIX E.I.R.L HUANUCO; **metodología** de investigación tipo aplicada, nivel de investigación descriptivo de diseño no experimental, **técnica** la encuesta observación como instrumento cuestionario y entrevista, muestra está constituida por todos los procesos bajo el alcance de la NORMA ISO 9001:2015 de la empresa INDUGA FELIX, se **concluyó**: Se realizó el diagnóstico del estado actual de la empresa INDUGA FELIX bajo el alcance de la norma ISO 9001:2015, haciendo uso de la lista de chequeo, el cual mostro que la

empresa no tiene documentado sus procedimientos y no cuenta con un manual de calidad. El análisis de resultados del diagnóstico de la organización evidenció que el nivel de cumplimiento correspondiente a los ítems de la norma ISO 9001:2015 fue de 7% lo que refleja la deficiencia e inexistencia del sistema de gestión de calidad, dicha información permitirá a la empresa conocer los puntos críticos de incumplimiento de la norma de calidad. Evidenciando la importancia de realizar un diseño de un sistema de gestión de este tipo. Se desarrolló la documentación necesaria del sistema de gestión de calidad para la empresa INDUGA FELIX, facilitando así la información respecto a los procedimientos, registros de trabajo y manual de calidad, lo que permitirá dejar una base para la implementación del sistema de calidad y así estandarizar actividades, realizar el control y seguimiento a los procesos existentes y de esta manera generar una mejora general de todos los procesos, y del cumplimiento de los requisitos de la norma.

El autor recomienda implementar el diseño de gestión de calidad permitirá a la empresa conocer los puntos críticos de incumplimiento de la norma de calidad y su importancia de realizar un diseño de un sistema de gestión de este tipo.

Palomino (2018), en su trabajo de investigación. *Diseño de un sistema de gestión de calidad en consultoría "CARRANZA" E.I.R.L. para la mejora del desempeño en sus procesos bajo los requisitos de la norma ISO 9001:2015.* el presente tesis tuvo como objetivo general: Diseñar el sistema de Gestión de la Calidad para Consultoría CARRANZA E.I.R.L. según la norma ISO 9001:2015 para mejorar la calidad en sus procesos; **metodología** de investigación tipo aplicada, nivel de investigación descriptivo de diseño no experimental-transversal, **técnica** observación como instrumento lista de verificación e indicadores, muestra está constituida por todos los procesos de Consultoría Carranza E.I.R.L. bajo el alcance de la norma ISO

9001:2015, se concluyó: Se elaboraron 15 procedimientos, 19 se actualizaron; se elaboraron 14 formatos, 27 se actualizaron; se elaboró el Manual del Sistema de Gestión de Calidad y se actualizó el Manual de Organizaciones y Funciones. Documentos que formaran parte de la información documentada del Sistema de Gestión de la Calidad.

En el diagnóstico inicial se realizó con la Lista de Verificación de ISO 9001: 2015 lo cual se llegó a la **conclusión** que la empresa cumplía solo con el 30% del total de los ítems a evaluar, además de ello que algunos procedimientos no sabían la existencia ya que no lo tenían implementado; lo que refleja la deficiencia e inexistencia del sistema de gestión de calidad, dicha información permitirá a la empresa conocer los puntos críticos de incumplimiento de la norma de calidad. Evidenciando la importancia de realizar un diseño de un sistema de gestión de este tipo. Se determinaron los procedimientos y formatos a utilizar en la etapa de Planificación lo cual comprende: La Planificación de los objetivos y Programas; Acciones para abordar riesgos y oportunidades, manual de Organizaciones y Funciones, entre otros. Se determinaron los procedimientos y formatos a elaborar del proceso del área de Operación de la empresa que comprende: Área de Proyecto y Área Técnica Administrativa. **El autor recomienda** el Sistema de Gestión de la Calidad debe implementa a través de la norma ISO 9001:2015 brindará a la empresa un soporte eficaz y eficiente para cumplir con los objetivos planteados, desde identificar los requisitos de los clientes hasta la satisfacción de sus necesidades.

Victorio & Riveros (2016), en su trabajo de investigación. *Impacto en la atención al cliente, con la implementación de la red social Facebook en el recreo turístico la Perricholi, Huánuco, 2016*, el presente investigación tuvo como **objetivo** general: Determinar el impacto en las ventas del Recreo Turístico “La Perricholi”, con la

implementación de un portal web y el uso de la red social Facebook; **metodología** de investigación tipo aplicada, nivel de investigación descriptivo-explicativo de diseño cuasi experimental- transversal, **técnica** encuesta como el instrumento cuestionario dirigido a los trabajadores y clientes del recreo turístico “La Perricholi”, **se concluyó:** El Recreo Turístico “La Perricholi”, no dispone de personal técnico calificado en publicidad digital, para fines de aplicación en la red social del Facebook. El Recreo Turístico “La Perricholi”, si dispone de equipo de cómputo suficiente, así como con el acceso al Internet para crear e implementar una cuenta empresarial en la red social del Facebook. Se ha logrado implementar una cuenta empresarial en la red social del Facebook, cuya dirección es Facebook/Recreo La Perricholi, para los fines de comunicación y publicidad con los clientes y el público usuario en general. El Recreo Turístico “La Perricholi”, realizaba su publicidad mediante los medios tradicionales, como los folletos impresos, anuncios emisoras radiales y anuncios en carteles. Luego con el desarrollo del presente trabajo de investigación, se posibilitó realizar la comunicación y publicidad mediante la red social del Facebook en el Internet, cuyo alcance es en todo el mundo. **El autor recomienda** las redes sociales uno de ellos el Facebook en la actualidad se convierte el medio de comunicación y publicidad con mayor acogida con los clientes.

Falcon (2017), en su trabajo de investigación: *Implementación de un sistema web de gestión de ventas para mejorar la calidad de atención al cliente en la librería el dorado Huánuco 2017*, el presente trabajo tuvo como **objetivo general:** Implementar un sistema web de gestión de ventas, para mejorar la calidad de atención al cliente en la librería el Dorado; **metodología** de investigación tipo aplicada, diseño cuasi experimental, **técnica** encuesta, observación como el instrumento pruebas del sistema

web de gestión de ventas, tales como las compilaciones del software al iniciar, la conexión de la base de datos, el diseño de la interfaz y el manejo de funciones al activarlos, llegando a las siguientes **conclusiones:** Se obtuvieron todos los requerimientos necesarios siendo los más principales: gestión de compras, gestión de almacén, gestión de ventas, seguridad y reportes, los cuales fueron analizados de manera permanente ya que son principales, para el desarrollo del sistema web de gestión de ventas de acuerdo a la conformidad de la Librería el Dorado. Podemos rescatar que al utilizar el modelamiento del sistema en Workbench y el Gestor de base de datos de MYSQL se obtuvo un rendimiento adecuado para el tipo de negocio. En cuanto a hardware se usó un servicio en la nube para alojar el sistema web. se expone que se utilizaron el framework Bootstrap y JQuery, para facilitar el entorno del diseño. Laravel que es un potente y extensible framework de PHP de lado del cliente. En cuanto a la metodología se usó RUP, que es completa y extensa que abarca el desarrollo del software, que satisfaga las necesidades de los usuarios, a través de un desarrollo interactivo. **El autor recomienda** la implementación de un sistema web de gestión de ventas realizar auditorías periódicamente al sistema de ventas para evitar la redundancia, la integridad y usuarios no válidos por lo tanto para salvaguardar la seguridad de los datos.

Caqui (2017), en su trabajo de investigación. *Propuesta para implementar un sistema de gestión de la calidad en la Cámara de Comercio e Industrias de Huánuco 2016*, el presente trabajo tuvo como **objetivo general:** Describir y diseñar un sistema de gestión de calidad que permita a la Cámara de Comercio e Industrias de Huánuco desarrollar sus productos y servicios con eficiencia y rentabilidad social y económica; **metodología** de investigación tipo aplicada, nivel de investigación descriptiva, diseño no

experimental- transversal, **técnica** encuesta, observación como el instrumento unidad de análisis estará constituida por la Cámara de Comercio e Industrias Huánuco, para obtener como producto un sistema de calidad, llegando a la siguiente llegando a las siguientes **conclusiones:** La Cámara de Comercio e Industrias de Huánuco, es una institución sin fines de lucro que brinda servicios con fines sociales y económicos, los mismos que requieren ser estandarizados para ser eficientes y lograr beneficiar a su público objetivo. El diseño de sus sistemas de gestión de la calidad se ha elaborado en base a la estructura orgánica actual con la cuenta, integrando los recursos y responsabilidades en cada una de los servicios que vaya ser producidos. Los sistemas de gestión de la calidad desarrollados incluyen elementos de entrada y salida de recursos. Procesos que han sido determinados por la práctica y han sido validados para efectos de este diseño de calidad. El financiamiento de la implementación de este sistema de la calidad será asumido íntegramente con recursos de la Cámara de Comercio e Industrias de Huánuco, institución interesada en desarrollarlo para garantizar la eficiencia en la prestación del servicio con fines sociales y económicos. La Cámara de Comercio con 93 años de vida institucional ha desarrollado una estructura orgánica que le permite cumplir con sus fines estatutarios diseñando los servicios en base a las áreas operativas que se describen en su estructura. El cronograma de actividades propuesto para la implementación del sistema de gestión de la calidad esta función al requerimiento inmediato de la institución. **Recomienda el autor** la Cámara de Comercio e Industrias de Huánuco, debe implementar el cronograma de actividades y asumir el financiamiento del sistema de gestión de calidad elaborado para que inmediatamente las áreas puedan aplicarlos y cumplir con los objetivos propuestos.

2.2. Bases teóricas

Micro y pequeñas empresas

Definición

Bernardo, (2016) de acuerdo al artículo 4 de la ley de Mype el concepto de las micros y pequeñas empresas es:

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. (pág. 128)

Importancia de las mypes en el Perú

En el Perú las mypes juegan un papel importante en la economía y en el empleo:

Las micro y pequeñas empresas en Perú son componente muy importante del motor de nuestra economía. A nivel nacional, las MYPES brindan empleo al 80% de la población económicamente activa y generan cerca del 40% del Producto Bruto Interno (PBI). Es indudable que las MYPES abarcan varios aspectos importantes de la economía de nuestro país, entre los más importantes cabe mencionar su contribución a la generación de empleo, que si bien es cierto muchas veces no lo genera en condiciones adecuadas de realización personal, contribuye de forma creciente en aliviar el alto índice de desempleo que sufre nuestro país. (Bernardo Sánchez, 2016, p. 128)

GESTIÓN DE CALIDAD

Existen diferentes conceptos de gestión de calidad como:

La gestión de calidad fue evolucionando durante los últimos años, cambiando de concepto y perspectiva, no solo en el producto o servicio sino también en los departamentos de una organización. (Chacón & Rugel, 2018) mencionan:

La calidad total y la cultura del mejoramiento continuo son metas organizacionales que permiten brindar una mayor satisfacción al usuario de un servicio o sistema, en el marco de sus políticas organizacionales. La implantación de un Modelo de Calidad tiene un papel transformador otorgando un valor agregado al servicio, con su impacto en la eficiencia organizacional, mejoramiento continuo, control o reingeniería de procesos y optimización de recursos, aumento del desempeño y productividad. (pág. 1)

También Burckhardt et al., (2015) afirma “La gestión de la calidad no es un elemento rígido, es por esto que necesita de una constante renovación y así satisfacer las nuevas necesidades de las organizaciones y sus clientes.” (pág. 11)

Por otro lado, Chicana (2017) dice: “La gestión de calidad es una de las herramientas que permiten a las organizaciones planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las organizaciones”.

Igual manera, Saavedra (2018) afirma: “La gestión de calidad total está orientada a crear nuevos conocimientos de calidad en todos los procesos que utilizan las micro y pequeñas empresas que vienen implementando en todos los sectores: manufactura, educación, el gobierno y las industrias de servicios”.

Importancia de la calidad

Nebrera, (2011), afirma: “En la actualidad, los clientes demandan productos de calidad, y dado que existe una gran oferta, podrán elegir aquellos productos que más les satisfagan. Los

fabricantes, ante la escasez de su demanda particular, buscan diferenciar sus productos de los de la competencia”.

En un principio, los fabricantes no necesitaban diferenciarse, ya que los clientes compraban lo que les diesen, pero esta situación acabó pronto. Posteriormente los fabricantes buscaron diferenciarse mediante el precio, ya que pensaban que el cliente compraría siempre el producto más barato. (pág. 6)

Asimismo, Carro & Gonzales, (2018), menciona que la calidad afecta a una empresa de cuatro maneras:

1) Costos y participación del mercado: las mejoras en calidad llevan a una mayor participación en el mercado y ahorros en los costos por disminución de fallas, reprocesos y garantías por devoluciones.

2) Prestigio de la Organización: la calidad surgirá por las percepciones que los clientes tengan sobre los nuevos productos de la empresa y también por las prácticas de los empleados y relaciones con los proveedores.

3) Responsabilidad por los productos: las organizaciones que diseñan y elaboran productos o servicios defectuosos pueden ser responsabilizadas por daños o lesiones que resulten de su uso. Esto lleva a grandes gastos legales, costosos arreglos o pérdidas y una publicidad que no evita el fracaso de la organización entera.

4) Implicaciones internacionales: en este momento de globalización, la calidad es un asunto internacional. Tanto para una compañía como para un país. En la competencia efectiva dentro de la economía global, sus productos deben cumplir con las expectativas de calidad y precio. (pág. 4-5)

De igual forma, León (2015) afirma: en estos tiempos es muy importante cumplir los estándares de gestión de calidad, para poder competir en el mercado, hoy en día el mercado su exigencia,

es más; por ende, se debe buscar la mejora continua, satisfacción a los usuarios y los más importante realizar el control de procesos para que puedan estandarizar bienes y servicios.

Principios de gestión de calidad

Según, El Comité Técnico ISO/TC, (2015), la Norma Internacional (NI) está basado en los principios de la gestión de calidad que está escrito en la norma ISO 900. Está basado en descripción de principios, porque es muy importante para las organizaciones para desarrollar las mejoras del desempeño de las empresas aplicando cada principio.

Los principios de la gestión de la calidad son:

- **Enfoque al Cliente**, es el enfoque más principal de la gestión de calidad, consiste en satisfacer las necesidades de los clientes, incluyendo también las expectativas.
- **Liderazgo**, es la capacidad de una persona, organización y sociedad para orientar la conducta de los demás en un sentido deseado en una organización.
- **Compromiso de las Personas**, se refiere al compromiso de las personas con la organización y trata de analizar la competencia, facultades e implicación del personal.
- **Enfoque a Procesos**, este principio busca implantar una filosofía en la estructuración, que permita la identificación de todos los procesos incluidos en el Sistema de Gestión de la Calidad.
- **Mejora**, cada organización debe considerar todos los resultados conseguidos para analizar y llegara a una evaluación, y poder determinar si existe necesidades y oportunidades en las organizaciones.
- **Toma de Decisiones Basada en la Evidencia**, tienen como finalidad la mejora de la satisfacción del cliente.

- **Gestión de las Relaciones**, es el enfoque principal para la gestión de calidad, es satisfacer las necesidades de los clientes y cubrir las expectativas de la organización.
(pág. 3)

ISO 9000, La gestión de la calidad se refiere a las acciones bien organizadas que deben guiar y supervisar la calidad de una organización y/o empresa.

En su libro Organización de la producción y Gestión de la Operación, Cuatrecasas (2012) afirma que la Gestión Total de la Calidad afecta a muchos departamentos de una empresa, implicando todo el recurso humano y dirigida por la alta dirección. Del mismo modo, la calidad se utiliza en la planificación y diseño de los productos y servicios, lo que da lugar a una nueva forma de gestionar una empresa. En otras palabras, establece que la calidad es un coste, lo que permite la reducción o la mejora de sus beneficios.

Por otra parte, Ortiz (2011) Estos sistemas de gestión de la calidad se definen como normas estandarizadas que buscan relacionarse entre sí y que cumplen con los requisitos de calidad que la organización solicita para satisfacer a sus clientes a través de la mejora continua que debe realizarse de forma sistemática y ordenada.

Norma ISO 9000 define de los principales principios de gestión de la calidad, en la cual se han podido identificar ocho principios, los cuales la alta dirección utiliza, con la única finalidad a la entidad hacia altos índices de progreso en el desempeño.

Enfoque al cliente: toda organización depende de los clientes por ende deben analizar las necesidades actuales y futuras de los usuarios, para que puedan satisfacer los requerimientos de los clientes, y así lograr satisfacer las expectativas de los clientes.

Liderazgo: los líderes son muy importante en una organización tienen propósitos de establecer y orientar en una empresa. Los líderes deberían organizar, crear y mantener

un ambiente interno, los personales que laboran en la organización deben involucrarse totalmente para poder lograr los objetivos de la organización.

Participación del personal: los trabajadores, de todas las ramas, es la esencia de una empresa, es muy importante que tenga un compromiso para que utilicen sus habilidades para el beneficio de la organización.

Enfoque basado en procesos: el resultado que desean de tener todas las organizaciones para que alcancen eficientemente, cuando realizan sus actividades gestionando como un proceso.

Enfoque de sistema para la gestión: es identificar para entender y poder gestionar los procesos, este contribuye a la eficiencia y eficacia de una empresa para poder lograr sus metas.

Mejora continua: el kaizen es lo más importante para el desempeño global de la empresa, debe ser eficiente y permanente en la mejora continua.

Enfoque basado en hechos para la toma de decisión: Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.

Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

Estos son los ocho principios son los más fundamentales para la gestión de calidad en una empresa.

Calidad

Rubio (2016) afirma, la gestión funciona con el apoyo de intermedio de las personas, apoyándose en integrantes de trabajo para poder llegar las metas y tener buenos resultados. “Se relaciona estrechamente con la naturaleza cambiante que se

pueden producir en la empresa, se utilizan todos los elementos para responder a dichos cambios, en beneficio de sus clientes internos y externos”.

Por otro lado, Rhea (2015) define, que la calidad surge una sensación positiva, llega a transmitir una idea concreta y buena, trases decir, la idea de excelencia. “Representa una forma de hacer bien las cosas en las que fundamentalmente, predomina la preocupación por satisfacer al cliente y por mejorar día a día, los procesos y resultados”.

Beneficios Internos y externos para implementar un sistema de Gestión de Calidad

Internos

- Tiene un enfoque guiado al cliente con una dirección cerca de todo el progreso de la empresa.
- Tiene buena función en la gestión con condición y bueno toma de decisiones.
- Manifestar con responsabilidad, criterio y con autoridad teniendo en claro la definición de la estructura orgánica.
- Perfeccionar para brindar una adecuada condición para el trabajo y así mejorar la eficiencia de los colaboradores de la empresa.
- Comunicar de acuerdo al diagnóstico y antecedentes en forma circunstancial.
- Disminuir los costos por fracaso (salvo que sean devoluciones, cambios, etc.).
- Disponer un crecimiento progresivo de todas las maneras posibles para que la empresa trabaja colectivamente.

Externos

- Brindar confianza hacia los usuarios al momento que obtenga sus productos de acuerdo que lo requiera, lo cual conlleva a una satisfacción plena.
- Perfeccionar en tema de la publicidad para lograr una presentación buena y llegar de la mejor forma a los clientes y así mejorar la relación de las empresas.

- Brindarles confianza a los usuarios con los productos y servicios presentados por la empresa, y cumplir con los reglamentos establecidos por la organización.

Planificación, diseño y desarrollo de productos y procesos

Esta fase se basa en planificar, diseñar y desarrollar los productos en función de los procesos enfocados en los consumidores para lograr su satisfacción mediante el desarrollo de actividades de calidad. Según Cuatrecasas (2012) asegura lo siguiente:

Los productos, procesos y medios de producción deberán planificarse basándose en la calidad asegurada y competitiva. Ello supondrá que los productos o servicios a obtener deberán concebirse, diseñarse y desarrollarse en relación a la máxima satisfacción de los consumidores y eligiendo los diseños y los procesos para su producción de forma que se obtenga la calidad deseada al mismo coste. Presentando las siguientes fases como: fase de planificación de productos y servicios, fase de diseño de productos y sus procesos y fases de realización de la producción (p, 581 – 583).

Calidad de producto

En primer lugar, un apunte, cuando hablemos sobre un producto, nos estamos refiriendo a un producto y/o servicio, ya que el servicio se puede entender como tal. Además, últimamente la separación entre producto y servicio es cada vez más difusa, ya que a los típicos productos se les añaden cada vez más servicios, y a los típicos servicios se les añaden cada vez más productos. Teniendo claro esto, pasemos a la definición de calidad. (Herrera, 2011, pp. 8)

ATENCIÓN AL CLIENTE

Según Domínguez (2014) sostiene que la “atención al cliente es el centro neurálgico de la unidad formativa: analizamos al cliente, sus características socio-

demográficas, psicosociales, preferencias, procesos de compra de los bienes y servicios que demanda y la atención comercial que debe recibir de manera óptima” (p. 7).

Por otra parte, Díaz (2014) afirma, que los clientes es lo más importante en cualquier actividad económica, por ende, sin ellos ni habría ningún tipo de venta. Podemos decir, a los clientes no lo podemos ver como una definición, sino debemos tomarlo como un destinatario de los productos y servicios. “Un cliente es una persona o empresa que adquiere un producto o servicio para sí o para otras personas de forma voluntaria”.

Y así mismo, Da silva (2018), define, que la atención a los usuarios en la organización que brinda a sus usuarios en el momento de venderlo un producto o servicio, y así satisfacer las necesidades, “reclamos o pedidos y de venderle un producto o servicio. Algunos de los factores que influyen directamente en la calidad de servicio al cliente” son:

- **Amabilidad:** Los clientes esperan que los empleados de la empresa sean felices y serviciales. Cuando te saludan con una sonrisa sincera y te demuestran que están interesados en ayudarte, te sentirás muy cómodo.
- **Atención personalizada:** El servicio de atención personalizada tiene en cuenta los gustos, preferencias y necesidades especiales de cada cliente. Por ejemplo, considerar las necesidades y gustos de los clientes a la hora de diseñar productos.
- **Rapidez en la atención:** Está relacionada con la rapidez con la que la empresa intenta aclarar las inquietudes de los clientes, aceptar sus pedidos, entregar los productos y resolver las incidencias que puedan surgir.
- **Ambiente agradable:** Un espacio confortable que permita al cliente sentirse cómodo. Se debe considerar la decoración, el ambiente musical y la correcta iluminación.

- **Estrategias de servicio al usuario**

Las estrategias de servicio al cliente son diseñadas de acuerdo a los objetivos y valores de la empresa, los cuales se aplicarán en los procesos de atención al cliente.

1. Liderazgo de la alta gerencia: Es la base de la cadena, capaz de iniciar cambios y mejoras, teniendo en cuenta la visión corporativa, y sirviendo como eje fundamental de la organización.

2. La calidad interna impulsa la satisfacción de los empleados: Lo importante es motivar a los clientes internos (trabajadores), satisfacer sus propias necesidades, motivarlos y brindarles una remuneración digna.

3. La satisfacción de los empleados impulsa su lealtad: Si los empleados están motivados, aumentará su sentido de responsabilidad y eficiencia, lo que ayudará a aumentar la productividad.

4.-La lealtad de los empleados impulsa la productividad: El empleado brindará un mayor valor por los servicios que brinda porque se sentirá identificado con la empresa. Esto sucederá siempre que exista una buena comunicación interna dentro de la organización.

5. La productividad de los empleados impulsa el valor del servicio: Si un cliente piensa que el servicio que recibe es de alta calidad y se considera el mejor servicio que ha recibido, quedará satisfecho. (Ayuso y Rodríguez, 2016, p.35)

Tipos de clientes

Tarodo, (2014) afirma que en "Los clientes de cada negocio, empresa u organización son indispensables. Esto es esencial para la efectividad del negocio en el mercado. Los beneficios que brindan los empleados han sido cuidadosamente

diseñados para que puedan retener clientes y continuar comprándonos durante muchos años. "Sin embargo, los clientes no siempre son amigables con la empresa o los empleados. Hay diferentes tipos de clientes. Nuestros clientes son clasificados como buenos clientes por sus actitudes. Suelen ser pacientes, amables y respetuosos; pero también tenemos algunos clientes por Se clasifican como malos clientes debido a sus actitudes negativas. A menudo son mimados, quisquillosos e irrespetuosos porque quieren recibir atención rápida. (Pág. 165)

Existen cuatro tipos de cliente:

Cliente difícil: Es un tipo de "cliente que se caracteriza por ser exigente y difícil ya que nunca queda satisfecho y siempre está protestando. Además, se cree que siempre tiene la razón, nadie debe contradecirle y su carácter, en ocasiones, suele ser dominador, agresivo y prepotente". Para tratar a este tipo de cliente, debemos tener mucha paciencia y mantener la calma, no cayendo en sus provocaciones y evitando discutir con él (Tarado, 2014, p. 165).

Cliente complaciente: Es un tipo de "cliente que se caracteriza por ser amable, simpático, cortés y, a veces, hablador. Para tratar con este tipo de clientes debemos ser amables y amigables con él. Pero manteniendo continuamente cierta distancia para no darle demasiada confianza". (Tarado, 2014, p. 165).

Cliente retraído: Es un tipo de clientes se caracterizan por ser tímidos, introvertidos, tranquilos, inseguros e indecisos. Suelen tener problemas a la hora de decidirse a comprar, por lo que hay que darles tiempo para que se decidan por el producto, por lo que no se les debe interrumpir ni presionar. (Tarado, 2014, p. 166).

Cliente inquieto: Es un tipo de cliente se caracteriza es muy impaciente, siempre está de prisa y quiere entrar al negocio rápidamente. “Además, este tipo de clientes quieren una atención rápida, sin importar que haya otros clientes que hayan llegado antes que él, por lo que se pone nerviosos cuando le hace esperar”. (Tarodo, 2014, p. 166).

Como nos indica Tarodo existen diferentes tipos de clientes por lo tanto hay que estar capacitados para brindar una buena atención, hay que ser cordiales, amables, pacientes, generar confianza, brindar información clara y sobre todo ser educados para evitar ocasionar malestar en los clientes porque al fin y al cabo pueden elegir realizar sus compras en otra empresa.

Yamakawa (2013) define las reglas de atención al cliente:

- Recibir con un cordial saludo al cliente que ingresa.
- Mantener un comportamiento amable e interactuar con los clientes de forma amable.
- El empleado debe identificarse siempre con el cliente.
- Se deben hacer preguntas sencillas a los clientes para determinar sus necesidades.
Se deberá tener un lenguaje corporal preciso, en la cual muestre respeto al cliente.
- Se deberá tener en cuenta y saber identificar en qué momento se tratará de tú o de usted al cliente, pero al inicio de la presentación siempre será de usted.

Las normas expuestas anteriormente permitirán a Mypes recibir apoyo por los procesos de cortesía y asistencia que proporcionan a los clientes, permitiéndoles mejorar con el tiempo. Del mismo modo, el microempresario podrá ver si hay deficiencias en el servicio al cliente prestado por sus empleados. A continuación, para poder formarlos adecuadamente y mejorar la atención.

Fernández (2014) define cinco estrategias que permitirán “fidelizar a los clientes, estas son: Programa de fidelización para aquellos clientes le gusta que le recompensen por realizar una compra y sin duda, el programa de puntos, es una de las estrategias para fidelizar a tus clientes que mejor funcionan. Si tus márgenes de venta frente como regalo o una sorpresa, estarás de suerte, ya que estas taticas son infalibles para que el cliente repita en la compra”. Esta estrategia es lógica; les sorprenderá con un regalo inesperado, obteniendo una respuesta positiva, y le compensará su gratitud haciendo una compra para su próxima compra. Por último, hay que poner en marcha los bonos generales. Las diversas redes sociales proporcionan una mejor manera de desarrollar relaciones cercanas con nuestros clientes que darán lugar a nuevos clientes. Otra cosa a tener en cuenta es ofrecer descuentos. Un análisis de los márgenes de la empresa, y de si son o no viables, debe tenerse en cuenta para esta estrategia. Esta estrategia es sencilla, ya que implica ofrecer y/o hacer descuentos como ofertas a los clientes fieles para animarlos a hacer otra compra y mantener una actitud positiva.

El microempresario debe siempre considerar estas estrategias para que el cliente no opte por la competencia. Para ello, debe conocer primero a sus clientes y luego proponer una estrategia única para cada uno de ellos para mantenerlos fieles y convertirlos en promotores de nuestra empresa, maximizando nuestros beneficios. **MARCO**

CONCEPTUAL

MYPE: 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.

La Gestión de Calidad: es una de las herramientas que permiten a las organizaciones planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las organizaciones.

Liderazgo: es la capacidad de una persona, organización y sociedad para orientar la conducta de los demás en un sentido deseado en una organización.

Mejora: La empresa tiene que considerar todos los resultados del análisis y la evaluación, además de la revisión por parte de la dirección. Se tiene que determinar si existen necesidades y oportunidades.

ISO 9000, La gestión de la calidad se refiere a las acciones bien organizadas que deben guiar y supervisar la calidad de una organización y/o empresa.

La Atención al Cliente: es el servicio que una empresa brinda a sus clientes al momento de venderle un producto o servicio atender sus inquietudes, reclamos o pedidos y de venderle un producto o servicio. Algunos de los factores que influyen directamente en la calidad de servicio al cliente.

Amabilidad: el cliente espera un trato agradable y servicial por parte de los empleados de un establecimiento. Se sentirá muy a gusto cuando le saluden con sonrisa sincera y le demuestren que están interesados en ayudarlo.

III. Hipótesis

El presente trabajo de “Propuesta de Mejora en la Atención al Cliente Para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Ferreterías del Distrito de Huánuco - 2020”, no se planteó la hipótesis, porque fue una investigación de tipo descriptiva. (Fidias,2012)

IV. Metodología

4.1. Diseño de la Investigación

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó el diseño de investigación, no experimental-Transversal-Descriptivo. (Hernández Sampieri et al., 2010, pág. 176)

Fue No experimental, porque se realizó sin manipular la variable en estudio, es decir, se observará a la variable Atención al cliente para la Gestión de calidad.

Fue transversal, porque el estudio se realizó en un espacio de tiempo específico, el cual cuenta con un inicio y un fin.

Es descriptivo, porque el estudio estuvo basado en las características de propuesta de mejora en la atención al cliente para la Gestión de calidad.

4.2. Población y Muestra

Población

Para la investigación se utilizó 16 micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020. La cual se ha conseguido la información en el ministerio de trabajo de la ciudad de Huánuco.

Conjunto o la totalidad de un grupo de elementos, casos u objetos que se quiere investigar. (Ríos, 2017, pág. 89)

Muestra

Ríos, (2017) afirma que es “subconjunto representativo de la población. Se asume que los resultados encontrados en la muestra son válidos para la población.” (pp.89)

Se escogió una muestra de 8 micros y pequeñas empresas, representando el 50% de las mype dedicadas al sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Huánuco, debido a que algunos representantes se negaron a brindar

información y también porque algunas ferreterías se encontraron cerradas en los días de encuesta por la cuarentena dictada por el gobierno.

Muestra No probabilístico

La muestra fue no probabilístico o también llamado censal por que se tomó 50% para la muestra debido a que algunos representantes se negaron a brindar información:

“Aquí el procedimiento no es mecánico ni con base en fórmulas depende de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación”.(Hernández Sampieri et al., 2010, pág. 176)

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

	Definición de variable	Dimensión	Indicadores	Medición
Características de los representantes de la micro y pequeña empresas	Son las personas que dirigen o son los encargados de las empresas encuestadas	Edad	<ul style="list-style-type: none"> a. 18 a 30 años b. 30 a 40 años c. 40 a más años 	Razón
		Genero	<ul style="list-style-type: none"> a. Masculino b. Femenina 	Nominal
		Grado de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> a. Sin instrucción b. Educación básica c. Superior no universitario d. Superior universitario 	Ordinal
		Cargo que desempeña	<ul style="list-style-type: none"> a. Dueño b. Administrador 	Nominal
		Tiempo que desempeña en el cargo	<ul style="list-style-type: none"> a. De 0 a 3 años b. De 3 a 6 años c. De 6 a más años 	Razón

	Definición de variable	Dimensión	Indicadores	Medición
Características de las micro y pequeñas empresas.	Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o Gestión empresarial, contemplada en la legislación vigente	Tiempo de permanencia en el rubro	<ul style="list-style-type: none"> a. De 0 a 3 años b. De 3 a 6 años c. De 6 a más años 	Razón
		Número de trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> a. De 1 a 5 trabajadores b. De 5 a 8 trabajadores c. De 8 a más trabajadores 	Razón
		Personas que trabajan en su empresa	<ul style="list-style-type: none"> a. Familiares b. No familiares 	Nominal
		Objetivos de creación	<ul style="list-style-type: none"> a. Generar ganancias b. Subsistencia 	Nominal

Variable	Definición de variable	Dimensión	Indicadores	Medición
Características de la atención al cliente para la gestión de calidad	la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco, se enfoca en la restructuración de actividades, con la consiga de realizar mejores servicios a los clientes.	Conocimiento del termino de gestión de calidad	a. Si b. Si tengo cierto conocimiento c. No	Nominal
		Técnicas de gestión de calidad que conoce	a. Marketing b. Outsorcing c. Atención al cliente d. Ninguno	Nominal
		Dificultades para implementar la gestión de calidad	a. Sin iniciativa b. Aprendizaje lento c. Desconocimiento de puesto d. Otros	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal que conozca	a. Observación b. Evaluación c. Por metas d. Otros	Nominal
		La gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento del negocio	a. Si b. A veces c. No	Nominal

Continua....

Variable	Definición de variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Características de la atención al cliente para la gestión de calidad	la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco, se enfoca en la restructuración de actividades, con la consiga de realizar mejores servicios a los clientes.	La gestión de calidad ayudada a trasladar metas y objetivos trazados por su empresa	a. Si b. A veces c. No	Nominal
		Tiene conocimiento del termino atención al cliente	a. Si b. No	Nominal
		La atención al cliente es fundamental	a. Si b. No	Nominal
		Principales factores que utiliza para brindar la atención al cliente	a. Atención personalizada b. Rapidez de entrega c. Ninguno	Nominal
		La atención que brinda a sus cliente es	a. Bueno b. Regular c. Malo	Nominal
		La empresa es eficiente cuando atiende y brinda solución a los reclamos de los clientes	a. Si b. A veces c. No	Nominal
		La buena atención al cliente le permite el posicionamiento de la empresa en el mercado	a. Si b. A veces c. No	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento, para la recolección de datos fue el cuestionario.

Para recoger la información de la investigación se aplicó un cuestionario de 21 preguntas, a los representantes de la micro y pequeñas empresas, de las características de los representantes, mypes y preguntas relacionados a propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

4.5. Plan de análisis

Para realizar el plan de análisis del estudio se utilizó el análisis descriptivo de las variables, haciendo el uso de diversos programas como el Excel, Word, PDF, etc. Son los más sencillos y prácticos.

4.6. Matriz de consistencia

Título: PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO FERRETERÍAS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO - 2020						
Enunciado del problema	Objetivos	Variables	Hipótesis	Metodología	Población y muestra	Técnicas e instrumentos
¿cuáles son las principales características de la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020?	<p>General Determinar las principales características de la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.</p> <p>Específicos Describir las características de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.</p> <p>Identificar las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.</p> <p>Detallar las características de la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.</p> <p>Elaborar y proponer la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.</p>	Atención al cliente Gestión de calidad	La presente investigación no se planteó una hipótesis, por ser una investigación de tipo descriptivo.	Tipo de investigación: Cuantitativa Nivel de investigación: Descriptiva Diseño de investigación: Transversal – No experimental	Población Está conformado por más de 16 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Huánuco. Muestra Consta del 50% (8) de las micro y pequeñas empresas en estudio.	Técnica: Cuestionario Instrumento: Encuesta

4.7. Principios éticos

En el presente estudio de investigación se han utilizado los siguientes principios éticos como: Protección a las personas, libre participación y derecho a estar informado, beneficencia y no maleficencia e integridad científica

Protección a las personas Las personas involucradas en la investigación merecen cierto grado de protección, debido a que fueron participes en la presente investigación (personas encuestadas y docente).

Libre participación y derecho a estar informados Las personas que aportan al desarrollo de la presente investigación, tienen el derecho de estar informados sobre el propósito y finalidades de la investigación y son libres de tomar la decisión de participar o no en el proyecto mencionado.

Beneficencia y no maleficencia Es primordial asegurar el bienestar de las personas participantes en la investigación. Es por ello que el investigador no debe causar daño ni agresiones físicas ni verbales a los participantes, por lo contrario, debe maximizar los beneficios.

Integridad científica La integridad o rectitud no solo debe regirse en las actividades científicas de un investigador, debe extenderse a las actividades de enseñanza en función a las normas deontológicas de la carrera de Administración

V. Resultados

5.1. Resultados

Tabla 1:

Características de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

Características del representante	n	%
Edad		
18 a 30 años	1	13,00
30 a 40 años	3	37,00
40 a más años	4	50,00
Total	8	100,00
Genero		
Masculino	2	25,00
Femenina	6	75,00
Total	8	100,00
Grado de instrucción		
Educación básica	2	25,00
Superior no universitario	6	75,00
Total	8	100,00
Cargo que desempeña		
Dueño	6	75,00
Administrador	2	25,00
Total	8	100,00
Tiempo que desempeña en el cargo		
De 0 a 3 años	2	25,00
De 3 a 6 años	4	50,00
De 6 a más años	2	25,00
Total	8	100,00

Fuente: cuestionario realizado a los representantes de la micro y pequeña empresas sector comercio, rubro ferretería del distrito de Huánuco, 2020.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020

Características de las micro y pequeñas empresas	n	%
Tiempo de permanencia en el rubro		
De 0 a 3 años	2	25,00
De 3 a 6 años	4	50,00
De 6 a más años	2	25,00
Total	8	100,00
Número de trabajadores		
De 1 a 5 trabajadores	6	75,00
De 5 a 8 trabajadores	1	12,50
De 8 a más trabajadores	1	12,50
Total	8	100,00
Personas que trabajan en su empresa		
Familiares	5	63,00
No familiares	3	37,00
Total	8	100,00
Objetivo de la creación		
Generar ganancias	3	37,00
Subsistencias	5	63,00
Total	8	100,00

Fuente: cuestionario realizado a los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del distrito de Huánuco, 2020.

Tabla 3

Características de la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

Características de la atención al cliente para la gestión de calidad	n	%
Conocimiento del termino de gestión de calidad		
Si	2	25,00
Si tengo cierto conocimiento	5	63,00
No	1	12,00
Total	8	100,00
Técnicas de gestión de calidad que conoce		
Marketing	3	37,00
Atención al cliente	5	63,00
Total	8	100,00
Dificultades para implementar la gestión de calidad		
Sin iniciativa	1	12,00
Aprendizaje lento	4	50,00
Desconocimiento de puesto	3	38,00
Total	8	100,00
Técnicas para medir el rendimiento del personal que conozca		
Observación	2	25,00
Evaluación	3	38,00
Por metas	3	37,00
Total	8	100,00
La gestión de calidad ayuda el rendimiento del negocio		
si	6	75,00
No	2	25,00
Total	8	100,00
La gestión de calidad ayuda a trasladar metas y objetivos trazados por su empresa		
Si	6	75,00
A veces	2	25,00
Total	8	100,00
Tienes conocimiento del termino atención al cliente		
Si	7	88,00
No	1	12,00
Total	8	100,00

Continua ...

Tabla 3

Características de la atención al cliente para la gestión de calidad	n	%
Atención al cliente es fundamental		
Si	8	100,00
Principales factores que utilizan para brindar la atención al cliente		
Atención personalizada	2	25,00
Rapidez de entrega	6	75,00
Total	8	100,00
La atención que brinda a sus clientes es		
Buena	5	63,00
Regular	3	37,00
Total	8	100,00
La empresa es eficiente cuando atiende y brinda solución a los reclamos de los clientes		
Si	5	63,00
A veces	2	25,00
No	1	12,00
Total	8	100,00
La buena atención al cliente le permite a posicionamiento de la empresa en el mercado		
Si	8	100,00

Fuente: cuestionario realizado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del distrito de Huánuco, 2020.

PLAN DE MEJORA

1. Datos generales

- Giro de la empresa: Empresa dedicada a la comercialización de artículos de ferretería.
- Dirección: Provincia de Huánuco – Departamento Huánuco – Perú

2. Historia: Las Ferreterías de la ciudad de Huánuco, se posicionaron en aproximación hace 18 años, la mayoría son negocios conocidos por ser familiares y pequeña con una atención al usuario de 8 a 10 horas diarias, ofreciendo al público diferentes variedades de artículos: calamina, manguera, bugís, niveles, inodoros, entre otros. Así poder satisfacer las necesidades que busca la clientela.

3. Misión

Ofrecer todo tipo de materiales de construcción y ferretería en general, a un precio cómodo competitivo y servicio de excelencia, llegando a la sociedad para el desarrollo, mediante la distribución.

4. Visión

Desarrollarse dentro del mercado, ser el mejor de alto nivel con los productos, que brindan para satisfacer a los clientes, cooperando con los clientes tanto interno como externo.

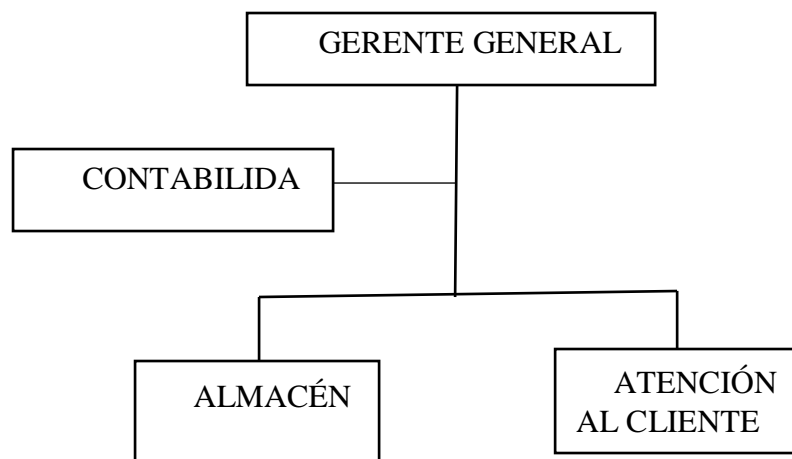
5. Objetivos

- Tener la fidelización tanto de los clientes internos y externos.
- Extender el comercio dentro en el mercado de la ciudad de Huánuco.
- Realizar un buen trabajo para poder satisfacer a nuestros usuarios.
- Extender las metas para una mejora continua en la organización.

6. Productos y servicios

Cortafierros, mangueras, picos, Palas, ocre, clavos, desarmadores, alambres, pinturas, mayólicas, pegamento para mayólicas, cemento (andino, sol) entre otros....

7. Organigrama



a. Descripciones de funciones

Cargo	Gerente general
Perfil	Lic. o técnico en administración de empresa. Que tenga experiencia y/o conocimiento en la venta en las ferreterías.
Funciones	Tener bien claro las organizaciones “planificar, organizar, dirigir y controlar” y así tener las actividades claras dentro de la organización.

Cargo	Contabilidad
Perfil	Lic. En contabilidad tener experiencia en la declaración en ventas.
Funciones	Declarar los ingreso y egresos de la organización. En este caso en las ferreterías.

Cargo	Almacenero
Perfil	Técnico en Administración o Contabilidad. Experiencia en manejo de Kardex.
Funciones	Su función es realizar el ordenamiento de mercancía y su control permanente a través del uso del Kardex

Cargo	Atención al Cliente
Perfil	Persona proactiva, empática y respetuosa. Experiencia en comunicación con cliente externo.
Funciones	Su función es atender a los clientes, brindarles información y solucionar cualquier inconveniente que se presente con el producto o servicio ofrecido.

8. Diagnostico general

FODA

<p>FORTALEZA</p> <p>F1. Los precios son muy accesibles al alcance de los clientes.</p> <p>F2. Personal de confianza, con experiencia empírica.</p> <p>F3. Atención Personalizada a clientes.</p>	<p>OPORTUNIDAD</p> <p>O1. Crecer dentro del mercado.</p> <p>O2. Tener oportunidad de los bancos. O3. Estar más enfocado en la tecnología.</p>
<p>DEBILIDAD</p> <p>D1. Instalaciones e infraestructura precaria.</p> <p>D2. No tiene las formas de pago para los clientes.</p> <p>D3. No tienen instrumentos de la tecnología para que puedan desarrollar las actividades.</p>	<p>AMENAZA</p> <p>A1. Ingreso de grandes Empresas Ferreteras en el Mercado.</p> <p>A2. Cambios de precios de materia prima en el mercado Nacional e Internacional.</p> <p>A3. Cambio de hábitos de compras de Usuarios.</p>

9. Indicadores de una buena gestión

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de la MYPE
Nivel de ventas	El nivel de ventas está estancado por la misma situación que estamos pasando y todo va en incremento de acuerdo al sector inmobiliario.
Participación en el mercado	Están llegando con diferentes variedades de calidad al mercado, y también están establecidos con su propio nombre.
Satisfacción de los clientes	Podemos definir que existe deficiencia en satisfacción a los usuarios, por ende, se tiene que mejorar diferentes aspectos.
Posición frente a la competencia	Las ferreterías están frente a la competencia, la mayoría de los usuarios no optan a cambiar con frecuencia por la atención brindada.
Rentabilidad de la empresa	La rentabilidad es muy buena, porque permite mantenerse dentro del mercado, y es muy importante las ferreterías huanuqueñas porque mantienen la economía.
Nivel de endeudamiento	Se desconoce no brindan esa información por tema de que es privado.
Cumplimiento de entrega	Son eficientes en la entrega de los diferentes materiales por que cuentan con movildades propios para llevar a diferentes lugares donde realizan sus pedidos.

10. Problemas

Indicadores	Problemas	Surgimiento de problemas
Avance tecnológico	Desconocen lo que es parte del (TIC)	Por desconocimiento de existencia del TIC, y temor a lo que puede traer el fracaso.
Capacitación	Desconocimientos de las nuevas herramientas para la capacitación	Son muy conformistas los dueños, no invierten en las capacitaciones de sus trabajadores.
Orden de instalaciones	Mucho desorden	Las cosas no están en lugar adecuado, están fuera de su lugar donde no es su ubicación.

1. Plan de mejora

Tabla 4

Elaboración de la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

Problema encontrado	Causa	Solución- aplicación de mejora	Responsable
Desconocen parcialmente la gestión de calidad y las técnicas actuales.	Como no tienen un grado de educación no universitario. No tienen interés de informarse a las nuevas informaciones de los mercados.	<ul style="list-style-type: none"> • Investigar sobre la gestión de calidad. • Buscar un especialista para que implemente la gestión de calidad. • Realizar capacitaciones de las innovaciones del mercado, y así mejorar la atención al cliente. 	Encargados o dueños.
Tiene inconveniente para poder implementar la gestión de calidad.	No tiene interés de para estar informado, falta de interés de los trabajadores.	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar actividades para motivar a los trabajadores. • Realizar incentivos para lograr más interés de los trabajadores. 	Encargados o dueños.
Desconocen las técnicas de revisión para que determinen la medición de algunos resultados.	Los gerentes no tienen tanto interés de implementar las evaluaciones pertinentes para lograr la credibilidad en la organización.	- Ejecutar evaluaciones constantes tanto externo e interno. Eso ayuda a medir los desempeños de los trabajadores para satisfacción o disconformidad de los clientes.	Encargados o dueños.
No tienen ningún tipo de datos de sus clientes.	Por falta de innovación tecnológica, temen la inversión.	<ul style="list-style-type: none"> • Emplear la tecnología en base de datos “Excel, Oracle, ERP”. • Tener empatía con los clientes, y si diseñar diferentes estrategias para lograr la fidelización. 	Encargados o dueños.

5.2. Análisis de resultados

Respecto al primer objetivo específico:

El 50% de los MYPE encuestados tienen 40 años o más; esto concuerda con Rodríguez (2019), donde afirmó que entre todos los encuestados, el 70% de los MYPE representa edades entre 31 y 50 años, también coincide con Trebejo (2019), que el 61% tiene la edad de 31-50 años en contraste con Suing (2019), este último afirmó que el 55% de MYPE tiene entre 31 y 50 años. La conclusión es que la mayoría del sector empresarial y del sector ferretero MYPE tiene 50 años o más. El 75% de los representantes de MYPE encuestados son hombres. Esto se relaciona con Rodríguez (2019), Trebejo (2019) y Suing (2019) y Suing (2019), quienes dijeron que la mayoría de MYPE son hombres, representando el 40%, 89% y 30 %, respectivamente. Con base en esto, la conclusión es que en MYPE, el departamento comercial del distrito de Huánuco, la ferretería está dirigida por hombres.

El 75% de los representantes de MYPE encuestados tienen investigaciones No universitario cum laude, lo cual es consistente con Suing (2019), que confirmó que el 75% de las personas tiene un título en educación básica, en contraste con Trebejo (2019), que afirmó que el 44% de las personas había estudiado no universitario. Esto contrasta con "Rodríguez" (2019) Quien dijo que el 40% de las personas han ido a la universidad. La conclusión es que la mayoría de las personas encuestadas tienen investigación básica. El 75% de los encuestados son los propietarios del MYPE estudiado, consistente con Rodríguez (2019) y Demanda (2019), confirman al 100% como propietarios, mientras que Trebejo (2019) es lo contrario, el 56% son propietarios. La conclusión alcanzada Es que la mayoría de las MYPE estudiadas son administradas por sus propietarios.

Respecto al segundo objetivo específico:

El 50% de los representantes de las MYPE estudiadas tienen más de 3 a 6 años en el negocio, lo que está en línea con Rodríguez, (2019) donde manifiesta que el 50% tienen entre 7 a más años de permanencia en el trabajo y se relaciona con Trebejo (2019) Quién dijo que el 44% de las personas ha sido permanente en este campo durante 4 a 6 años? Esto también contrasta con los hallazgos de Suing (2019), este último seguramente el 40% de las personas ha trabajado en este campo durante 4 a 6 años Los resultados muestran que la mayoría de las MYPE encuestadas tienen más de 7 años en funcionamiento. El 75% de las MYPE encuestadas tienen de 1 a 5 trabajadores, lo que equivale a Trebejo (2019) diciendo que el 50% tiene 6 a 10 trabajadores respectivamente. Rodríguez, (2019) dijeron que el 90% y Suing, (2019) dijeron que el 95% tenían de 1 a 5 trabajadores. La conclusión es que la mayoría de MYPE estudiadas tienen de 6 a 10 trabajadores. El 60% de los encuestados Los miembros de la familia son trabajadores, lo que es consistente con Rodríguez, (2019) que afirma que el 80% preferiría contratar a personas que no sean sus familiares, mientras que Suing, (2019) afirma que el 90% contrataría a sus familiares. La conclusión es que la mayoría de las pequeñas y microempresas encuestadas están más dispuestas a contratar personas que no son familiares.

Respecto al tercer objetivo específico:

El 63% de los encuestados dijo que sí sabe lo que significa La gestión de la calidad está relacionada con lo que se refiere Rodríguez (2019). Se constata que el 70% de las personas entienden la gestión de la calidad y están de acuerdo con Suing (2019) de la misma forma. Este último señaló que el 65% de las personas también aplica la gestión de la calidad Trebejo (2019) señaló que el 33% de las personas sí

aplicó la gestión de la calidad. Teóricamente, y según la norma ISO 9001, la gestión de la calidad es un proceso necesario para gestionar y obtener servicios que satisfagan las necesidades del cliente. Se dice que la mayoría de los encuestados de MYPE saben lo que significa la gestión de la calidad. El 63% de las competencias que entienden la gestión de la calidad expresaron falta de iniciativa. Estos resultados son inconsistentes con Suing (2019) que el 50% de los trabajadores tiene dificultades para implementar la gestión de la calidad (sin iniciativa e interés).

El 38% de las MPE encuestadas sabe que la evaluación es una técnica Medición del desempeño de los empleados. Esto es diferente a Suing (2019) concluyó que el 90% de las medias y pequeñas empresashan establecido un método de medición a observar para medir el desempeño de los empleados, y también son consistentes con Trebejo (2019), quien dijo que el 28% de las medianas y pequeñas empresas han sido encuestadas por Observación de la tecnología humana Para medir el "desempeño" del personal, los métodos de control y evaluación continua son un elemento de la gestión de la calidad, es importante controlar a través de la evaluación y la observación para medir la mejora del desempeño y la calidad lograda. La conclusión es que la mayoría de los MYPE encuestados miden el desempeño de sus socios a través de la observación. El 75% de los encuestados afirmó plenamente que la dirección La calidad realmente ayuda a optimizar el rendimiento empresarial, lo que contrasta con lo que identificaron como "Comparado con Suing (2019) y Trebejo (2019) Determinaron que el 100% y el 33% de los representantes de MYPE creían y demostraban la contribución de implementar la gestión de la calidad en sus operaciones al desempeño comercial. En su base teórica, asegura que la confianza de los clientes se vaya ganando gradualmente. Los resultados se pueden ver en el

crecimiento. A largo plazo, los beneficios aumentarán. Se concluye que todo MYPE cree que la gestión de la calidad puede ayudar a mejorar el rendimiento empresarial.

El 75% de los encuestados demostró que mediante la gestión de la calidad se han cumplido las metas y objetivos de la empresa. Esta información contrasta con la investigación de Demanda (2019) y Rodríguez (2019). Su desempeño es consistente, es decir, el 100% de MYPE se ha dado cuenta de que sus metas y metas son logrado a través de la gestión de la calidad. Como dijo Trebejo (2019), el 28% de las MPE se han dado cuenta a través de la gestión de la calidad que han logrado sus metas y objetivos sobre una base teórica, es decir, un sistema de la calidad le permite tener una organización competitiva y mantenerse en el mercado. La conclusión a la que se llega es que todas las pequeñas y microempresas encuestadas creen que para alcanzar sus metas y objetivos se debe realizar una gestión de la calidad en su negocio. El 88% de los encuestados sabe a qué prestar atención cliente. Esto se relaciona con Rodríguez (2019) diciendo que el 100% de MYPE conoce el significado de servicio al cliente. De igual manera, Suing (2019) dijo que el 85% conoce el significado de servicio al cliente. La base teórica muestra que el servicio al cliente se enfoca en transacciones directas con clientes, y se ejecuta a tal efecto Una serie de operaciones con el fin de brindar a los clientes los servicios requeridos. La conclusión es que todos los entrevistados conocen el significado de servicio al cliente. El 100% de los encuestados admitió que sí se postuló para Gestión de la calidad del servicio al cliente, se acuerda esta consulta con Rodríguez (2019) afirmó que el 60% de los encuestados sí utilizó la gestión de la calidad en la atención al cliente y el 100% prestó servicios de calidad. La mayoría de MYPE utiliza la gestión de la calidad en los servicios que prestan a los clientes para mejorar el camino y tener una visión empresarial, teniendo en cuenta que la gestión de la calidad de las aplicaciones ayuda

a disponer de una gestión empresarial adecuada. La conclusión es que, en la mayoría de las pequeñas y microempresas encuestadas, sí utilizaron la gestión de la calidad en el servicio al cliente.

El 75% de los encuestados cree que para proporcionar la calidad como factor principal es la atención personalizada, a diferencia del estudio "Suing (2019). En este estudio, el 50% de los encuestados cree que el factor principal en la prestación de servicios de calidad es la atención personalizada, lo que también se refleja en Rodríguez (2019) que El 90% de los encuestados brindan servicios de calidad, como atención personalizada. De acuerdo con su base teórica, se menciona que los cuatro elementos de la optimización de la gestión empresarial (clientes, estrategias de servicio, personal y sistemas) se orientan mutuamente y se interrelacionan como el objetivo, y obtener la satisfacción del cliente a través de una atención personalizada. El 63% de los encuestados dijo que Sus clientes están de acuerdo con Suing (2019). El 80% de los clientes aprecian un buen servicio al cliente. Asimismo, Trebejo (2019) mencionó que el 56% de los clientes brindan un buen servicio. Los clientes buscan una buena atención. En resumen, la mayoría de MYPE brindan un buen servicio al cliente. El 60% de los MYPE que aprobaron la encuesta de fondo de comercio han logrado mejorar el servicio al cliente y no están de acuerdo con Suing (2019), que mencionó que el 45% de los encuestados ha logrado mejorar el servicio al cliente a través del fondo de comercio. En resumen, la mayoría de MYPE en este campo y campo creen que la buena voluntad es muy importante para el servicio al cliente con el fin de lograr mejoras. "El 63% de los encuestados considera mejorar la calidad del servicio Estrategias utilizadas para la satisfacción del cliente Estos resultados son consistentes con Suing (2019), con un 45% que utiliza la velocidad del servicio como estrategia. La conclusión es que la mayoría utiliza la gestión como

estrategia para mejorar la calidad del servicio y satisfacer las necesidades del cliente.

" El 100% de los encuestados cree que ha obtenido una ventaja de posicionamiento a través de un buen servicio al cliente, que es diferente al de Suing (2019). El 55% de los encuestados reveló las ventajas obtenidas al brindar un buen servicio, captación de clientes, como Productos de buen trato, calidad servicio, tiempo de espera prioritario. En resumen, la mayoría de MYPE ha obtenido una ventaja al brindar un buen servicio al cliente.

VI. Conclusiones

La mayoría de los representantes legales de MYPE en el sector ferretero, tienen 40 años o más, la mayoría son hombres, y tienen un alto grado de educación no universitaria, los representantes de MYPE son dueños de las empresas, asumen funciones administrativas, y el plazo final en este cargo es de 3 a 6 años.

La mayoría de las ferreterías en cuanto a los años de funcionamiento en el mercado poseen de 3 a 6 años, y tienen de 1 a 5 trabajadores en el negocio, y el de los que laboran en sus empresas tienen vínculo familiar, por último, las MYPE fueron creados con el objetivo de subsistencia.

La mayoría de los representantes de las medianas y pequeñas empresas entienden el término gestión de la calidad, tienen dificultades entre sus colaboradores, que dificultan la implementación de la gestión de la calidad, aprenden lentamente, se denominan medición técnica. En la evaluación del desempeño de los empleados, apoya la mejora del desempeño del negocio de gestión de la calidad, y cree que la gestión de la calidad realmente ayuda a lograr las metas y objetivos de la empresa. Comprender el período de servicio al cliente, aplican una gestión de calidad en los servicios que prestan a los clientes, consideran la atención personalizada como el factor principal de sus servicios de alta calidad, las ferreterías brindan un buen servicio al cliente, mejoran a través de la buena voluntad Atención al cliente, mejor posicionamiento en el mercado.

Se ha realizado una propuesta de mejora en relación a los resultados obtenidos y así facultar la búsqueda adecuadas estrategias para poder mejorar la Atención a los clientes realizando la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías en el distrito de Huánuco.

Aspectos complementarios

- Implementar las estrategias de gestión de calidad, y así puedan dar una buena atención a los clientes y lograr la fidelización. Esto les conlleva a los dueños y sus colaboradores que deben estar capacitándose en manera continua, de estos temas que serán beneficios para su negocio.
- Proporcionar un buen servicio para el bienestar de los usuarios, porque estos servicios son muy competitivos y, por ende, se tienen que ir mejorando día a día y así poder tener un mejor crecimiento en el negocio.
- Analizar, mediante un plan estratégico para que puedan identificar las debilidades de la empresa, y así adecuarse a una buena atención a los clientes.
- Implementar la propuesta de mejora de acuerdo a los resultados obtenidos en la cual se orienta la aplicación de la gestión de calidad para poder brindar la mejor atención al cliente en la micro y pequeña empresa rubro ferretería en el distrito de Huánuco.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bernardo Sánchez, B. (2016). LAS MYPES EN PERÚ . SU IMPORTANCIA Y PROPUESTA TRIBUTARIA. *Docente de La Facultad de Ciencias Contables*, 127–131.
- Balbin, C. (2017). Diseño de un sistema de gestión de calidad basado en el ISO 9001:2015, para la empresa INDUGA FELIX E.I.R.L- Huánuco 2017. (Tesis de licenciatura) Universidad Nacional Hermilio Valdizan. Huánuco, Perú.
- Burckhardt Leiva, V., Gisbert Soler, V., & Pérez Molina, A. (2015). estrategia y desarrollo de una guía de implementacion de la norma ISO 9001: 2015. In *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis* (Vol. 53, Issue 9).
<http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/245180/245180.pdf%0Ahttps://hdl.handle.net/20.500.12380/245180%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jsames.2011.03.003%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.gr.2017.08.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.precares.2014.12>
- Caqui (2017). Propuesta para implementar un sistema de gestión de la calidad en la Cámara de Comercio e Industrias de Huánuco 2016. (Tesis de maestría) Universidad Nacional Hermilio Valdizan. Huánuco, Perú.
- Cardenas, J. D., & Yessid, R. (2019). FORMULACIÓN DE ACCIONES DE MEJORA DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE APLICANDO LAS NORMAS ISO 9001:2015 E ISO 14001:2015 Y EL MODELO SERVIQUAL DEL BANCO COMERCIAL, SEDE BOGOTÁ. *Universidad Cooperativa de Colombia*, 1(1), 2019. <http://www.ghbook.ir/index.php?name=یاه‌هن‌اسر و گن‌درف>
[k hsahkhc&37=egap&05631=di_koob&enilnodaer=ksat&koobd_moc=noitpo&ن‌ا‌ی‌ا‌ر‌](http://www.ghbook.ir/index.php?name=ک‌ه‌س‌ا‌ک‌ح‌س‌۳۷=‌ا‌گ‌ا‌پ‌۰۵۶۳۱=‌ا‌ی_‌ک‌و‌ا‌ب‌۰‌ا‌ر‌ن‌ا‌ی‌ل‌ن‌ا‌ی‌ن‌ا‌ی‌ا‌ر‌=‌ا‌س‌ا‌ت‌۰‌ا‌ب‌ا‌د‌_‌م‌ا‌ع‌=‌ا‌ی‌ن‌ا‌ی‌ا‌ر‌۰‌ا‌ن‌ا‌ی‌ا‌ر‌)

- =ED9C9491B4&Itemid=218&lang=fa&tmpl=component%0Ahttp://www.albayan.a
e%0Ahttps://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&q=APLIKASI+PENGENA
- Carro paz, R., & Gonzales Gómez, D. (2018). Administración De La Calidad Total:
Administración de Las Operaciones, 8(1), 21–26.
<https://doi.org/10.31381/gbaj.v2i1.1454>
- Chacón, J., & Rugel, S. (2018). Artículo de Revisión . Teorías , Modelos y Sistemas de
Gestión de Calidad. *Revista Espacios*, 39(50), 14–23.
- Chóez, D. (2019). La calidad de servicio para mejorar la atención al cliente en Centro de
Salud Públicas del Cantón La Libertad, Provincias de Santa Elena, Año 2018.
UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA - Colombia.
- Collantes, Y., & Ventimilla, H. (2016). “ MEJORAMIENTO DE UN MODELO DE
GESTIÓN DE LA CALIDAD MÓVIL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL .”
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.
- El Comité Técnico ISO/TC, 176 (2008). (2015). *ISO 9001 : 2015 Sistemas de Gestión de
la Calidad - Requisitos*. 1–23.
- Falcon, L. (2017). Implementación de un sistema web de gestión de ventas para mejorar la
calidad de atención al cliente en la librería el dorado Huánuco 2017. (Tesis de
licenciatura) Universidad Nacional Hermilio Valdizan. Huánuco, Perú.
- Flores, N. (2020). Atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad y
plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías,
Distrito de Huarney, 2019. (Tesis de licenciatura) Universidad Católica los Ángeles
de Chimbote, Perú.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2010).
Definición del alcance de la investigación a realizar: exploratoria, descriptiva,
correlacional o explicativa. In *Metodología de la investigación*.

<http://www.casadellibro.com/libro-metodologia-de-la-investigacion-5-ed-incluye-cd-rom/9786071502919/1960006>

Kano, M. (2019). Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales del distrito de nuevo Chimbote, 2019. (Tesis de licenciatura) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú.

Molero, J., Rodriguez, V., Carricondo, R., & Esteban, V. (2020). Pymes y COVID-19: hacia una recuperación sostenible. *Pacto Mundial Red España*, 1–12.
https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2020/06/Guía-Pymes-y-COVID-19_-hacia-una-recuperación-sostenible.pdf

Nebrera Herrera, J. (2011). Introducción a la calidad Capítulo 1 Contenido del módulo. *Curso Decalidad Por Internet, 1*, 32.

Palomino, W. (2018). Diseño de un sistema de gestión de calidad en consultoría “CARRANZA” E.I.R.L. para la mejora del desempeño en sus procesos bajo los requisitos de la norma ISO 9001:2015. (Tesis de licenciatura) Universidad Nacional Hermilio Valdizan. Huánuco, Perú.

Parra, & Picay. (2020). Gestion de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras una mirada en Ecuador. *Universidad de Ecuador*, 6, 1118–1142.

Patricia, M., López, M., & Trejo, G. M. (2015). Administracion & Desarrollo. *Facudad de Investigaciones Escuela Superior de Administracion Publica (ESAP)*.

Ríos Ramírez Roger Ricardo. (2017). *gía para la investigación y redacción*.

RODRIGUEZ, K. G., ORTIZ, O. J., QUIROZ, A. I., & PARRALES, M. L. (2020). El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19. *Espacios*, 41(42), 100–118.
<https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n42p09>

Rodriguez, Z. (2019). La atención al cliente como factor relevante en la gestión de la calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Distrito de Santiago de Chuco, 2019. (Tesis de licenciatura) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú.

Suing, J. (2019). La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del centro poblado Pacanguilla del Distrito de Pacanga, Provincia de Chepén, 2019. (Tesis de licenciatura) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú.

Trebejo, R. (2020). La atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánico, en el Distrito de Huacho, 2019. (Tesis de licenciatura) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú.

Victorio, R. y Riveros, R. (2016). Impacto en la atención al cliente, con la implementación de la red social facebook en el recreo turístico la Perricholi, Huánuco, 2016. (Tesis de licenciatura) Universidad Nacional Hermilio Valdizan. Huánuco, Perú.

ANEXOS

Anexo 1: consentimiento informado

PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO FERRETERÍAS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO – 2020.

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar la incidencia de la Propuesta De Mejora En La Atención Al Cliente Para La Gestión De Calidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio – Rubro Ferreterías Del Distrito De Huánuco – 2020. Su participación es voluntaria e incluirá solamente aquellos que deseen participar.

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 de propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

Propósito del estudio

El propósito del estudio es propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted si utiliza o no la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

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 y un plan de mejora sobre la Gestión de Calidad en atención al cliente para su micro o pequeña empresa.

Confidencialidad de la información

Toda información que usted nos proporcione será 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 la investigadora principal de Lima, Perú estudiante Albornoz Cristobal, Jhon Patricio al celular 990 284 3961, o al correo: Jhonpatrickac@gmail.com. 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.

JUAN EDER LEON DUJAN
Nombre participante


Firma participante

Fecha: 14/11/19

Dr. Reinerio Z. Centurión Medina
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD. 02108
Nombre del DTI


Firma del DTI

Hora: 8:00pm

PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO FERRETERÍAS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO – 2020.

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar la incidencia de la Propuesta De Mejora En La Atención Al Cliente Para La Gestión De Calidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio – Rubro Ferreterías Del Distrito De Huánuco – 2020. Su participación es voluntaria e incluirá solamente aquellos que deseen participar.

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 de propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

Propósito del estudio

El propósito del estudio es propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted si utiliza o no la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

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 y un plan de mejora sobre la Gestión de Calidad en atención al cliente para su micro o pequeña empresa.

Confidencialidad de la información

Toda información que usted nos proporcione será 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 la investigadora principal de Lima, Perú estudiante Albornoz Cristobal, Jhon Patricio al celular 990 284 3961, o al correo: Jhonpatrickac@gmail.com. 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.

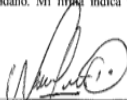
Consentimiento / Participación voluntaria

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.

Milton Lepe Durán
Nombre participante


Firma participante

Fecha: 18/11/19

Dr. Reinerio Z. Centurión Medina
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD. 02108
Nombre del DTI


Firma del DTI

Hora: 9:00pm

PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO FERRETERÍAS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO – 2020.

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar la incidencia de la Propuesta De Mejora En La Atención Al Cliente Para La Gestión De Calidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio – Rubro Ferreterías Del Distrito De Huánuco – 2020. Su participación es voluntaria e incluirá solamente aquellos que deseen participar.

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 de propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

Propósito del estudio

El propósito del estudio es propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted si utiliza o no la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

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 y un plan de mejora sobre la Gestión de Calidad en atención al cliente para su micro o pequeña empresa.

Confidencialidad de la información

Toda información que usted nos proporcione será 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 la investigadora principal de Lima, Perú estudiante Albornoz Cristobal, Jhon Patricio al celular 990 284 3961, o al correo: Jhonpatrickac@gmail.com. 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@uladec.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.

Amancio Belan Leon durán
Nombre participante

A Z D
Firma participante

Fecha: 19/11/19

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

Nombre del DTI

[Firma]
Firma del DTI

PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO FERRETERÍAS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO – 2020.

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar la incidencia de la Propuesta De Mejora En La Atención Al Cliente Para La Gestión De Calidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio – Rubro Ferreterías Del Distrito De Huánuco – 2020. Su participación es voluntaria e incluirá solamente aquellos que deseen participar.

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 de propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

Propósito del estudio

El propósito del estudio es propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted si utiliza o no la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

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 y un plan de mejora sobre la Gestión de Calidad en atención al cliente para su micro o pequeña empresa.

Confidencialidad de la información

Toda información que usted nos proporcione será 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 la investigadora principal de Lima, Perú estudiante Albornoz Cristobal, Jhon Patricio al celular 990 284 3961, o al correo: Jhonpatrickac@gmail.com. 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@uladec.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.

JOHAN ANDERSON VELA ALVARADO
Nombre participante

[Firma]
Firma participante

Fecha: 22/11/19

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

Nombre del DTI

[Firma]
Firma del DTI

Hora: 2:00pm

PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO FERRETERÍAS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO – 2020.

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar la incidencia de la Propuesta De Mejora En La Atención Al Cliente Para La Gestión De Calidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio – Rubro Ferreterías Del Distrito De Huánuco – 2020. Su participación es voluntaria e incluirá solamente aquellos que deseen participar.

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 de propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

Propósito del estudio

El propósito del estudio es propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted si utiliza o no la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

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 y un plan de mejora sobre la Gestión de Calidad en atención al cliente para su micro o pequeña empresa.

Confidencialidad de la información

Toda información que usted nos proporcione será 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 la investigadora principal de Lima, Perú estudiante Albornoz Cristobal, Jehon Patricio al celular 990 284 3961, o al correo: Jhonpatrickac@gmail.com. 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@uladch.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.


Nombre participante


Firma participante

Fecha: 25/11/19

Dr. Reinerio Z. Centurión Medina
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD. 02106
Nombre del DTI


Firma del DTI

Hora: 11:00 AM

PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO FERRETERÍAS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO – 2020.

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar la incidencia de la Propuesta De Mejora En La Atención Al Cliente Para La Gestión De Calidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio – Rubro Ferreterías Del Distrito De Huánuco – 2020. Su participación es voluntaria e incluirá solamente aquellos que deseen participar.

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 de propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

Propósito del estudio

El propósito del estudio es propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted si utiliza o no la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

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 y un plan de mejora sobre la Gestión de Calidad en atención al cliente para su micro o pequeña empresa.

Confidencialidad de la información

Toda información que usted nos proporcione será 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 la investigadora principal de Lima, Perú estudiante Albornoz Cristobal, Jehon Patricio al celular 990 284 3961, o al correo: Jhonpatrickac@gmail.com. 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@uladch.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.


Nombre participante


Firma participante

Fecha: 21/11/19

Dr. Reinerio Z. Centurión Medina
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD. 02106
Nombre del DTI


Firma del DTI

Hora: 9:00 AM

PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO FERRETERÍAS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO – 2020.

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar la incidencia de la Propuesta De Mejora En La Atención Al Cliente Para La Gestión De Calidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio – Rubro Ferreterías Del Distrito De Huánuco – 2020. Su participación es voluntaria e incluirá solamente aquellos que deseen participar.

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 de propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

Propósito del estudio

El propósito del estudio es propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted si utiliza o no la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

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 y un plan de mejora sobre la Gestión de Calidad en atención al cliente para su micro o pequeña empresa.

Confidencialidad de la información

Toda información que usted nos proporcione será 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 la investigadora principal de Lima, Perú estudiante Alborno Cristobal, Johon Patricio al celular 990 284 3961, o al correo: jhonpatrickao@gmail.com. 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@uladecb.edu.pe.

Consentimiento / Participación voluntaria

Por lo expuesto comprendo que será 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.

Halasio Villanueva Jara
Nombre participante

[Firma]
Firma participante

Fecha: 17/11/2019

Dr. Reiniero Z. Centurión Medina
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD. 82106
Nombre del DTI

[Firma]
Firma del DTI

Hora: 3:05 PM

PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO FERRETERÍAS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO – 2020.

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar la incidencia de la Propuesta De Mejora En La Atención Al Cliente Para La Gestión De Calidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio – Rubro Ferreterías Del Distrito De Huánuco – 2020. Su participación es voluntaria e incluirá solamente aquellos que deseen participar.

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 de propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

Propósito del estudio

El propósito del estudio es propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted si utiliza o no la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020.

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 y un plan de mejora sobre la Gestión de Calidad en atención al cliente para su micro o pequeña empresa.

Confidencialidad de la información

Toda información que usted nos proporcione será 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 la investigadora principal de Lima, Perú estudiante Alborno Cristobal, Johon Patricio al celular 990 284 3961, o al correo: jhonpatrickao@gmail.com. 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@uladecb.edu.pe.

Consentimiento / Participación voluntaria

Por lo expuesto comprendo que será 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.

Augusto Principe Palacios
Nombre participante

[Firma]
Firma participante

Fecha: 28/10/2019

Dr. Reiniero Z. Centurión Medina
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD. 82106
Nombre del DTI

[Firma]
Firma del DTI

Hora: 4:30 PM

Anexo 2 cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																					
N°	Actividades	Año 2021								Año 2021								Año 2021-1			
		Tesis I				Tesis II				Tesis III				Tesis IV				Taller Co-curricular			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	
1	Elaboración del Proyecto	■																			
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		■																		
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			■																	
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				■																
5	Mejora del marco teórico					■															
6	Redacción de la revisión de la literatura.						■														
7	Elaboración del consentimiento informado							■													
8	Ejecución de la metodología								■												
9	Resultados de la investigación									■											
10	Conclusiones y recomendaciones										■										
11	Redacción del pre informe de Investigación.											■									
12	Reacción del informe final												■								
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación													■							
14	Presentación de ponencia en eventos científicos														■						
15	Redacción de artículo científico															■					
16	Revisión del informe de tesis y artículo científico																■				
17	Pre banca																	■	■		
18	Sustentación del informe final																			■	

Anexo 3 presupuestos

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/)
Sumisitos (*)			
· Impresiones	0.20	102	20.40
· Fotocopias	0.10	204	20.40
· Empastado	30.00	2	60.00
· Anillado	4.00	1	4.00
· Lapiceros	1.00	2	2.00
Servicios			
· Uso del turnitin	50	2	100.00
Sub total			206.80
Gastos de viaje			
· Pasaje para recolectar información	2.30	4	9.20
Sub total			9.20
Total del presupuesto desembolsable			216.00
Presupuesto no desembolsable			
Categoría	Base	% o Numero	Total (S/)
Servicios			
· Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	35.00	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			
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/)			868.00

Anexo 4 Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco - 2020. 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. Edad

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

2. Género

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Educación básica
- c) Superior no universitaria
- d) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña a)

- Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo a)

- De 0 a 3 años
- b) De 3 a 6 años
- c) 6 a más años

1.2. REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro a)

De 0 a 3 años

b) De 3 a 6 años

c) 6 a más años

7. Número de Trabajadores a) 1

a 5 trabajadores

b) 6 a 10 trabajadores

c) 11 a más trabajadores.

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

a) Familiares

b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación a)

Generar ganancia

b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?

a) Si

b) Tengo cierto conocimiento.

c) No

11. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?

a) Benchmarking

b) Atención al cliente

c) Marketing

d) Outsourcing

e) otros

f) Ninguno

12. ¿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

13. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?

- a) La observación
- b) La evaluación
- c) Escala de puntuaciones
- d) Otros

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

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

15. ¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?

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

2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. ¿Conoce el término atención al cliente?

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

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

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

18. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.

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

19. La atención que brinda a los clientes es:

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

20. ¿Cree usted que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes?

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

21. ¿Cree usted que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado?

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

Anexo 5. Figuras

Tabla 1

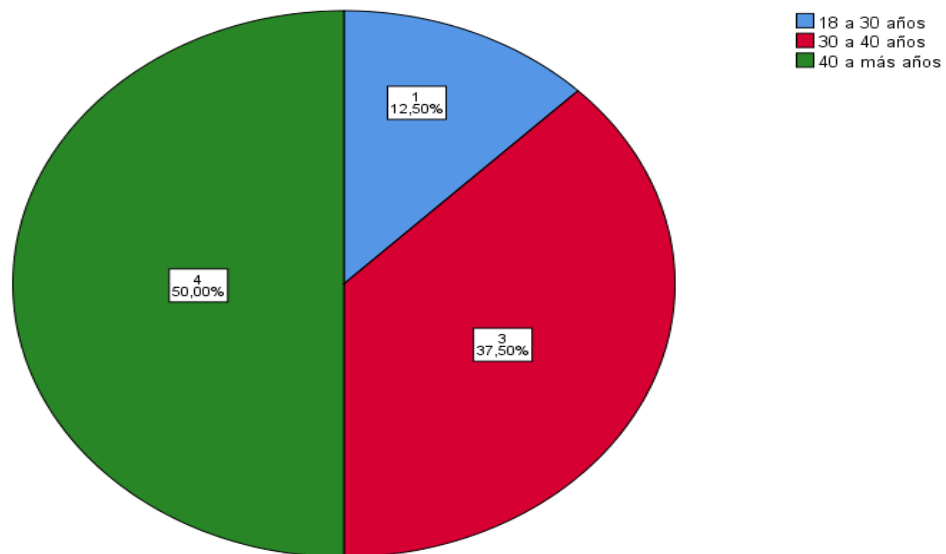


Figura 1: Edad

Fuente. Tabla 01

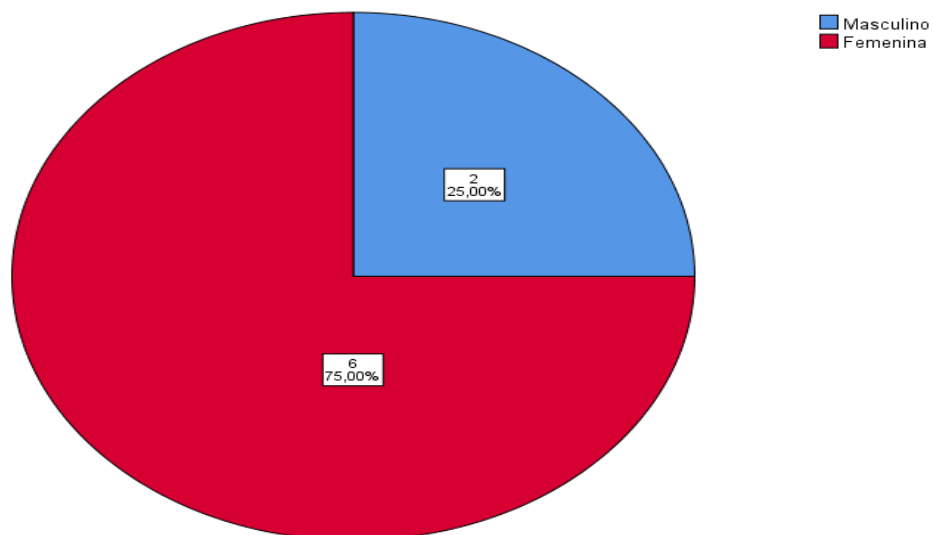


Figura 2: Genero

Fuente. Tabla 01

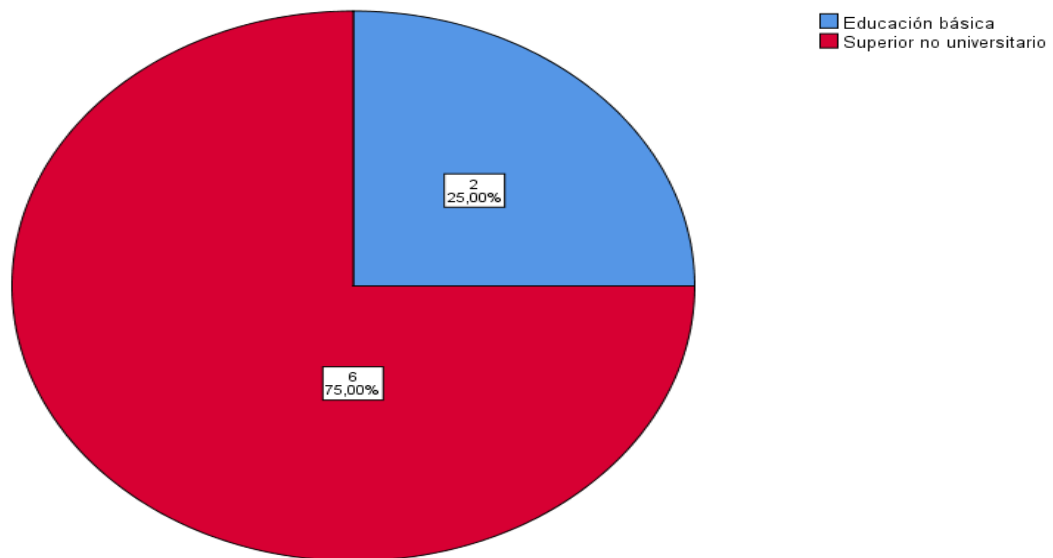


Figura 3: Grado de instrucción

Fuente. Tabla 01

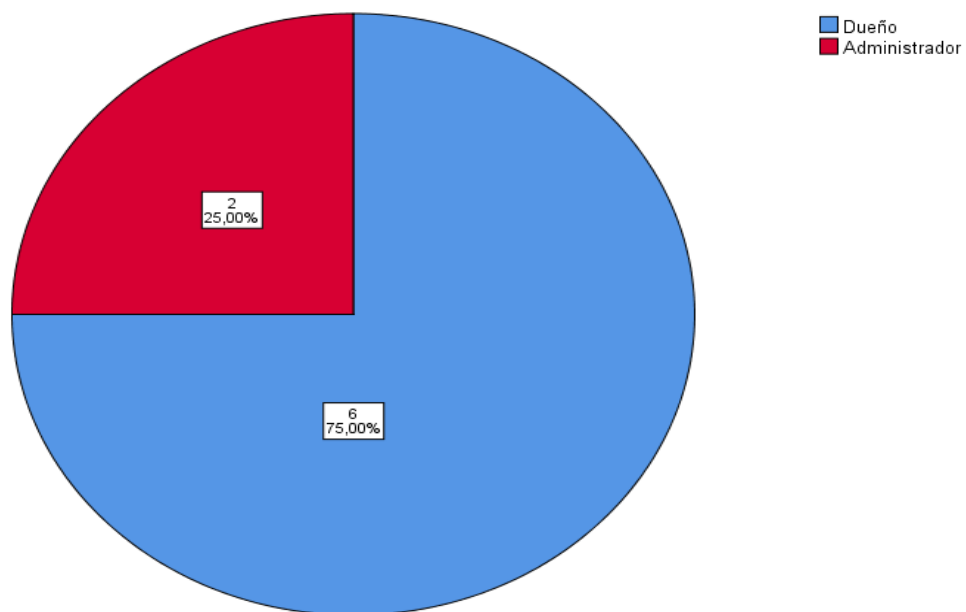


Figura 4: Cargo que desempeña

Fuente. Tabla 1

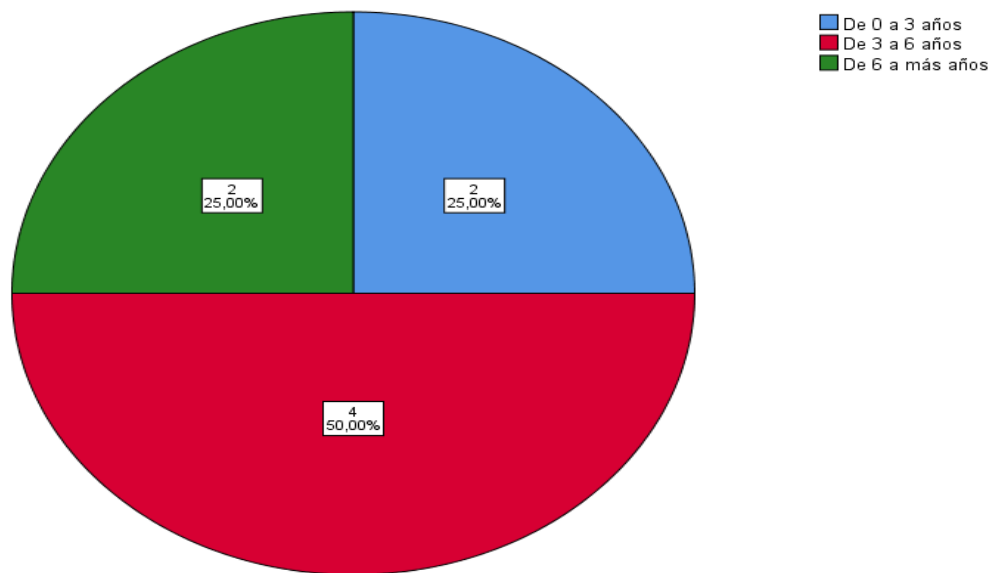


Figura 5: Tiempo que desempeña en el cargo

Fuente. Tabla 01

Tabla 02.

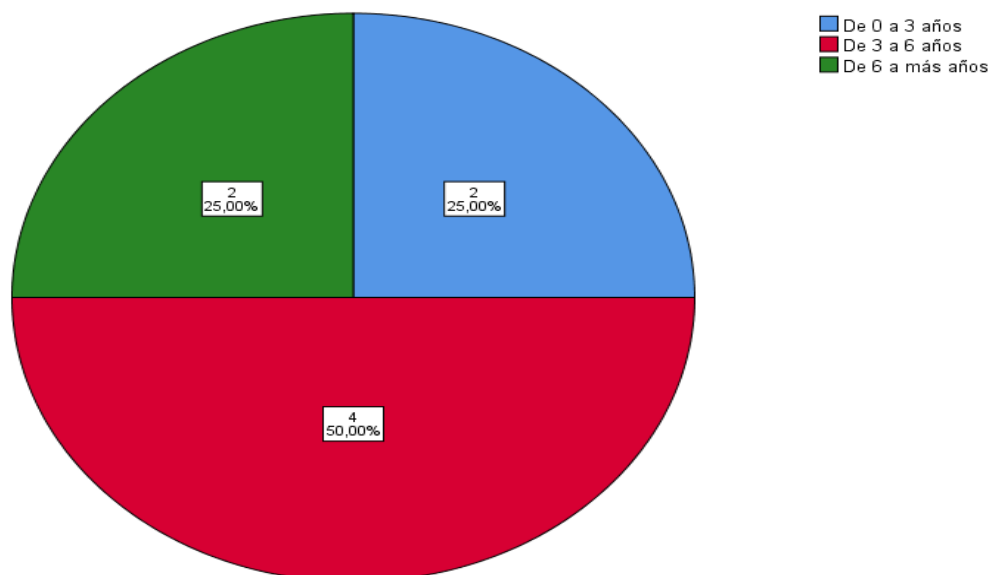


Figura 6: Tiempo de permanecía en el rubro

Fuente. Tabla 02

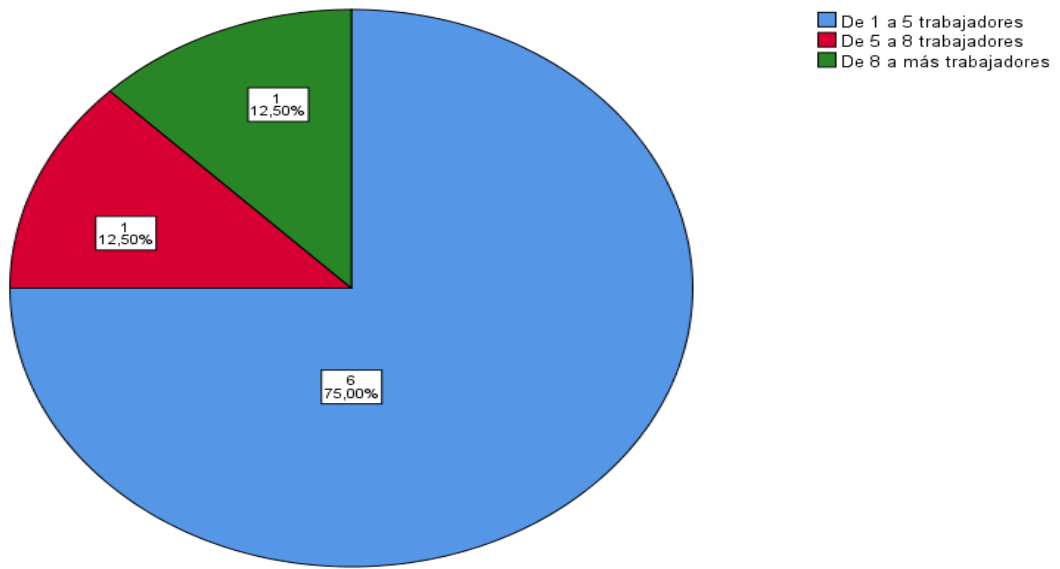


Figura 7: Número de trabajadores

Fuente. Tabla 02

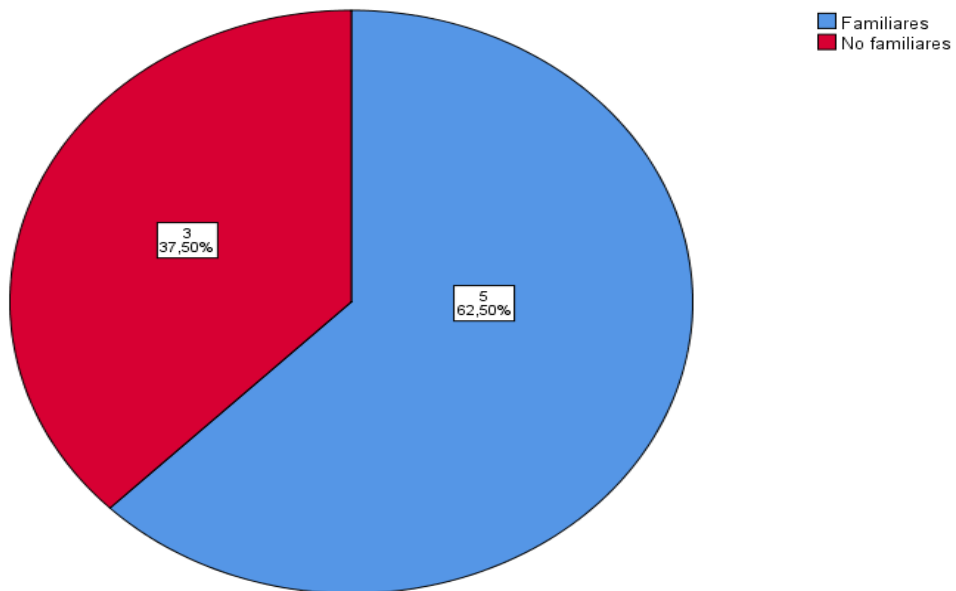


Figura 8: Personas que trabajan en su empresa

Fuente. Tabla 02

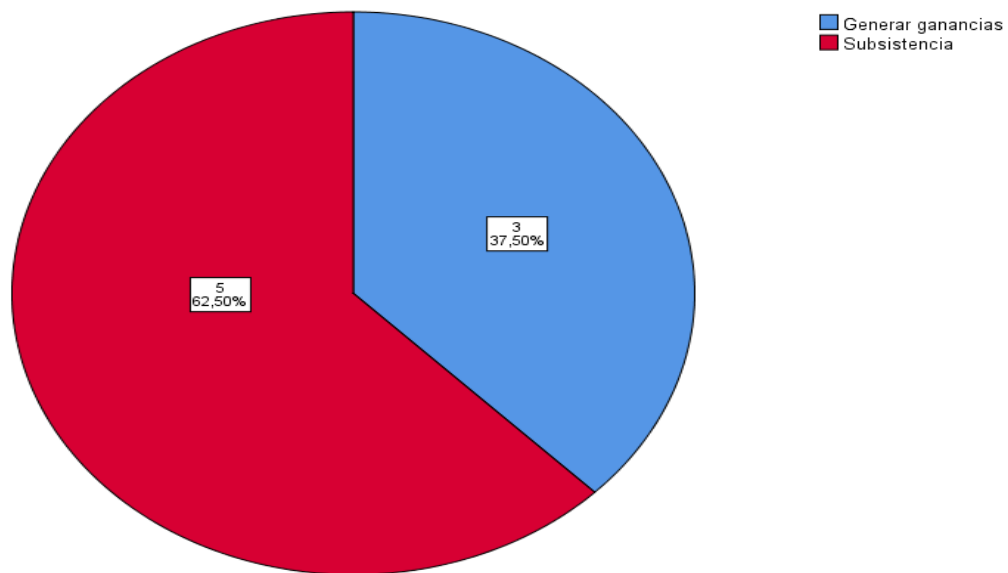


Figura 9: Objetivo de la creación

Fuente. Tabla 02

Tabla 03

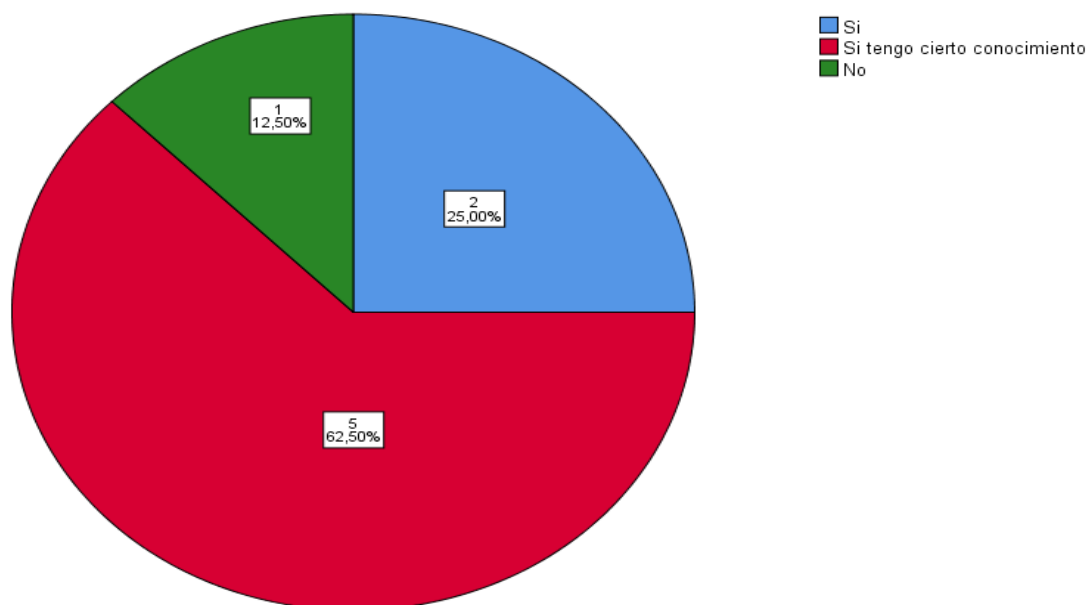


Figura 10: Conocimiento del termino gestión de calidad

Fuente. Tabla 03

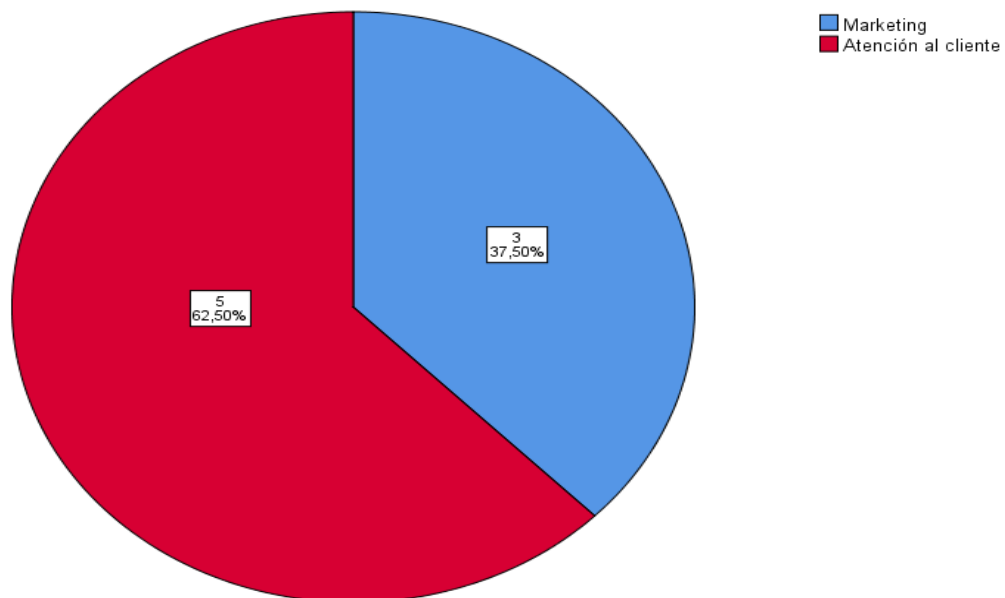


Figura 11: Técnicas de gestión de calidad que conoces

Fuente. Tabla 03

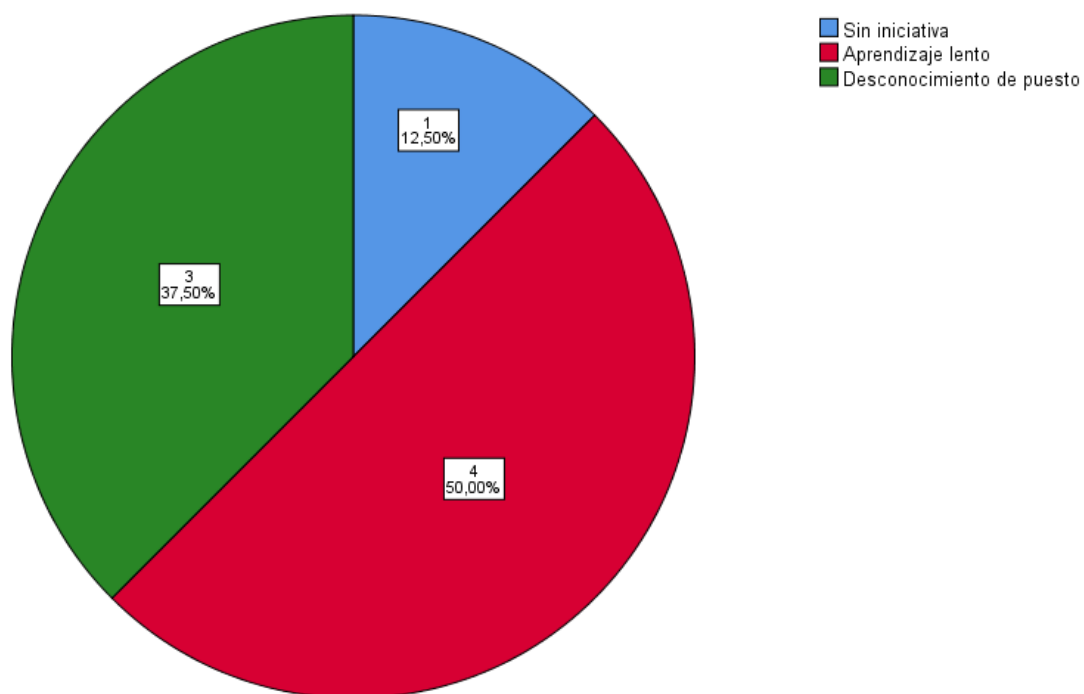


Figura 12: Dificultades para implementar la gestión de calidad

Fuente. Tabla 03

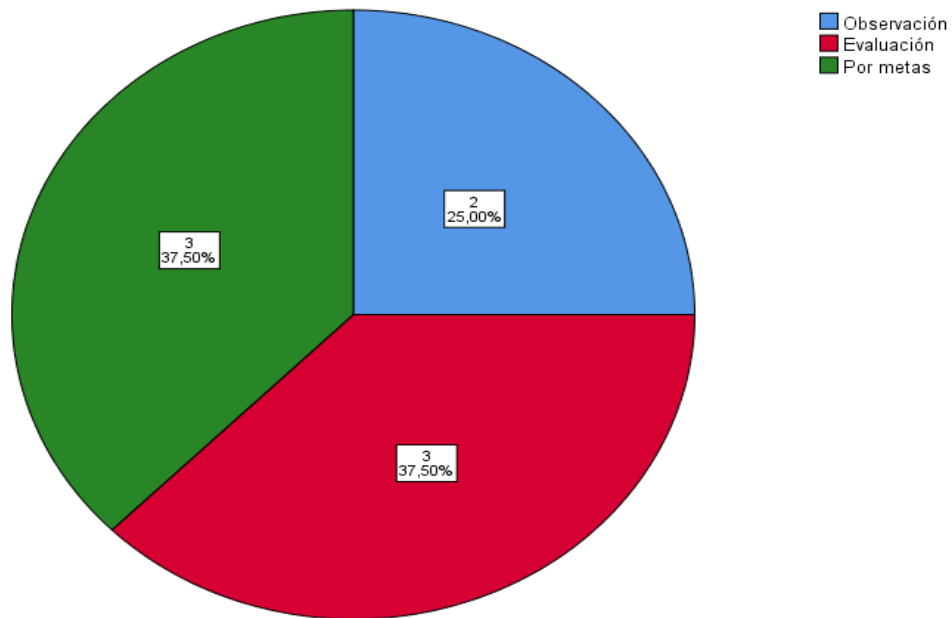


Figura 13: Técnica para medir el rendimiento que conozcas

Fuente. Tabla 03

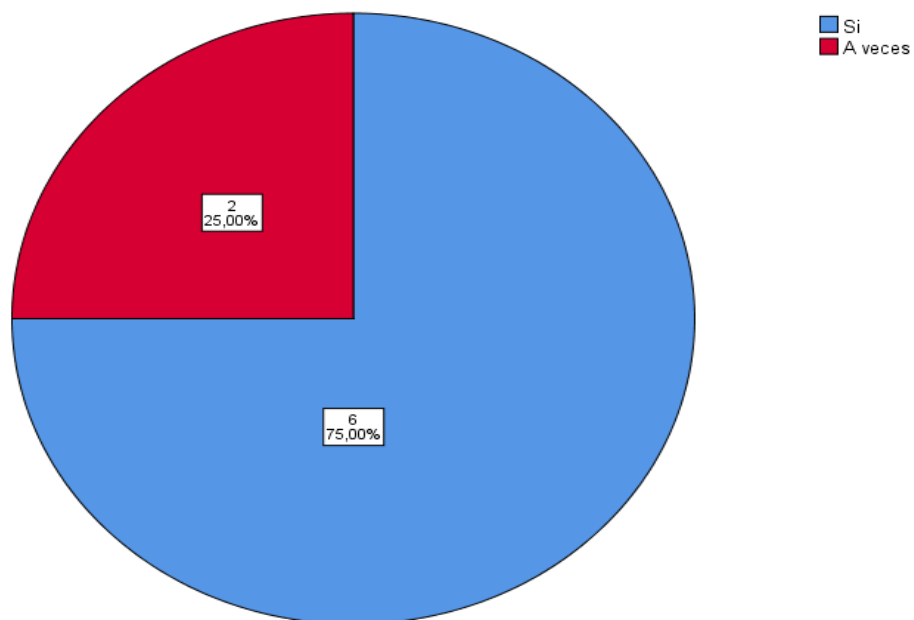


Figura 14: La gestión de calidad ayuda a mejorar en el rendimiento al negocio

Fuente. Tabla 03

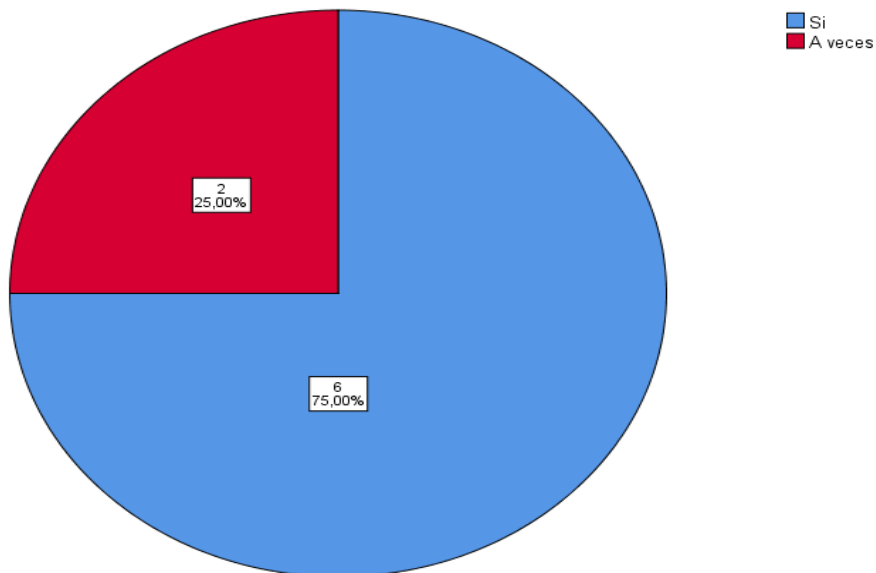


Figura 15: La gestión de calidad ayuda a alcanzar metas y objetivos trazados por la empresa.

Fuente. Tabla 03

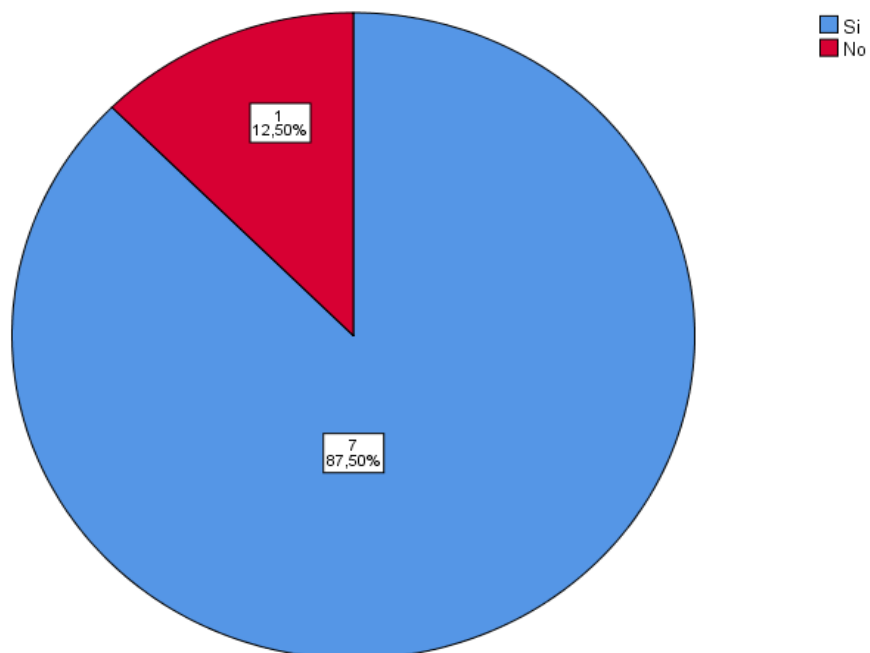


Figura 16: Tiene conocimiento del termino atención al cliente

Fuente. Tabla 03

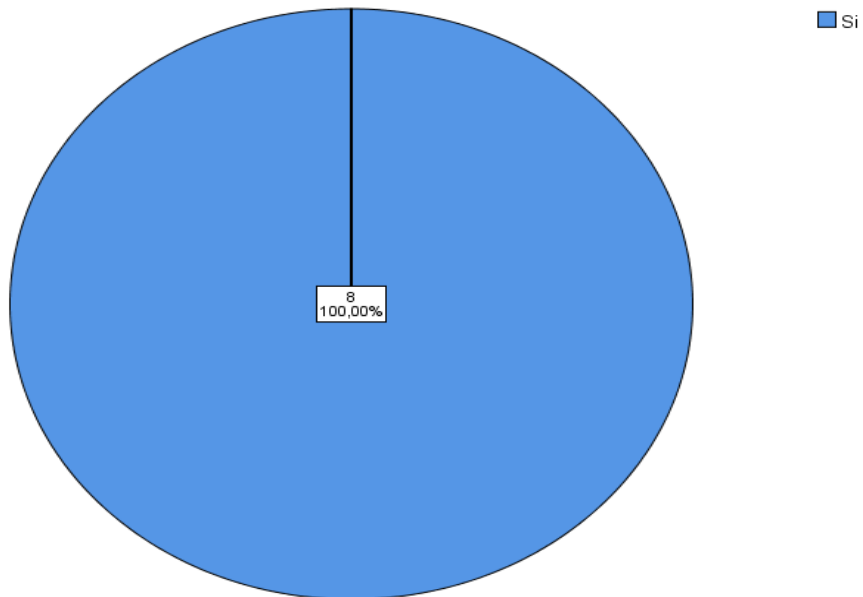


Figura 17: La atención al cliente es fundamental

Fuente. Tabla 03

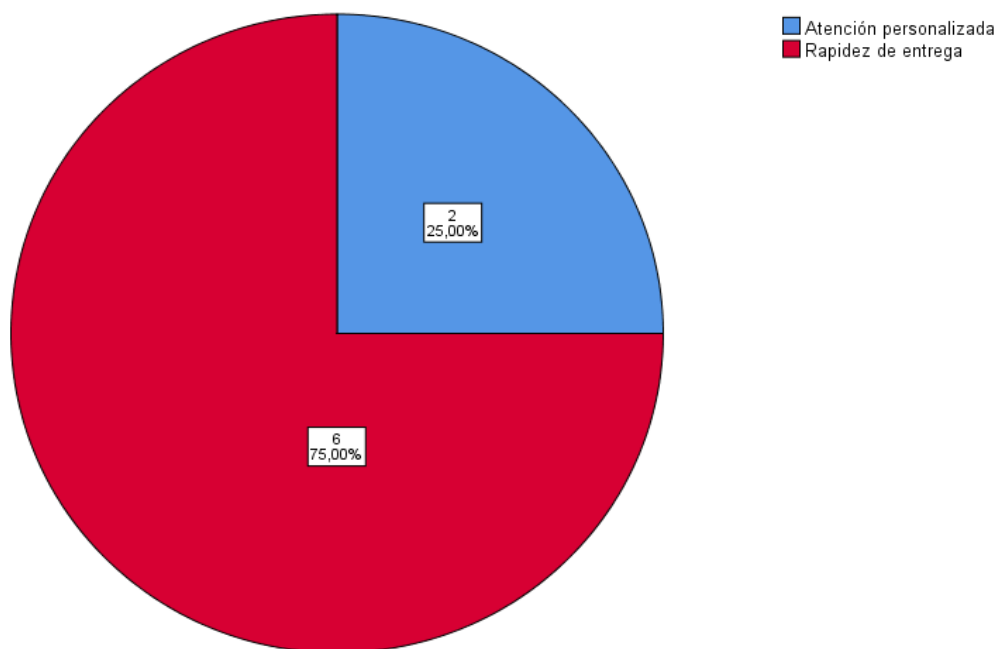


Figura 18: Principales factores que utiliza para brindar la atención al cliente

Fuente. Tabla 03

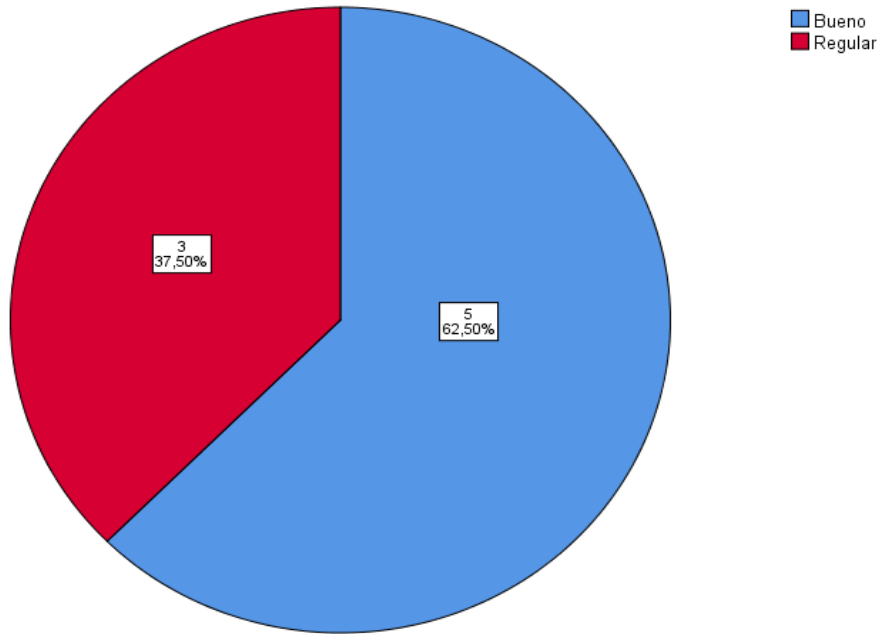


Figura 19: La atención que brinda a sus clientes es

Fuente. Tabla 03

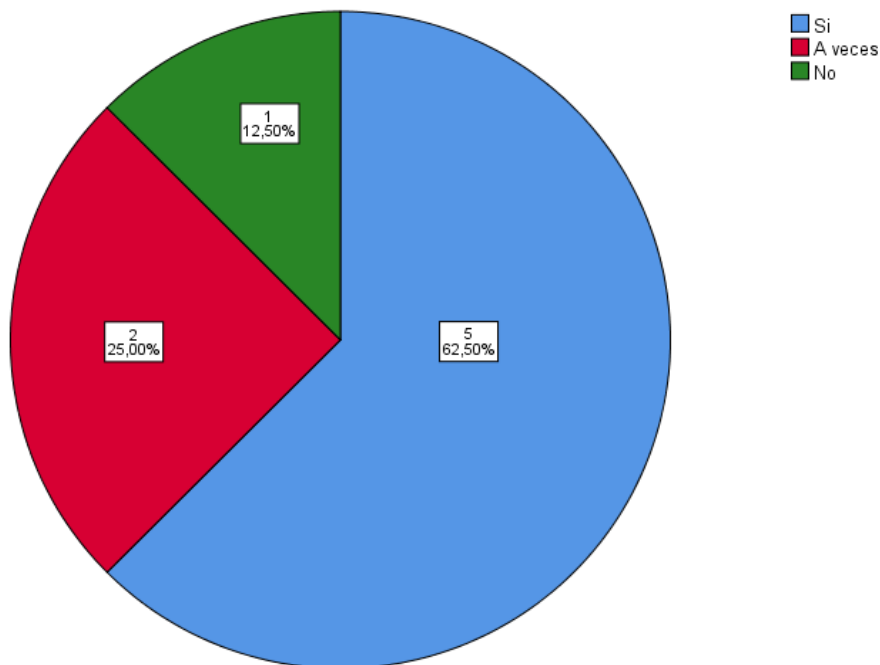


Figura 20: La empresa es eficiente cuando atiende y brinda solución a los reclamos de los clientes.

Fuente. Tabla 03

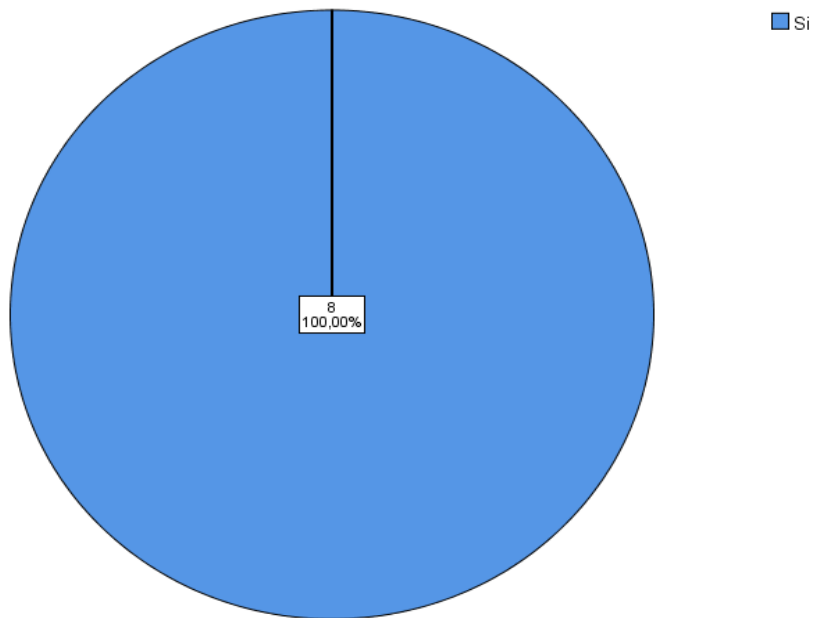


Figura 21: La buena atención al cliente te permite el posicionamiento de la empresa en el mercado.

Fuente. tabla 03