



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

PROPUESTA DE MEJORA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL RUBRO FERRETERÍAS,
URBANIZACIÓN PALAO, DISTRITO DE SAN MARTÍN DE
PORRES, LIMA, 2021

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

AUTOR

HUANCAS QUISPE, ROBERTO
ORCID: 0000-0003-2052-8016

ASESOR

ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA
ORCID: 0000-0001-9618-6177

PIURA – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Huancas Quispe, Roberto
ORCID: 0000-0003-2052-8016

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

ASESOR

Estrada Díaz, Elida Adelia
ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería,
Escuela Profesional de administración, Chimbote, Perú.

JURADO

Mgtr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Dr. Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Dra. Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Presidente

Dr. Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Miembro

Dra. Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

Estrada Díaz, Elida Adela
ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios todo poderoso

Por haber permitido culminar el presente trabajo de investigación satisfactoriamente, por haberme dado salud para lograr mis objetivos e iluminar mi mente.

A mi familia y al amor de mi vida
Carmen.

DEDICATORIA

A mi familia por su apoyo incondicional y brindarme las fuerzas para mi superación profesional.

Con mucho afecto, a mi asesora Estrada Díaz, Elida Adelia, por su dedicada labor en la enseñanza, paciencia y comprensión, contribuyendo así al término de la investigación

RESUMEN

La investigación tuvo por objetivo general: Determinar si la mejora de gestión de calidad y atención al cliente permite un óptimo funcionamiento de las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, Urbanización Palao, distrito San Martín de Porres, Lima, 2021. La investigación fue de diseño no experimental-Transversal-descriptivo-de propuesta. Las unidades económicas en estudio fueron 6 ferreterías; conformado por una muestra de 18 trabajadores y 384 clientes. Se aplicó un cuestionario de 9 preguntas para los trabajadores y otro de 12 preguntas para los clientes, a través de la encuesta se ha obtenido los siguientes resultados: El 44,44% de los trabajadores encuestados indicaron que casi nunca la empresa tiene definido el nivel jerárquico de autoridad. El 38,89% los colaboradores indican que a veces se realizan auditorías para conocer la rentabilidad de la empresa. El 34,90% de los clientes encuestados opinan que a veces los trabajadores muestran cortesía y amabilidad al momento de atender. El 36,20% de los clientes expresan que a veces los colaboradores se preocupan por brindar un servicio rápido. El 29,69% de los clientes encuestados manifestaron que a veces de realizan publicaciones en redes sociales.

La investigación concluye que: Las microempresas casi nunca tienen establecido el nivel jerárquico de autoridad. Además, los trabajadores algunas veces atienden con cortesía y amabilidad. También, las microempresas a veces realizan publicaciones en las redes sociales debido a que los dueños no tiene experiencia en el manejo de redes sociales.

Palabras claves: Gestión de calidad, atención al cliente, emprendimiento.

ABSTRACT

The general objective of the research was: To determine if the improvement of quality management and customer service allows an optimal functioning of micro and small companies in the hardware stores category, Palao Urbanization, San Martin de Porres district, Lima, 2021. The investigation was of non-experimental-transversal-descriptive-proposal design. The economic units under study were 6 hardware stores; made up of a sample of 18 workers and 384 clients. A questionnaire of 9 questions was applied to the workers and another of 12 questions to the clients, through the survey the following results have been obtained: 44.44% of the workers surveyed indicated that the company almost never has defined the level hierarchy of authority. 38.89% of the collaborators indicate that audits are sometimes carried out to know the profitability of the company. 34.90% of the clients surveyed think that sometimes the workers show courtesy and kindness when attending. 36.20% of the clients express that sometimes the collaborators worry about providing a fast service. 29.69% of the clients surveyed stated that they sometimes publish on social networks.

The investigation concludes that: Microenterprises almost never have established the hierarchical level of authority. In addition, the workers sometimes serve with courtesy and kindness. Also, micro-enterprises sometimes post on social networks because the owners do not have experience in managing social networks.

Keywords: Quality management, customer service, entrepreneurship.

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Jurado evaluador y asesor.....	iii
4. Agradecimiento.....	iv
5. Dedicatoria.....	v
6. Resumen.....	vi
7. Abstract.....	vii
8. Contenido.....	viii
9. Índice de tablas	ix
10. Índice de figuras.....	x
I. Introducción.....	1
II. Revisión de Literatura.....	8
III. Hipótesis	37
IV. Metodología	38
4.1. Diseño de la investigación	38
4.2. Población Y Muestra.....	39
4.3. Definición y Operacionalización de la variable e indicadores.....	42
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	44
4.5. Plan de análisis	45
4.6. Matriz de consistencia.....	46
4.7. Principios éticos	47
V. Resultados.....	49
5.1. Resultados	49
5.2. Análisis de resultados	72
VI. Conclusiones.....	81
Aspectos complementarios	
Referencias Bibliográficas	
Anexos	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Proceso administrativo de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2022	49
Tabla 2. Características del servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2022	52
Tabla 3. Características de interacción y satisfacción de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2022	54
Tabla 4. Propuesta de mejora para la gestión de calidad y atención al cliente permite un óptimo funcionamiento de las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de san Martín de Porres, Lima, 2022.	56

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.La empresa se realiza estudios de mercado	107
Figura 2.La empresa cuenta con los recursos necesarios para lograr sus objetivos	107
Figura 3.Las actividades se dirigen en función a los objetivos planificados	108
Figura 4.Las actividades son coordinadas en conjunto para lograr objetivos comunes	108
Figura 5.Considera que su trabajado es valorado por la empresa	109
Figura 6.La empresa tiene definido el nivel jerárquico de autoridad	109
Figura 7.Durante el desarrollo de las actividades existe dialogo en los trabajadores	110
Figura 8. Se realiza auditorias administrativas en la empresa	110
Figura 9.La empresa ha fijado metas relacionados con la calidad, satisfacción ,innovación	111
Figura 10.Los trabajadores muestra cortesía y amabilidad	111
Figura 11.La empresa muestra disposición para solucionar los problemas	112
Figura 12.Considera que la empresa brinda un servicio rápido	112
Figura 13.Considera que los trabajadores lo escuchan con sinceridad y honestidad	113
Figura 14.Los trabajadores brindar asesoramiento al momento de comprar	113
Figura 15.Usted se considera ser un cliente leal a la empresa	114
Figura 16.La empresa logra satisfacer sus necesidades	114
Figura 17.La empresa brinda beneficios a los clientes	115
Figura 18.Usted recomendaría esta Ferretería a otras personas	115
Figura 19.El lenguaje utilizado por los trabajadores es claro, preciso y sencillo	116
Figura 20.Considera que los trabadores son dinámicos al momento de atender	116
Figura 21. La empresa realiza publicaciones con frecuencia en las redes sociales	117

I. INTRODUCCIÓN

A principios de la década de los 80 surgen las empresas, siendo formado por las familias y se denominan micro y pequeñas empresas, estos negocios contribuyen al desarrollo de la economía familiar y local. En busca de generar un trabajo independiente en la actualidad las micro y pequeñas empresas son un fenómeno económico mundial por impulsar crecimiento del PBI y la economía social (Valdi, 2021).

A pesar de que las micro y pequeñas empresas son importante, la mayoría de ellas tienen problemas de Gestión de calidad y atención al cliente debido a que no cuentan con buena organización interna, falta de Planificación y existencia procesos administrativos empíricos y rudimentarios. Además, presenta problemas de atención al cliente debido a que el tiempo de espera es demasiado largo, la atención que se brinda no es adecuada, no existe interacción con los clientes.

Esto se debe a que no se ha realizado una adecuada selección de personal, ya que, en la mayoría de los casos se contrata a los mismos familiares del propietario de las MYPE quienes no cumplen con el perfil para desempeñar el cargo de atención al cliente. Pero este problema no solamente es a nivel nacional sino también internacional.

Las microempresas en España son importantes para el desarrollo de la economía española ya que aportan al crecimiento del PBI y a la generación de empleo. Se estima que el 95% de las empresas españolas son MYPES. Es decir, tienen menos de 10 empleados y facturan menos de 2 millones de euros

anuales. Las MYPES en España en su mayoría son administrados por sus propios dueños, quienes no percibe un salario y los trabajadores son familiares de los dueños. Sin embargo, tienen problemas de gestión de calidad y atención al cliente por ende no les permite desarrollarse en toda su capacidad (BBVA, 2021)

Europa es un continente desarrollado en el mundo, en donde las micro y pequeñas empresas siguen teniendo problemas de gestión de calidad y atención al cliente, debido a que los emprendedores continúan administrando sus negocios de manera empírica, asimismo los trabajadores no tienen una buena actitud para atender a los clientes. Por esta razón las empresas pierden clientes y disminuyen su margen de ganancia.

En América Latina las Micro y pequeñas empresas están representado por las siete economías (Argentina, Chile, Colombia, Ecuador México, Perú y Uruguay).El 99.5% del total de las empresas que existe la región de América Latina se clasifican como microempresas (Banco de Desarrollo de America Latina 2019).

Por lo tanto las micro y pequeñas empresas son importantes en America Latima y en todo el mundo,siendo el motor de la economina que contribuyen con el crecmiento del producto bruto Interno (PBI) de cada Pais.Pero presentan problemas de gestion de calidad y atencion al cliente debido a que los emprendedores no se adaptan a los cambios y a una administracion moderna.Ademas,no se brinda una adecuada atención por ello que se pierden clientes y la empresa tiende a tener una mala reputacion en el mervado.

Argentina enfrenta la pandemia de COVID-19 en una situación complicada luego de dos años de estancamiento y un cambio de gobierno que de por sí requirió una serie de cambios institucionales y estratégicos. En este escenario, el enfoque de Desarrollo de Productividad Mejorada presta especial atención a los diversos actores (empleados, cooperativas, emprendedores, grandes corporaciones y MYPYMES) y busca promover iniciativas que reconozcan estrategias distintas y al mismo tiempo mantengan un espíritu inclusivo, fortaleciendo público- enlaces privados (Heredia,Zurita & Marco, 2021).

En el país de Argentina las MYPES presentan problemas de atención al cliente debido a que sus creadores no poseen los conocimientos suficientes para administra sus negocios, puesto que no se capacitan y consideran como una pérdida de tiempo. Por esta razón, las micro y pequeñas empresas no logran ser sostenibles en el futuro en su mayoría mueren antes de los cinco años de tener presencia en mercado.

De igual forma, las micro y pequeñas empresas en el Perú surgen como un fenómeno económico y social que busca satisfacer las múltiples necesidades de la población, siendo una alternativa para generar empleo y contribuir con crecimiento de la economía(Valdi, 2021).

Las MYPES en el estado peruano se consideran como un instrumento para combatir el desempleo y disminuir las tasas de pobreza en el país. Por lo tanto, las autoridades gubernamentales promueven programas de apoyo empresarial con el único propósito que contribuyan en el desarrollo económico y social. De modo que, las MYPES continúan teniendo problemas en contratar al

personal adecuado para brindar una atención de calidad y también tienen dificultades para la incorporación de tecnología.

Del mismo modo, en la ciudad de Ica se está desarrollando una amplia gama de actividades económicas. Las micro y pequeñas empresas juegan un papel importante en el desarrollo económico y social de la región, siendo la fuente generadora de empleo y el principal motor del mercado local (ComexPerú, 2021).

Las microempresas se han visto gravemente afectadas por la crisis epidémica mundial COVID-19. Generando un impacto negativo en el sector empresarial, que ha provocado una crisis económica para los hogares que dependen de los ingresos generados por MYPES para el sustento de cada familia (ComexPerú, 2021)

Las MYPES son de mucha importancia para el crecimiento de la economía a nivel nacional, se puede describir que la mayoría de ellas tienen problemas de gestión de calidad y atención al cliente, los clientes muestran su malestar por estar esperando demasiado tiempo al momento de comprar algún producto, además no reciben un buen trato por parte de los vendedores. Debido a que no se realiza una adecuada gestión de calidad en los diferentes procesos internos de la empresa, la mayoría de los emprendedores desconocen de herramientas administrativas.

Las micro y pequeñas empresas de la Urbanización Palao, distrito San Martín de Porres. El rubro de ferretería es importante para el desarrollo de la economía y fuente generadora de empleo a nivel local.

A pesar de ser importantes las microempresas del rubro ferreterías presentan problemas relacionados con la gestión de calidad y atención al cliente, los trabajadores desconocen de las especificaciones técnicas de los productos de ferretería esto genera desconfianza en los clientes al momento de comprar. En los almacenes de las ferreterías se conoce la ubicación de los productos por esta razón, se hace esperar demasiado tiempo a los clientes ya que no cuentan con un software o plano de distribución y ubicación de los productos. Además, las microempresas cambian constantemente de personal afectando a la empresa su productividad, aumento de costos, también afecta la moral de los colaboradores.

Por lo anteriormente expresado, se planteó la siguiente pregunta de investigación.

¿La mejora de gestión de calidad y atención al cliente permite un óptimo funcionamiento de las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2021?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se formuló el siguiente objetivo general:

Determinar si la mejora de gestión de calidad y atención al cliente permite un óptimo funcionamiento de las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de san Martín de Porres, Lima, 2021.

Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos:

- Describir los elementos del proceso administrativo de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2021
- Determinar las características del servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2021
- Determinar las características de interacción y satisfacción al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2021.
- Elaborar una propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente permite un óptimo funcionamiento de las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de san Martín de Porres, Lima, 2021

Por lo tanto, la investigación se justificó desde la expectativa teórica permitiendo conocer herramientas administrativas y conceptos, características sobre atención al cliente que permitió describir la problemática del rubro de ferreterías y formular una propuesta de mejora.

Desde la perspectiva práctica, la investigación radicó en conocer los elementos de la gestión de calidad y las características de atención al cliente de las ferreterías; a partir de ello se determinó la elaboración de una propuesta de mejora que será de ayuda para los dueños de las ferreterías, los resultados de la investigación se pondrán en conocimiento de los dueños y las soluciones que se plantearon en la investigación.

Desde el punto de vista, metodológico, la investigación servirá para el método científico garantizando la confiabilidad de la información obtenida que servirá como referencia para las futuras investigaciones, la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo-de propuesta , diseño no experimental de corte Transversal. Para la investigación se seleccionó 6 MYPES del rubro ferreterías. Las unidades económicas en estudio fueron 6 ferreterías; conformado por una muestra de 18 trabajadores y 384 clientes. Se aplico un cuestionario de 9 preguntas para los trabajadores y otro de 12 preguntas para los clientes. Obteniendo los siguientes resultados: El 38.89% de los trabajadores encuestados manifiestan que nunca realiza un estudio de mercado antes de iniciar un emprendimiento. El 61.11% de los encuestados expresa que las actividades a veces se dirigen en función a los objetivos planificados. El 50.00% de los empleados encuestados respondieron que a veces el administrador de la empresa comunica y brinda ayuda para el desarrollo de las actividades. El 38.89% indican que a veces se realizan auditorias para conocer la rentabilidad de la empresa. El 34.90% los clientes opinan que a veces los trabajadores muestran cortesía y amabilidad al momento de atender. El 36.20% los clientes expresan que a veces los colaboradores se preocupan por brindar un servicio rápido. La investigación concluye que: Una minoría de emprendedores nunca realizan estudios de mercados para conocer las necesidades de los clientes, debido a que no toman importancia a la gestión de calidad. Asimismo, los clientes consideran que a veces los trabajadores atienden con amabilidad y cortesía.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes internacionales

Figueroa & Lemus (2020) los autores en su investigación denominada *diseño del sistema de gestión de calidad para la empresa COVAL S.A bajo la Norma NTC ISO 9001:2015*. Tuvo el siguiente objetivo general: Diseñar un sistema de gestión de calidad para la empresa COVAL S.A bajo la Norma NTC ISO 9001:2015. La metodología de la investigación fue de diseño descriptivo, la población estuvo conformada por 200 clientes, en donde utiliza la fórmula estadística para obtener la muestra el cual estaría conformado por 132 clientes. Se trabajó con un nivel de confianza del 95% y margen de error 5%. La técnica que se utilizó fue la encuesta y el instrumento de la investigación es un cuestionario con 16 preguntas. Obtuvo los siguientes resultados que el 84.6% pertenecen al género masculino, el 100% de los clientes encuestados respondieron que si están satisfechos con la atención prestada, el 100% respondieron que si recomendarían a empresa COVAL S.A, el 84.6% de clientes comprar con mayor frecuencia el cemento Holcim, el 61.5% de clientes encuestados indican que compran con mayor frecuencia teja Eternit #08, el 76.92% de los clientes indican comprar con mayor frecuencia el drawall de 6mm, el 69.2% de los clientes indican comprar con mayor frecuencia eterboard de 6mm, 61.5% de los clientes compran con mayor frecuencia la marca Gerfor, el 61.5% de los clientes encuestados indican que compran con mayor frecuencia accesorios de ½ de pulgada, el 69.2% de clientes encuestados eligen comprar con mayor frecuencia tubería de agua de ½ de pulgada, el 61.6% los clientes indicaron que compran con mayor

frecuencia tubería de alcantarillado de 18 pulgadas, el 38.5% realizan compras semestrales en la empresa y el 38,5% compran mensualmente, el 92.3% de clientes están satisfechos con los tiempos de entrega, se evidencia que el 92.3% de clientes se encuentran satisfechos con el estado de entrega de los productos, el 30,8% tienen un nivel de satisfacción 10 esto demuestra que los clientes se encuentran satisfechos en gran mayoría con la empresa, el 100% de los clientes respondiendo que no se comunica con algún trabajador para resolver su inconformidad debido a que no tienen inconformidades. En conclusión, los resultados obtenidos durante el proceso de desarrollo en donde se pudo observar que la empresa no contaba con misión,visión,valores corporativos, mapa de procesos y estructura organizacional.

Quinaloa (2018) en su investigación titulada *diseño de un modelo de gestión de calidad en la empresa FUNORSAL de la provincia de Bolivar*.La presente investigación tuvo como objetivo general: Desarrollar de un modelo de gestión de calidad en la empresa FUNORSAL de la provincia de Bolivar.Metodología de la investigación es de enfoque cualitativo, modalidad de investigación bibliográfica o documental de campo, tipo de investigación descriptiva. La población de la presentes investigación se desarrolló bajo el tipo de población finita porque se conoce con exactitud los miembros de la empresa FUNORSAL de la provincia de Bolívar un total de 43 trabajadores. Siendo la población de 43 trabajadores por ende la muestra está conformada por los 43 trabajadores ya que es una población pequeña. Para la recolección de información en esta investigación se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el

cuestionario de 10 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados. El 53% colaboradores de la empresa respondieron que si conocen que existe un modelo de gestión de calidad, el 58% de los encuestados respondieron que están muy de acuerdo en mejorar la gestión de calidad, el 39% de los encuestados respondieron que se capacitan trimestralmente, El 63% de los encuestados respondieron que la empresa cuenta con buena maquinaria, el 46% en base a las encuesta realizadas a los colaboradores afirman que el responsable de la gestión de calidad es el jefe de producción, el 42% de los encuestados respondieron que rara vez de implementa maquinaria de punta, el 33% los encuestados respondieron que rara vez participan en los procesos de gestión de calidad, el 88% de los colaboradores encuestados responden que si la empresa comercializa con calidad los productos y servicios, el 53% de los encuestados responde que anualmente evoluciona la calidad, el 67% de encuestados indican tener inconvenientes de implantar un modelo de gestión de calidad. En conclusión, durante los datos obtenidos en el desarrollo de la investigación se pudo observar que la empresa no cuenta con maquinaria de punta, lo que no permite utilizar al máximo su potencial de producción, en vista de que si cuenta con materia prima suficiente para obtener una eficiente productividad.

Antecedentes Nacionales

Melo (2018) en su investigación denominada *gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en el sector comercial, rubro ferreterías, clúster jr. 7 de junio distrito de calleria, Año 2017*. El objetivo principal de la presente investigación ha sido determinar la influencia de Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercial, rubro ferreterías, clúster Jr. de Junio, distrito de Callería, año 2017. Se desarrolló bajo la metodología de investigación del tipo descriptivo – correlacional - no experimental. La población de la investigación estuvo conformada por las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías. De acuerdo con la información proporcionada por la Municipalidad Provincial de coronel Portillo, los registros de SUNAT y la verificación de estos establecimientos, se determina en 33 MYPES activas del rubro. La muestra estuvo conformada por 30 MYPES del sector ferreterías del clúster de Jr. 7 de junio a encuestar, sin embargo, fueron 26 propietarios de estos negocios que nos brindaron apoyo para realizar la investigación, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento que se aplicó fue un cuestionario estructurado de 24 preguntas, obteniéndose como resultados: Respecto al emprendedor: Edad, están en los rangos de 29 a 39 años (30,8%) y de 40 a 49 años (34,6%); predomina el género masculino (69.2%); en formación destaca “empírico” (53.8%). Respecto a la empresa: 76,9% de las MYPES encuestadas están formalizadas; el principal interés de formalizarse es el “acceso a créditos de la banca”. La mayoría son MYPES jóvenes de 1 a 3 años (42,3%) y con poco personal, pero solo el 23.1% registró a sus trabajadores en planilla.

Respecto a la gestión y atención al cliente: el 30.8% no tiene plan de negocios; 76,9% no definió su misión, visión y valores; en consecuencia 46,2% no evidencia una gestión de atención al cliente; 61.5% no cuenta con local propio y en 46.2% sus instalaciones no facilitan un buen servicio. Un 80,8% no capacitan al personal ni promueven una cultura de buen servicio (53,8%); tampoco recoge sugerencias ni reclamos del cliente (73.1%). Finalmente, los microempresarios (61.5%) indican que su personal no tiene actitud de servicio: 53.8% de ellos, no desea capacitarlos. La presente investigación concluye que en un 80.8% del empresario de las MYPES no capacitan a sus trabajadores. Además, los negocios no cuentan con un plan para logra tener una mejor expectativa en cuanto al manejo de sus recursos que poseen.

Yacupoma (2018) en su tesis denominada *La gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarmey; caso: Ferretería Santa María S.A.C, año 2016*. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal: Determinar las características de la Gestión de calidad en atención al cliente en micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarmey; caso: ferretería Santa María S.A.C, año 2016. La metodología del presente estudio fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo. Para el trabajo de investigación se identificó una población de 13 Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías dentro de la ciudad de Huarmey año 2016.

Información que fue recopilado mediante una investigación a todas las ferreterías de la Provincia de Huarmey.

Se utilizó una muestra dirigida de 8 Micro y pequeñas empresas; del sector comercio, rubro ferreterías de la provincia de Huarmey año 2016 quienes aceptaron poder brindarnos informaciones. La presente investigación utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento un cuestionario de 15 preguntas. Obteniendo como resultados: El 50 % de los representantes tienen entre 33 a 45 años. El 62,5 % son masculinos. El 100 % de Las MYPES son formales. El 100 % aplican una gestión de calidad para atención a los clientes. El 62,5 % de las MYPES han aplicado técnicas modernas para la mejora de la gestión de calidad. El 100 % brindan una atención de buena calidad a los clientes. Concluyendo que los empresarios tienen una edad promedio de 33 a 45 años, de sexo masculino, las MYPES son formales, aplican una gestión de calidad a los clientes, aplican técnicas modernas para la mejora de la atención al cliente, y su prioridad es la buena atención con amabilidad. Respecto al caso: el representante tiene entre 33 a 45 años, sexo masculino, la MYPE es formal, aplican una gestión de calidad para atención a los clientes, aplican técnicas modernas y su prioridad es la atención con amabilidad, concluyendo que el representante de la Ferretería Santa María S.A.C tiene 36 años, de sexo masculino, la MYPE es formal, aplican una gestión de calidad, aplican técnicas modernas, su prioridad es la atención con amabilidad. Concluye que la empresa denominada Ferretería Santa María S.A.C. Cuenta con una buena administración ya que hace uso de herramientas administrativas como es la gestión de calidad y posee con protocolos de atención al cliente.

Mezones (2020) en su tesis titulada *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES rubro Ferrería de Frías, año 2020*. La investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro ferreterías de Frías, año 2020. Metodología de tipo cuantitativo, nivel de la investigación descriptiva, diseño no experimental, corte transversal. La presente investigación “Gestión de calidad y atención al cliente” está conformada por 4 MYPE, ubicadas en Frías, es un muestreo por conveniencia no probabilístico. La presente investigación para la recolección de información del elemento de estudio utiliza la Técnica de encuesta y el instrumento un cuestionario. En onde se Obtiene los siguientes resultados: El 75% de las empresas alcanzan sus objetivos principales. El 100% cuenta con recursos necesarios para iniciar un negocio. El 100 no cuenta con técnicas para medir la productividad del recurso humano en la empresa. El 100 % las empresas buscan el bienestar de los consumidores. El 100% de las micro y pequeñas empresas no están haciendo uso de la tecnología en las ventas. El 100% de las empresas no tienen establecidas sus políticas, procedimientos, descripción de cargos y funciones. El 100% no conoce el comportamiento de su público objetivo. El 50 % cuentan con precios que se adecuan con relación al producto que ofrecen. El 100% el personal no brinda información sobre los productos. El 50% tiene la certeza de que sus clientes están creciendo. El 90% el personal trabaja em equipo. El 100% de los trabadores no están motivados. El 80% cree que la atención ofrecida si les proporciona seguridad. El 100% se considera que los vendedores ejercen su trabajo con total profesionalismo.

El 100% los representantes de las MYPES no se preocupan por conocer las necesidades y preferencias de los clientes. El 100% se evidencia que las MYPES no han implementado medidas de seguridad para la atención al público. El 100% se evidencia que los trabajadores no portan equipos de seguridad adecuado.

El 100 % cree que si recibe una atención adecuada. El 100% considera que los productos que ofrecen las MYPES no satisfacen sus necesidades. El 100% las MYPES no cubren el costo de traslado de materiales. Se concluye que los emprendedores cuentan con los medios necesarios para iniciar un negocio. Además, las MYPES no cuentan con técnicas para medir la productividad de los trabajadores. Asimismo, no hacen uso de la tecnología para el proceso de sus ventas. Se recomienda contar con técnicas que ayuden a medir la productividad de los trabajadores, así como también implementar el uso de la tecnología ya que es una herramienta con múltiples beneficios. La investigación concluye que las MYPES del rubro ferreterías en la ciudad de Frías, los emprendedores al momento de iniciar su negocio cuentan con los recursos necesarios, asimismo los clientes al momento de comprar en la ferretería se sienten seguros y a confianza.

Antecedentes Regionales

Huapaya (2020) en su tesis titulada *Propuesta de mejora del sistema logístico para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Ferreterías del jirón Sucre cuadras 6 y 7, Imperial – Cañete, 2020*. cuyo objetivo general fue determinar la propuesta de mejora del sistema logístico para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del Jirón Sucre cuadras 6 y 7, Imperial-Cañete, 2020, metodología cuantitativa, de nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal, se aplicó una encuesta a toda la población cuya muestra fue de 10 propietarios , resultados del sistema logístico y gestión de calidad los más resaltantes: El 40% de los encuestados indicaron que muy pocas veces inspeccionan sus productos de alta rotación. El 40 % expresaron que muy pocas veces hacen uso de la tecnología para obtener ventaja competitiva. El 40 % indicaron algunas veces analizan los problemas y errores de las actividades de su negocio para luego solucionarlos. Se concluye que requieren hacer cambios en este rubro para mejorar practicas desde que adquieren la mercadería hasta la venta para esto se tomara de modelos a la cadena de valor de Michael Porter y el ciclo PHVA de Edwards Deming para optimizar la competitividad y ofrecer un valor que atraiga a los clientes.

Atanacio (2020) en su investigación *Gestión de calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del centro comercial Atahualpa-Rubro Ferretero Huacho 2018*. Su objetivo general de la investigación fue: conocer la Gestión de calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los clientes del centro comercial Atahualpa-Rubro Ferretero Huacho 2018. El tipo de investigación básica, llamada pura o fundamental, nivel de la investigación descriptivo, diseño no experimental transaccional correlacional, enfoque cuantitativo. La población estuvo representada por los 28 propietarios de los stands del centro comercial Atahualpa, rubro ferretero Huacho. La muestra del estudio fue de los 28 propietarios se consideró a la totalidad de la población por ser tan pequeña.

Para la recolección de datos se utilizó las siguientes técnicas: Análisis documental, entrevista, observación, encuesta. Instrumentos que se utilizó en la investigación fue: Fichas bibliográficas, hemerográficas y de investigación, cuestionario de entrevista, observación directa, cuestionario. Se obtuvo los siguientes resultados, El 57,14% muestran que siempre existe planificación en la calidad de servicio, El 75% muestran que siempre existe control en la calidad de servicio, el 82,14% de los encuestados responden que a veces hay mejora continua en la calidad de servicio, el 75% muestran que siempre existe responsabilidad en la calidad de servicio, el 67, muestran que existe tranquilidad después de la atención, el 82,14% muestran que siempre existe reforzamiento de autoestima en la satisfacción de los clientes, el 78,57 muestran que siempre recomiendan el servicio sintiéndose satisfechos del servicio brindado.

La investigación concluye que estadísticamente se evidencia que existe una relación entre la gestión de calidad del servicio y la satisfacción del cliente del centro comercial Atahualpa, rubro ferretero Huacho-2018. También se evidencia estadísticamente que existe una relación entre la planificación y satisfacción de los clientes. Por otro lado, también existe una relación entre el control y la satisfacción de los clientes. Por lo tanto, se evidencia que existe relación entre la mejora continua y la satisfacción del cliente.

Antecedentes Locales

Tarazona(2019) en su tesis denominada *Gestión de calidad con el uso de marketing y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías del km 26 de la Panamericana Norte, distrito de Puente Piedra, año 2019*. Su objetivo general de la investigación fue: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso del Marketing y la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro Ferreterías del Km 26 de la Panamericana Norte, Distrito de Puente Piedra año 2019. La metodología de la investigación se desarrolló utilizando un diseño no experimental-transversal. El presente trabajo tuvo una población de 14 MYPES, las mismas que se escogieron como muestras de la investigación por ser una población tan pequeñas, Se utilizó la técnica de la encuesta y de instrumento un cuestionario de 16 preguntas, se obtuvo los siguientes resultados: el 50% de los encuestados tienen una edad promedio entre 31 a 50 años. El 50% cuentan con estudios superiores, así mismo el 50% son dueños de sus propios negocios.

El 64% de las micro y pequeñas empresas están en la condición de empresas formales. El 43% cuentan con más de 8 años de experiencia en la actividad empresarial. De las Micro y pequeñas empresas el 57% tiene como objetivo principal generar ganancias, el 71% de las Ferreterías cuentan entre 1 a 5 colaboradores. El 36% de los encuestados valora el trabajo en equipo. El 71% manifestaron que la Gestión de Calidad no contribuye a mejorar el rendimiento de su empresa. El 57% no ha capacitado a su personal. En cuanto al resultado esperado por la empresa el 50% de los encuestados espera que haya aumento en cuanto a clientes. El 71% manifestó que la observación es una buena técnica para medir el rendimiento de su personal. El 43% manifestaron que a veces los productos satisfacen las necesidades de los clientes. El 58% no conocen ninguna herramienta de Marketing. El 50% utiliza el medio radial para publicitar su negocio, Finalmente el 58% no sabe que el Marketing le ayuda a mejorar la rentabilidad de su negocio.

Amanqui (2020) en su tesis titulada *Propuesta de gestión de calidad MOP PRO para mejorar la atención al cliente en una empresa, Lima 2020*. Tuvo como objetivo general: Proponer estrategias para mejorar la atención al cliente mediante el mejoramiento de procedimientos, estructuras en almacén, logística y creación del área de atención al cliente para la orientación de la visión de la empresa y sus colaboradores hacia la satisfacción de sus consumidores. El estudio se realizó a través del sintagma holístico que engloba e integra diferentes teorías, usando el enfoque mixto con métodos inductivo-deductivos y de tipo proyectivo.

Para el análisis cuantitativo el tamaño de la muestra no probabilística fue a 32 mediante el portal de Google, de manera anónima con el fin de conocer la opinión de los clientes respecto a la atención que reciben ante una compra. Por otro lado, para el análisis cualitativo se realizaron 3 entrevistas y el procesamiento y análisis de datos se realizó a través del Microsoft Excel y Atlas. Ti. En tal sentido en base a la información obtenida se pudo identificar que la empresa presenta deficiente gestión operativa y logística, reducida visión y gestión de la atención al cliente y estructura organizativa burocrática, ya que existe falta de implementación de acciones que surgen debido al crecimiento y la demanda en el rubro. En consecuencia, la propuesta consta en plantear estrategias en la cadena de almacenamiento y despacho implementando nuevas políticas de despacho, reestructuración de las estructuras del almacén, capacitaciones para la vocación de servicio al cliente, y finalmente el mapeo y configuración de la estructura organizacional del MOF para orientar cada departamento de la empresa y sus funciones que deben estar engranadas hacia la atención rápida y ágil del cliente junto con la propuesta de la creación del área de atención al cliente que reforzará con sus funciones el logro de la satisfacción del cliente.

2.2. Bases Teóricas

Gestión de calidad

Cortés (2017) define que la de gestión de calidad establece políticas, los objetivos y las responsabilidades y se llevan a cabo por medios como la planificación, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y la mejora de la calidad.

Lizarzaburu, Chávez & Barriga (2018) establecen que es un conjunto de actividades planificadas y sistemáticas que permiten a una organización elaborar un producto o brindar un servicio con los requisitos predeterminados que se han establecido previamente.

Lizarzaburu, Chávez & Barriga (2018) definen que el sistema de gestión de la calidad está diseñado para lograr la claridad de todas las actividades de la organización, de modo que la capacidad de la organización para proporcionar bienes y servicios a sus clientes esté asegurada y esta capacidad se pueda mantener a lo largo del tiempo de manera consistente en un plan de mejora continua.

Leidinger(2020) indica que la gestión de calidad se puede definir como los pasos que se dan para la mejora continua de la organización, porque se enfoca en los procesos y las personas para producir calidad y excelencia. Véase a sí mismo como una forma de liderar y dirigir una organización, cuya aplicación incluye un enfoque sistemático que tiene en cuenta todas las interacciones entre todos los elementos de la empresa.

Alvarado (2019) indica que la ISO 9001-2015 es una norma en donde se especifica la elaboración de diversos documentos para confirmar el cumplimiento del Sistema de Gestión de Calidad, en el que se establecen sus políticas y procedimientos. regulaciones. También requiere emprender elaborar un proyecto donde la empresa desarrolle estándares de calidad a partir de su naturaleza.

Elementos del proceso administrativo

Therán y Prieto (2018) definen que el proceso administrativo es el conjunto de actividades esenciales que deben ser desarrollados por un gerente proactivo para la administración y control de la organización. Este proceso está compuesto por los elementos: planeación, organización, dirección y control.

Plata (2017) Manifiesta que es un medio por la cual se logra la calidad en el funcionamiento de la empresa, a través de un adecuado uso de los recursos que cuenta la organización. El proceso administrativo es importante en una organización ya que busca la integración de los elementos como la planificación, organización, dirección y control.

Planificación

La planificación es un proceso que trata de definir el camino la de organización con la finalidad de cumplir los objetivos planteados; también se puede definir como el proceso mediante el cual los responsables de la administración de su empresa diseñan políticas de alineación con la misión y visión de la empresa. Se debe asegurar la correcta administración y el sostenimiento en el futuro de la empresa a fin de garantizar la rentabilidad.

(Plata 2017)

Principios de la planificación

Therán y Prieto (2018) manifiestan que son una secuencia de normas, valores, reglas y creencias que se transforman en principios fundamentales para lograr la misión, visión y objetivos planteados en una organización.

Procesos de la planificación

Therán y Prieto(2018) expresan que está compuesto por una secuencia que deben ser considerados para lograr una verdadera planificación.

1. Establecer una o varias metas
2. Definir la situación actual
3. Identificar los obstáculos
4. Desarrollar un plan de acción

Therán y Prieto (2018) expresan que está compuesto por una secuencia que deben ser considerados para lograr una verdadera planificación.

Ciclos de la planificación

Según Therán y Prieto(2018) señalan que en la planificación existe tres ciclos, que a continuación se mencionan y se describen cada uno.

Ciclo 1: Los directivos de la empresa y los directores de las diferentes áreas se agrupan para plantar los objetivos estratégicos y definir las responsabilidades de cada área de la organización.

Ciclo 2: Es en donde los gerentes funcionales de cada área se reúnen para desarrollar las estrategias y objetivos de manera preliminar de sus áreas que representan. En donde se sugieren diferentes formas de como ayudaran para alcanzar los objetivos planteados. Asimismo, se deben plantear estrategias posibles para un mejor desempeño de la organización.

Ciclo 3: Es en donde la empresa asigna los recursos a todos los programas, proyectos y los procedimientos elegidos para lograr las metas planteadas.

Tipos de planes

Según Therán y Prieto (2018) señalan que la planificación está compuesta por dos tipos de planes:

Estratégicos: Consiste en escoger los objetivos de una empresa, definir las políticas y programas necesarios para el cumplimiento de los propósitos y determinar los métodos a fin de garantizar que los objetivos sean ejecutados.

Operativos: Es el detallan en donde se establecerá la manera como alcanzaran los objetivos estratégicos. Existen dos tipos de planes operativos: De una sola aplicación, es en donde se prepara un propósito específico y se termina cuando se ha logrado y los planes permanentes, son aquellos que hacen frente a situaciones previsibles y recurrentes.

Organización

Louffat (2017) refiere que consiste en desarrollar y definir la estructura organizacional de la empresa. En donde se establece el modelo organizacional, manuales y organigramas.

Clases de organización

Therán y Prieto (2018) señalan que existen dos clases de organizaciones:

La formal: Este tipo de organización es donde se establece un conjunto de normas, procedimientos y estructuras que brindan una secuencia en las actividades que realiza la empresa. Existen dos tipos de componentes:

Sistema de operaciones: Determina las funciones de cada colaborador que conforma la organización permitiendo el correcto funcionamiento de la empresa.

Sistema de incentivos: Es un instrumento de motivación que los colaboradores recibirán cumplimiento de los objetivos y el buen desempeño de la empresa.

La informal: Es conocida como un sistema espontaneo o también llamado sistema no formalizado ,porque no existen normas que regulen las interacciones, sino que los colaboradores se relacionan de manera natural que obedecen al trato directo entre los individuos de la empresa en sus vínculos producto de su propósito social.

Entornos de la Organización.

Therán y Prieto (2018) refieren que no importa el tipo de organización que sea, todas tienen un conjunto de actividades particularmente se distinguen de otras organizaciones que guardan semejanza en el mismo objeto social y las que se localizan entre el ambiente global de la economía. Las organizaciones para lograr su misión y visión se enfrentan a múltiples causas externas que ponen en riesgo su funcionamiento. También pueden encontrarse factores propios de la empresa que hacen marcar una diferencia de las demás empresas a nivel nacional e internacional. La organización se clasifica en tres entornos.

Entorno macro: Está constituido por las fuerzas indirectas que puedan afectar a la organización, continuación se mencionan los factores que pueden afectar al funcionamiento de empresa: La tecnología, Globalización, normas legales,potiticos,sociales,demográficos,ambientales,económicos.

Entorno meso: Está constituido por los stakeholders, que grupos de interés que afectan directamente a la empresa, entre las cuales se encuentran los, trabajadores, clientes, la competencia y proveedores.

Entorno micro: Esta conformado por las propias fuerzas que restringen o condicionan el correcto funcionamiento de la empresa y entre las cuales detallan; los sindicatos, colaboradores, accionistas, directivos, la cultura organizacional.

Dirección

Louffat (2017) señala que corresponde a los equipos que velan por la convivencia entre los individuos, ya que son ellos los que se encargan de ejecutar previamente lo planificado y organizado. Los colaboradores son diferentes unos a otros, cada uno tiene su propia personalidad, valores, actitudes y comportamientos, el individuo que lidera un equipo debe hacer uso de las técnicas de liderazgo, comunicación, motivación, negociación. Afín de garantizar un adecuado clima laboral, confianza, sinergia y obtener resultados positivos para el equipo como para cada colaborador de la empresa.

El Liderazgo

Plata (2017) señala que es un talento que tiene un individuo para influir, animar y tomar decisiones para llevar a cabo las actividades planificadas. Una característica del líder es que esté preparado para el cambio, que concentre su atención en el futuro, impulsando la creatividad y la innovación de los individuos para lograr los objetivos de la organización.

Trabajo en equipo

Un equipo de trabajo es conformado por:

Patrocinador: Es aquel que anima, ayuda, enseña y promueve la integración de los colaboradores, colabora en la solución de los problemas.

El facilitador: Es quien supervisa los resultados, impulsa la motivación, desarrollando habilidades de liderazgo y capacita a todos los colaboradores del equipo.

El líder: Garantiza la participación de todos los colaboradores que conforman la organización, en donde se coordinan las reuniones, evalúan el progreso, definen planes de acción, se buscan la participación equitativa.

El miembro: Asiste a las reuniones a tiempo, participa activamente, aportando conocimientos, creatividad y experiencia, realizan tareas en cada reunión y se desempeñan bien en las tareas acordadas.

Control

Louffat (2017) considera, como elemento esencial del proceso administrativo que permite diagnosticar desempeño logrado por cada integrante y por el equipo de trabajo dentro de un tiempo establecido. Para diagnosticar el resultado de eficacia y eficiencia de la organización, se requiere contar con herramientas o indicadores que nos ayuden a medir el rendimiento de las actividades.

Principios de evaluación

- a. Uniformidad: La organización debe respaldar de que todos los procesos tengan coherencia y poseer los requisitos para su implementación
- b. Comparación: Para todo el desarrollo de la evaluación, deben existir los factores de evaluación, los cuales deben medirse de acuerdo con los mismos criterios.
- c. Utilidad: Donde se usa la evaluación a fin de generar un beneficio para la empresa.
- d. Excepción: La evaluación debe estar dirigida a los problemas o situaciones de mayor interés para los representantes de la organización.
- e. Validez: Consiste en demostrar de manera eficiente los resultados de la evaluación, en donde se identifica métodos de validación: Validez pragmática, predictiva, concurrente.
- f. Confiabilidad. La evaluación debe brindar resultados confiables ya que se han aplicado a los individuos o equipos de trabajo en un tiempo determinado, en donde de obtiene resultado uniformes o semejantes.
- g. Objetividad: Los hechos deben ser evaluarse sobre el contexto en el que se suscitan, es decir cómo se muestran en la realidad.
- h. Practicidad: Se deben utilizar herramientas de evaluación simples, no complejas. La forma de evaluación elegida debe respetar las reglas para proporcionar conclusiones y recomendaciones claras y precisas.

La Gestión Por Procesos

Vivas, Sierra & García (2020) los autores consideran que es un componente esencial para la administración de empresas a la Gestión por Procesos en donde define como reorganizar la empresa hacia la satisfacción del cliente. El objetivo principal de la Gestión por Procesos es la creación de valor para el cliente mediante el diseño de procesos operativos y gestión eficaces. Que consiste en una serie de acciones o actividades que tienen un orden o secuencia determinados, se ha definido una situación inicial de partida y la situación o estado final donde se pretende llegar y se realizan en una organización para alcanzar un mismo objetivo.

Beneficios de gestión de calidad

Conexionesan (2018) la universidad ESAN a través de su espacio de intercambio de información empresarial con la finalidad de seguir aportando conocimiento generado por sus profesores establece los beneficios de un sistema de gestión de calidad, que a continuación, se mencionan:

Crea una mayor eficiencia: La empresa cuenta con un sistema de gestión de la calidad que puede mejorar la eficiencia y la calidad de sus operaciones. Establecen pautas que deben seguir todos los empleados para hacer que la capacitación y los procesos comerciales sean más simples, menos costosos o que consuman menos tiempo.

Mejora la moral de los empleados: Funciones claras, sistemas de formación bien definidos y una comprensión clara de cómo sus funciones afectan la calidad y el éxito empresarial son características típicas de un enfoque de

sistema de gestión de la calidad. Esto es para asegurar que los empleados estén motivados y satisfechos porque se desempeñarán bien en la organización.

Brindar reconocimiento internacional: ISO 9001-2015 es una norma que define los requisitos para implementar un sistema de gestión de la calidad y es una marca de gestión de la calidad global. Al implementar este sistema, su negocio parecerá digno de confianza. Muchas empresas tienen como objetivo exportar internacionalmente, y la certificación ISO es muy útil para establecer credibilidad en el campo de los negocios internacionales.

Mejorar la gestión de operaciones: Los gerentes pueden comprender la mejora requerida por el negocio a través del sistema de documentación y análisis. Este es un proceso cuidadosamente planeado y ejecutado que asegura decisiones comerciales precisas y elimina el riesgo de errores costosos.

Proporcionar un mayor nivel de satisfacción al cliente: ISO 9001-2015. Se basa en el principio de mejora continua. Este estándar permite a las empresas determinar qué es un producto de alta calidad y cómo satisfacer las necesidades del cliente. De esta forma, proporciona un marco para que la empresa revise periódicamente si se satisfacen estas necesidades, con miras a la mejora continua. Por lo tanto, las ganancias se reflejan en el desempeño positivo de la compañía a mediano y largo plazo. Ésta es la importancia de hacerlo, porque dominar el proceso para lograr este objetivo es un desafío.

Variable atención al cliente

Arenal (2019) define que la atención al cliente es un servicio que brinda una empresa para interactuar con los clientes y anticipar la satisfacción de sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes proporcionando un asesoramiento completo para garantizar el uso de un producto o servicio.

Arenal (2017) define que la atención al cliente es una actividad de gestión que todo empleado de la empresa realiza en relación con los clientes, con el fin de brindar asesoría y soluciones de alta calidad, una oportunidad para satisfacer las necesidades de los clientes.

Pacheco (2016) define que la atención al cliente es una función importante dentro de la empresa y más importante que las ventas, ya que la atención al cliente busca fortalecer los pilares que sustentan a la empresa.

Es la prestación de su servicio, ya que se desarrolla diariamente y con gran detalle, sin esperar a que el cliente eleve su nivel de insatisfacción. La atención al cliente comienza con pequeños aspectos como la resolución de dudas o inquietudes sobre su satisfacción con los productos y servicios contratados.

Zapatero (2016) define que atención al cliente es un servicio, además se considera como el conjunto de beneficios que los clientes esperan de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que reciben.

característica de atención al cliente

Arenal (2017) cita a Blanco autor del libro “Atención al cliente” en donde detalla las siguientes características.

Diferenciación: Los mercados competitivos de hoy ofrecen bienes y servicios cada vez más similares a precios competitivos. El servicio al cliente se convierte en una herramienta fundamental para la capacidad de ofrecer y aportar valor añadido a los clientes frente a la competencia.

Conocer las necesidades y expectativas de los clientes: Es necesario conocer en profundidad las necesidades de los diferentes segmentos de clientes para poder cumplir con sus expectativas y que, al menos encuentren en el mercado un producto que realmente satisfaga sus necesidades. Las empresas deben estar preparadas para adaptarse a los cambios que puedan ocurrir en su industria y las crecientes necesidades de sus clientes. Para ello, el personal que trata directamente con los clientes debe estar debidamente formado y cualificado al respecto.

Orientación al trabajo y al cliente: Las funciones relacionadas con la atención directa al cliente integran el componente técnico del trabajo realizado con el componente humano derivado del contacto humano directo. Un buen servicio al cliente debe combinar el saber hacer y el conocimiento.

Plantearse como meta la atención al cliente la fidelización : Retener clientes existentes es más rentable y difícil que atraer nuevos. Para retener a los

clientes, es necesario buscar nuevos valores asociados al producto para que se sientan satisfechos y reducir otras variables como el precio y la distancia que mantienen los competidores.

Canales digitales: El crecimiento de equipos de atención al cliente dedicados en redes sociales, foros y comunidades contribuye a la mejora y eficiencia del servicio. Los clientes de hoy exigen respuestas rápidas, y las empresas que gestionan el servicio al cliente en las redes sociales se toman en serio sus primeras respuestas en unos 2-3 minutos. Para ello, se requiere un buen plan de atención al cliente, con protocolos bien definidos y sistemas de escalabilidad, pero, sobre todo un equipo bien capacitado para que puedan trabajar y colaborar.

La Calidad y la Satisfacción del cliente.

García, Sierra & Vivas (2020) los autores indican que la satisfacción del cliente está conformada por tres elementos.

El Rendimiento Percibido: se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió. El rendimiento percibido tiene las siguientes características:

- Las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.
- las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
- Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos.

- Dada su complejidad, el "rendimiento percibido" puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el "cliente".

Las Expectativas: las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones:

- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- Experiencias de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión
- Promesas que ofrecen los competidores.

Los Niveles de Satisfacción: luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

Insatisfacción: se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.

Satisfacción: se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.

Complacencia: se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

Izquierdo (2019) indica que existen diversos beneficios que todas las empresas pueden obtener al lograr la satisfacción de sus clientes. La empresa que logra la satisfacción de sus clientes obtendrá como beneficios:

La lealtad del cliente.

Una difusión gratuita.

Una determinada participación en el mercado.

Los niveles de satisfacción

Izquierdo (2019) hace referencia al grado de satisfacción de los clientes al realizar una compra o al utilizar un servicio. En donde los clientes experimentan tres niveles de satisfacción:

Insatisfacción: El desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.

Satisfacción: El desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.

Complacencia: El desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Orientación al trabajo y al cliente.

Mateos (2019) indica como brindar una correcta atención al cliente contemplara la orientación del trabajo hacia el trato y los procedimientos. De este modo, el cliente se mostrará satisfecho con la compra por la atención que ha recibido y percibido, igual o superior a la atención que realmente esperaba recibir. Dicha satisfacción no solo se consigue mediante el producto o servicio en sí, sino que también juega un papel muy importante la atención al cliente y, por consiguiente, la calidad de servicio.

2.3.Marco conceptual

Atención al cliente: La atención al cliente es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para asegurar el uso correcto de un producto o de un servicio.

Gestión de la atención al cliente :consiste en la gestión que realiza cada trabajador de una empresa que tiene contacto con el cliente, para brindar asesoramiento y soluciones de calidad, lo cual es una oportunidad para generar satisfacción.

El servicio de atención al cliente :consiste en un conjunto de servicios que una determinada organización o empresa, como su nombre lo indica, ofrece a sus clientes. Esto con el fin de que los mismos obtengan sus productos de la forma prevista, en el lugar y tiempo estipulados y que, a su vez, se asegure el correcto uso de estos. Supone una relación entre el cliente-empresa en la que se velará por el cumplimiento de los estatutos mencionados.

Ferretería:Tienda donde se venden diversos objetos de metal o de otras materias, como cerraduras, clavos, herramientas, vasijas, etc.(RAE)

Empatía :Es la capacidad de implicarse en la respuesta hacia el cliente, de ponerse realmente en la posición de este y entender su frustración.

MYPE:Es una organización empresarial constituida por una persona natural o jurídica, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción ,transformación ,producción, comercialización de bienes o prestación de servicios (Mares,2022).

III. HIPÓTESIS

No, siempre debemos establecer hipótesis. Dependiendo del alcance inicial del estudio, el cual, a su vez, depende del planteamiento del problema. Las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son solamente aquellas que tienen un alcance correlacional o explicativo, o las que tienen un alcance descriptivo no se plantean hipótesis ,pero que intentan pronosticar una cifra, un dato o un hecho se formulan las hipótesis durante el desarrollo de la investigación (Hernández y Mendoza,2018).

En la presente investigación titulada: *Propuesta de Mejora de Gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas Del rubro Ferreterías, Urbanización Palao, Distrito San Martín de Porres, Lima, 2021*. No se formuló hipótesis por tratarse de una investigación de tipo descriptiva- de propuesta.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación fue no experimental- transversal- descriptivo- de Propuesta.

- Investigación no experimental son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos (Hernández & Mendoza, 2018).
- La investigación fue no experimental porque no se manipulo deliberadamente a las variables, Propuesta de Mejora de Gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro Ferreterías, Urbanización Palao, distrito San Martin de Porres, Lima, 2021.

Los diseños transeccionales o transversales recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único (Hernández & Mendoza, 2018).

- Fue transversal porque el estudio de investigación Gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro Ferreterías, Urbanización Palao, distrito San Martin de Porres, Lima, 2021.

Estudios descriptivos Tienen como finalidad especificar propiedades y características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado. (Hernández & Mendoza, 2018).

- Fue descriptivos porque solo se describió las principales características de las variables Gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas Del rubro Ferreterías, Urbanización Palao, distrito San Martin de Porres, Lima, 2021.

- Fue de propuesta porque se elaboró una propuesta y un plan de mejora a los resultados encontrados en la investigación de Gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro Ferreterías, Urbanización Palao, distrito San Martín de Porres, Lima, 2021.

4.2. Población Y Muestra

Población

Pimienta & De La Orden (2017) definen que es el conjunto de elementos que son parte del fenómeno o problemática a estudiar, y que poseen características similares, pues estos serán la base de dicho estudio. Compuesto por la totalidad de los elementos, individuos o factores que forman parte de nuestro objeto de estudio, en un lugar y tiempo determinados, poseen cualidades similares y observables.

Hernández, Mendoza (2018) los autores indican que la Población o universo es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas características.

Variable 1: Gestión de calidad:

Población 1: Finita, estuvo conformada por 18 trabajadores de las micro y pequeñas empresas del rubro Ferreterías, Urbanización Palao, distrito San Martín de Porres, Lima, 2021.

Variable 2: Atención al cliente:

Población 2: infinita, estuvo conformada por los clientes de las micro y pequeñas empresas del rubro Ferreterías, Urbanización Palao, distrito San Martín de Porres, Lima, 2021.

Muestra

Bologna (2018) la muestra es un subconjunto de una población que comparte sus características en los aspectos de interés para la investigación. El concepto de muestra va ligado al de representatividad, es decir a su capacidad de actuar como representantel de los elementos de la población que no han sido seleccionados.

Según Martínez (2020) define que la muestra es un subconjunto de la población.

Hernández, Mendoza (2018) definen que la muestra es un subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de esta, si se desean generalizar los resultados.

Variable 1: Gestión de calidad

Muestra 1: Estuvo conformada por los 18 trabajadores de las micro y pequeñas empresas del rubro Ferreterías, Urbanización Palao, distrito San Martín de Porres, Lima, 2021.

Variable 2: Atención al cliente

Muestra 2: Estuvo conformada por 384 clientes de las micro y pequeñas empresas del rubro Ferreterías, Urbanización Palao, Distrito San Martín de Porres, Lima.

Se utilizó la fórmula de población infinita, para encontrar la muestra de los clientes.

$$n = \frac{a^2 pq}{e^2}$$

Valores :

n:Muestra

z:Nivel de confianza (95%)

p:Probabilidad (50%)

q:No probabilidad (50%)

e:Error permitido (5%)

Entonces la muestra se determinará de la siguiente manera

$$n = \frac{z^2(p)(q)}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2(0.50)(0.50)}{0.05^2}$$

$$n = 384 \text{ clientes}$$

4.3. Definición y Operacionalización de la variable e indicadores

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
GESTION DE CALIDAD	Se define como los pasos que se dan para la mejora continua de las organizaciones, que se enfoca en los procesos y las personas para producir calidad y excelencia. Véase a sí mismo como una forma de liderar y dirigir una organización, cuya aplicación incluye un enfoque sistemático que tiene en cuenta todas las interacciones entre todos los elementos de la empresa (Leidinger,2020).	Es un proceso que define el camino la de organización con la finalidad de cumplir los objetivos planificados. Se diseñan políticas de alineación con la misión y visión de la empresa. A fin de garantizar la correcta administración de una empresa (Plata,2017)	Planificación	Tácticas	-¿En la empresa se realiza estudios de mercado con la finalidad de aprovechar las oportunidades del ambiente externo? -¿Considera usted que la empresa cuenta con los recursos necesarios para lograr sus objetivos?	Likert
				Objetivos	¿En esta empresa las actividades se dirigen en función a los objetivos planteados?	
		Louffat (2017) refiere que consiste en desarrollar y definir la estructura organizacional de la empresa. En donde se establece el modelo organizacional, manuales y organigramas.	Organización	Actividades	-¿Las actividades son coordinadas en conjunto para lograr objetivos comunes? -¿Considera que su trabajado es valorado por la empresa?	
				Autoridad	-¿La empresa tiene definido el nivel jerárquico de autoridad?	
		Louffat (2017) comprende la ejecución de los planes ya asignados a un equipo. Pero todo depende de la influencia del líder que pueda impartir, motivación, comunicación, y supervisión a los equipos de trabajo para que se logren los objetivos.	Dirección	Comunicación	-¿ El responsable comunica y brinda ayuda a los trabajadores durante el desarrollo de las actividades?	
		Louffat (2017) Permite diagnosticar el desempeño logrado por cada integrante y por el equipo de trabajo dentro de un tiempo establecido. Para diagnosticar el resultado de eficacia y eficiencia de la organización, se requiere contar con herramientas o indicadores que nos ayuden a medir el rendimiento de las actividades.	Control	Evaluación	-¿Se realiza auditorias administrativas para conocer la eficiencia y eficacia de los procesos de la empresa ? -¿La empresa fija metas relacionados con la calidad, satisfacción ,innovación?	

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
ATENCIÓN AL CLIENTE	Es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para asegurar el uso correcto de un producto o de un servicio (Arenal, 2019)	Consiste en la gestión que realiza cada empleado de una organización que tiene contacto directo con el consumidor, para brindar asesoramiento y soluciones de calidad, lo cual es una oportunidad para generar satisfacción y logra una fidelización de los clientes (Blanco,2019).	Servicio al cliente	Servicio	<p>¿Los trabajadores muestra cortesía y amabilidad ?</p> <p>¿La empresa muestra disposición para solucionar los problemas?</p> <p>¿Considera que la empresa se preocupa por brindar un servicio rápido?</p> <p>¿Considera que los trabajadores actúan con sinceridad y honestidad?</p> <p>¿Los trabajadores brindar asesoramiento al momento de comprar?</p>	Likert
		Es un sentimiento o la actitud que tiene un consumidor hacia un producto adquirido o servicio prestado. La satisfacción se muestra cuando las expectativas o necesidades del consumidor se han cumplido, siendo una estrategia clave para la fidelización de los consumidores(Arenal,2019).	Satisfacción del cliente	Lealtad	¿Usted se considera ser un cliente Leal a la empresa?	
		La comunicación es una herramienta importante que nos permite interactuar en el ambiente interno y externo de la organización. En donde recibimos y ofrecemos información, también permite expresar nuestra emociones y sentimientos, compartimos opiniones e ideas nos permite relacionarnos con el resto de las personas que están en nuestro entorno(Arenal,2019)	Satisfacción del cliente	Niveles de satisfacción	<p>¿La empresa logra satisfacer sus necesidades?</p> <p>¿La empresa brinda beneficios a los clientes?</p>	
				Recomendación	¿Usted recomendaría esta Ferretería a otras personas?	
			Interacción con el cliente	Comunicación	<p>¿Considera que el lenguaje utilizado por los trabajadores es claro, preciso y sencillo?</p> <p>¿Considera que los trabadores son dinámicos al momento de atender?</p> <p>¿La empresa realiza publicaciones con frecuencia en las redes sociales?</p>	

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas.

Las técnicas juegan un papel muy importante en el proceso de la investigación científica, a tal grado que se le puede definir como el arte o la manera de reconocer el camino del estudio de investigación (Baena, 2017)

Las técnicas de encuestas son una forma sistemática de obtener datos, y deben estar siempre incluidas en el diseño de investigación. Las encuestas deben estar guiadas, para su confección e implementación (Pérez & Seca, 2020)

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta la cual estuvo dirigida a 18 trabajadores y 384 clientes de las micro y pequeñas empresas del rubro Ferreterías, Urbanización Palao, distrito San Martín de Porres, Lima.

Instrumentos

El cuestionario, consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir (Hernández y Mendoza 2018)

Cuestionario: Es un conjunto de preguntas, que se elaboran con mucha precisión, a fin de garantizar los resultados de la investigación (Pérez & Seca 2020).

El instrumento de investigación utilizado fue el cuestionario elaborado con 21 preguntas distribuido de la siguiente manera: 9 preguntas para la variable de la Gestión de Calidad y 12 preguntas para la variable de atención a la cliente conformada por 12 preguntas.

4.5. Plan de análisis

Analizar los datos es una de las tareas que más importantes de una investigación: si estamos haciendo un estudio de alcance descriptivo, sería absurdo hacer una prueba de hipótesis (Pérez y Seca,2020).

Un elemento fundamental en el diseño de una investigación es la descripción del plan de análisis de los datos y la justificación del porque se selecciona para tal fin. Si se emplean técnicas estadísticas se debe justificar convenientemente su uso. No es suficiente mencionar paquetes estadísticos (software), sino que es preciso dejar claro en que se piensan emplear y que resultados se espera obtener mediante su aplicación. (Chávez,2019).

Se utilizó los siguientes programas informáticos para el desarrollo de la investigación: se hizo uso de Google forms formulario para la aplicación del cuestionario y elaboración de figuras estadísticas. Asimismo, Microsoft Excel para la elaboración de tablas y Microsoft Word para la redacción del trabajo de investigación. También se utilizó el programa PDF para la presentación final de la investigación. Además, se utilizó el Microsoft Power Point para la elaboración de las diapositivas que se utilizaron en la ponencia y sustentación de la investigación. Asimismo, se utilizó el programa Turnitin para medir el porcentaje de similitud del trabajo de investigación con otros estudios.

4.6. Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
TÍTULO	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICA E INSTRUMENTOS
Propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito san Martín de Porres, Lima, 2021	¿La mejora de gestión de calidad y atención al cliente permite un óptimo funcionamiento de las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización palao, distrito de san martín de porres, lima, 2021?	Objetivos General Determinar si la mejora de gestión de calidad y atención al cliente permite un óptimo funcionamiento de las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización palao, distrito San Martín de Porres, Lima, 2021	Gestión de Calidad	Diseño de la investigación El diseño de la investigación fue No experimental /Transversal- descriptivo – de propuesta.	Población P1:Finita, trabajadores Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la Urbanización Palao, distrito San Martín de Porres, Lima, 2021	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Plan de análisis: Después de obtener los datos, se elaborará un plan de análisis, por lo cual se realizará la tabulación de acuerdo con cada una de las variables y teniendo en cuenta sus dimensiones, se calcularon las frecuencias y porcentajes. Se utilizo Google Formes formulario para la aplicación del cuestionario y se usó para la elaboración de gráficos.
		Objetivos Específicos Describir los elementos del proceso administrativo de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2021		Fue no experimental, porque el estudio se realizó sin manipular deliberadamente las variables		
		Determinar las características del servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2021	Atención al cliente	Fue transversal, porque el trabajo de investigación se realizó en un espacio de tiempo determinado, en donde el estudio tuvo un inicio y fin	Muestra P2:Infinita, clientes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la Urbanización Palao, distrito San Martín de Porres, Lima, 2021 M1: Estuvo conformado por 18 trabajadores de las microempresas. M2: Estuvo conformado por 384 clientes de las microempresas.	
		Determinar las características de interacción y satisfacción al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2021.				
		Elaborar una propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente que permite un óptimo funcionamiento de las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de san Martín de Porres, Lima, 2021		Fue descriptivo porque se describió las características principales		

4.7. Principios éticos

Protección de la persona:

Se utilizó este principio a fin de proteger los datos personales de los propietarios y clientes quienes participaron en la investigación. Con respecto a la información obtenida será exclusivamente para el desarrollo de la investigación y no se divulgará información sin la debida autorización de los participantes. Durante el desarrollo de la investigación los participantes expresaron que se debe mantener en reserva la información brindada por temas de seguridad.

Libre participación y derecho para estar informado:

A fin de obtener información, se aplicó un cuestionario a los trabajadores las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de san Martín de Porres, Lima, 2021. En donde se le hará llegar un comunicado a cada representante de las MYPES sobre la investigación que se está realizando a fin de garantizar la libre participación de los trabajadores. Con la información brindada se evitará posibles cuestionamientos y tergiversación en cuanto al desarrollo de la investigación.

Beneficencia no maleficencia:

La investigación fue de ayuda para los Representantes de las MYPES, quienes serán informados sobre el diagnóstico de sus negocios durante el periodo de la investigación. Además, el estudio no provocará ningún daño a las MYPES.

Cuidado de medio ambiente y biodiversidad:

Durante el desarrollo de la investigación , se respetó el cuidado del medio ambiente. Nuestra misión como estudiantes es asegurar el uso sostenible de los recursos naturales y la calidad ambiental en beneficio de las personas y el entorno en donde se desarrollan las MYPES. Asimismo, se utilizará los recursos de manera responsable, a fin de garantizar el crecimiento económico y al desarrollo sostenible. En donde, se utilizará papel bond reciclado para los cuestionarios que se aplicará a los colaboradores y clientes de las MYPES. Minimizando la contaminación del medio ambiente, también contribuirá con el ahorro de energía una vez cargado la laptop se procederá a desconectar, en cuanto a la iluminación se utilizará focos led garantizando el ahorro de energía.

Justicia

En estudio, se trató a todos los trabajadores y clientes de las MYPES por igualdad, respetando las opiniones sin contradecir ni criticarlos, también se respetará sus comentarios que tengan con respecto al desarrollo de la investigación.

Integridad científica

En el desarrollo de la investigación no se manipularon datos de manera indebida como la modificación o falsificación de lo obtenido, tampoco se falsificará. Este principio, garantizar que los futuros profesionales y ciudadanos puedan ser personas con valores y firmes con nuestras acciones.

V. Resultados
5.1. Resultados

Tabla 1

Proceso administrativo de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2022

Proceso administrativo de la gestión de calidad	N	%
Estudios de mercado para aprovechar las oportunidades		
Nunca	7	38.89
Casi Nunca	6	33.33
A veces	5	27.78
Siempre	0	0.00
Casi Siempre	0	0.00
Total	18	100.00
La empresa cuenta con los recursos necesarios		
Nunca	1	5.56
Casi Nunca	0	0.00
A veces	5	27.78
Siempre	11	61.11
Casi Siempre	1	5.56
Total	18	100.00
Las actividades se trabajan en función a los objetivos		
Nunca	1	5.56
Casi Nunca	2	11.11
A veces	11	61.11
Siempre	3	16.67
Casi siempre	1	5.56
Total	18	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores y clientes de Las Micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2022

Continúa...

Tabla 1

Proceso administrativo de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2022

Proceso administrativo de la gestión de calidad		
Las actividades se trabajan en equipo	N	%
Nunca	1	5.56
Casi nunca	3	16.67
A veces	8	44.44
Siempre	6	33.33
Casi siempre	0	0.00
Total	18	100.00
Su trabajado es valorado por la empresa		
Nunca	4	22.22
Casi Nunca	2	11.12
A veces	6	33.33
Siempre	6	33.33
Casi siempre	0	0.00
Total	18	100.00
Definición del nivel jerárquico de autoridad		
Nunca	3	16.67
Casi nunca	8	44.44
A veces	2	11.14
Siempre	5	27.78
Casi siempre	0	0.00
Total	18	100.00
Comunicación en el desarrollo de las actividades		
Nunca	2	11.11
Casi nuca	1	5.56
A veces	9	50.00
Siempre	6	33.33
Casi siempre	0	0.00
Total	18	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores y clientes de Las Micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2022

Continúa...

Tabla 1

Proceso administrativo de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2022

Proceso administrativo de la gestión de calidad		
Auditorías administrativas para conocer la rentabilidad	N	%
Nunca	3	16.67
Casi nunca	6	33.33
A veces	7	38.89
Siempre	2	11.11
Casi siempre	0	0.00
Total	18	100.00
Metas establecidas en calidad, satisfacción e innovación		
Nunca	2	11.11
Casi nunca	1	5.56
A veces	8	44.44
Siempre	4	22.22
Casi siempre	0	0.00
Total	18	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores y clientes de Las Micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2022

Tabla 2

Características del servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2022

Características del servicio de atención al cliente	n	%
Los colaboradores muestran cortesía y amabilidad		
Nunca	41	10.68
Casi Nunca	51	13.28
A veces	134	34.90
Siempre	95	24.74
Casi Siempre	63	16.41
Total	384	100.00
Disposición para solucionar los problemas		
Nunca	41	10.68
Casi Nunca	51	13.28
A veces	141	36.72
Siempre	83	21.61
Casi Siempre	68	17.71
Total	384	100.00
Preocupación por brindar un servicio rápido		
Nunca	41	10.68
Casi Nunca	50	13.02
A veces	139	36.20
Siempre	94	24.22
Casi siempre	61	15.89
Total	384	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores y clientes de Las Micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2022

Continua...

Tabla 2

Características del servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2022

Características del servicio de atención al cliente		
	n	%
Se actúan con sinceridad y honestidad		
Nunca	41	10.68
Casi nunca	52	13.54
A veces	132	34.38
Siempre	91	23.70
Casi siempre	68	17.71
Total	384	100.00
Se brinda asesoramiento al momento de comprar		
Nunca	41	10.68
Casi nunca	50	13.02
A veces	138	35.94
Siempre	95	24.74
Casi siempre	60	15.63
Total	384	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores y clientes de Las Micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2022

Tabla 3

Características de interacción y satisfacción de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2022

Características de interacción y satisfacción de atención al cliente	n	%
Los Clientes nuestra lealtad a la empresa		
Nunca	42	10.94
Casi Nunca	58	15.10
A veces	131	34.11
Siempre	86	22.40
Casi Siempre	67	17.45
Total	384	100.00
Satisfacción de necesidades		
Nunca	41	10.68
Casi Nunca	52	13.54
A veces	139	36.20
Siempre	90	23.44
Casi Siempre	62	16.15
Total	384	100.00
El cliente recibe algún beneficio		
Nunca	41	10.68
Casi Nunca	77	20.05
A veces	116	30.21
Siempre	85	22.14
Casi siempre	65	16.93
Total	384	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores y clientes de Las Micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2022

Continúa ...

Tabla 3

Características de interacción y satisfacción de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2022

Características de interacción y satisfacción de atención al cliente		
Recomendación a terceras personas	n	%
Nunca	41	10.68
Casi nunca	51	13.28
A veces	137	35.68
siempre	93	24.22
Casi siempre	62	16.15
Total	384	100.00
El lenguaje es claro, preciso y sencillo		
Nunca	41	10.68
Casi nunca	51	13.28
A veces	121	31.51
Siempre	106	27.60
Casi siempre	65	16.93
Total	384	100.00
Dinamismo al momento de atender		
Nunca	42	10.94
Casi nunca	51	13.28
A veces	134	34.90
Siempre	97	25.26
Casi siempre	60	15.63
Total	384	100.00
Publicaciones en redes sociales		
Nunca	41	10.68
Casi nunca	82	21.35
A veces	114	29.69
Siempre	81	21.09
Casi siempre	66	17.19
Total	384	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores y clientes de Las Micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2022

Tabla 4

Propuesta de mejora para la gestión de calidad y atención al cliente permite un óptimo funcionamiento de las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de san Martín de Porres, Lima, 2022

Problemas encontrados-Resultados	Surgimiento del problema	Acción de mejora	Responsable
La empresa casi nunca tiene definido el nivel jerárquico	- La empresa no tiene una estructura organizacional definido	-Elabora e implementar un organigrama, el cual permitirá mejorar las relaciones entre los trabajadores y mejorar la comunicación. -Un organigrama permitirá conocer unidad de mando y definir las responsabilidades de cada trabajador.	Representante
A veces se realizan auditorías administrativas para conocer la eficiencia y eficacia de los procesos de la empresa	-Los representantes de la MYPES desconocen las herramientas administrativas de auditoría y los beneficios	-Capacitar a los dueños y trabajadores. Realizar auditorías administrativas cada tres meses con la finalidad de evaluar los procedimientos y el cumplimiento de los objetivos planificados. -. Implementar el proceso de mejora continua	Representante
A veces los trabajadores muestran cortesía y amabilidad	- Poca iniciativa de los trabajadores -No se realiza un proceso de selección para contratar a los trabajadores	-Fomentar un clima laboral adecuado . Motivar a los trabajadores con incentivos: Económicos Bonos Comisiones No económicos Ofrecer días de descanso Seguros médicos Viajes Capacitaciones -Implementa el proceso de reclutamiento y selección de personal	Representante
La empresa a veces se preocupa por brindar un servicio rápido	-NO tienen un sistema de venta y control de inventario -Mala distribución física de los productos en los almacenes	-Implementar un software de ventas y control de inventario -Implementar el método de las 5s.	Representante
La empresa a veces se realiza publicaciones con frecuencia en las redes sociales	-Falta de experiencia en redes sociales -Dificultades para elaborar anuncios publicitarios	-Implementar un software de planificación de tareas: Later, Buffer, Hootsuite, Sprout, social, Canva, Publer, Postcron.	Representante

Dato: Elaborado por el investigador

PLAN DE MEJORA PARA LAS EMPRESAS DEL RUBRO FERRETERÍAS DE LA URBANIZACIÓN PALAO, DISTRITO SAN MARTIN DE PORRES.

1. Datos Generales

- **Nombre o Razón Social:** Empresas del Rubro Ferreterías
- **Giro de la empresa:** Ferretería
- **Dirección:** Urbanización Palao, Distrito San Martin de Porres-Lima, Perú
- **Nombre del representante:** Dueños de las Ferreterías

Historia:

Los negocios de la urbanización palao del rubro ferreterías, son empresas que se dedican a la venta de productos y herramientas. Este rubro ferretero se encuentra integrado por micro y pequeñas empresas que se dedican a la venta de manera minorista. Enfocados en atender las necesidades de las familias que desean construir sus viviendas de material noble y prefabricado.

2. Misión

Somos una empresa suministradora materiales y herramientas para la construcción, ofreciendo una variedad de productos con los más altos estándares de calidad y a precios competitivos. Ofreciendo la mejor atención a nuestros clientes, además contamos con los mejores colaboradores altamente capacitados, a fin de garantizar una atención de calidad.

3. Visión

Ser reconocida como una empresa líder en la venta de materiales y herramientas para la construcción civil, ofreciendo un portafolio de productos de calidad al mejor precio, además siempre enfocados en brindar una atención de calidad a través de nuestros colaboradores, en búsqueda de la excelencia y pensando en la expansión del mercado a nivel local y nacional.

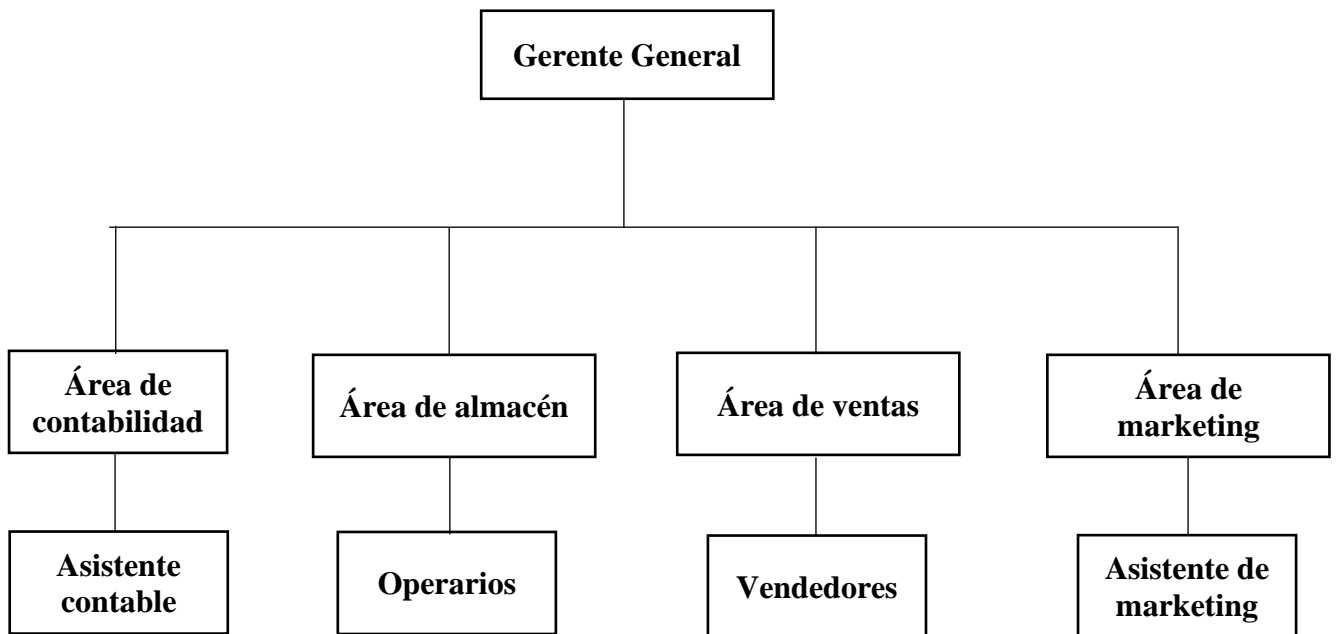
4.Objetivos estratégicos

- **Reconocimiento:** Ser una empresa reconocida por nuestros clientes, por nuestra alta calidad en nuestros productos y servicio brindado. También porque contamos con el mejor talento humano del mercado laboral.
- **Liderazgo:** Nuestra prioridad como empresa, es lograr que nuestros objetivos se cumplan y ser más competitivos en el mercado, gracias a las herramientas de gestión de calidad.
- **Estudio de Mercado:** El nuestro objetivo es identificar el comportamiento de nuestros clientes, fundamentalmente queremos estar un paso adelante del consumidor a fin de satisfacer sus necesidades, también desarrollando proyectos innovadores.
- **Rentabilidad:** Tener la capacidad para aprovechar nuestros recursos que tenemos en la empresa, con el único propósito de generar utilidades. También para cumplir con los accionistas y proveedores.
- **Innovación:** Ofrecer productos y herramientas de construcción civil de última tecnología, nuestros colaboradores atenderán con la mejor predisposición preferencial a los clientes, quiénes estarán entrenados para garantizar el éxito de la empresa. Asimismo, el representante de la empresa se adaptará a los cambios con el objetivo de alcanzar las metas planificadas.

5.Producto y/o Servicio

Las empresas del rubro ferreterías se encargan de la venta de productos y herramientas para la construcción civil.

6. Organigrama



Fuente: Elaboración propia

6.1. Descripción de funciones.

Gerencia	
Cargo	Gerente
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> -Profesional Titulado en Administración de empresas, contabilidad, economía, finanzas o a fines -5 años de experiencia profesional -Conocimiento en legislación laboral, salud ocupacional -Conocimiento en la norma ISO 9001-2015 -Ingles intermedio -Office nivel intermedio
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> -Desarrollar proyectos innovadores -Coordinar y supervisar la gestión de los recursos humanos en el proceso de reclutamiento y selección de personal. -Plantear objetivos y definir los medios para conseguirlos -Asegurar que los estándares de atención y protocolos de la empresa se realicen -Diseñar los procesos de trabajo, distribuir los recursos de manera eficiente -Cooperar en la planificación general de la empresa

Área de administración	
Cargo	Administrador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> -Carrera técnica o universitaria en administración ,marketing ,contabilidad o afines -Experiencia 3 años de experiencia laboral -Conocimiento de SAP -Conocimiento en legislación laboral y tributaria -Diplomado administración financiera -Edad: 30 a 50 años -Ingles intermedio, office nivel intermedio
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> -Brindar solución ante cualquier problema presentado ya sea con los clientes o proveedores -verificar que los productos se encuentren en óptimas condiciones para su posterior venta -Supervisar y brindar ayuda en las labores del personal -Gestionar las compras con los proveedores -Atender las visitas de las autoridades competentes, para las inspecciones programadas y de oficio -Realizar el reporte diario de las ventas

Área de almacén	
Cargo	Jefe de almacén
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Egresado técnico o universitario en administración de empresas, ingeniería industrial, logística -Experiencia 4 años en gestión de almacenes -Conocimiento en manejo de mercadería de importación -Edad: 30 a 45 años -Ingles intermedio -Office nivel intermedio
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> -Supervisar y liderar el personal a su cargo -Supervisar y coordinar la llegada de llegada de los productos - Reportar el registro de entrada y salida de mercadería - Dar seguimiento los stocks de la mercadería -Controlar mercadería sin rotación y buscar nuevas alternativas para su venta.
Área de almacén	
Cargo	Operarios de almacén
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> -Experiencia Mínima de un año en el área -Brevete A2B -Estudios técnicos en Logística
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> -Manejo y control de mercadería -Garantizar un adecuado control de la mercadería -Realizar seguimiento de las entregas diarias de los productos ,asimismo el control de mermas -Controlar y actualizar los indicadores de gestión -Realizar carga y descarga de la mercadería

Área de Ventas	
Cargo	Jefe de ventas
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Lic. En administración de empresas, marketing, economía, contabilidad -Experiencia 2 a 3 años en el puesto -Diplomado en ventas y marketing -Experiencia en licitaciones -Ingles intermedio -Office nivel intermedio
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> -Supervisar las actividades del personal a su cargo -Parcial en las reuniones con los clientes institucionales y negociación de las ventas, así como identificar sus necesidades y nuevas oportunidades de negocios - Atender los reclamos de los clientes, brindando alternativas de solución - Coordinar las ventas de los productos -Implementar un plan comercial para lograr el cumplimiento de las metas planificadas

Área de ventas	
Cargo	Vendedores
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios técnicos o universitarios, carreras a fines -Experiencia 2 años en el puesto -cursos de marketing digital -Conocimiento sobre redes sociales -Ingles intermedio -Office nivel avanzado
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar una atención cordial a los clientes - Cumplir con los objetivos planificados por la empresa - Apoyo en el orden y limpieza del local

Área de Marketing	
Cargo	Jefe de Marketing
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Titulado o bachiller en la carrera de marketing, administración de empresas -Conocimiento en estudios de mercados -Experiencia 3 años en el puesto -Diplomados/ cursos de marketing digital -Dominio en creación y edición de páginas web, redes sociales -Experiencia en creación audiovisual y contenidos -Ingles intermedio -Office nivel intermedio
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar estrategias para el posicionamiento de la marca y aumentar las ventas en el mercado - Desarrollar un plan de marketing en las redes sociales - Elaborar el plan de marketing

Área de Marketing	
Cargo	Asistente de Marketing
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> -Carrera técnica o bachiller en Marketing ,licenciado en administración -Experiencia de 2 años demostrable como asistente en marketing -Capacidad para afrontar múltiples tareas -Persona perfectamente organizada y con iniciativa -Conocimiento en técnicas y manejo de base de datos para realizar estudios de mercado -Ingles intermedio -Office nivel intermedio
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar tareas administrativas - Brindar apoyo al jefe de marketing organizar proyectos - Realizar estudios de mercado y analizar la información obtenida -Realizar publicaciones en las redes sociales -Redactar textos(Folletos, comunicados de prensa,etc.)

Área de Contabilidad	
Cargo	Contador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Título Profesional en contabilidad, colegiado -Conocimiento de la normativa de la SBS Y SUNAT referente a temas contables -Experiencia 2 años en el puesto - Manejo de software contable -Ingles intermedio -Office nivel intermedio
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar los estados contables y financieros de la empresa - Gestionar los procesos de las cuentas por pagar a los proveedores -Revisar las facturas de los proveedores -Establecer procesos contables

Área de Contabilidad	
Cargo	Asistente contable
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> -Título profesional o técnica de la carrera de contabilidad - 2 años de experiencia en el puesto -Edad:25-45 años - Tener conocimiento de los programas contables -Ingles intermedio -Office nivel intermedio
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar tareas administrativas - Brindar apoyo al jefe de marketing organizar proyectos - Realizar estudios de mercado y analizar la información obtenida -Realizar publicaciones en las redes sociales -Redactar textos(Folletos, comunicados de prensa,etc.)

7. Diagnostico General

Análisis FODA	Oportunidades -Apertura de nuevos locales -Crecimiento de la demanda de materiales de construcción -Implementar nuevas tecnologías -Comercio Electrónico	Amenazas -Aumento de la competencia -Inestabilidad Económica -Aumento de los impuestos -Brote epidémico -Escases de productos
<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ubicación del local -Precios competitivos -Personal disponible -Calidad en los productos 	<p>F-O</p> <p>Los representantes de las MYPES deben implementar nuevas tecnologías para aumentar sus ventas y crear nuevos canales de atención como es el comercio electrónico, el cual permitirá vender desde una computadora. Además, una mayor captación de clientes</p>	<p>F-A</p> <p>Se debe trabajar en el desarrollar un plan estratégico para el posicionamiento de la empresa, con la finalidad de competir con el ingreso de nuevas empresas del mismo rubro.</p>
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> -Empresa poco reconocida -Un solo local -No cuenta con recursos suficientes -No cuenta con una página web - Falta de publicidad 	<p>D-O</p> <p>Desarrollar una mejor gestión de calidad de los recursos que cuenta la empresa e implementar tecnología para lograr una mayor eficiencia, productividad y rentabilidad en la empresa. Así poder aprovechar las oportunidades que se presenta en el ambiente externo</p>	<p>DA</p> <ul style="list-style-type: none"> -Implementar programas de marketing digital -Concretar alianzas estratégicas con los proveedores

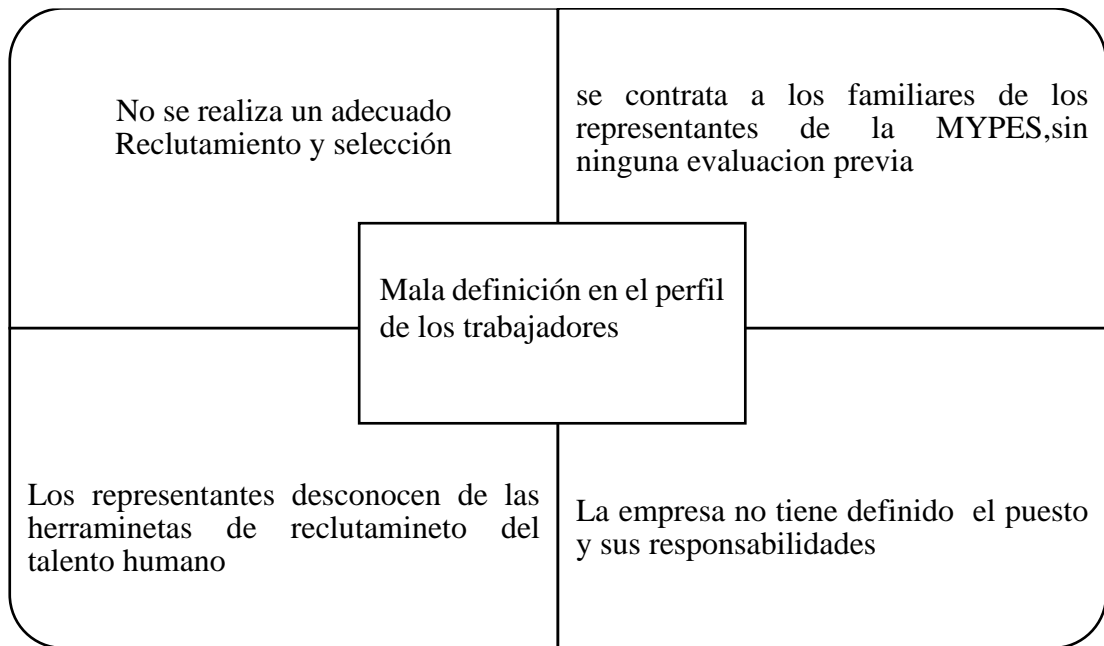
8.Indicadores de una buena Gestión

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de la MYPES
Problemas encontrados- Resultados	Surgimiento del problema
La empresa casi nunca tiene definido el nivel jerárquico	- La empresa no tiene una estructura organizacional definido
A veces se realizan auditorias administrativas para conocer la eficiencia y eficacia de los procesos de la empresa	-Los representantes de la MYPES desconocen las herramientas administrativas de auditoría y los beneficios
A veces los trabajadores muestran cortesía y amabilidad	- Poca iniciativa de los trabajadores -No se realiza un proceso de selección para contratar a los trabadores
La empresa a veces se preocupa por brindar un servicio rápido	-NO tienen un sistema de venta y control de inventario -Mala distribución física de los productos en los almacenes
La empresa a veces se realiza publicaciones con frecuencia en las redes sociales	-Falta de experiencia en redes sociales -Dificultades para elaborar anuncios publicitarios

9.Problemas

Indicadores	Problemas	Surgimiento del problema
La empresa tiene definido el nivel jerárquico	La empresa casi nunca tiene definido el nivel jerárquico	- La empresa no tiene una estructura organizacional definido
Se realizan auditorias administrativas para conocer la eficiencia y eficacia de los procesos de la empresa	A veces se realizan auditorias administrativas para conocer la eficiencia y eficacia de los procesos de la empresa	-Los representantes de la MYPES desconocen las herramientas administrativas de auditoría y los beneficios
los trabajadores muestran cortesía y amabilidad	A veces los trabajadores muestran cortesía y amabilidad	- Poca iniciativa de los trabajadores -No se realiza un proceso de selección para contratar a los trabadores
La empresa se preocupa por brindar un servicio rápido	La empresa a veces se preocupa por brindar un servicio rápido	-NO tienen un sistema de venta y control de inventario -Mala distribución física de los productos en los almacenes
La empresa realiza publicaciones con frecuencia en las redes sociales	La empresa a veces se realiza publicaciones con frecuencia en las redes sociales	-Falta de experiencia en redes sociales -Dificultades para elaborar anuncios publicitarios

10.Causas



11. Establecer soluciones

11.1. Establecer acciones de mejora

Indicadores	problema	Acción de mejora
La empresa tiene definido el nivel jerárquico	La empresa casi nunca tiene definido el nivel jerárquico	-Elabora e implementar un organigrama, el cual permitirá mejorar las relaciones entre los trabajadores y mejorar la comunicación. -Un organigrama permitirá conocer unidad de mando y las definir las responsabilidades de cada trabajador.
Se realizan auditorías administrativas para conocer la eficiencia y eficacia de los procesos de la empresa	A veces se realizan auditorías administrativas para conocer la eficiencia y eficacia de los procesos de la empresa	-Capacitar a los dueños y trabajadores. Realizar auditorías administrativas cada tres meses con la finalidad de evaluar los procedimientos y el cumplimiento de los objetivos planificados . -Implementar el proceso de mejora continua
Los trabajadores muestran cortesía y amabilidad	A veces los trabajadores muestran cortesía y amabilidad	-Fomentar un clima laboral adecuado .Motivar a los trabajadores con incentivos: Económicos Bonos Comisiones No económicos Ofrecer días de descanso Seguros médicos Viajes Capacitaciones -Implementa el proceso de reclutamiento y selección de personal
La empresa se preocupa por brindar un servicio rápido	La empresa a veces se preocupa por brindar un servicio rápido	-Implementar un software de ventas y control de inventario -Implementar el método de las 5s.
La empresa realiza publicaciones con frecuencia en las redes sociales	La empresa a veces se realiza publicaciones con frecuencia en las redes sociales	-Implementar un software de planificación de tareas: Later, Buffer, Hootsuite, Sprout, social, Canva, Publer, Postcron.

12. Recursos para implementación de las estrategias

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Recursos Económicos	Recursos Tecnológicos	Tiempo
1	-Elabora e implementar un organigrama, el cual permitirá mejorar las relaciones entre los trabajadores y mejorar la comunicación. -Un organigrama permitirá conocer unidad de mando y las definir las responsabilidades de cada trabajador.	Representante Administrador	S/.1000.00	-Internet -Computadora -Impresora -Software	3 Meses
2	-Capacitar a los dueños y trabajadores. Realizar auditorías administrativas cada tres meses con la finalidad de evaluar los procedimientos y el cumplimiento de los objetivos planificados . -Implementar el proceso de mejora continua	Representante Administrador Contador	S/.1.500.00	-Internet -Computadora -Impresora	2 Semanas
3	-Fomentar un clima laboral adecuado .Motivar a los trabajadores con incentivos: Económicos Bonos Comisiones No económicos Ofrecer días de descanso Seguros médicos Viajes Capacitaciones -Implementa el proceso de reclutamiento y selección de personal	Representante Administrador	S/.2000.00	Internet -Computadora -Impresora	4 meses
4	-Implementar un software de ventas y control de inventario -Implementar el método de las 5s.	Representante Administrador	S/.2,500.00	Internet -Computadora -Impresora -Software	2 meses
5	-Implementar un software de planificación de tareas: Later, Buffer, Hootsuite, Sprout, social, Canva, Publer, Postcron.	Representante Administrador	S/.3,000.00	-Internet -Computadora -Impresora -Software	5 meses

Cronograma Actividades

N.º	Estrategias	Inicio	Termino	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	-Elabora e implementar un organigrama, el cual permitirá mejorar las relaciones entre los trabadores y mejorar la comunicación. -Un organigrama permitirá conocer unidad de mando y las definir las responsabilidades de cada trabador.																						
				c	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x								
2	-Capacitar a los dueños y trabajadores. Realizar auditorías administrativas cada tres meses con la finalidad de evaluar los procedimientos y el cumplimiento de los objetivos planificados . -.Implementar el proceso de mejora continua																						
				x	x																		
3	-Fomentar un clima laboral adecuado .Motivar a los trabajadores con incentivos: Económicos Bonos Comisiones No económicos Ofrecer días de descanso Seguros médicos Viajes Capacitaciones -Implementa el proceso de reclutamiento y selección de personal																						
				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				
4	-Implementar un software de ventas y control de inventario -Implementar el método de las 5s.																						
				x	x	x	x	x	x	x	x												
5	-Implementar un software de planificación de tareas: Later, Buffer, Hootsuite, Sprout, social, Canva, Publer, Postcron.																						
				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

5.2. Análisis de resultados

Tabla 1.

Características del Proceso administrativo de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2022.

Se realiza estudios de mercado al momento de iniciar un negocio: El 38.89% que representa una minoría de los emprendedores nunca realizan estudios de mercado antes de iniciar un negocio (Tabla 1). Estos resultados coinciden con la investigación de Melo (2018) quien manifestó que 30.81% no tienen un plan de negocio. Esto demuestra que los emprendedores en minoría nunca prestan interés en emplear herramientas administrativas para iniciar sus emprendimientos, durante el desarrollo de la investigación se evidencio claramente que los representantes tienen poco interés en adquirir nuevos conocimientos sobre gestión de calidad, debido a que no se adaptan a los cambios fácilmente y fomentar el desarrollo empresarial sostenible en el futuro. Piensan que realizar un estudio de mercado es una pérdida de tiempo y dinero. Pero en realidad es una herramienta de gestión de calidad de suma importancia, debido a que permite conocer las características del mercado y las necesidades de los clientes

La empresa cuenta con los recursos necesarios para lograr sus objetivos: El 61.11% de los encuestados respondieron que siempre la empresa cuenta con recursos necesarios para lograr sus objetivos (tabla1). Los resultados obtenidos se relacionan con la investigación de Mezones (2020) indica que el 75.12% de la empresa cuenta con recursos. Se evidencia que la mayoría de las empresas siempre cuenta con los recursos necesarios para lograr sus

objetivos planificados. Siendo los objetivos el camino a seguir las aspiraciones que se quieren obtener en el futuro, asimismo nos permite tomar decisiones a largo y corto plazo en el desarrollo de las actividades.

Las actividades se realizan en función a los objetivos planificados: El 61.11% de los colaboradores manifestaron que a veces las actividades se dirigen en función a los objetivos formulados (Tabla 1). Estos resultados coinciden con la investigación realizada por Icanaque (2018) quien manifiesta que el 40.20% casi siempre se orientan las actividades a los trabajadores para lograr los resultados esperados. Esto demuestra que los representantes de las MYPES a veces planifican las actividades en función a un propósito. En la mayoría de la MYPES las actividades se desarrollan de manera discontinua, por tal motivo las empresas no logren ser competitivas en el mercado.

Las actividades se coordinan en conjunto para lograr los objetivos comunes: El 44.44% de los trabajadores encuestados respondieron que a veces se coordinan las actividades en conjunto (Tabla 1). Los resultados obtenidos coinciden con la investigación de Solís (2018) quien indica que el 46% de los representantes de la MYPES manifestaron que promueven el trabajo en equipo en la empresa, con la finalidad de generar confianza y poder desarrollar las actividades de manera eficiente. Esto demuestra que en minoría los representantes de la micro y pequeñas empresas realizan el trabajo en equipo.

Desarrollar el trabajo en conjunto implica comprometer a todos los trabajadores de la empresa, al momento de desarrollar las actividades debe existir liderazgo, responsabilidad, cooperación, organización entre todos los colaboradores.

Considera que su trabajo es valorado por la empresa: El 33.33% de los encuestados respondieron que a veces su trabajo es valorado por el representante de la empresa (Tabla1). Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de Quinaloa (2018) quien indica que el 33% de los colaboradores encuestados manifestaron que rara vez participan en los procesos de gestión de calidad. Esto hace que los representantes de las MYPES muestran poco interés por valorar el trabajo de sus colaboradores. Valorar el trabajo de los colaboradores es importante ya que la empresa es quien se beneficiará, se debe crear un buen clima laboral, reconocer los logros, dar autonomía a los colaboradores, crear programas de desarrollo y aprendizaje. Se debe motivar a los trabajadores para un mejor desempeño en sus labores.

La empresa tiene definido su nivel jerárquico de autoridad: El 44.44% de los empleados indican que casi nunca las MYPES tienen definido la jerarquía de autoridad (Tabla 1) los resultados obtenidos en la investigación de Mezones (2020) quien manifestó que el 100.00% de los trabajadores manifestaron que no tienen establecidas sus políticas, procedimientos y el nivel de autoridad en donde se debe describir los cargos y funciones. Esto demuestra que definir el nivel de autoridad en una organización es importante ya que desde allí se asignan las órdenes para lograr las metas, la autoridad se imparte desde el representante de la empresa hasta los colaboradores.

El responsable comunica y brinda ayuda a los trabajadores durante el desarrollo de las actividades: EL 50.00% de los encuestados indican que a veces el responsable comunica y brinda ayuda a los colaboradores en las labores diarias (Tabla 1). Estos resultados coinciden con la investigación de

Solís (2018) quien manifiesta que el 91.01% de los propietarios encuestados respondieron que consideran tomar en cuentas las opiniones y sugerencias de los trabajadores, a fin de buscar la participación. Esto demuestra la importancia de la comunicación de en las organizaciones, que implica influir sobre los colaboradores para que contribuyan a los objetivos de empresa. Para alcanzar una buena comunicación y participación de los trabajadores, se debe ejercer el liderazgo, motivación, supervisión y toma de decisiones para lograr de forma efectiva lo planificado.

Se realizan auditorias administrativas para conocer la eficiencia y eficacia de los resultados de la empresa: El 38.89% de los colaboradores encuestados indican que a veces se realizan auditorias (Tabla1). Los resultados obtenidos coinciden con la investigación de Icanaque (2018) quien manifiesta que el 60.15% de los trabajadores señalaron que casi nunca se realiza una evaluación de los resultados obtenidos. Esto demuestra que la MYPES del rubro ferreterías en la Urbanización Palao a veces realizan el control de sus actividades, por lo que en su local tienen productos no rentables, debido a que no cuenta con sistema de gestión de inventarios. Asimismo, consideran que implementar herramientas de gestión de calidad es un gasto. Al respecto, se propone implementar tipos de controles: preliminar, concurrente, retroalimentación, a fin de garantizar la rentabilidad de las MYPES y ser más competitivas en mercado.

La empresa ha fijado metas relacionado con la calidad, satisfacción, innovación: El 44.44% de los empleados respondieron que a veces se formulan metas relacionado con la calidad, satisfacción e innovación (Tabla

1). Los resultados obtenidos coinciden con la investigación de Quinaloa (2018) quien indica que el 53% de los colaboradores opinan que anualmente se desarrolla objetivos de gestión de calidad. Esto demuestra que las MYPES a veces fijan objetivos, los emprendedores no desarrollan proyectos estratégicos que sean como el camino para la gestión de sus empresas, sino que dirigen sus negocios sin tener claro la misión, visión y los objetivos de corto y largo plazo.

Las MYPES deben implementar el Benchmarking, a fin de evaluar los procesos de las actividades que desarrollan, con el objetivo de realizar cambios en la empresa.

Características del servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2022

Los trabajadores muestran cortesía y amabilidad: El 34,90% de los clientes encuestados opinan que a veces los trabajadores de las ferreterías muestran cortesía y amabilidad al momento de atender (Tabla 2). Estos resultados se relacionan con la investigación de Melo (2018) quien comenta que el 61.51% del personal no tiene disposición para brindar un buen servicio al cliente. Esto demuestra que los colaboradores de las micro y pequeñas empresas no muestran cortesía y amabilidad al momento de atender a los clientes. Por lo tanto, las micro y pequeñas empresas pierden clientes y disminuyen sus ingresos, poniendo en riesgo su permanencia en el mercado y posiblemente fracasen.

La empresa muestra disposición para solucionar los problemas: El 36.72% de los clientes encuestados respondieron que a veces los trabajadores muestran

interés en solucionar algún problema presentado con los clientes (Tabla 2). Los resultados obtenidos coinciden con la investigación de Melo (2018) quien indica que el 73,1% de los clientes manifiestan que tampoco recogen sus sugerencias y reclamos. Esto demuestra el poco interés de los representantes de las micro y pequeñas empresas por atender sus sugerencias y reclamos de los clientes. Los clientes perciben que los trabajadores no muestran interés en solucionar sus problemas presentados, como realizar cambios de los productos por algún defecto de fábrica o por no almacenar correctamente. Este problema de no escuchar a los clientes afecta directamente a la empresa en su crecimiento y rentabilidad. Escuchar a los clientes nos permite analizar, evaluar la calidad de nuestros productos y el servicio brindado.

Considera que la empresa se preocupa por brindar un servicio rápido: El 36.20% de los clientes encuestados opinan que a veces los trabajadores se preocupan por brindar un servicio rápido (Tabla 2). Estos resultados coinciden con la investigación desarrollada por Solís (2018) quien indica que el 32.10% de los clientes encuestados manifestaron que los empleados deben aumentar la rapidez en el despacho de los productos adquirido en la empresa. Esto demuestra que en minoría las micro y pequeñas empresas el personal no se preocupa por atender con mayor rapidez.

Considera que los trabajadores actúan con sinceridad y honestidad: El 34.38% de los clientes encuestados opinan que a veces los trabajadores actúan con sinceridad y honestidad (Tabla 2). Los resultados obtenidos se relacionan con la investigación de Icanaque (2018) quien expresa que el 66.21% de los

clientes señalaron que los trabajadores generan seguridad y confianza al momento de atender.

Los trabajadores brindan asesoramiento al momento de comprar: El 35.94% de los clientes manifiestan que a veces los colaboradores orientan al momento de comprar (Tabla 2). Los resultados se contrastan con la investigación desarrollada de Solís (2018) quien indica que el 72% de los clientes expresan que la ferretería no recibe ayuda.

Usted se considera un cliente leal a la empresa: El 34.11% de los clientes expresan que a veces son leales (Tabla 2). Estos resultados coinciden con la investigación de Neyra (2021) quien indica que el 79% de los clientes opinan que no están fidelizados con la empresa. Esto demuestra que las microempresas del rubro ferreterías no están preparados para atender las necesidades de los clientes, por lo que los clientes sienten no estar fidelizados con la empresa, debido a que no encuentran los productos que desean comprar y tienen que recurrir otros establecimientos. Las empresas del rubro ferreterías de la Urbanización Palao, deben implementar estrategias de fidelización, con la finalidad de aumentar sus ingresos y ser más rentables.

La empresa logra satisfacer sus necesidades :El 36.20% de los clientes encuestados respondieron que a veces la empresa logra satisfacer sus necesidades (Tabla 2). Estos resultados contrastan con lo encontrado en el trabajo de investigación de Figueroa & Lemus (2020) quienes manifiestan que el 30,8 % de los clientes están satisfechos. Esto demuestra que los clientes en minoría están satisfechos con la empresa, lo cual refleja que los

administradores de las empresas no tienen un mayor conocimiento sobre la importancia de la gestión de calidad y atención al cliente.

Esto hace que las empresas no logran penetrar en el mercado y ser más competitivas, debido a que aun los emprendedores continúan administrando sus negocios de manera empírica.

La empresa brinda beneficios a los clientes: El 30.21% de los clientes opinan que a veces reciben beneficios por parte de la empresa (Tabla 2). Los resultados obtenidos demuestran que en minoría los representantes de las micro y pequeñas empresas brindan beneficios a los clientes. Los beneficios en una empresa son una herramienta fundamental para crear lealtad en los clientes.

Características de interacción y satisfacción de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2022.

Usted recomendaría esta ferretería a otras personas: El 35.68 de los clientes encuestados manifiestan que a veces recomendarían la empresa a otras personas (Tabla 3). Estos resultados coinciden con la investigación de Solís (2018) manifiesta que el 64% de los clientes indicaron que si recomiendan la ferretería a otras personas. Esto demuestra que en minoría los clientes recomendarían a la empresa a otras personas. Las causas por la poca recomendación de la empresa: Se debe a que los clientes no se sienten satisfechos con la atención brindada por parte de los trabajadores.

Considera que el lenguaje utilizado por los trabajadores es claro, preciso y sencillo: El 31.51% los clientes expresaron que los trabajadores a veces utilizan un lenguaje claro y preciso al momento de atender (Tabla 3).

Los resultados coinciden con la investigación de Neyra (2021) quien indica que el 61% de los clientes opinan que si los colaboradores se expresan con respeto y hay un intercambio de información de forma clara y precisa.

Considera que los trabajadores son dinámicos al momento de atender: El 34.90% de los clientes manifestaron que a veces los trabajadores son dinámicos al momento de atender (Tabla 3). Esto demuestra que en una minoría los trabajadores están prestos para atender, escuchar y generar confianza, para brindar una adecuada atención.

La empresa realiza publicaciones con frecuencia en las redes sociales: El 29.69% de los clientes respondieron que a veces las ferreterías se realizan publicaciones en las redes sociales (Tabla 3). Los resultados se contrastan con la investigación de Huapaya (2020) quien expresa que el 40% indicaron que muy pocas veces hacen uso de la tecnología para obtener ventaja competitiva. Esto demuestra que en minoría los representantes de las micro y pequeñas empresas se adaptan a las redes sociales, por tal motivo los clientes dejan de seguir a la empresa en las redes sociales, debido a que no encuentran publicaciones nuevas.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los trabajadores consideran que siempre las MYPES cuentan con los recursos necesarios para lograr sus objetivos, las actividades se dirigen en función a los objetivos planificados en corto y largo plazo. La minoría de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas indican que nunca se realiza estudio de mercados para iniciar un emprendimiento, las actividades a veces se coordinan en conjunto para lograr los objetivos en común, el trabajo que realizan los trabajadores a veces es considerado por los representantes de la empresa, casi nunca la empresa tiene definido el nivel jerárquico de autoridad, a veces los representantes comunican y brindan ayuda a los trabajadores, a veces se realizan auditorias en la empresa, a veces se formula objetivos relacionados con la calidad, satisfacción ,innovación.

La minoría de los trabajadores a veces muestran cortesía y amabilidad al momento de atender a los clientes, los trabajadores de la empresa a veces muestran interés en solucionar los problemas presentado por los clientes, a veces se preocupan por brindar un servicio rápido, los clientes consideran que a veces los trabajadores actúan con sinceridad y honestidad, los trabajadores a veces brindan asesoramiento a los clientes al momento de comprar.

La minoría de los clientes consideran que a veces son leales a la organizacional, la ferretería a veces logra satisfacer las necesidades de los clientes, la empresa a veces brinda beneficios a los consumidores, los clientes expresan que a veces recomendarían a la empresa a terceras personas, el lenguaje utiliza por los trabajadores a veces es claro y preciso, los clientes

manifiestan que a veces los trabajadores son dinámicos al momento de atender, a veces se realiza publicaciones en las redes sociales.

En base a los reclutados obtenidos de la investigación, se elaboró un plan de mejora con la finalidad de brindar herramientas, técnicas y estrategias administrativas que permitan ayudar a mejorar la gestión y la administración de las micro y pequeñas empresas, que sean más productivas y brinden servicios de mejor calidad con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes. Además, para lograr la fidelización de los consumidores y poder obtener una mejor rentabilidad, lo cual permitirá el crecimiento y el desarrollo de la MYPES.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Implementar un organigrama en las micro y pequeñas empresas dado que es un sistema de organización que representa la estructura jerárquica y funcional de una empresa.

Realizar auditorías administrativas en las microempresas debido a que se considera como la técnica en revisar, supervisar, evaluar la gestión de una empresa.

Motivar a los trabajadores a través de incentivos y reconocimientos con la finalidad de que se identifiquen con la empresa de esta forma brindar un servicio de atención al cliente de calidad.

Realizar procesos de reclutamiento y selección de personal en las micro y pequeñas empresas permitirá contratar personal idóneo para cada puesto de trabajo ,evitando contratar personal que no reúne el perfil requerido en el puesto.

Implementar un software de gestión de ventas e inventarios en las micro y pequeñas empresas dado que permitirá ubicar y entregar con mayor rapidez los productos que solicitan los clientes.

Implementar un programador de redes sociales en las micro y pequeñas empresas ya que es una herramienta de gestión que permite tener presencia constante en las redes sociales, muestras estadísticas, aumentar el en engagement.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado, F. (11 de Septiembre de 2019). *www.esan.edu.pe*. Obtenido de Certificación ISO: la clave para garantizar la gestión de calidad: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/09/certificacion-iso-la-clave-para-garantizar-la-gestion-de-calidad/>
- Arenal, L. C. (2019). *Gestion de la atencion al cliente*. Logroño(La Rioja9: Tutor Formacion.
- BBVA. (28 de Mayo de 2021). <https://www.bbva.com>. Obtenido de Pymes y mypes: en qué se diferencian: <https://www.bbva.com/es/pymes-y-mypes-en-que-se-diferencian/>
- ComexPerú. (2021). *comexperu.org.pe*. Obtenido de Hechos de Importancia: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/el-numero-de-mypes-peruanas-se-redujo-un-488-en-2020-y-la-informalidad-paso-al-85-como-consecuencia-de-la-pandemia>
- Conexionesan. (29 de Enero de 2018). *www.esan.edu.pe*. Obtenido de www.esan.edu.pe: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/beneficios-de-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Gonzales, A. F. (2017). <https://core.ac.uk>. Obtenido de “Propuesta de implementación de un modelo de gestion por procesos y calidad en la empresa O&C Metales S.A.C: <https://core.ac.uk/download/pdf/225489849.pdf>
- Heredia Zurita, A., & Marco, D. (2021). *Cepal*. Obtenido de Análisis delas políticas de apoyo a las PYmes para enfrentar la pandemia de COVID 19 en America Latina : https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46743/1/S2100104_es.pdf
- Herrera. (2011). Analisis Estructural De MYPES Y PYMES. *Quipukamayoc*, 21.
- Latina, B. d. (2019). <https://observatorio.miem.gub.uy/>. Obtenido de América Latina y el Caribe: https://observatorio.miem.gub.uy/obs/sites/default/files/documentos/informe_final_ippalc.pdf
- Leidinger, R. (30 de enero de 2020). *www.esan.edu.pe*. Obtenido de Gestión de calidad: ¿Qué herramientas son fundamentales?: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2020/01/gestion-de-calidad-que-herramientas-son-fundamentales/>
- Manuel;C, J. (2017). *Sistemasde Gestión de Calidad (ISO 9001:2015)*. España: ICB. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecavirtualidad/56053?page=16>
- Pereda López, L. E. (2013). *El desarrollo económico de las MYPES en el Perú de los años 2004 y 2010*. Obtenido de CYBERTESSIS UNI: <http://cybertesis.uni.edu.pe/handle/uni/6705>
- Rodríguez, S. Y. (2020). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Luis Pereyra Zetina.

- Valdi, K. (2021). <https://pdfcoffee.com/>. Obtenido de El Origen de Las Mypes: <https://pdfcoffee.com/el-origen-de-las-mypes-3-pdf-free.html>
- Figuerola & Lemus (2020) diseño del sistema de gestión de calidad para la empresa COVAL SA bajo la norma NTC ISO 9001: 2015.
- Louffat, E. (2017). Administración de equipos humanos. México: Cengage Learning. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecavirtualidadat/77061>.
- Quinaloa M (2018). Diseño de un modelo de gestión de calidad en la empresa FUNORSAL de la provincia de Bolívar (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera Organización de Empresas).
- Icanaque C (2018) Características de la gestión de calidad y atención al cliente en la ferretería y negocios generales arcadio SAC del distrito de Sullana, año 2018.
- Albornoz C (2021). 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.
- Lazo F (2021). Atención al cliente y nivel de ventas de la ferretería Lumicentro Pianto SRL, Huancayo-2017.
- Yacupoma,I (2017). La gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarmey; caso: Ferretería Santa María SAC, año 2016.
- Therán, Prieto (2018). Administración, teorías, autores, fases y reflexiones. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecavirtualidadat/70328>
- Icanaque,C (2018) características de la gestión de calidad y atención al cliente en la ferretería y negocios generales arcadio SAC del distrito de Sullana, año 2018.
- Neyra G (2018) caracterización de la formalización y atención al cliente en las MYPE, rubro ferreterías ubicadas en la urbanización Felipe Cossío del Pomar II Etapa, Castilla Piura–2018.

Anexos.

Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																		
N°	Actividades	Año								Año								
		2021								2022								
		Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				
		Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Elaboración del Proyecto	X																
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X	X	X	X												
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación					X												
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor						X											
5	Mejora del marco teórico						X											
6	Redacción de la revisión de la literatura.							X										
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							X										
8	Ejecución de la metodología								X									
9	Resultados de la investigación								X	X								
10	Conclusiones y recomendaciones									X								
11	Redacción del pre informe de Investigación.										X							
12	Reacción del informe final										X							
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación											X	X	X	X			
14	Presentación de ponencia en eventos científicos																X	
15	Redacción de artículo científico																	X

Anexo 2.Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
Impresiones	50	2	100.00
Fotocopias	20	2	40.00
Empastado	50	5	250.00
Internet	60	4	240.00
Recarga de celular	30	4	120.00
Papel bond A-4 (500 hojas)	15	1	20.00
Lapiceros	3.50	5	17.50
Servicios			
Uso de Turnitin	50	2	100.00
Validación de cuestionario	150	1	150.00
Asesoría Taller de Investigación			2,510.00
Subtotal			S/.3,547.50
Gastos de viaje			
Pasajes para recolectar información			S/.500.00
Subtotal			S/.4,047.50
Total, de presupuesto desembolsable			S/.4,047.50
Presupuesto no desembolsable (universidad)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Servicios (*)			
Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
Soporte informático (Modulo de investigación de ERP University-MOIC)	40.00	4	160.00
Publicaciones de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Subtotal			S/. 400.00
Recurso humano			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Subtotal			252.00
Total, de presupuesto no desembolsable			S/.652,000

Anexo 3.Cuadro de sondeo

N.º	Razón Social	Dirección
1	Ferretería Kallpa E.I.R.L	Urbanización Palao
2	Ferretería Ysagawa S.A.C	Urbanización Palao
3	Ferretería 1010 S.A.C	Urbanización Palao
4	Ferretería Trébol E.I.R.L	Urbanización Palao
5	Ferretería KIKE E.I.R.L	Urbanización Palao
6	Ferretería Toño E.I.R.L	Urbanización Palao

Anexo 4. Consentimiento Informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en ciencias sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento para la recolección de información, para llevarse a cabo. La presente investigación titulada *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES de sector comercio Rubro: Ferreterías, Urbanización Palao, Distrito San Martín de Porres, Lima, 2022.* y es dirigido por Huancas Quispe, Roberto, investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: *Elaborar la puesta de mejora de Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES de sector comercio Rubro: Ferreterías, Urbanización Palao, Distrito San Martín de Porres, Lima, 2022.*

Para ello, se le invitara a participar en una encuesta que le tomara aproximadamente 5 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente libre y en secreto. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de la página de la universidad. Si desea, también podrá escribirnos al correo rhq_27@hotmail.com Para recibir más información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el comité de ética de la investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre:..... Nelly Leyva Barca.....

Fecha:..... 22.01.22.....

Correo electrónico:..... nellyleyvabarca@hotmail.com.....

Firma del participante:..... [Firma].....

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



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en ciencias sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento para la recolección de información, para llevarse a cabo. La presente investigación titulada *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES de sector comercio Rubro: Ferreterías, Urbanización Palao, Distrito San Martín de Porres, Lima, 2022*, y es dirigido por Huancas Quispe, Roberto, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: *Elaborar la puesta de mejora de Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES de sector comercio Rubro: Ferreterías, Urbanización Palao, Distrito San Martín de Porres, Lima, 2022*.

Para ello, se le invitara a participar en una encuesta que le tomara aproximadamente 5 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente libre y en secreto. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de la página de la universidad. Si desea, también podrá escribirnos al correo rhq_27@hotmail.com Para recibir más información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el comité de ética de la investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre:..... Norma Matunga
Fecha:..... 22-11/2022
Correo electrónico:..... Matunga Norma@hotmail.com
Firma del participante:.....
Firma del investigador(o encargado de recoger información):.....

Anexo 5. Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Encuesta:

Este cuestionario tiene por finalidad recopilar información del sector y rubro indicado, lo cual será un factor importante para el desarrollo del trabajo de investigación denominado: **Propuesta de mejora de Gestión de Calidad y atención al cliente en las MYPES de sector comercio Rubro: Ferreterías , Urbanización Palao, Distrito San Martín de Porres, Lima, 2022.**

Instrucción: Deberá marcar con una (X) en el recuadro que crea conveniente, teniendo en cuenta las siguientes indicaciones:

1. Nunca 2. Casi Nunca 3. A Veces 4. Siempre 5. Casi Siempre

Cuestionario dirigido a los trabajadores

N°	I. Gestion de calidad	ITEMS				
		Nunca	Casi Nunca	A veces	siempre	Casi Siempre
1	¿En la empresa se realiza estudios de mercado con la finalidad de aprovechar las oportunidades del ambiente externo?					
2	¿Considera usted que la empresa cuenta con los recursos necesarios para lograr sus objetivos?					
3	¿En esta empresa las actividades se dirigen en función a los objetivos planteados?					
4	¿Las actividades son coordinadas en conjunto para lograr objetivos comunes?					
5	¿ Considera que su trabajado es valorado por la empresa?					
6	¿La empresa tiene definido el nivel jerárquico de autoridad?					
7	¿ El responsable comunica y brinda ayuda a los trabajadores durante el desarrollo de las actividades?					
8	¿Se realiza auditorias administrativas para conocer la eficiencia y eficacia de los procesos de la empresa ?					
9	¿La empresa ha fijado metas relacionados con la calidad, satisfacción ,innovación?					



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Este cuestionario tiene por finalidad recopilar información del sector y rubro indicado, lo cual será un factor importante para el desarrollo del trabajo de investigación denominado: **Propuesta de mejora de Gestión de Calidad y atención al cliente en las MYPES de sector comercio Rubro: Ferreterías, Urbanización Palao, Distrito San Martín de Porres, Lima, 2022.**

Instrucción: Deberá marcar con una (X) en el recuadro que crea conveniente, teniendo en cuenta las siguientes indicaciones:

1. Nunca 2. Casi Nunca 3. A Veces 4. Siempre 5. Casi Siempre

Cuestionario dirigido a los clientes

N°	II. Atención al cliente	ITEMS				
		Nunca	Casi Nunca	A veces	Siempre	Casi Siempre
1	¿Los trabajadores muestra cortesía y amabilidad ?					
2	¿La empresa muestra disposición para solucionar los problemas ?					
3	¿Considera que la empresa se preocupa por brindar un servicio rápido?					
4	¿Considera que los trabajadores actúan con sinceridad y honestidad?					
5	¿Los trabajadores brindar asesoramiento al momento de comprar?					
6	¿Usted se considera ser un cliente leal a la empresa?					
7	¿La empresa logra satisfacer sus necesidades?					
8	¿La empresa brinda beneficios a los clientes?					
9	¿Usted recomendaría esta Ferretería a otras personas?					
10	¿Considera que el lenguaje utilizado por los trabajadores es claro, preciso y sencillo?					
11	¿Considera que los trabajadores son dinámicos al momento de atender?					
12	¿La empresa realiza publicaciones con frecuencia en las redes sociales?					

Anexo 6. Validación de Instrumento

Informe de opinión de expertos del instrumento de investigación

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Morillo Campos
Yuly Yolanda

1.2. Grado Académico: Magister en Gestión Pública

1.3. Profesión: Licenciada en Administración


1.4. Institución donde labora: Universidad Católica los Ángeles de
Chimbote

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Roberto Huancas Quispe


1.8. Carrera: Administración



Mg Yuly Yolanda Morillo Campos
LICENCIADA EN ADMINISTRACION
CLAD N° 01359


II. validación: Ítems correspondientes al Instrumento 1: Variable Gestión de calidad

N° de Ítem	Validez de Contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	S I	NO	S I	NO	S I	NO	Se debe corregir la pregunta ¿...?
Dimensión 1: Planeación (Tácticas, Objetivos)							
1.¿En la empresa se realiza estudios de mercado con la finalidad de aprovechar las oportunidades del ambiente externo?	x		x		x		
2. ¿Considera usted que la empresa cuenta con los recursos necesarios para lograr sus objetivos?	x		x		x		
3. En esta empresa las actividades se dirigen en función a los objetivos planificados ?	x		x		x		
Dimensión 2: Organización (Actividades, Autoridad)							
4. ¿Las actividades son coordinadas en conjunto para lograr objetivos comunes?	x		x		x		
5. ¿considera que su trabajado es valorado por la empresa?	x		x		x		
6.¿La empresa tiene definido el nivel jerárquico de autoridad?	x		x		x		
Dimensión 3: Direccion(Supervisión directa)							
7.¿ El responsable comunica y brinda ayuda a los trabajadores durante el desarrollo de las actividades?	x		x		x		
Dimensión 3:Control(Evaluación)							
8.¿Se realiza auditorias administrativas para conocer la eficiencia y eficacia de los procesos de la empresa ?	x		x		x		
9.¿La empresa fija metas relacionados con la calidad, satisfacción ,innovación?	x		x		x		


Mg. Yuly Yolanda Morillo Campos
LICENCIADA EN ADMINISTRACION
CLAD N° 01359

Ítems correspondientes al Instrumento 2: Atención al cliente

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Servicio al cliente (Servicio)							
1. ¿Los trabajadores muestra cortesía y amabilidad ?	X		X		X		
2. ¿La empresa muestra disposición para solucionar los problemas?	X		X		X		
3. ¿Considera que la empresa se preocupa en brindar un servicio rápido?	X		X		X		
4. ¿Considera que los trabajadores actúan con sinceridad y honestidad?	X		X		X		
5. ¿Los trabajadores brindar asesoramiento al momento de comprar?	X		X		X		
Dimensión 2: Satisfacción al cliente (Lealtad, Confianza, expectativa, nivel de satisfacción)							
6. ¿Usted se considera ser un cliente leal a nuestra empresa?	X		X		X		
7. ¿La empresa logra satisfacer sus necesidades?	X		X		X		
8. ¿La empresa brinda beneficios a los clientes?	X		X		X		
Dimensión 3: Interacción con el cliente (Recomendación, comunicación)							
9. ¿Usted recomendaría esta ferretería a otras personas?	X		X		X		
10. ¿Considera que el lenguaje utilizado por los trabajadores es claro, preciso y sencillo?	X		X		X		
11. ¿Considera que los trabajadores son dinámicos al momento de atender?	X		X		X		
12. ¿La empresa realiza publicaciones con frecuencia en las redes sociales?	X		X		X		


 Mg. Yuly Yolanda Morillo Campos
 LICENCIADA EN ADMINISTRACION
 CLAD N° 01359

Informe de opinión de expertos del instrumento de investigación

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Julio César Cerna Izaguirre

1.2. Grado Académico: Maestro en Administración

1.3.

1.4. Profesión: Licenciado en administración

1.5. Institución donde labora: ADEC ATC

1.6. Cargo que desempeña: Consultor de PYMES

1.7. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.8. Autor del instrumento: Roberto Huancas Quispe

1.9. Carrera: Administración



CORLAD
Mtro. Lic. Julio C. Cerna Izaguirre
Reg. Único de Colegiación N° 5720

DNI: 06453403

II. validación: Ítems correspondientes al Instrumento 1: Variable Gestión de calidad

N° de Ítem	Validez de Contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	S I	NO	S I	NO	S I	NO	Se debe corregir la pregunta ¿...?
Dimensión 1: Planeación (Tácticas, Objetivos)							
1.¿En la empresa se realiza estudios de mercado con la finalidad de aprovechar las oportunidades del ambiente externo?	x		x		x		
2. ¿Considera usted que la empresa cuenta con los recursos necesarios para lograr sus objetivos?	x		x		x		
3. En esta empresa las actividades se dirigen en función a los objetivos planificados ?	x		x		x		
Dimensión 2: Organización (Actividades, Autoridad)							
4. ¿Las actividades son coordinadas en conjunto para lograr objetivos comunes?	x		x		x		
5. ¿considera que su trabajado es valorado por la empresa?	x		x		x		
6.¿La empresa tiene definido el nivel jerárquico de autoridad?	x		x		x		
Dimensión 3: Direccion(Supervisión directa)							
7.¿ El responsable comunica y brinda ayuda a los trabajadores durante el desarrollo de las actividades?	x		x		x		
Dimensión 3: Control(Evaluación)							
8.¿Se realiza auditorias administrativas para conocer la eficiencia y eficacia de los procesos de la empresa ?	x		x		x		
9.¿La empresa fija metas relacionados con la calidad, satisfacción ,innovación?	x		x		x		

Ítems correspondientes al Instrumento 2: Atención al cliente

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Servicio al cliente (Servicio)							
1. ¿Los trabajadores muestra cortesía y amabilidad ?	X		X		X		
2. ¿La empresa muestra disposición para solucionar los problemas?	X		X		X		
3. ¿Considera que la empresa se preocupa en brindar un servicio rápido?	X		X		X		
4. ¿Considera que los trabajadores actúan con sinceridad y honestidad?	X		X		X		
5. ¿Los trabajadores brindar asesoramiento al momento de comprar?	X		X		X		
Dimensión 2: Satisfacción al cliente (Lealtad, Confianza, expectativa, nivel de satisfacción)							
6. ¿Usted se considera ser un cliente leal a nuestra empresa?	X		X		X		
7. ¿La empresa logra satisfacer sus necesidades?	X		X		X		
8. ¿La empresa brinda beneficios a los clientes?	X		X		X		
Dimensión 3: Interacción con el cliente (Recomendación, comunicación)							
9. ¿Usted recomendaría esta ferretería a otras personas?	X		X		X		
10. ¿Considera que el lenguaje utilizado por los trabajadores es claro, preciso y sencillo?	X		X		X		
11. ¿Considera que los trabajadores son dinámicos al momento de atender?	X		X		X		
12. ¿La empresa realiza publicaciones con frecuencia en las redes sociales?	X		X		X		



DNI: 06453403

Informe de opinión de expertos del instrumento de investigación

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):** Limo Vásquez Miguel Ángel
- 1.2. Grado Académico:** Magister
- 1.3. Profesión:** Licenciado en Administración
- 1.4. Institución donde labora:** ULADECH
- 1.5. Cargo que desempeña:** Docente
- 1.6. Denominación del instrumento:** Cuestionario
- 1.7. Autor del instrumento:** Roberto Huancas Quispe
- 1.8. Carrera:** Administración



Limo Vásquez Miguel Ángel

DNI N° 18215927

CLAD N° 04926

II. validación: Ítems correspondientes al Instrumento 1: Variable Gestión de calidad

N° de Ítem	Validez de Contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	S	NO	S	NO	S	NO	Se debe corregir la pregunta ¿...?
Dimensión 1: Planeación (Tácticas, Objetivos)							
1.¿En la empresa se realiza estudios de mercado con la finalidad de aprovechar las oportunidades del ambiente externo?	x		x		x		
2. ¿Considera usted que la empresa cuenta con los recursos necesarios para lograr sus objetivos?	x		x		x		
3. En esta empresa las actividades se dirigen en función a los objetivos planificados ?	x		x		x		
Dimensión 2: Organización (Actividades, Autoridad)							
4. ¿Las actividades son coordinadas en conjunto para lograr objetivos comunes?	x		x		x		
5. ¿considera que su trabajado es valorado por la empresa?	x		x		x		
6.¿La empresa tiene definido el nivel jerárquico de autoridad?	x		x		x		
Dimensión 3: Dirección (Supervisión directa)							
7.¿ El responsable comunica y brinda ayuda a los trabajadores durante el desarrollo de las actividades?	x		x		x		
Dimensión 3: Control (Evaluación)							
8.¿Se realiza auditorías administrativas para conocer la eficiencia y eficacia de los procesos de la empresa ?	x		x		x		
9.¿La empresa fija metas relacionados con la calidad, satisfacción ,innovación?	x		x		x		



Limo Vásquez Miguel Ángel

DNI N° 18215927

CLAD N° 04926

Ítems correspondientes al Instrumento 2: Atención al cliente

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Servicio al cliente (Servicio)							
1. ¿Los trabajadores muestra cortesía y amabilidad ?	X		X		X		
2. ¿La empresa muestra disposición para solucionar los problemas?	X		X		X		
3. ¿Considera que la empresa se preocupa en brindar un servicio rápido?	X		X		X		
4. ¿Considera que los trabajadores actúan con sinceridad y honestidad?	X		X		X		
5. ¿Los trabajadores brindar asesoramiento al momento de comprar?	X		X		X		
Dimensión 2: Satisfacción al cliente (Lealtad, Confianza, expectativa, nivel de satisfacción)							
6. ¿Usted se considera ser un cliente leal a nuestra empresa?	X		X		X		
7. ¿La empresa logra satisfacer sus necesidades?	X		X		X		
8. ¿La empresa brinda beneficios a los clientes?	X		X		X		
Dimensión 3: Interacción con el cliente (Recomendación, comunicación)							
9. ¿Usted recomendaría esta ferretería a otras personas?	X		X		X		
10. ¿Considera que el lenguaje utilizado por los trabajadores es claro, preciso y sencillo?	X		X		X		
11. ¿Considera que los trabajadores son dinámicos al momento de atender?	X		X		X		
12. ¿La empresa realiza publicaciones con frecuencia en las redes sociales?	X		X		X		



Limo Vásquez Miguel Ángel

DNI N° 18215927

CLAD N° 04926

Anexo 7.Hoja de tabulación

Anexo 7.Hoja de tabulación

Propuesta de mejora de Gestión de Calidad en las MYPES de sector comercio
Rubro: Ferreterías , Urbanización Palao, Distrito San Martín de Porres, Lima,2022.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1¿En la empresa se realiza estudios de mercado con la finalidad de aprovechar las oportunidades del ambiente externo?	Nunca	IIIIII	7	38.89
	Casi Nunca	IIIII	6	33.33
	A veces	IIII	5	27.78
	Siempre	0	0	0.00
	Casi Siempre	0	0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIIIII	18	100.00
2¿Considera usted que la empresa cuenta con los recursos necesarios para lograr sus objetivos?	Nunca	I	1	5.56
	Casi Nunca	0	0	0.00
	A veces	IIII	5	27.78
	Siempre	IIIIIIII	11	61.11
	Casi Siempre	-	1	5.56
	Total	IIIIIIIIIIII	18	100.00
3¿En esta empresa las actividades se dirigen en función a los objetivos planteados?	Nunca	I	1	5.56
	Casi Nunca	II	2	11.11
	A veces	IIIIIIII	11	61.11
	Siempre	III	3	16.67
	Casi Siempre	I	1	5.56
	Total	IIIIIIIIIIII	18	100.00
4¿Las actividades son coordinadas en conjunto para lograr objetivos comunes?	Nunca	I	1	5.56
	Casi Nunca	III	3	16.67
	A veces	IIIIII	8	44.44
	Siempre	IIIII	6	33.33
	Casi Siempre	0	0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIII	18	100.00
5¿ Considera que su trabajado es valorado por la empresa?	Nunca	III	4	22.22
	Casi Nunca	II	2	11.11
	A veces	IIIII	6	33.33
	Siempre	IIIII	6	33.33
	Casi Siempre	0	0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIII	18	100.00

Continua

Concluye...

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
6¿La empresa tiene definido el nivel jerárquico de autoridad?	Nunca	III	3	16.67
	Casi Nunca	IIIIIIII	8	44.44
	A veces	II	2	11.14
	Siempre	IIII	5	27.78
	Casi Siempre	0	0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIIIIIII	18	100.00
7¿ El responsable comunica y brinda ayuda a los trabajadores durante el desarrollo de las actividades?	Nunca	II	2	11.11
	Casi Nunca	I	1	5.56
	A veces	IIIIIIII	9	50.00
	Siempre	IIII	6	33.33
	Casi Siempre	0	0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIIIIIII	18	100.00
8¿Se realiza auditorias administrativas para conocer la eficiencia y eficacia de los procesos de la empresa ?	Nunca	III	3	16.67
	Casi Nunca	IIII	6	33.33
	A veces	IIIIII	7	38.89
	Siempre	II	2	11.11
	Casi Siempre	0	0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIIIIIII	18	100.00
9¿La empresa ha fijado metas relacionados con la calidad, satisfacción ,innovación?	Nunca	II	2	11.11
	Casi Nunca	I	1	5.56
	A veces	IIIIII	8	44.44
	Siempre	IIII	4	22.22
	Casi Siempre	III	3	16.67
	Total	IIIIIIIIIIIIIIII	18	100.00

Propuesta de mejora de atención al cliente en las MYPES de sector comercio
Rubro: Ferreterías , Urbanización Palao, Distrito San Martín de Porres, Lima, 2022.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1¿Los trabajadores muestra cortesía y amabilidad ?	Nunca	XLI	41	10.68
	Casi Nunca	LI	51	13.28
	A veces	CXXXIV	134	34.90
	Siempre	VC	95	24,74
	Casi Siempre	LXII	63	16.41
	Total	CCCLXXXIV	384	100.00
2¿La empresa muestra disposición para solucionar los problemas ?	Nunca	XLI	41	10.68
	Casi Nunca	LI	51	13,28
	A veces	CXLI	141	36.72
	Siempre	LXXXIII	83	21.61
	Casi Siempre	LXVII	68	17.71
	Total	CCCLXXXIV	384	100.00
3¿Considera que la empresa se preocupa por brindar un servicio rápido?	Nunca	XLI	41	10.68
	Casi Nunca	L	50	13.02
	A veces	CXXXIX	139	36.20
	Siempre	XCIV	94	24.22
	Casi Siempre	LXI	61	15.89
	Total	CCCLXXXIV	384	100.00
4¿Considera que los trabajadores actúan con sinceridad y honestidad?	Nunca	XLI	41	10.68
	Casi Nunca	LII	52	13.54
	A veces	CXXXII	132	34.38
	Siempre	XCI	91	23.70
	Casi Siempre	LXVIII	68	17.71
	Total	CCCLXXXIV	384	100.00
5¿Los trabajadores brindar asesoramiento al momento de comprar?	Nunca	XLI	41	10.68
	Casi Nunca	L	50	13.02
	A veces	CXXXVIII	138	35.94
	Siempre	XCV	95	24.74
	Casi Siempre	XL	60	15.63
	Total	CCCLXXXIV	384	100.00

Continua

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
6¿Usted se considera ser un cliente leal a la empresa?	Nunca	XLII	42	10.94
	Casi Nunca	LVIII	58	15.10
	A veces	CXXXI	131	34.11
	Siempre	LXXXVI	86	22.40
	Casi Siempre	LXVII	67	17.45
	Total	CCCLXXXIV	384	100.00
7¿La empresa logra satisfacer sus necesidades?	Nunca	XLI	41	10.68
	Casi Nunca	LII	52	13.54
	A veces	CXXXIX	139	36,20
	Siempre	XC	90	23.44
	Casi Siempre	LXII	62	16.15
	Total	CCCLXXXIV	384	100.00
8¿La empresa brinda beneficios a los clientes?	Nunca	XLI	41	10.68
	Casi Nunca	LXXVII	77	20.05
	A veces	CXVI	116	30.21
	Siempre	LXXXV	85	22.14
	Casi Siempre	LXV	65	16.93
	Total	CCCLXXXIV	384	100.00
9¿Usted recomendaría esta Ferretería a otras personas?	Nunca	LXI	41	10.68
	Casi Nunca	LI	51	13.28
	A veces	CXXXVII	137	35.68
	Siempre	XCIII	93	24.22
	Casi Siempre	LXII	62	16.15
	Total	CCCLXXXIV	384	100.00
10¿Considera que el lenguaje utilizado por los trabajadores es claro, preciso y sencillo?	Nunca	XLI	41	10.68
	Casi Nunca	LI	51	13.28
	A veces	CXXI	121	31.51
	Siempre	CVI	106	27.60
	Casi Siempre	LXV	65	16.93
	Total	CCCLXXXIV	384	100.00

Continua

Concluye

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
11 ¿Considera que los trabadores son dinámicos al momento de atender?	Nunca	LXII	42	10.94
	Casi Nunca	LI	51	13.28
	A veces	CCXXXIV	134	34.90
	Siempre	XCVII	97	25.26
	Casi Siempre	LX	60	15.63
	Total	CCCLXXXIV	384	100.00
12 ¿La empresa realiza publicaciones con frecuencia en las redes sociales?	Nunca	XLI	41	10.68
	Casi Nunca	LXXXII	82	21.35
	A veces	CXIV	114	29.69
	Siempre	LXXXI	81	21.09
	Casi Siempre	LXVI	66	17.19
	Total	CCCLXXXIV	384	100.00

Anexo 8.Figuras

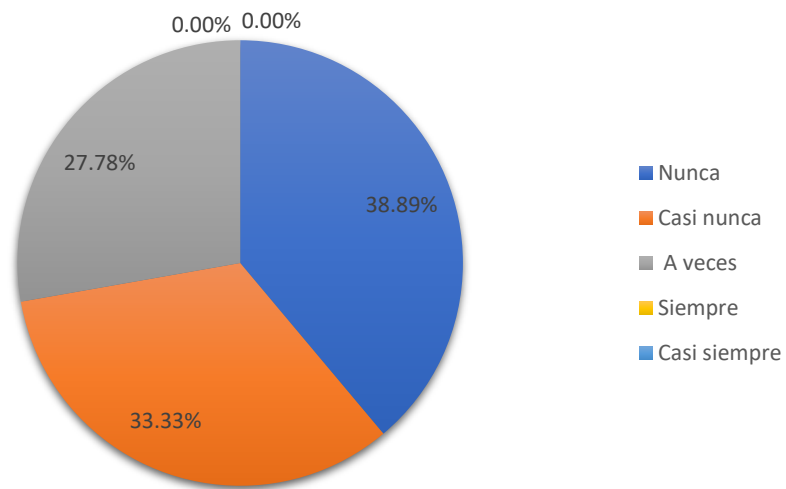


Figura 1.La empresa se realiza estudios de mercados

Fuente:Tabla 1

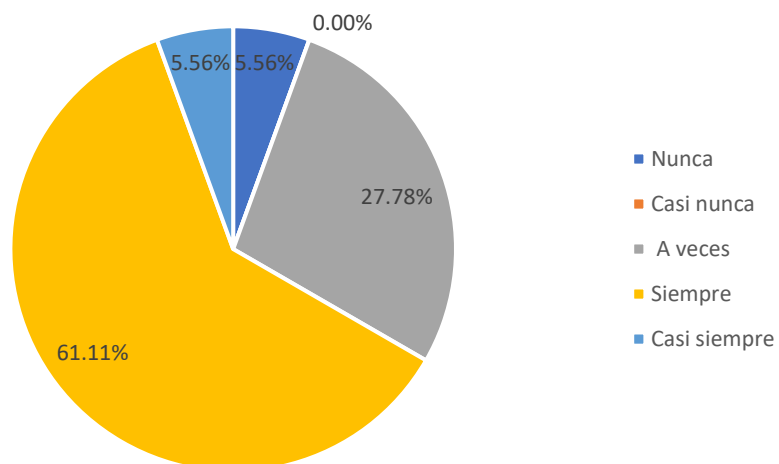


Figura 2.La empresa cuenta con los recursos necesarios para lograr sus objetivos

Fuente:Tabla 1

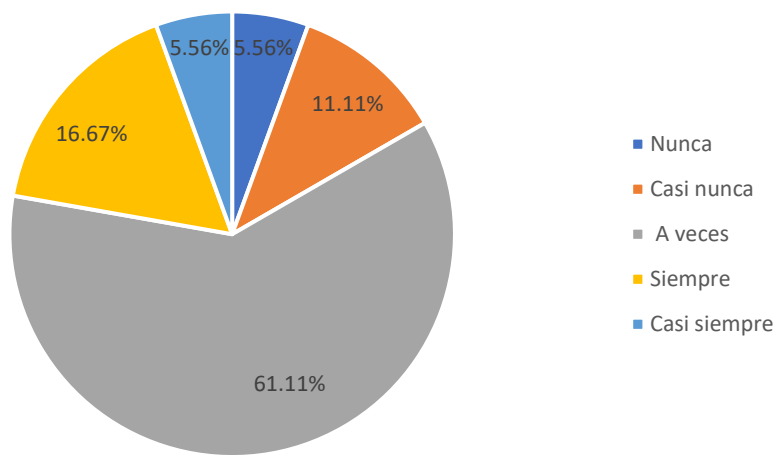


Figura 3. Las actividades se dirigen en función a los objetivos planificados

Fuente: Tabla 1

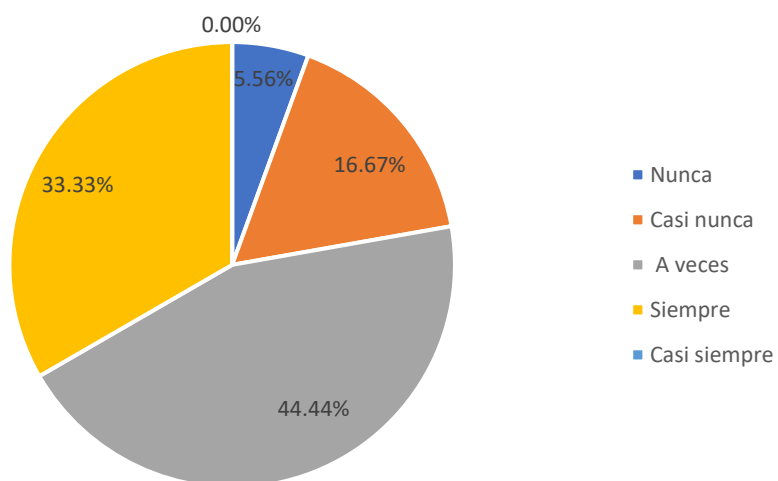


Figura 4. Las actividades son coordinadas en conjunto para lograr objetivos comunes

Fuente: Tabla 1

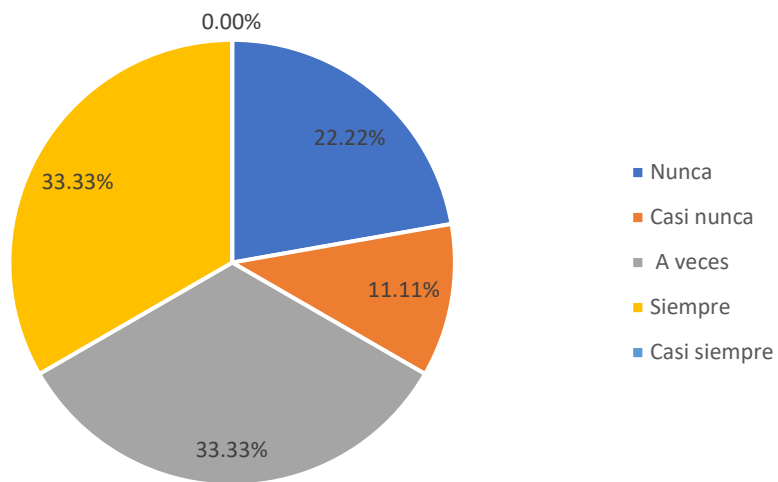


Figura 5. Considera que su trabajo es valorado por la empresa
Fuente. Tabla 1

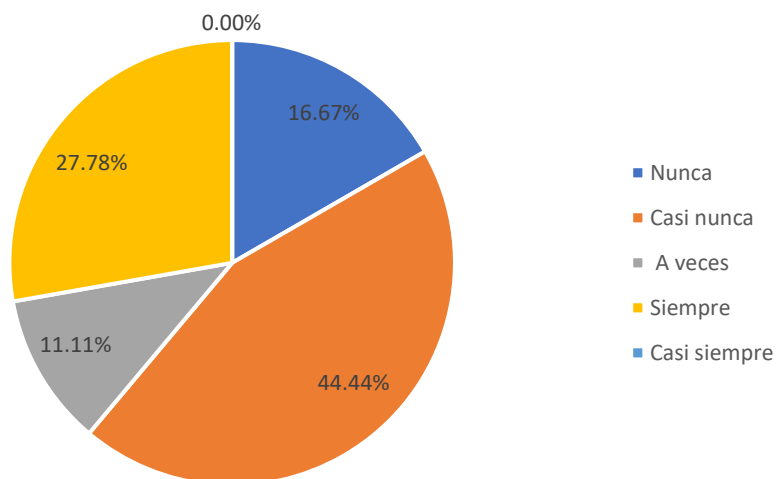


Figura 6. La empresa tiene definido el nivel jerárquico de autoridad
Fuente. Tabla 1

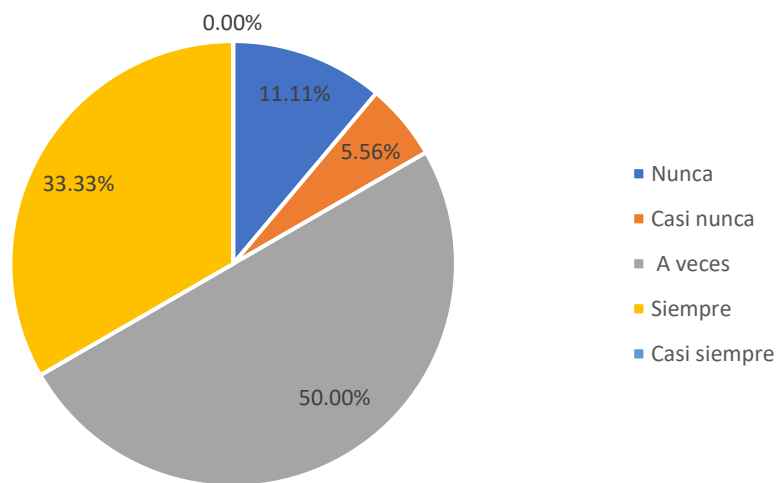


Figura 7.El responsable comunica y brinda ayuda a los trabajadores durante el desarrollo de las actividades

Fuente. Tabla 1

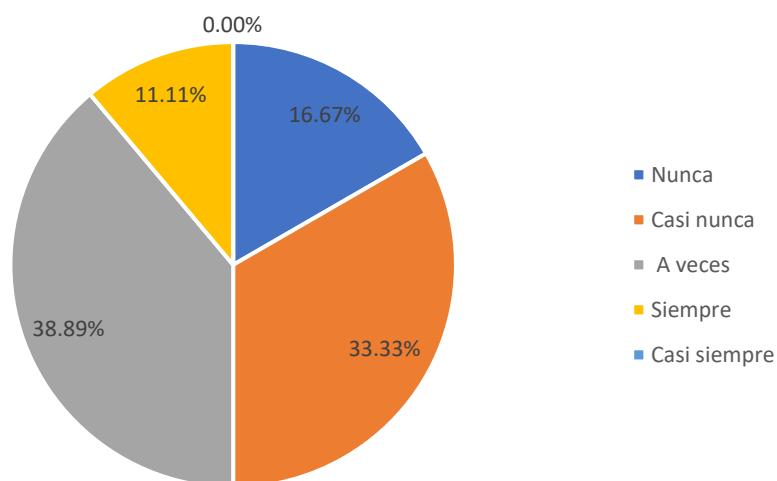


Figura 8. Se realiza auditorias administrativas para conocer la eficiencia y eficacia de los procesos de la empresa

Fuente. Tabla 1

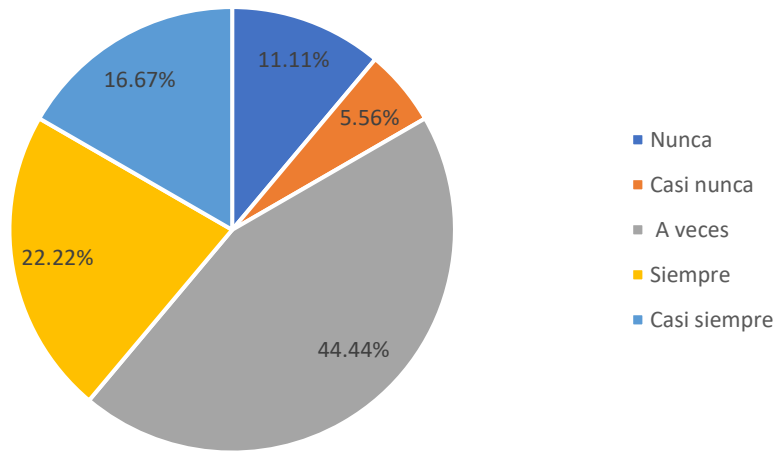


Figura 9. La empresa ha fijado metas relacionados con la calidad, satisfacción, innovación
 Fuente. Tabla 1

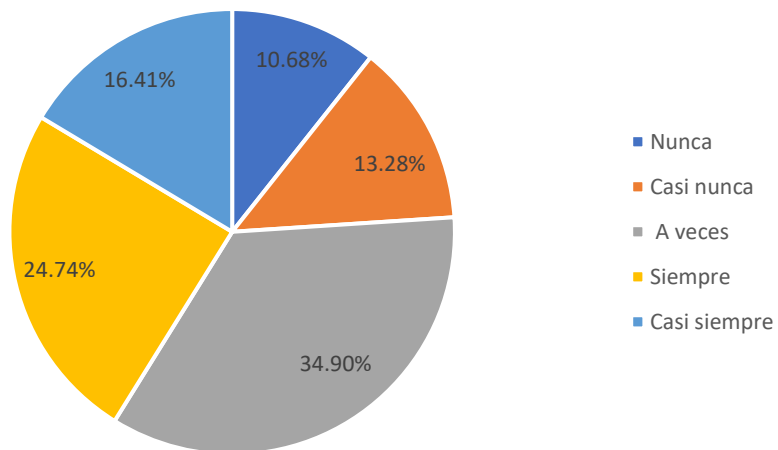


Figura 10. Los trabajadores muestra cortesía y amabilidad
 Fuente: Tabla 2

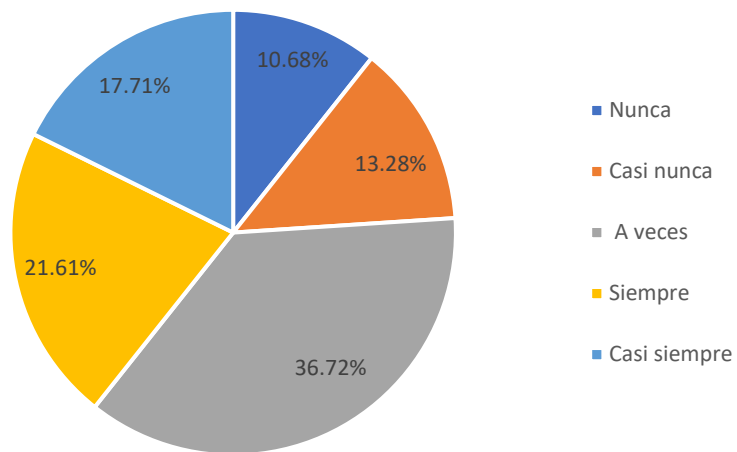


Figura 11. La empresa muestra disposición para solucionar los problemas
 Fuente: Tabla 2

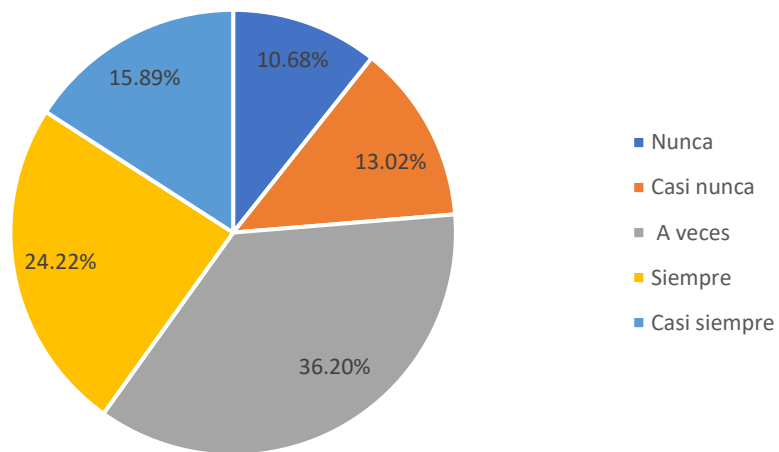


Figura 12. Considera que la empresa brinda un servicio rápido
 Fuente: Tabla 2

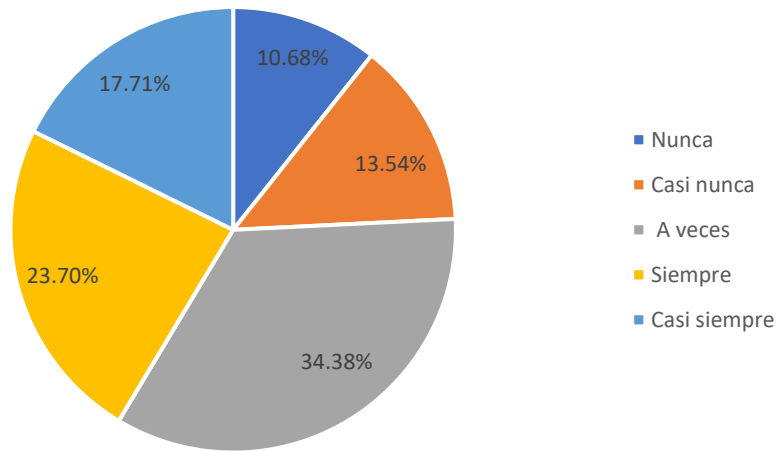


Figura 13. Considera que los trabajadores lo escuchan con sinceridad y honestidad
 Fuente: Tabla 2

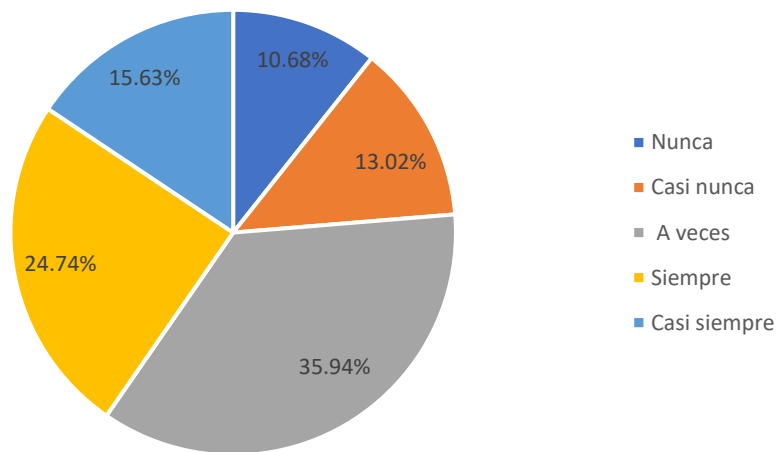


Figura 14. Los trabajadores brindar asesoramiento al momento de comprar
 Fuente: Tabla 2

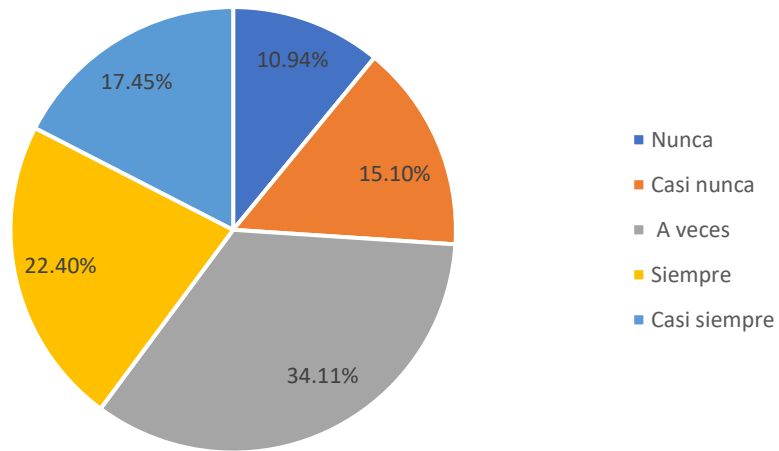


Figura 15. Usted se considera ser un cliente leal a la empresa
 Fuente: Tabla 3

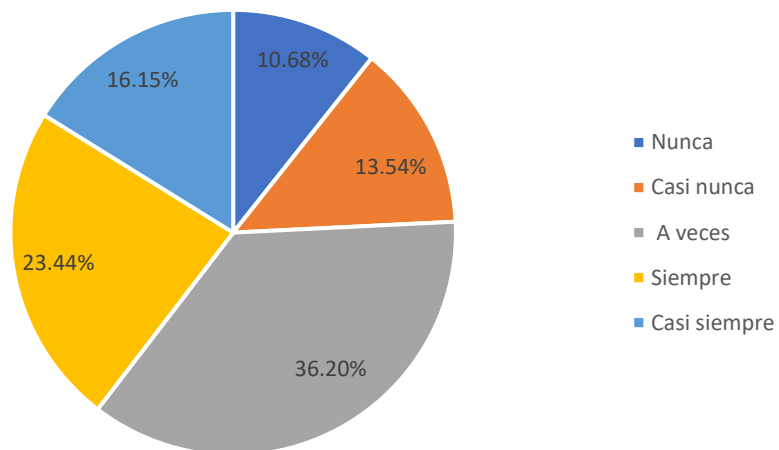


Figura 16. La empresa logra satisfacer sus necesidades
 Fuente: Tabla 3

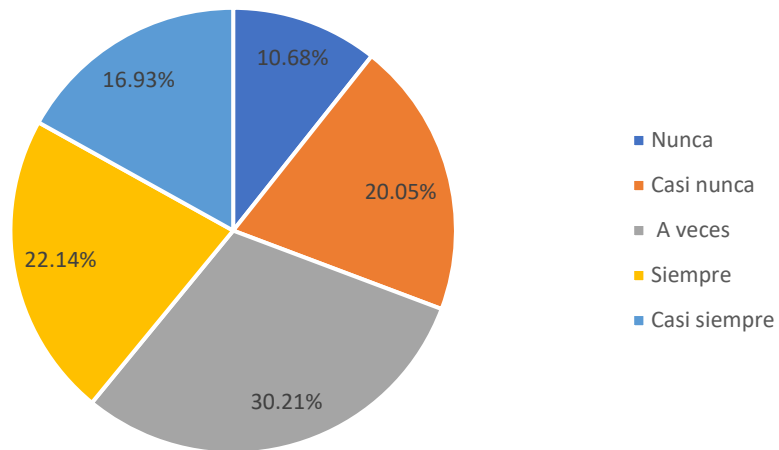


Figura 17. La empresa brinda beneficios a los clientes

Fuente: Tabla 3

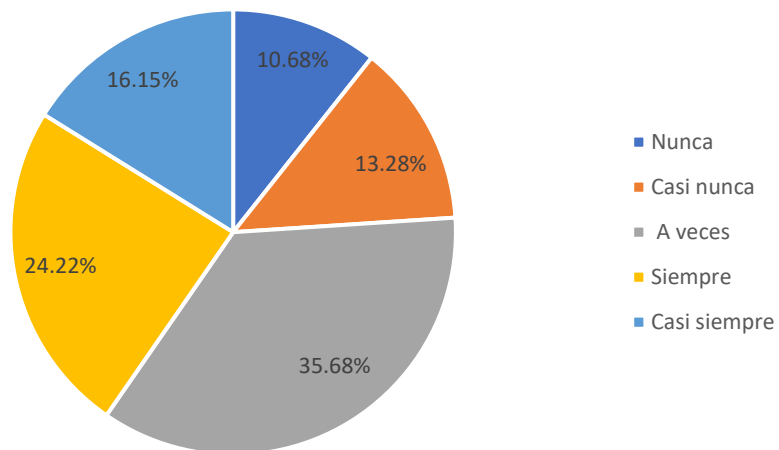


Figura 18. Usted recomendaría esta Ferretería a otras personas

Fuente: Tabla 3

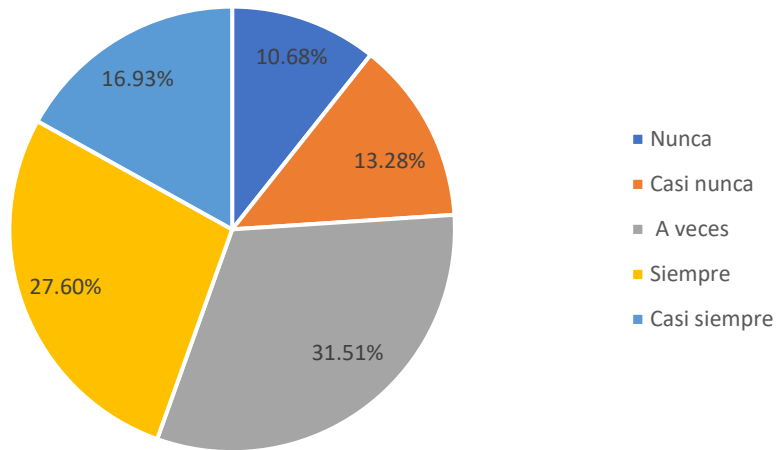


Figura 19. Considera que el lenguaje utilizado por los trabajadores es claro, preciso y sencillo

Fuente: Tabla 3

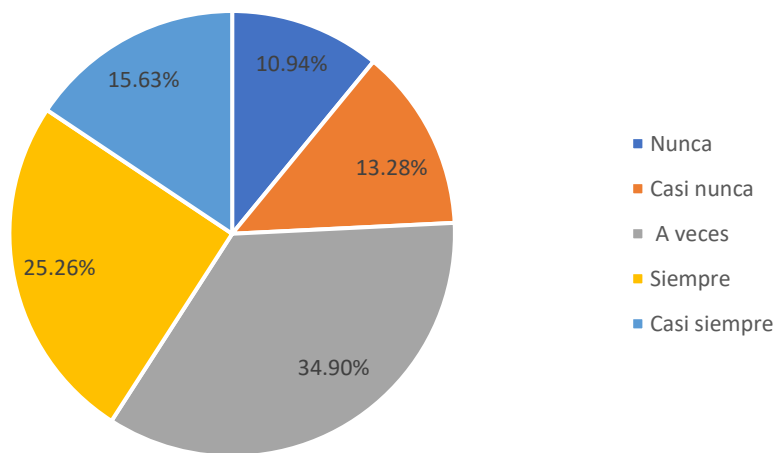


Figura 20. Considera que los trabajadores son dinámicos al momento de atender

Fuente: Tabla 3

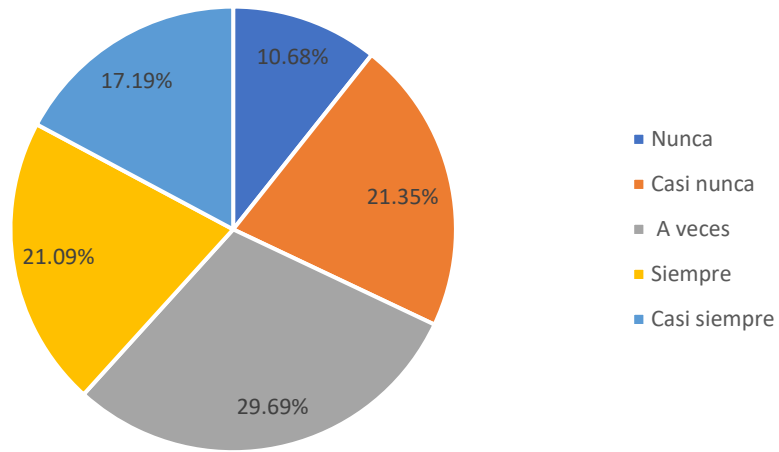


Figura 21. La empresa realiza publicaciones con frecuencia en las redes sociales

Fuente: Tabla 3