



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN

PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES
RELEVANTES DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN
DE CALIDAD DE LAS MYPE DEL SECTOR INDUSTRIA –
RUBRO FABRICACIÓN DE ESTRUCTURAS METÁLICAS,
CASO: ESTRUCTURAS METÁLICAS RUIZ, AMARILIS –
HUÁNUCO, 2020.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

BARDALES BONILLA, CLIS

ORCID: 0000-0002-3322-564X

ASESOR:

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID ID: 0000-0002-6399-5928

LIMA – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Bardales Bonilla, Clis

ORCID: 0000-0002-3322-564X

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

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

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

JURADO

Mgtr. María del Carmen Rosillo de Purizaca

ORCID: 0000 0003 2177 5676

Mgtr. José Germán Salinas Gamboa

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mgtr. María Isabel Mino Asencio

ORCID: 0000-0003-1132-2243

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr. Maria del Carmen, rosillo de purizaca

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Presidente

Dr. José Germán, salinas Gamboa

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Miembro

Dra. María Isabel, mino Asencio

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

Cinturion Medina, Reinerio Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Asesora

DEDICATORIA

A mis padres por ser el pilar más importante en mi vida y por demostrar siempre su cariño y apoyo incondicional.

A mis abuelitos, por su apoyo incondicional; siempre me guiaron y desearon lo mejor para mí y hoy en honor a ellos lograré ser; una profesional de éxito.

RESUMEN

Dentro del distrito de Amarilis se encuentra la micro y pequeña empresa del sector industria; estructuras metálicas Ruiz, dentro de ella se refleja problemas sobre la atención al cliente, debido a la casi nula gestión de calidad, esto se adiciona al poco conocimiento administrativo, por tal motivo se planteó el siguiente problema: ¿Cuáles son los factores relevantes de atención al cliente que mejore la gestión de calidad de las MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020?. En ese contexto se planteó el siguiente objetivo general: Incorporar los factores relevantes de atención al cliente que mejore la gestión de calidad de las MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020. La metodología de investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental - descriptivo; para los resultados se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario que contuvo 12 preguntas cerradas, obteniendo los siguientes resultados: el 37% mencionó que NO utiliza estrategias para atender a sus clientes y mejorar su gestión de calidad, así mismo el 84% mencionó que SI cuenta con clientes frecuentes, el 79% mencionó que SI considera que sus clientes definen a su establecimiento como una empresa fiable, concluyendo que los factores relevantes de la atención al cliente es la debilidad de la empresa lo cual no ayuda a mejorar la gestión de calidad.

Palabras clave: Atención al cliente, clientes frecuentes, gestión de calidad

ABSTRACT

Within the district of Amarilis is the micro and small company of the industrial sector; Ruiz metallic structures, within it problems about customer service are reflected, due to the almost zero quality management, this is added to the little administrative knowledge, for this reason the following problem was raised: What are the relevant factors of attention to the client to improve the quality management of the MYPES in the industry sector - manufacturing of metallic structures, case: metallic structures Ruiz, Amarilis - Huánuco, 2020 ?. In this context, the following general objective was proposed: Incorporate the relevant customer service factors that improve the quality management of MYPES in the industrial sector - manufacturing of metal structures, case: metal structures Ruiz, Amarilis - Huánuco, 2020. The research methodology was quantitative, descriptive level, non-experimental-descriptive design; For the results, the survey technique was used and the questionnaire containing 18 closed questions was used as an instrument, obtaining the following results: 37% mentioned that they DO NOT use strategies to serve their customers and improve their quality management, likewise 84 % mentioned that SI has frequent clients, 79% mentioned that SI considers that their clients define their establishment as a reliable company, concluding that the relevant factors of customer service is the weakness of the company, which does not help to improve quality management.

Keywords: Customer service, frequent customers, quality management

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
CONTENIDO	vii
7. ÍNDICE DE TABLAS	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
2.1 Antecedentes	5
A continuación se presenta los antecedentes internacionales:	5
2.2 Bases teóricas de la investigación	15
2.2.1 Atención al cliente.....	15
2.2.2 Gestión de la calidad	18
2.3 Marco conceptual	26
IV. METODOLOGÍA.....	28
4.1 Diseño de la investigación	28
4.1.1 Cuantitativo	28
4.1.2 Descriptivo	28
4.1.3 No experimental	29
4.2 Población y muestra	29
4.2.1 Población	29

4.2.2 Muestra	29
4.3 Definición y operacionalización de las variables.	31
4.4 Técnicas e instrumentos	32
4.4.1 Técnicas	32
4.4.2 Instrumentos	32
4.5 Plan de análisis	33
4.6 Matriz de Consistencia	34
4.7 Principios éticos	35
V. RESULTADOS.....	38
5.1 Resultados	38
5.2 Análisis de resultados.....	42
VI. CONCLUSIONES	46
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	47
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	48
Anexo 1. Consentimiento informado.....	52
Anexo 2: cronograma de actividades.....	53
Anexo 3: presupuestos	54
Anexo 4. Instrumento de recolección de datos	55

7. ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Conocer la calidad de atención en los clientes de la MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020.....	38
Tabla 2. Identificar la satisfacción en la atención del cliente de la MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020.....	39
Tabla 3. Identificar la planificación de la gestión de calidad de la MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020.	40
Tabla 4. Conocer los procesos del diseño de la gestión de calidad de la MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020.	41

8. ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Conocer la calidad de atención en los clientes de la MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020.....	38
Figura 2. Identificar la satisfacción en la atención del cliente de la MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020.	39
Figura 3. Identificar la planificación de la gestión de calidad de la MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020..	40
Figura 4. Conocer los procesos del diseño de la gestión de calidad de la MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020.	41

I. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación titulada: Propuestas de mejora de los factores relevantes de atención al cliente y gestión de calidad de las MYPE del sector Industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: Estructuras Metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020, buscó incorporar los factores relevantes de atención al cliente que mejore la gestión de calidad de la MYPE estructuras metálicas Ruiz.

A nivel internacional las MYPE presentan problemas de atención al cliente y gestión de calidad, estos puntos administrativos son fundamentales en el funcionamiento de las organizaciones y la falta o mal manejo de ellas definirá el crecimiento de las MYPE, uno de los motivos comunes es el desconocimiento de los micro y pequeños empresarios, por otro lado se resalta la importancia de las MYPE que se están expandiendo en gran cantidad, son fuente importante en el desarrollo de la economía, generan empleo y reducen la pobreza, muchos países están implementando normas legales que permita su crecimiento sostenible, sin embargo, permanecen las deficiencias e incrementan su mortalidad, una de las principales causas es la deficiente administración y la mala atención al cliente por el cual no mejoran su gestión de calidad.

En el Perú las MYPE de los diferentes sectores reflejan deficiencias en sus actividades económicas, sus problemas son muchos pero resalta la mala administración y el poco enfoque en la atención al cliente y la gestión de calidad, la importancia de las MYPE sigue siendo medular en el estado peruano, al respecto Tello (2016) menciona que: el Estado Peruano no ha sido ajeno a la importancia que tienen las MYPE, teniendo en cuenta que representan el 99,4 % del empresariado nacional y generan alrededor del 63,4 % del empleo; las ha dotado de normas para fortalecer su

crecimiento y desarrollo, sin embargo, existen factores que lo limitan, como el deficiente manejo administrativo que no aplica estrategias para la atención al cliente, el problema se agudiza porque los micro y pequeños empresarios reflejan escasa preparación y carencia de innovación en servicios tecnológicos.

Así mismo en el departamento de Huánuco existen innumerables MYPE y el sector industria no es la excepción, de igual manera en el distrito de Amarilis se percibe un crecimiento significativo de este sector, su importancia es la misma pero sus problemas son mayores, existen dificultades en el manejo administrativo, han olvidado la importancia de la atención al cliente y su impacto en la gestión de calidad por consecuencia limitan su crecimiento empresarial frente a un mercado competitivo.

La atención al cliente en la actualidad es altamente significativa si se pretende alcanzar grandes objetivos, las MYPES deben ser capaces de mejorar su servicio de atención al cliente, es decir, de establecer una buena relación con ellos, en otras palabras, deben contar con un servicio de atención con las características de calidad, que les permita tanto mantener a sus clientes actuales fieles y comprometidos, como también contar con los medios para la captura de los nuevos.

Dentro del distrito de Amarilis se encuentra la MYPE estructuras metálicas Ruiz que pertenece al sector industria rubro fabricación de estructuras metálicas, el cual no es ajeno a los problemas administrativos como la mala atención al cliente por el cual no mejora su gestión de calidad, teniendo como principales problemas, no priorizar sus clientes, no elaborar estrategias de calidad de atención al cliente, no planificar la calidad de su fabricación de productos, no utilizar un adecuada logística para la fabricación de sus productos, en ese contexto se propuso el siguiente enunciado de problema: ¿Cuáles son los factores relevantes de atención al cliente que mejore la

gestión de calidad de las MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020?. Teniendo como objetivo general: Incorporar los factores relevantes de atención al cliente que mejore la gestión de calidad de la MYPE en estudio, y como objetivos específicos: Identificar los factores relevantes de la calidad de atención al cliente, aplicar los factores relevantes de los tipos de cliente y determinar los factores relevantes de la satisfacción del cliente que mejore la gestión de calidad de las MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020.

La investigación se justifica porque tuvo el propósito de incentivar el estudio de las variables, la atención al cliente y gestión de calidad como propuesta de mejora y resaltar su importancia, dejando un material útil de consulta al conocimiento de los micro y medianos empresarios, profesionales, público en general y a los alumnos de la Universidad los Ángeles de Chimbote-ULADECH, como base de información para futuras investigaciones similares, así mismo me permitirá como estudiante expandir mis conocimientos en cuanto a todo lo que refiere atención al cliente y gestión de calidad, además me permitirá obtener mi título profesional de licenciada en administración.

La metodología de investigación que se utilizó fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo debido a que se realizó un estudio de características y definiciones, el diseño de la investigación no experimental debido a que la información se recolectó y se encontró en las fuentes de información bibliográfica sin modificar las variables. Se utilizó como instrumento el cuestionario y la técnica de la encuesta, tomando como

población a todas las MYPE del sector industria del distrito de Amarilis y como muestra a la MYPE estructuras metálicas Ruiz.

Luego de procesar la información tanto teórica y estadística se obtuvo como principales resultados: : el 100% mencionó que NO utiliza estrategias para atender a sus clientes y mejorar su gestión de calidad, así mismo el 100% mencionó que SI cuenta con clientes frecuentes, el 100% mencionó que SI considera que sus clientes definen a su establecimiento como una empresa fiable, concluyendo que los factores relevantes de la atención al cliente es la debilidad de la empresa lo cual no ayuda a mejorar la gestión de calidad.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

A continuación se presenta los antecedentes internacionales:

Guerra (2019), en su tesis titulada *Diseño procesos para la atención al cliente de la empresa Fibernet Cía. Ltda. en la Ciudad de Ambato*, tuvo como objetivo general: Determinar la incidencia de la sobrecarga laboral al personal administrativo en la demora de la prestación del servicio técnico, mediante un análisis interno en la organización, con el fin de proponer un diseño de procesos para atención al cliente de la empresa Fibernet Cía. Ltda. La metodología utilizada fue de un diseño descriptivo, enfoque cuantitativo y cualitativo, para el instrumento de recolección de datos se utilizó la entrevista, llegando a las siguientes conclusiones: Se determinó el tiempo de respuestas del servicio técnico mediante un análisis lo cual se realizó nuevas norma y políticas para el personal para mejorar la condición en la que estaban. Se establecieron las actividades del personal administrativo mediante un manual de funciones detallando los requerimientos o competencias de cada uno de los puestos, además determinó las líneas de autoridad y responsabilidad. Mediante el análisis se pudo observar que Fibernet se ha estructurado de forma espontánea sin tener claro la idea de una estructura diseñada, han empezado a planificar la calidad, el proceso de diseño y desarrollo del producto e intentan establecer una correcta logística para mejorar la atención al cliente referido a ofrecer un producto de calidad, gracias a la gestión de calidad que vienen incorporando. Se diseñó un modelo funcional para el área de atención al cliente, y actualmente la empresa cuenta con una distribución de sus instalaciones que facilita las actividades de la misma.

Guachamin (2016); en su tesis titulado *Propuesta para la implantación de un sistema de gestión de la calidad basada en la norma ISO 9001:2000 en la unidad de coordinación de contratos de Petrocomercial, Ecuador*, tuvo como objetivo general: Implementar un sistema de gestión de la calidad basada en la norma ISO 9901:2000 en la unidad de coordinación de contratos de Petrocomercial, Ecuador, la metodología utilizada fue de tipo aplicada con un diseño experimental llegando a las siguientes conclusiones: El presente proyecto demuestra la viabilidad de la aplicación práctica de un sistema de gestión de calidad, fundamentada en la norma internacional ISO 9001:2000, en una institución pública como Petrocomercial (unidad de coordinación de contratos). Realizado el diagnóstico de la situación actual de la unidad de coordinación de contratos se evidencio que los procesos se generan bajo un sistema organizacional, apoyo tecnológico (sistemas informáticos corporativos); sin embargo, no han desarrollado ninguna estrategia, ni filosofía que sustente en la premisa de que un sistema de gestión de calidad debe ser equivalente a un sistema de negocio. Esto significa que la calidad debe ser observada como un importante factor en la gestión de la empresa. Bajo la premisa del párrafo anterior, se determinó que con un enfoque sencillo pero sustancial del contenido y requisitos de la norma, se facilitara el desarrollo de sistema de gestión de calidad de forma funcional y eficiente, que revierte finalmente en un aumento de la eficiencia de los procesos de la organización. Con la elaboración y documentación del sistema de gestión de calidad se logró estandarizar los procesos y procedimientos y con ello aumentar la eficacia de los servicios otorgados, obteniendo mayores niveles de productividad y mayores niveles de eficiencia en los costos. Finalmente cabe destacar que la implantación del sistema de gestión de calidad permitirá a la unidad de coordinación de contratos de

Petrocomercial y a toda organización, alcanzar en el desempeño de sus actividades una conciencia de calidad y mejora continua, considerando que esta constituye un elemento estratégico en la gestión de la empresa, contribuyendo a generar confianza y a mejorar la reputación y la competitividad; y con ello, la capacidad de supervivencia de la misma.

Bravo (2017); en su tesis titulada *Análisis del nivel de atención al cliente en las hosterías de la parroquia Vilcabamba*, tuvo como objetivo específico: Analizar el nivel de atención al cliente en las hosterías de la parroquia Vilcabamba, la metodología utilizada fue descriptivo, correlacional y explicativa, el instrumento de recolección de datos utilizado fue la encuesta y la técnica del cuestionario, llegando a los siguientes conclusiones: Realizado el diagnóstico se pudo identificar la necesidad de capacitar a los prestadores de servicios turísticos, de la parroquia Vilcabamba, puesto que se fomentará la actividad turística en el cantón. Se identificó 3 temas de importancia para prestadores de servicios: la introducción al turismo, la calidad de atención y el manejo o cuidado ambiental. En igual posición se mantienen los turistas señalando así que las temáticas: conceptos y conocimientos turísticos, servicio y atención de calidad al cliente y cuidado ambiental, se debería impartir en la capacitación para la mejora de los servicios turísticos en la parroquia.

A continuación se presenta los Antecedentes nacionales:

Baltazar y Armando (2017), en su investigación *La gestión de la calidad como modulador de la satisfacción del cliente en un laboratorio de servicios de ingeniería*, tuvo como objetivo general: determinar como la gestión de la calidad Se relaciona con la satisfacción del cliente de un laboratorio, la metodología utilizada fue descriptivo correlacional, llegando a la siguientes conclusiones: Toda organización que aplica un

sistema de gestión de calidad (SGC) y que se sustenta en la confianza y lealtad de sus clientes, en ese sentido la MYPE cuida sus clientes brindándoles una buena atención, por ese motivo cuentan con clientes que frecuentemente vuelven a realizar sus compras. Necesita medir las actividades que comprende un proceso para tener la certeza que son moduladores de satisfacción de aquellos. En ese sentido, este estudio busca medir la relación del SGC con la satisfacción de sus clientes para mejorar aquellos procesos que puedan ser críticos y así incrementar su fidelidad. Para este fin se elaboró un modelo matemático de estudio que contempló cuatro factores de la gestión de la calidad: confianza, eficacia, eficiencia y lealtad Posteriormente, se elaboró un cuestionario cuantitativo para medir la percepción de la gestión de la calidad. Además, se utilizó un cuestionario de satisfacción del cliente con el cual se midió la percepción frente a los servicios brindados en la institución estudiada. La muestra estudiada se caracteriza por ser clientes de un laboratorio de ingeniería y sus empresas se ubican en Lima (92.3%), Callao, Oyón y Trujillo (2.6% c/u). Los hallazgos denotaron que existe una relación directa, de efecto mediano y significativo entre ambas variables.

Contreras (2015); en su tesis titulada *Gestión de calidad y capacitación de las MYPE del sector comercio, rubro venta minorista de calzado del distrito el porvenir, año 2015*. Tuvo como objetivo general: Determinar y describir las principales características de gestión de calidad y capacitación de las MYPE del sector comercio, rubro venta minorista de calzado del distrito El Porvenir, año 2015. La investigación fue de diseño no experimental, transversal, descriptiva, la población estuvo conformada por un total de 55 MYPES a las cuales aplicando la fórmula de muestreo aleatorio simple se obtuvo como resultado que 30 microempresas serian nuestra

muestra poblacional a quienes se les aplico un cuestionario de 16 preguntas, utilizando la técnica de la “Encuesta” obteniéndose los siguientes conclusiones: Los Representantes de las MYPE consideran que su empresa trabaja con calidad, que calidad es un buen producto terminado y que la gestión de calidad aporta al cumplimiento de la producción de la empresa, pero nunca aceptan la devolución de un producto mal elaborado. Lo que nos demuestra la falta de idoneidad existente por parte de los representantes de las MYPE por lo que ofrecen y lo que reciben los consumidores, pero en realidad lo que tienen es un vago concepto referente a lo que es calidad. La mayoría de los emprendedores MYPE, al igual que su personal no recibieron capacitación sobre Gestión de Calidad siguen un proceso basado en la prueba y en el error. Solo poseen conocimientos básicos en control de productos y servicios esto nos demuestra que en la actualidad el Micro Empresario produce su calzado sin ninguna capacitación más bien copian la calidad de modelos extranjeros.

Rosales (2016) en su tesis titulada *Gestión de calidad con el uso de liderazgo en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro ventas de motos lineales de la ciudad de Huarmey, año 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de Calidad con el Uso de Liderazgo en la Micro y pequeñas empresas del Sector Servicio, rubro venta de motos lineales de la ciudad de Huarmey, año 2016 y se obtuvieron los siguientes objetivos específicos. El 41.7% tiene una edad entre 25 – 50 años de edad. EL 75% son de género masculino. El 50% de los representantes terminaron la secundaria. El 41.7 % de las Micro y pequeñas empresas contienen de 13 a más trabajadores. El 41.7% de las Micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 años de permanencia en el rubro. El 83.3% tienen conocimiento sobre el término de Gestión de Calidad. El 41.7% afirman que el nivel

de servicio que prestan son de calidad. El 50% afirman que los representantes no incentivan a sus colaboradores. El 41.7% no capacitan a sus trabajadores. El 58.3% no tienen conocimiento sobre los tipos de liderazgo. El 41.7% se identifican por ser un líder autocrático. Conclusiones: La mayoría de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro venta de motos lineales en la ciudad de Huarmey son personas adultas que tienen una edad entre 25 a 50 años de edad, que son de sexo masculino, con un grado de instrucción Secundaria. La mayoría de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro venta de motos lineales en la ciudad de Huarmey están constituidas por personas naturales, de situación legal formal, que tienen 1 a 5 años de permanencia en el rubro, contando con 13 - a más trabajadores en la empresa. La Mayoría de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro venta de motos lineales en la ciudad de Huarmey tienen conocimiento sobre el término de Gestión de calidad, sin embargo, no manejan un nivel adecuado en la calidad del servicio y desconocen sobre las funciones de la administración por tanto trabajan de manera empírica, de la misma forma la mayoría de los representantes no capacitan a sus trabajadores. En cuanto al Uso de Liderazgo la mayoría de los representantes no incentiva a sus colaboradores por tanto no reconocen a sus trabajadores por el esfuerzo que brindan en el trabajo, por ende el clima laboral se ve en efecto desagradable razones que sus trabajadores se sienten descontentos y genere conflicto laboral, a su vez los representantes desconoce sobre los tipos de liderazgo que pretenden ser un líder autocrático provoque malestar entre todos sus colaboradores y no generen buenos resultados en el trabajo.

A continuación, se presente los Antecedentes locales:

Sánchez (2019); en su tesis titulada *Gestión de calidad bajo el enfoque del liderazgo en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta al por menor de prendas de vestir para damas en el mercado modelo de Tingo María, del distrito de Rupa - Rupa, provincia de Leoncio Prado, 2019*, tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de calidad bajo el enfoque de liderazgo en las micro y pequeñas empresas del sector-comercio, rubro ventas al por menor de prendas de vestir para damas en el mercado modelo de Tingo María, del Distrito de Rupa - Rupa, Provincia de Leoncio prado, 2019, la metodología utilizada fue de un diseño no experimental – transversal, la muestra fue de 12 MYPES del sector comercio- rubro venta al por menor de prendas de vestir para damas, el instrumento utilizado fue el cuestionario con 23 preguntas, llegando a las siguientes conclusiones: Que la mayoría (75%) de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años de edad, la mayoría (67%) son de género femenino, la mayoría (58%) tienen el grado de instrucción secundaria, en su mayoría (83%) de los representantes tienen una permanencia de 7 a más años en el mercado ,La mayoría(83%) tienden a ser dueños; se infiere que estos tienen una edad adulta en los negocios, que lo manejan empíricamente a demás dirigen sus negocios por experiencia, con un atención de calidad con un precio competitivo, incrementando la venta y que tenga una mayor rentabilidad. Para su MYPE. La mayoría (83%) de la micro y pequeñas empresas tienen una antigüedad de 7 a más años y con el mismo porcentaje creen que el objetivo es generar ganancia. por lo cual se deduce que estas organizaciones están posesionadas en el mercado y lograr alcanzar sus propósitos para desarrollarse empresarialmente, en su totalidad (100%) del representante de la micro y pequeñas

empresas tienen de 1 a 5 trabajadores,, la mayoría(83%) de los representantes de la micro y pequeñas empresas tienen como trabajadores a su familiar, en su mayoría(83%) de los representantes de la micro y pequeñas empresas creen en el objetivo de generar Ganancia, incrementando la venta y que tenga una mayor rentabilidad, para su MYPE y a la vez logrando una mayor satisfacción al cliente en beneficio de una buena atención y articulando con la venta de producto en función de la calidad de sus productos y la garantía. La mayoría (92 %) de los representante legal tienen conocimiento en que consiste la gestión de calidad, la mitad(50%) tiene conocimiento referente a la red corporativa, la mayoría(58%) tiene dificultades del aprendizaje lento ,la mayoría(92%) usan la técnica de la observación , en su totalidad (100%), afirman que la gestión de calidad si contribuyen a mejorar el rendimiento del negocio, en su totalidad(100%) ayuda a alcanzar los objetivos y metas, la mayoría(92%) tienen conocimiento del significado de liderazgo, la mayoría(92%) usan las competencias propias de comunicación y el saber escuchar, la mayoría(92 %) se consideran un buen líder ,en su totalidad(100%) promueve trabajo en equipo, en su totalidad (100%) ayuda a resolver problemas de manera correcta, en su totalidad (100%) se consideran un líder dentro de sus MYPES, la mayoría (82 %) necesita un líder dentro de su MYPES que construya un proyecto de futuro, en su totalidad(100%) creen que el liderazgo es importante para que la empresa sea eficiente. Se infiere que los representantes legales están identificado con la gestión de calidad y utilizan las redes sociales para promocionar sus productos con finalidad de incrementar sus volúmenes de ventas y desarrollarse empresarialmente a través de una visión y misión coherente; Se deduce que tienen conocimientos y aplican el liderazgo a través de la comunicación y les interesa la sugerencias tanto al personal y a los clientes

perfeccionando los equipos de trabajo para lograr los objetivos deseados empresarialmente; por lo cual los clientes se beneficia por las instalaciones creadas para su buen servicio y satisfacción de los consumidores de prendas de vestir.

Del Águila (2018); en su tesis titulada *Gestión de calidad y su relación con la satisfacción del cliente en el restaurant Huapri de la ciudad de Huánuco. 2018*. Tuvo como objetivo general: Determinar la relación entre la gestión de calidad y la satisfacción del cliente en el restaurant Huapri de la ciudad de Huánuco. 2018, la metodología utilizada fue de tipo descriptivo correlacional, la muestra fue de 15 trabajadores del restaurant Huapri, el instrumento utilizado fue la encuesta llegando a las siguientes conclusiones: Se determinó la relación de la gestión de calidad con la satisfacción del cliente en el restaurant Huapri de la ciudad de Huánuco, luego de someterse al coeficiente de spearman arrojó un valor de 0.600, lo que indica que existe una correlación positiva alta, entre la gestión de calidad con la satisfacción del cliente. Demostrando así que, si se desarrolla una buena gestión de la calidad, se reflejará en la satisfacción de los clientes del restaurant Huapri, realizando esta acción dirigido hacia el enfoque al cliente, liderazgo y participación del personal. Se conoció la relación del enfoque hacia el cliente con la satisfacción del cliente de los clientes del restaurant Huapri, nos permite demostrar a través del coeficiente de Spearman arrojó un valor de 0.650, lo que indica que existe una correlación positiva moderada, entre la gestión de talento humano y la satisfacción del cliente. Teniendo en claro el enfoque basado en procesos y mejora continua. Se determinó la relación del liderazgo con la satisfacción del cliente del restaurant Huapri de la ciudad de Huánuco, nos permite demostrar a través del coeficiente de Spearman arrojó un valor de 0.750, lo que indica que existe una correlación positiva moderada. Los trabajadores tienen que contar con

el establecimiento de metas en procesos y la mejora continua 4. Se conoció la relación de la participación del personal con la satisfacción del cliente del restaurant Huapri de la ciudad de Huánuco, nos permite demostrar a través del coeficiente de Spearman arrojó un valor de 0.890, lo que indica que existe una correlación positiva alta, entre la iniciativa y perspectiva del desarrollo profesional.

Alejandro (2018); en su tesis titulada *Gestión de la calidad y el posicionamiento de la empresa Natur Center de la ciudad de Huánuco – 2018*, tuvo como objetivo general: Determinar cómo influye la gestión de la calidad en el posicionamiento de la empresa Natur Center de la ciudad de Huánuco, 2018, la metodología utilizada fue de un nivel descriptivo explicativo con un diseño no experimental de corte transversal, la muestra fue del total de trabajadores y clientes de la empresa Natur Center, el instrumento utilizado fue la encuesta, llegando a las siguientes conclusiones: Existe una relación favorable entre la gestión de la calidad que desarrolla la empresa Natur center y el posicionamiento obtenido, como se ha observado la empresa le ha tomado importancia en una adecuada gestión del personal y comercialización de productos reconocidos y de calidad garantizada, lo que le ha permitido obtener la lealtad y confianza hacia la empresa. Tal como lo demuestra la tabla N°10, donde los clientes afirmaron en un 88.33% que la empresa les genera confianza. Esto le ha ayudado a crecer empresarialmente y lograr un posicionamiento, aumentado más sucursales en la ciudad de Huánuco. Se concluye que le empresa Natur Center se ha enfocado en la implantación de programas de capacitación para los trabajadores, para que puedan ofrecer una atención de calidad que le ha permitido lograr su desarrollo empresarial. Tal como lo demuestra la tabla N°01 donde afirmaron los trabajadores en un 75% que se cuenta con programas de capacitación, tabla N°20

donde los clientes afirman en un 78.34% que responden efectivamente las preguntas los que atienden al cliente y tabla N°22 donde afirmaron los clientes en un 70% que son atendidos con amabilidad por parte del personal. Se ha comprobado que la empresa ofrece productos de marcas reconocidas y de calidad garantizada que le ha ayudado obtener la confianza y preferencia de sus clientes, y se ha comprobado la relación que existe entre la calidad de los productos y la lealtad hacia la empresa. Tal como lo demuestra la tabla N°07 donde afirmaron los clientes en un 85% que la empresa comercializa productos de marcas reconocidas, tabla N°13 demuestra en un 56.67% la preferencia hacia los productos de la empresa Natur Center.

2.2 Bases teóricas de la investigación

2.2.1 Atención al cliente.

Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes (Blanco, 2001).

El servicio al cliente involucra varias etapas y factores. No nos referimos exclusivamente al momento en que un cliente hace una compra, sino lo que ocurre antes, durante y después de la adquisición de un producto o utilización de un servicio (Blanco, 2001).

El servicio al cliente es importante porque puede hacer la diferencia en tu negocio. Puede ser la razón por la cual un cliente se incline hacia ti, o hacia tus competidores. Pero a pesar de esta obviedad, no te hará mal echar un vistazo a los datos que muestran por qué debes prestarle atención a esta parte de tu negocio (Scarilli, 2015).

2.2.1.1 Estrategias.

Se suele pensar también que las estrategias deben presentar cierto grado de dificultad en su formulación o ejecución para ser consideradas como tales, pero lo cierto es que toda acción que tenga como propósito alcanzar un objetivo puede considerarse una estrategia (Arturo R., 2014).

La estrategia de una empresa se define como el medio a través del cual una empresa define sus objetivos, adaptándose a un entorno cambiante, con el objetivo de conseguir una ventaja competitiva en el tiempo (Balbuena, 2009).

2.2.1.2 Niveles óptimos del desempeño laboral.

La situación del clima laboral afecta la ejecución de las actividades asignadas a un puesto de trabajo determinado, lo cual también es conocido como desempeño laboral.

El valor del trabajo como una vía de dignificación personal implica también una serie de responsabilidades que deben asumirse con la convicción de lograr determinados objetivos (Balbuena, 2009).

Es el comportamiento del trabajador en la búsqueda de los objetivos fijados, este constituye la estrategia individual para lograr los objetivos (Balbuena, 2009).

2.2.1.3 Eficacia.

Una definición de eficacia puede ser el grado de cumplimiento de las metas perseguidas a través de un plan de actuación, sin tener en cuenta la economía de medios empleados para la consecución de los objetivos como ocurre con el concepto de eficiencia, un término que suele confundirse con bastante frecuencia con eficacia. Desde el punto de vista axiológico, resulta inferior jerárquicamente el valor de eficacia en comparación al de eficiencia (García, s.f.).

La eficacia difiere de la eficiencia en el sentido que la eficiencia hace referencia a la mejor utilización de los recursos, en tanto, la eficacia hace referencia en la capacidad para alcanzar un objetivo sin importar si se les ha dado el mejor uso a los recursos (Gestion s.f.).

2.2.1.4 Eficiencia.

El trabajador eficiente, al igual que el trabajador eficaz, consigue alcanzar sus objetivos. Sin embargo, un trabajador eficaz podría optimizar su desempeño en términos de recursos utilizados. La empresa optará por el trabajador más eficiente que otro a la hora de realizar una tarea (Gestión, s.f.).

La eficiencia supone no únicamente lograr esas metas, sino también su consecución óptima ya sea por requerir menos tiempo, gastar menos recursos o cualquier otra circunstancia que suponga un ahorro de costes para la entidad (gob.pe, s.f.).

2.2.1.5 Efectividad.

La efectividad se define como la «Cuantificación del logro de la meta». Compatible el uso con la norma; sin embargo, debe entenderse que puede ser sinónimo de eficacia cuando se define como «Capacidad de lograr el efecto que se desea» (Garcia, 2018).

Otra definición frecuente de efectividad organizacional es la eficiencia con que una organización cumple con sus objetivos. Esto significa, una organización que produce el efecto deseado o que es productiva sin pérdidas. De acuerdo a estos autores, “Efectividad es la habilidad de una organización para movilizar sus centros de poder para la acción de producción y adaptación (Garcia, 2018).

2.2.2 Gestión de la calidad

Es un estilo de gestión de una organización centrado en la calidad, basado en la participación de todos sus miembros, orientado a la rentabilidad a largo plazo, a través de la satisfacción del cliente y que proporciona beneficios a todos los miembros de la organización y a la sociedad (Griful y Canela, 2015).

Los sistemas de gestión de calidad son actualmente un referente de la excelencia empresarial. Ante las exigencias que impone un entorno competitivo cada vez más dinámico y globalizado, la gestión de la calidad empresarial permite ofrecer productos y servicios que satisfacen las expectativas de los clientes, a la vez que logra mejorar de forma continua los procesos de la empresa (Montes, s.f.).

Un Sistema de Gestión de Calidad es una herramienta que le permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo de la misión a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad, los cuales son medidos a través de los indicadores de satisfacción de los usuarios (Jabaloyes et al., 2020).

2.2.2.1 Diseño y ejecución de los procesos.

La creciente globalización y tecnificación de los negocios, han generado una gran presión por crear nuevas estrategias que permitan mejorar o mantener las utilidades económicas obtenidas en el pasado. Esto genera, además un agobio en los directivos que se asumen responsables de la "creación de estrategias ganadoras", siguiendo los formatos tradicionales que la literatura entrega en abundancia como dirección, estratégica o planificación estratégica (Jabaloyes et al., 2020).

2.2.2.1.1 Planeación.

La planeación, también conocida como planificación o planeamiento, consiste en el proceso a través de cual se analiza la situación actual (dónde estamos), se establecen objetivos (dónde queremos llegar), y se definen las estrategias y cursos de acción (cómo vamos a llegar) necesarios para alcanzar dichos objetivos (Jabaloyes et al., 2020).

La planeación empresarial permite que la organización tome parte importante en la formación de su futuro, permitiendo emprender actividades y participar de ellas para controlar su destino (Jabaloyes et al., 2020).

2.2.2.1.2 Organización.

Son creadas para lograr metas u objetivos con apoyo de los propios seres humanos, y/o con apoyo del talento humano o de otras características similares. Son entidades sociales que permiten la asociación de personas que interactúan entre sí para contribuir mediante sus experiencias y relaciones al logro de objetivos y metas determinadas (Jabaloyes et al., 2020).

La organización es la segunda función administrativa después de la planeación y antes de la dirección y el control. Esta permite una mejor asignación y un uso más eficiente de los recursos de la empresa necesarios para llevar a cabo las actividades y tareas necesarias a su vez para desarrollar y aplicar las estrategias y alcanzar los objetivos establecidos en la planeación; pero además permite una mejor coordinación entre las diferentes unidades orgánicas de la empresa, y un mejor control del desempeño del personal, así como de los resultados (Arturo R., 2014).

2.2.2.1.3 Dirección y control.

La dirección, que sigue a la planeación y la organización, constituye la tercera función administrativa. Definida la planeación y establecida la organización, sólo resta hacer que las cosas marchen. Éste es el papel de la dirección: poner a funcionar la empresa y dinamizarla. La dirección se relaciona con la acción cómo poner en marcha, y tiene mucho que ver con las personas: se halla ligada de modo directo con la actuación sobre los recursos humanos de la empresa (Jabaloyes et al., 2020).

2.2.2.2. Ventajas competitivas.

Una ventaja competitiva es cualquier característica de una empresa, país o persona que la diferencia de otras colocándole en una posición relativa superior para competir. Es decir, cualquier atributo que la haga más competitiva que las demás.

Los atributos que contribuyen a tener una ventaja comparativa son innumerables. Pero podemos citar como ejemplo el acceso ventajoso a recursos naturales (como minerales de alto grado o fuentes de energía de bajo coste), mano de obra altamente calificada, ubicación geográfica o barreras de entrada altas, que se pueden potenciar si tenemos un producto difícilmente imitable o contamos con una gran marca (Sevilla A. , s.f.).

2.2.2.2.1 Tecnología.

A través del tiempo la tecnología ha reducido las barreras para realizar negocios, incrementar ingresos, mejorar procesos e implementar nuevas herramientas dentro de las compañías.

Sin embargo, hoy por hoy, la implementación de la misma ya no es un lujo, o una inversión sino una necesidad fundamental que permite a las grandes y pequeñas

empresas estar a la vanguardia de los nuevos tiempos, con procesos competitivos tanto en el mercado nacional como internacional (Griful y Canela, 2015).

2.2.2.2.2 Diferenciación de productos.

La diferenciación de producto puede basarse principalmente en diversos atributos como calidad, color, tamaño, servicio post-venta, atención especializada, localización, reconocimiento de marca o lujo. Pero cualquier atributo haga percibir de forma distinta un producto o servicio se considera diferenciación de producto (Roldan, s.f.).

2.2.2.2.3 Coste

El coste, o costo de una empresa, es el dinero que le cuesta a una empresa producir un producto u ofrecer un servicio, para luego explotarlo e intentar sacar un beneficio. De esta forma, el coste engloba todos los gastos que conllevan la actividad empresarial (Griful y Canela, 2015).

2.2.3 Las micro y pequeñas empresas

Una MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios (Balbuena, 2009).

Este régimen comprende a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales, las asociaciones de hecho de profesionales y similares que obtengan rentas de tercera categoría, domiciliadas en el país cuyos ingresos netos no superen las 1 700 UIT en el ejercicio gravable (Formaliza-t Perú, 2019).

El desarrollo de la PYME (Pequeña y Micro Empresa) y del sector informal urbano en el Perú ha sido un fenómeno característico de las últimas dos décadas, debido al acelerado proceso de migración y urbanización que sufrieron muchas ciudades, la aparición del autoempleo y de una gran cantidad de unidades económicas de pequeña escala, frente a las limitadas fuentes de empleo asalariada y formal para el conjunto de integrantes de la PEA (Otoya, 2006).

En este sentido los peruanos, se están dedicando a formar sus negocios junto a sus familiares, por lo cual el estado con esta ley brinda asistencia técnica y capacitación, del mismo modo se forman estas empresas, pues la población en su mayoría no cuenta con profesiones para conseguir un puesto de trabajo estable.

De la misma se logró fortalecer las leyes en apoyo a las MYPES, creándose la nueva Ley n° 30056, (2013), la cual nos indica en su artículo n° 5 nos menciona que las micro, medianas y pequeñas empresas deben ubicarse en algunas de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

- Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias.

- Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

- Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. (Artículo, N°5)

Al eliminarse el número de trabajadores para categorizar las micro y pequeñas empresas, genera un cambio en la estructura productiva, esto a causa de que se puede

contratar más personal, sin embargo, el representante tiene que analizar si sus empresas cuentan con la capacidad de solvencia suficiente para los pagos.

Son muchas las razones por el cual se debe valorar a las MYPES, sin duda el compromiso del Estado debe ser mayor en fortalecer la productividad de estas empresas, de acuerdo con Ministerio de Trabajo, (2013), nos dice que las micro y pequeñas empresas brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú.

Su importancia se basa en que: Proporcionan abundantes puestos de trabajo, reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos, incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población, son la principal fuente de desarrollo del sector privado, mejoran la distribución del ingreso, un punto muy importante es que al generar mayores ingresos al presupuesto público, se mejorar la distribución del dinero en apoyo a la población, no cabe duda que esto reduce el índice de desempleo y la pobreza del país.

2.2.3.1 Actividades económicas.

Las actividades económicas o productivas son procesos que a través del uso de factores de producción crean bienes y servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores en la economía. Estas incluyen actividades comerciales, pues el comercio también agrega valor a la economía.

Se llama actividad económica a cualquier actividad laboral donde se generan e intercambian productos, bienes o servicios para cubrir las necesidades de las poblaciones. La actividad económica permite la generación de riqueza dentro de una

comunidad (ciudad, región y país) mediante la extracción, transformación y distribución de los recursos naturales o bien de algún tipo de servicio y recurso (Otoya, 2006).

2.2.3.1.1 Primaria: extracción.

Las actividades económicas primarias comprenden a las labores que se basan en extraer bienes y recursos provenientes de la naturaleza. Durante la primera etapa del ser humano en la tierra, esta actividad era la única que podía realizar y significaba el total del potencial del trabajo que había: era necesario recoger suficiente cantidad de alimento para poder alimentar a todas las personas que vivían en el planeta (Balbuena, 2009).

Son aquellas actividades dedicadas a la obtención de materias primas. Luego estas, a su vez pueden ser empleadas para su consumo directo o para ser reelaboradas por otras actividades económicas.

Ejemplo: consumo directo: las papas.

Tipo de actividades:

Extractivas: están orientadas a la extracción directa de recursos que la naturaleza ofrece destacan la minería, la pesca y la explotación forestal.

Productivas: requieren del uso del suelo y el agua para generar diversos productos tenemos a la agricultura, la ganadería, la avicultura (Balbuena, 2009).

2.2.3.1.2 Secundaria: industrial.

Una gran parte de la actividad secundaria se relaciona con el desarrollo de tecnologías que optimicen el trabajo, lo cual le da a la economía un potencial

independiente de las condiciones físicas y geográficas, asociadas a la actividad primaria.

A partir de la revolución industrial fue que la actividad primaria fue cediendo lugar a la secundaria, con especial énfasis en los países más desarrollados (Balbuena, 2009).

Se refiere a la producción de bienes de gran tamaño o con un proceso de fabricación a gran escala. En este tipo de industria es intensivo el uso de capital. De esta forma, las empresas secundarias de industria pesada emplean una gran cantidad de materias primas, facilidades y áreas para la producción. Por lo general estas actividades pesadas generan un alto nivel de contaminación (Balbuena, 2009).

2.2.3.1.3 Terciaria: servicios.

El sector terciario es uno de los sectores en los que se divide la economía, el cual se refiere a los servicios comerciales que acompañan a los procesos de producción y distribución. Este sector también es conocido como el sector de los servicios, puesto que el objeto de este no es crear un producto sino ofrecerlo o servirlo a los (Balbuena, 2009).

El sector terciario está compuesto de las partes blandas de la economía, es decir, las actividades de las empresas terciarias son en donde la gente ofrece su conocimiento y tiempo para mejorar la productividad, desempeño, potencial y sostenibilidad de la economía.

Los servicios son también conocidos como bienes intangibles e incluyen la atención, el asesoramiento, la experiencia, el debate entre otros (Balbuena, 2009).

2.3 Marco conceptual

Estrategia de atención: La estrategia incluye las políticas o lineamientos generales de la empresa dirigidos hacia el cliente. En la estrategia de servicio se define el valor que se desea para los clientes (Griful y Canela, 2015).

Sistema atención al cliente: hace referencia a los recursos (procedimientos, tecnología, normas, equipo de trabajo) que utiliza un empleado en la atención al cliente (Griful y Canela, 2015).

Los trabajadores: en una empresa con calidad de servicio se espera que los trabajadores conozcan su trabajo, se disponga de un trato agradable y satisfagan las necesidades del cliente (Griful y Canela, 2015).

Clientes frecuentes: Los clientes utilizan el servicio ofrecido y se sienten cómodos al regresar por ayuda. Los clientes ya han formado el hábito de utilizar dichos servicios (Blanco, 2001).

Clientes fidelizados: Constituyen el nivel más alto en la relación de negocios. No solo acuden a la organización para recibir un servicio o comprar un producto, sino que se sienten identificados con la empresa (Blanco, 2001).

Clientes internos: Son las personas que trabajan en la empresa y hacen posible la producción de bienes o servicios (Blanco, 2001).

III. HIPÓTESIS

Según Hernández et al. (2017) menciona que: No todas las investigaciones llevan hipótesis, según sea su tipo de estudio las investigaciones de tipo descriptivo no las requieren, es suficiente plantear algunas preguntas de investigación, sólo aquellos que buscan evaluar relación entre variables o explicar la relación causa efecto requieren formular hipótesis.

En ese sentido la presente investigación es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, y de diseño no experimental, que de acuerdo a lo mencionado no aplica hipótesis.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

El diseño que se utilizó en esta investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental.

M → O

Dónde:

M = Muestra está conformada por la MYPE estructuras metálicas Ruiz.

O = Representa las variables que observamos: gestión de calidad y satisfacción al cliente.

4.1.1 Cuantitativo

Hernández et al. (2017) menciona que este enfoque investigativo plantea la unidad de la ciencia, es decir, la utilización de una metodología única que es las mismas de las ciencias exactas y naturales. La metodología de investigación cuantitativa se basa en el uso de técnicas de estadísticas para conocer ciertos aspectos de interés sobre la población que se están estudiando.

4.1.2 Descriptivo

Hernández et al. (2017) menciona que los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades características y los perfiles de personas grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Es decir, únicamente pretenden recoger o medir información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refieren. Esto es, su objetivo no es como se relacionan estas. Es útil para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de los fenómenos, suceso, comunidad, contexto o situación.

4.1.3 No experimental

Hernández et al. (2017) establece que el diseño no experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

4.2 Población y muestra

4.2.1 Población

Hernández et al. (2017) señala que el universo o la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación, así mismo Muñoz (2011) afirma: La investigación de caso se realiza a un fenómeno, una persona, un evento o caso muy concreto, donde el análisis deberá realizarse dentro del medio ambiente en que se desenvuelve el objeto de estudio.

Se utilizó una muestra infinita, porque se está tomando una parte de los clientes que son de 150 clientes semanales que concurren en la estructura metálica Ruiz, por ende, se tomó como parte de la población.

4.2.2 Muestra

Hernández et al. (2017) señala que: una muestra es una parte representativa de una población, cuyas características deben producirse en ella, lo más exactamente posible. Cuando la población es tan grande o inaccesible que no se puede estudiar toda,

entonces el investigador tendrá la posibilidad de seleccionar una muestra, así mismo Muñoz (2011) menciona que las muestras no probabilísticas, también llamadas muestras dirigidas o intencionales, la elección de los elementos no dependen de la probabilidad sino de las condiciones que permiten hacer el muestreo (acceso o disponibilidad, conveniencia, etc.)

En ese sentido el presente trabajo de investigación utilizará el muestreo probabilístico y se tomó por número de clientes de la MYPE de estructuras metálicas Ruiz.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Total de la población

Z_a²= 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p= proporción esperada (en este caso es del 95%)

q= 1-p (en este caso 1-0.05=0.95)

d= precisión (en su investigación use un 5%)

$$n = \frac{150 * (1.96)^2 * 0.05 * 0.95}{(0.05)^2 * (150 - 1) + (1.96)^2 * 0.05 * 0.95}$$

n= 109 clientes.

4.3 Definición y operacionalización de las variables.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	Escala de medición
Atención al cliente	Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes (Blanco, 2001).	Calidad de atención al cliente.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estrategia de atención. 2. Sistemas de atención. 3. Conformidad. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿la mype utiliza estrategias para atender a sus clientes y mejorar su gestión de calidad? 2. ¿la mype utiliza un sistema para la atención de sus clientes y mejorar su gestión de calidad? 3. ¿Se siente conforme con el personal que lo atiende en la estructura metálica a la que asiste? 	Nominal
		Satisfacción del cliente.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fiabilidad. 2. Cortesía. 3. Comprensión. 	<ol style="list-style-type: none"> 4. ¿Usted como cliente define al establecimiento como una empresa fiable? 5. ¿los trabajadores son corteses con sus clientes? 6. ¿el dueño y el trabajadores hacen todo lo posible por comprender a sus clientes? 	
Gestión de calidad	Es un estilo de gestión de una organización centrado en la calidad, basado en la participación de todos sus miembros, orientado a la rentabilidad a largo plazo, a través de la satisfacción del cliente y que proporciona beneficios a todos los miembros de la organización y a la sociedad (Griful y Canela, 2015).	Planificación de la calidad.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Objetivos de calidad. 2. Definir los métodos de calidad. 3. Organizar el control de fabricación. 	<ol style="list-style-type: none"> 7. ¿la mype se plantea objetivos de calidad para fabricar sus productos? 8. ¿Usted como cliente identifica que métodos de calidad utiliza para la fabricación de sus productos? 9. ¿la mype está organizado para controlar el proceso de fabricación de sus productos? 	
		Proceso de diseño y desarrollo del producto.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificación del producto. 2. Desarrollo del proceso de producción. 3. Planificación de la producción. 	<ol style="list-style-type: none"> 10. ¿la mype planifica como fabricar sus productos? 11. ¿la mype minimiza los errores en el proceso de producción de sus productos? 12. ¿la mype planifica su producción cuando tiene pedidos en cantidades? 	

4.4 Técnicas e instrumentos

4.4.1 Técnicas

Según Hernández et al. (2017) menciona que: la técnica de investigación es el procedimiento o forma particular de obtener datos o información. Las técnicas son particulares y específicas de una disciplina, por lo que sirven de complemento al método científico, el cual posee una aplicabilidad general. Así mismo define; la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular. La encuesta puede ser oral o escrita.

En ese sentido para la medición de las variables se aplicó la técnica de la encuesta con lo cual se recopiló datos de la MYPE estructuras metálicas Ruiz del distrito de Amarilis – Huánuco, 2020.

4.4.2 Instrumentos

Según Hernández et al. (2017) es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario auto administrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador.

En ese sentido para la recopilación de la información se utilizará un cuestionario de 18 preguntas cerradas. dirigido al dueño de la MYPE estructuras metálicas Ruiz del distrito de Amarilis – Huánuco, 2020.

4.5 Plan de análisis

Con la formulación del problema y los objetivos se requirió realizar una revisión de teorías con relación a las variables de estudio, para plasmarlas se utilizó las fichas bibliográficas y para los datos recolectados de la encuesta se utilizó el programa Microsoft Excel para procesarlos transformándola en una data, de donde se obtuvieron las tablas y figuras estadísticas correspondientes a las preguntas planteadas que respondió a los indicadores y dimensiones de las variables, por consiguiente dichos resultados se analizaron tomando en cuenta los antecedentes y las bases teóricas de la investigación; para finalmente formular las conclusiones y las recomendaciones que serán de vital importancia para seguir mejorando la atención al cliente y la gestión de calidad de la MYPE estructuras metálicas Ruiz del distrito de Amarilis – Huánuco, 2020.

4.6 Matriz de Consistencia

PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MYPE DEL SECTOR INDUSTRIA – RUBRO FABRICACIÓN DE ESTRUCTURAS METÁLICAS, CASO: ESTRUCTURAS METÁLICAS RUIZ, AMARILIS – HUÁNUCO, 2020.					
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES -	METODOLÓGIA	
				METODOLOGÍA	Técnicas e instrumentos de recolección de datos
¿Cuáles son los factores relevantes de atención al cliente que mejore la gestión de calidad de las MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020?	<p>OBJETIVO GNERAL</p> <p>Incorporar los factores relevantes de atención al cliente que mejore la gestión de calidad de las MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020.</p> <p>OBJETIVO ESPECIFICOS</p> <p>a) Conocer la calidad de atención en los clientes de la MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020.</p> <p>b) Identificar la satisfacción en la atención del cliente de la MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020.</p> <p>c) Identificar la planificación de la gestión de calidad de la MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020.</p> <p>d) Conocer los procesos del diseño de la gestión de calidad de la MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020.</p>	<p>Según Hernández et al. (2017) menciona que: No todas las investigaciones llevan hipótesis, según sea su tipo de estudio las investigaciones de tipo descriptivo no las requieren, es suficiente plantear algunas preguntas de investigación, sólo aquellos que buscan evaluar relación entre variables o explicar la relación causa efecto requieren formular hipótesis.</p> <p>En ese sentido la presente investigación es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, y de diseño no experimental, que de acuerdo a lo mencionado no aplica hipótesis.</p>	<p>VARIABLE 1</p> <p>Atención al cliente</p>	<p>Tipo: Cuantitativa</p> <p>Nivel: descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental – descriptivo</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Población: Estuvo conformado por 150 clientes que concurren en la estructura metálica Ruíz.</p> <p>Muestra: Fue no probabilístico por que se aplicó la formula infinita y por ello la muestra fue de 109 clientes de la MYPE de estructuras metálicas Ruiz, Por ser estudio de caso.</p>
			<p>VARIABLE 2</p> <p>Gestión de calidad</p>		

4.7 Principios éticos

Los principios éticos aplicados al presente trabajo de investigación, están en concordancia al Código de ética para la Investigación de la ULADECH católica en su versión 003, aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0916-2020-CU-ULADECH católica de fecha 29-10-2020.

a. Protección a las personas: Al momento de realizar el cuestionario se aplicó dicho principio, respetando la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad del encuestado.

La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio.

Este principio no sólo implica que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino también involucra el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular, si se encuentran en situación de vulnerabilidad.

b. Libre participación y derecho a estar informado: En relación a este principio, el encuestado que fue partícipe del estudio tuvo que ser informado de los propósitos y finalidades de la investigación, mediante la solicitud de autorización y el consentimiento informado.

Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia.

En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigados o titular de los datos consiente el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

c. Beneficencia no maleficencia: Se ofreció un buen trato con fines de investigación, sin ningún otro motivo, al encuestado.

Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

d. Justicia: Se tomó las precauciones para disminuir los errores, para cual el investigador tuvo que estudiar y ampliar sus conocimientos, de igual forma se informó al encuestado que podrá tener conocimiento de los resultados de la investigación.

El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurar que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.

e. Integridad científica: Se respetó el procedimiento de acuerdo a las normas de la Universidad los Ángeles de Chimbote y de los autores científicos, fuentes que respaldaron los procedimientos y criterios de la investigación, para no alterar los

resultados y estas puedan ser confiables, de utilidad para mejorar algunas debilidades de la empresa en estudio.

La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Conocer la calidad de atención en los clientes de la MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020.

Ítems	SI		NO		Total	
	F	%	F	%	F	%
1. ¿la mype utiliza estrategias para atender a sus clientes y mejorar su gestión de calidad?	73	67	36	33	109	100
2. ¿la mype utiliza un sistema para la atención de sus clientes y mejorar su gestión de calidad?	81	74	28	26	109	100
3. ¿Se siente conforme con el personal que lo atiende en la estructura metálica a la que asiste?	79	72	30	28	109	100

Nota: cuestionario aplicado a los clientes de la estructura metálica Ruiz.

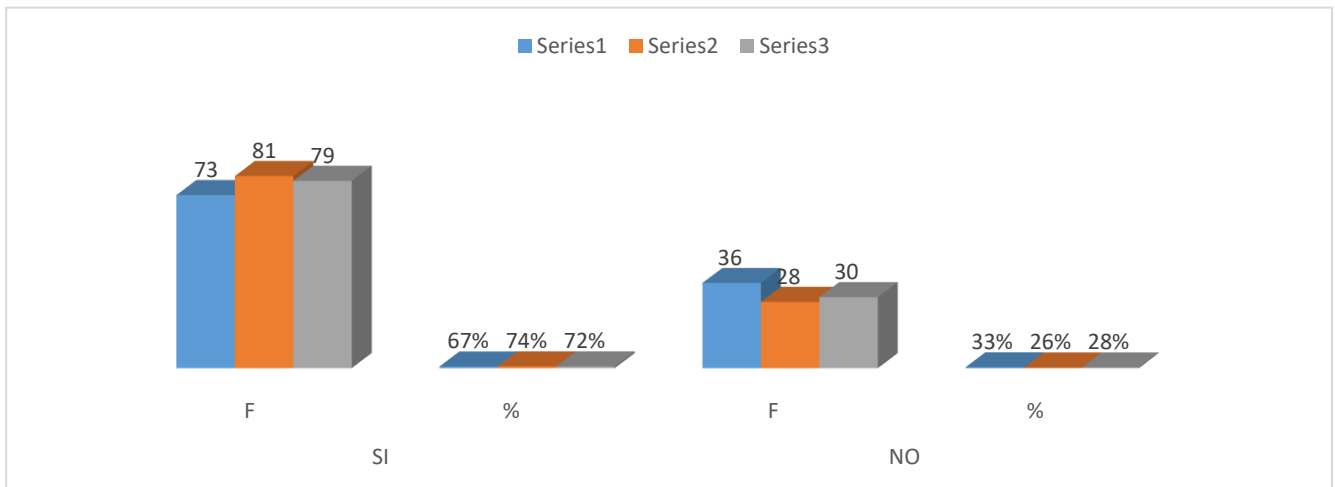


Figura 1. Gráfico de barras que representa valoración de calidad de atención

Interpretación: en la tabla y figura 1: denominadas valoración de calidad de atención se observa que el cliente considera que 67%, la estrategia para atender mejora la gestión de calidad en la fabricación de la estructura metálica y el 74%, utiliza un sistema para la atención de sus clientes y mejorar su gestión de calidad y el 72%, están conforme con el personal que atiende en la estructura metálica Ruiz.

Identificar la satisfacción en la atención del cliente de la MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020.

Ítems	SI		NO		Total	
	F	%	F	%	F	%
4. ¿Usted como cliente define al establecimiento como una empresa fiable?	77	71	32	29	109	100
5. ¿los trabajadores son corteses con sus clientes?	71	65	38	35	109	100
6. ¿el dueño y el trabajadores hacen todo lo posible por comprender a sus clientes?	85	78	24	22	109	100

Nota: cuestionario aplicado a los clientes de la estructura metálica Ruiz

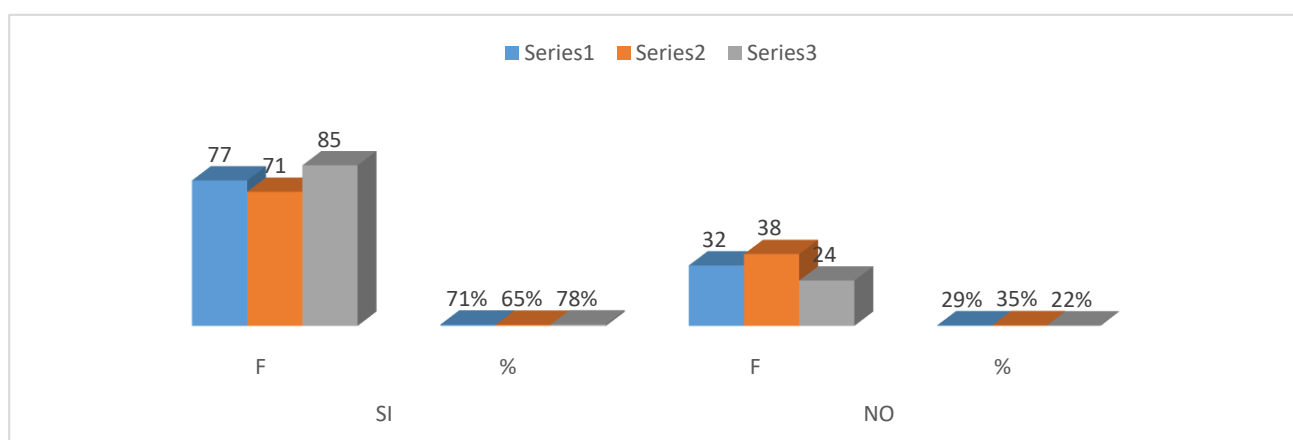


Figura 2. Gráfico de barras que representa valoración de satisfacción del cliente.

Interpretación: en la tabla y figura 2: denominadas valoración de satisfacción del cliente se observa que el cliente considera que 71%, el establecimiento como una empresa fiable y el 65%, los trabajadores son corteses con sus clientes y el 78%, dueño y el trabajador hacen todo lo posible por comprender a sus clientes.

Identificar la planificación de la gestión de calidad de la MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020.

Ítems	SI		NO		Total	
	F	%	F	%	F	%
7. ¿la mype se plantea objetivos de calidad para fabricar sus productos?	82	75	27	25	109	100
8. ¿Usted como cliente identifica que métodos de calidad utiliza para la fabricación de sus productos?	76	70	33	30	109	100
9. ¿la mype está organizado para controlar el proceso de fabricación de sus productos?	81	74	28	26	109	100

Nota: cuestionario aplicado a los clientes de la estructura metálica Ruiz

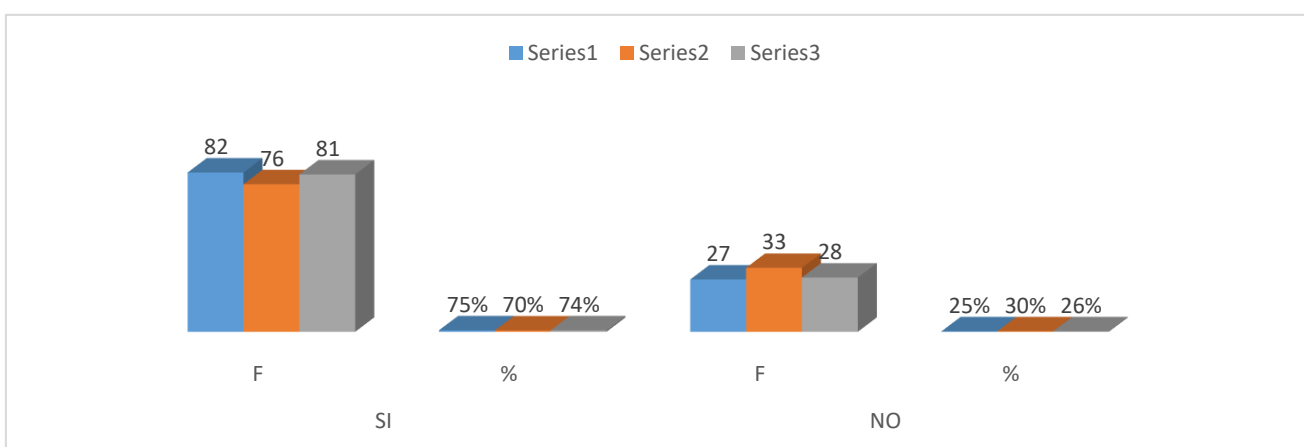


Figura 3. Gráfico de barras que representa valoración de planificación de calidad

Interpretación: en la tabla y figura 3: denominadas valoración de planificación de la calidad se observa que el cliente considera que 75%, plantea objetivos de calidad para fabricar sus productos y el 70%, los clientes identifican que métodos de calidad utiliza para la fabricación de sus productos y el 74%, están organizado para controlar el proceso de fabricación de sus productos.

Conocer los procesos del diseño de la gestión de calidad de la MYPE del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020.

Ítems	SI		NO		Total	
	F	%	F	%	F	%
10. ¿la mype planifica como fabricar sus productos?	91	83	18	17	109	100
11. ¿la mype minimiza los errores en el proceso de producción de sus productos?	87	80	22	20	109	100
12. ¿la mype planifica su producción cuando tiene pedidos en cantidades?	76	70	33	30	109	100

Nota: cuestionario aplicado a los clientes de la estructura metálica Ruiz

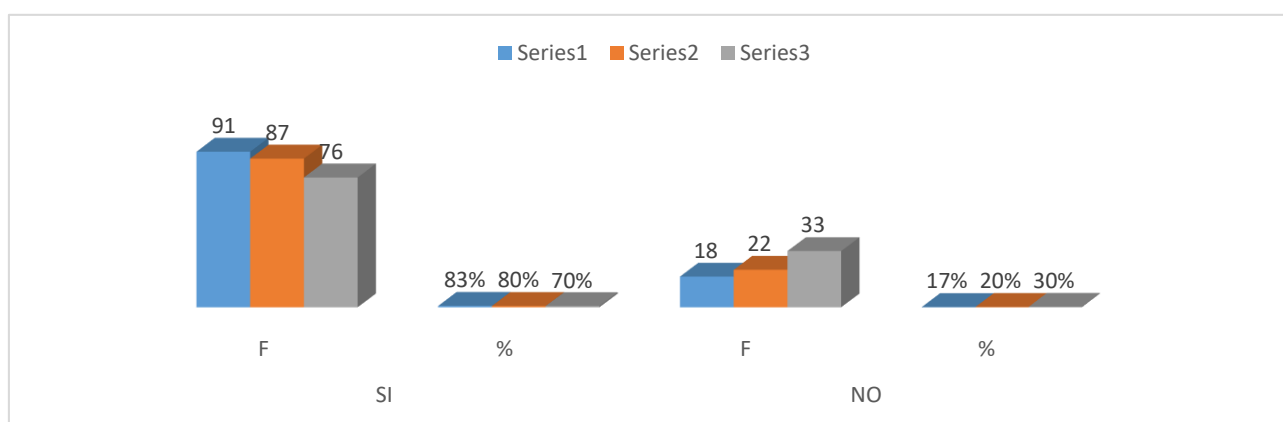


Figura 4. Gráfico de barras que representa valoración de procesos de diseño

Interpretación: en la tabla y figura 4: denominadas valoración de procesos de diseño se observa que el cliente considera que 83%, planifica como fabricar sus productos y el 80%, minimiza los errores en el proceso de producción de sus productos y el 70%, planifica su producción cuando tiene pedidos en cantidades.

5.2 Análisis de resultados

Respecto al objetivo específico 1

En cuanto a la calidad de atención al cliente de la MYPE en estudio, de la encuesta realizada al cliente, el 29% mencionó que NO utiliza estrategias para atender a sus clientes y mejorar su gestión de calidad, aclaró que trata de atender de la mejor manera a sus clientes, pero sobre estrategias no tiene conocimiento; por lo cual no mejora su gestión de calidad (Ver tabla 1), así mismo mencionó que NO elaboró un sistema para la atención de sus clientes y mejorar su gestión de calidad, dijo además que desconoce de esos temas, por cual no mejora su gestión de calidad y por ultimo mencionó que NO cuenta con trabajadores que priorizan sus clientes ni ayudan a mejorar su gestión de calidad, acotó que sus trabajadores solo se dedican a desarrollar su trabajo y no se involucran en la atención al cliente; por esa razón su gestión de calidad no mejora, en ese contexto la MYPE en estudio no alcanza la calidad en su atención, por falta de conocimiento respecto a las estrategias y sistemas de atención, por lo cual no mejora su gestión de la calidad, estas afirmaciones se relacionan con lo mencionado por Rosales (2016), que afirma que los micro y pequeño empresarios no manejan un nivel adecuado en la calidad del servicio y desconocen sobre las funciones de la administración por tanto trabajan de manera empírica.

Respecto al objetivo específico 2.

En cuanto a satisfacción del cliente de la MYPE en estudio, de la encuesta realizada al cliente, el 85% mencionó que, SI cuenta con clientes frecuentes, explicó que son clientes de muchos años que siempre requieren de su trabajo, esto ayuda a mejorar su gestión de calidad, así mismo mencionó que SI cuenta con clientes fidelizados o fieles que a pesar de algunos inconvenientes siempre recurren a su empresa, añadió que son

clientes contratistas para obras del estado, esto refleja una mejora para su gestión de calidad y por ultimo mencionó que NO considera que sus clientes internos o trabajadores cumplan con todas las expectativas para mejorar su gestión de calidad, aclaro que sus trabajadores son personas que no se involucran en la mejora de la empresa, son distantes a ese tema; por cual no mejora su gestión de calidad de esa manera la MYPE en estudio cuenta con clientes frecuentes y clientes fidelizados por lo que facilita la mejora de su gestión de calidad, estas afirmaciones se relacionan con Baltazar y Armando (2017), lo cual afirman que la MYPE que estudió; cuida sus clientes brindándoles una buena atención, por ese motivo cuentan con clientes que frecuentemente vuelven a realizar sus compras.

Respecto al objetivo específico 3.

En cuanto a la planificación de la gestión de calidad de la MYPE en estudio, de la encuesta realizada al cliente el 82% mencionó que SI considera que sus clientes definen a su establecimiento como una empresa fiable, aclaró que sus clientes le mencionaron que realiza buena fabricación de estructuras metálicas; con responsabilidad y puntualidad, sobre todo por eso considera que su empresa es fiable, de alguna manera mejora su gestión de calidad así mismo mencionó que su persona y sus trabajadores SI son corteses con sus clientes, explicó que lo hacen continuamente sobre todo por respeto y educación, eso refleja una mejora en su gestión de calidad y por ultimo mencionó que su persona y sus trabajadores SI hacen todo lo posible por comprender a sus clientes, acotó que el como dueño hace todo lo posible por comprender a sus clientes porque gracias a ellos tiene trabajo y solvencia económica, por parte de sus trabajadores no son muy atentos a ese tema solo ocasionalmente, por esa razón limita la mejora de su gestión de calidad De esa manera la MYPE en estudio practica el buen trato, amabilidad y comprensión hacia sus

clientes por lo cual su gestión de calidad podría mejorar, estas afirmaciones se relacionan con las conclusiones que afirma Del Águila (2018), donde determinó la relación de la gestión de calidad con la satisfacción del cliente en el restaurant Huapri de la ciudad de Huánuco, luego de someterse al coeficiente de Spearman arrojó un valor de 0.600, lo que indica que existe una correlación positiva alta, entre la gestión de calidad con la satisfacción del cliente.

Respecto al objetivo específico 4

En cuanto a los factores relevantes de atención al cliente que mejore la gestión de calidad de la MYPE en estudio, de la encuesta realizada al dueño el 91% mencionó que, NO se plantea objetivos de calidad para fabricar sus productos, recalcó que tal vez lo hace, pero indistintamente sin plantearse objetivos, de esa manera no mejora su gestión de calidad, así mismo menciono que, NO define métodos de calidad en la fabricación de sus productos, aclaró que lo tal vez lo realiza, pero indistintamente sin métodos apoyados por un profesional, de esa manera no mejora su gestión de calidad, de la misma manera menciono que, SI organiza sus labores para controlar el proceso de fabricación de sus productos, además dijo que no descuida ese proceso porque muchas veces los trabajadores realizan mala fabricación, por ese motivo verifica el avance constantemente, de esa manera mejora su gestión de calidad del mismo modo mencionó que, SI planifica como fabricar sus productos, mencionó que lo realiza para que sus trabajos sean entregados puntualmente, de esa manera mejora su gestión de la calidad, así mismo mencionó que, SI minimiza los errores en el proceso de producción de sus productos, acotó que lo realiza para minimizar los costos de producción, aprendió gracias a los años de experiencia; de esa manera se refleja una mejora en la gestión de calidad, de la misma manera mencionó que, SI planifica su producción cuando fabrica en cantidades, resaltó que lo realiza porque

cuando se fabrica en cantidades se invierte buena cantidad de capital y algún error generaría grandes pérdidas, de esa manera mejora su gestión de calidad), así mismo mencionó que, NO identifica las necesidades de sus clientes para fabricar sus productos, resaltó que fabrica sus productos mayormente por pedido de sus clientes muy pocas veces lo realiza sin previo pedido, de esa manera limita la mejora de su gestión de calidad, estas afirmaciones se relacionan con Guerra (2019), que menciona sobre la empresa que estudió, han empezado a planificar la calidad, el proceso de diseño y desarrollo del producto e intentan establecer una correcta logística para mejorar la atención al cliente referido a ofrecer un producto de calidad, gracias a la gestión de calidad que vienen incorporando.

VI. CONCLUSIONES

- De los resultados obtenidos se identificó que: la atención al cliente no alcanza la calidad necesaria, por falta de conocimiento respecto a las estrategias y sistemas de atención, por lo cual no mejora su gestión de la calidad.
- Los tipos de clientes son frecuentes y clientes fidelizados, de esa manera se puede reflejar que la gestión de calidad juega un papel importante puesto que gracias a ello a pesar de los inconvenientes los clientes recurren con frecuencia a contratar los productos que la empresa fabrica. En ese contexto contar con clientes frecuentes y fidelizados ayudará a la MYPE en estudio a mejorar la gestión de calidad, porque se concierne que es importante para los intereses de la empresa.
- Existe cierta satisfacción del cliente porque practica el buen trato, amabilidad y comprensión hacia sus clientes, pero aún le falta aplicar estrategias de mejora en la gestión de calidad, por lo que debe seguir mejorando acorde a la necesidad creciente de los clientes, ya que la buena atención no basta para conseguir la satisfacción en ellos.
- La MYPE en estudio no se plantea objetivos ni métodos de calidad, tampoco identifica las necesidades de sus clientes, sin embargo, si organiza, planifica y minimiza los procesos de producción, del mismo modo si evalúa los costos de los materiales antes de comprar y los verifica, siendo los factores relevantes de la atención al cliente la debilidad de la empresa que no ayuda a mejorar la gestión de calidad.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Propuestas de mejora.

Con los resultados obtenidos me permito proponer las siguientes mejoras, a fin de identificar mejoras de atención al cliente para mejorar la gestión de la calidad de la MYPE Estructuras Metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020. es:

Propuesta 1.

Establecer estrategias de atención al cliente para alcanzar la calidad, donde el cliente cubra sus expectativas y regrese frecuentemente a la empresa.

Propuesta 2.

Realizar encuestas a los clientes para estar pendientes de las necesidades crecientes que ellos necesitan satisfacer y que la gestión de calidad sea oportuna para mejorar la fabricación de los productos que ofrece la empresa.

Propuesta 3.

Utilizar la tecnología para la atención al cliente, por ejemplo, respecto al área de atención; contar con una Tablet conectada a internet y guardarlos en la nube, con todos los detalles, la fecha de entrega, el material, el diseño, etc. Respecto al catálogo de productos se tendría que contar con una aplicación que se pueda descargar en cualquier teléfono inteligente y que contenga información detallada sobre los diversos modelos de estructuras metálicas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Alejandro Jacinto, E. S. (2018). *www.repositorio.udh.edu.pe*. Obtenido de <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1158/ALEJANDRO%20JACINTO%2c%20Edith%20Selenia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alvarez Garcia, S. G. (2019). *www.repositorio.udh.edu.pe*. Obtenido de <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2203/ALVAREZ%20GARCIA%2c%20Sherly%20Ginette.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Arias, F. (2014). *www.ebevidencia.com*. Obtenido de <https://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION%20C3%93N-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Blanco García, C., Lobato Gómez, F., & Villagrà, F. (2010). *Comunicación y atención al cliente*. Editorial ICB. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/42955>
- Balbuena, J. H. (15 de Diciembre de 2009). *www.gestiopolis.com*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/las-mypes-en-el-peru/#autores>
- Chacón Cantos, J., & Rugel Kamarova, S. (2018). *www.revistaespacios.com*. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p14.pdf>
- Del Águila Shupingahua, M. M. (2019). *www.repositorio.uladech.edu.pe*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14294/GESTION_SATISFACCI%c3%93N_CALIDAD_DEL%20AGUILA_SHUPINGAHUA_MARIELA_MARISSET_empastado.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Durán Nakamura, S. M. (2019). *www.repositorio.uladech.edu.pe*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10094/GESTION_DE_CALIDAD_REPRESENTANTE_DURAN_NAKAMURA_SAEMI_MARIBEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Formaliza-t Perú. (07 de Enero de 2019). *www.formaliza-tperu.org*. Obtenido de <https://www.formaliza-tperu.org/que-es-el-regimen-mype-tributario-2018/>
- García Llamas, Z. A., & Rizzo Esquivia, M. A. (2018). *www.repositorio.unicartagena.edu.co*. Obtenido de <https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/7762/PROYECTO%20FINAL%20Zarkis-Manuel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Galán Amador, M. (2009). *www.manuelgalan.blogspot.com*. Obtenido de <http://manuelgalan.blogspot.com/2009/08/las-hipotesis-en-la-investigacion.html>
- Griful Ponsati, E., & Canela Campos, M. Á. (2005). *www.books.google.es*. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=jpiQg0LLtJ4C&oi=fnd&pg=PA4>

&ots=cG8F3mh2Fa&sig=H8Ay8vGnjabJ3DE7dRdGSI3no3Y#v=onepage&q&f=false

- Herrera García, B. (2011). Análisis estructural de las MYPEs y PYMEs. *Revista de la facultad de ciencias contables*, 69-89.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2017). *Metodología de la investigación* (Vol. 6ta Edición). México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Jiménez, V. (2017). Los 5 errores que provocan el cierre definitivo de una pyme. Recuperado de, <http://lanacion.cl/2017/09/06/los-5-errores-queprovocan-el-cierre-definitivo-de-una-pyme/>
- Jabaloyes Vivas, J., Carot Sierra, J. M., & Carrión García, A. (2020). *Introducción a la gestión de la calidad*. (U. P. Valencia, Ed.) Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/165233>
- Juran, J. M. (1990). www.books.google.es/. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=4JAd6PBWfG0C&oi=fnd&pg=PA197&dq=la+obra+de+juran+gestion+de+la+calidad&ots=XNzaDv3oMQ&sig=Qu6TrTrWYLXX3TjWTL_4kLLsg_c#v=onepage&q=la%20obra%20de%20juran%20gestion%20de%20la%20calidad&f=false
- Kotler, P. Et al. (2015). *Marketing 4.0*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, Recuperado de http://www.ciando.com/img/books/extract/111934106X_lp.pdf
- Martínez De La Mata, B. F. (2020). www.repositorio.udh.edu.pe. Obtenido de <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2471/MARTINEZ%20DE%20LA%20MATA%20c%20Brian%20Fernando.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lloréns Montes, F. J., & Fuentes Fuentes, M. d. (2005). *Gestión de la calidad empresarial, fundamentos e implantación*. Ediciones Pirámide. Obtenido de <https://www.edicionespiramide.es/libro.php?id=1144190>
- Niño Márquez, B. F. (2019). www.repositorio.uladech.edu.pe. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/13753/GESTI%20EN%20CALIDAD%20EN%20SATISFACCI%20AL%20CLIENTE%20COMERCIALIZACI%20NI%20M%20RQUEZ%20FRANKLIN.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Otoya, J. J. (2006). La PYME en el Perú. PAD • REVISTA DE EGRESADOS, 32.

- Rebaza Salinas, J. J. (2019). *www.repositorio.upci.edu.pe*. Obtenido de http://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/91/T-REBAZA_SALINAS_JUAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rivera Huarauya, S. (2020). *www.repositorio.uladech.edu.pe*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/18485/CALIDAD%20DE%20SERVICIO_CLIENETE_RIVERA_HUARAUYA_SILVIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Roldan, P. N. (s.f.). *www.economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/diferenciacion-de-producto.html>
- Santos Vijandea, M. L., & Álvarez González, L. I. (2019). *www.redalyc.org*. ((. t. Universia Business Review [en línea] 2007, Editor) Recuperado el 25 de Julio de 2019, de :<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43301306>> ISSN 1698-5117
- Sevilla Arias, A. (s.f.). *www.economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-competitiva.html>
- Thompson, I. (2006). *www.cloudfront.net*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/52648624/Lectura_1.pdf?1492449174=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_Satisfaccion_del_Cliente.pdf&Expires=1605485688&Signature=GWfgwt-M7Wu3cyGxU5kUjV4Jg58v3OMN2ZgR22Gj4LJIHPyC5IQBpmvtMM66BnuB287ygqM
- Udaondo Durán, M. (1992). *www.books.google.es*. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=hoRIEGdLGxIC&oi=fnd&pg=PR9&dq=gestion+de+calidad+libro&ots=qh-oRoYt18&sig=FnH5Q4wEEoadSk_XOq7rN0FZNT8#v=onepage&q=gestion%20de%20calidad%20libro&f=false
- ULADECH. (2019). CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN VERSIÓN 001 Chimbote. Obtenido de <https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>
- Vallejo Carriel, C. F. (2018). *www.repositorio.uteq.edu.ec*. Obtenido de <https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/2890/1/T-UTEQ-0032.pdf>

Anexos

Anexo 1. Consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula propuestas de mejora de los factores relevantes de atención al cliente y gestión de calidad de las MYPES del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020 y es dirigido por Bardales Bonilla, Clis, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Realizar un estudio sobre la atención al cliente y la gestión de calidad respetando los principios éticos al aplicar un cuestionario que ayude a determinar los resultados según los objetivos propuestos.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 40 minutos de su tiempo.

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de un informe con las conclusiones y propuestas de mejora sobre la atención al cliente y la gestión de calidad. Si desea, también podrá escribir al correo clizbardale24@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Teodoro Huamán Robles

Fecha: 28-04-2021

Correo electrónico: ljonanhrrr@gmail.com

Firma del participante: _____

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

Anexo 2: cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																						
N°	Actividades	Año 2020								Año 2021								Año 2022-1				
		Tesis I				Tesis II				Tesis III				Tesis IV				Taller Co-curricular				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3		
1	Elaboración del Proyecto	X																				
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X																			
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X																		
4	Exposición del proyecto 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												
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								
14	Presentación de ponencia en eventos científicos														X							
15	Redacción de artículo científico															X						
16	Revisión del informe de tesis y artículo científico																X					
17	Pre banca																	X	X			
18	Sustentación del informe final																				X	

Anexo 3: presupuestos

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/)
Sumisitos (*)			
✓ Impresiones	0.20	102	20.40
✓ Fotocopias	0.10	204	20.40
✓ Empastado	30.00	2	60.00
✓ Anillado	4.00	1	4.00
✓ Lapiceros	1.00	2	2.00
Servicios			
✓ Uso del turnitin	50	2	100.00
Sub total			206.80
Gastos de viaje			
✓ Pasaje para recolectar información	2.30	4	9.20
Sub total			9.20
Total del presupuesto desembolsable			216.00
Presupuesto no desembolsable			
Categoría	Base	% o Numero	Total (S/)
Servicios			
✓ Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	35.00	4	120.00
✓ Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
✓ Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
✓ Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			
Recurso humano			
✓ Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/)			868.00



Anexo 4. Instrumento de recolección de datos

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS- FILIAL-LIMA

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas Empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: propuestas de mejora de los factores relevantes de atención al cliente y gestión de calidad de las MYPES del sector industria – rubro fabricación de estructuras metálicas, caso: estructuras metálicas Ruiz, Amarilis – Huánuco, 2020. Para obtener el título profesional de licenciada en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

INSTRUCCIONES: Se presenta un conjunto de 18 ítems, Por favor marcar una de las alternativas, la que usted estime conveniente. Se agradece su participación en esta encuesta.

INDICADORES	VALORACIÓN	
	SI	NO
ATENCIÓN AL CLIENTE	SI	NO
1. ¿la mype utiliza estrategias para atender a sus clientes y mejorar su gestión de calidad?		
2. ¿la mype utiliza un sistema para la atención de sus clientes y mejorar su gestión de calidad?		
3. ¿Se siente conforme con el personal que lo atiende en la estructura metálica a la que asiste?		
4. ¿Usted como cliente define al establecimiento como una empresa fiable		
5. ¿los trabajadores son corteses con sus clientes?		
6. ¿el dueño y el trabajadores hacen todo lo posible por comprender a sus clientes?		
GESTIÓN DE CALIDAD	SI	NO
7. ¿la mype se plantea objetivos de calidad para fabricar sus productos?		
8. ¿Usted como cliente identifica que métodos de calidad utiliza para la fabricación de sus productos?		
9. ¿la mype está organizado para controlar el proceso de fabricación de sus productos		
10. ¿la mype planifica como fabricar sus productos?		
11. ¿la mype minimiza los errores en el proceso de producción de sus productos?		
12. ¿la mype planifica su producción cuando tiene pedidos en cantidades?		

GRACIAS

Anexo 5. Evidencias fotográficas



Turnitin Informe de Originalidad

- Procesado el: 03-nov.-2021 16:30 -05
- Identificador: 1692330549
- Número de palabras: 15300
- Entregado: 1

informe -clis bardales Bonilla Por CLIS BARDALES BONILLA



Índice de similitud

6%

Similitud según fuente

Internet Sources:

10%

Publicaciones:

0%

Trabajos del estudiante:

0%