



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE
EN LAS MYPE RUBRO FERRETERÍA DE FRÍAS, AÑO
2020**

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

AUTORA:

MEZONES OROZCO, AURORA IBELIS

ORCID: 0000-0003-1217-6129

ASESORA:

PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEÉ

ORCID: 0000-0001-8823-2655

PIURA - PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Mezones Orozco Aurora Ibelis

ORCID: 0000-0003.1217-6129

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

ASESORA

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

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

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741X

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Miembro

Mgtr. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

ORCID: 0000-0001-7372-741X

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO

A las MYPE del rubro ferretería del Distrito de Frías, por brindarme información valiosa para el desarrollo de mi estudio de investigación.

DEDICATORIA

A mis queridos padres y mis hijas por estar conmigo en los momentos más necesitados, a DIOS por haberme iluminado por el camino de la vida y hacer todo lo posible para culminar mi formación académica de forma correcta y con éxito.

A mi pareja Gabriel, por las noches académicas apoyándome en la realización de mi tesis, muchas gracias por ser parte de mi mundo.

RESUMEN

La presente investigación titulada “Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020, como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE ferretería de Frías, año 2020. Metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. Sus unidades económicas son 04 MYPE del rubro ferretería, la población finita es de 04 propietarios para gestión de calidad y para atención al cliente fue una población infinita con una muestra de 195 clientes. La técnica de recaudación de datos fue la encuesta y un cuestionario como instrumento de la investigación. En las conclusiones se determinó respecto a los componentes de la gestión de calidad que el 100% de los encuestados considera que las MYPE cuentan con los recursos necesarios para operar el negocio. Así mismo a los beneficios de la gestión de calidad el 100% no conoce el comportamiento del público objetivo. Del mismo modo a los factores en la atención al cliente se determinó que el 100% de los encuestados considera que los vendedores de las MYPE si ejercen su trabajo con total profesionalismo. Por otro lado a las estrategias de la atención al cliente se observa que el 100% de los encuestados considera que la atención brindada por las MYPE es la adecuada.

Palabras Clave: Gestión de calidad, Atención al cliente, MYPE.

ASBTRACT

The present investigation titled "Quality management and customer service in the MYPE hardware category of Frías, year 2020, as a general objective: To determine the characteristics of quality management and customer service in the MYPE hardware in Frías, year 2020. Methodology descriptive level, quantitative type, non-experimental non-sectional design. Its economic units are 04 MYPE in the hardware category, the finite population is 04 owners for quality management and for customer service it was an infinite population with a sample of 195 clients. The data collection technique was the .survey and a questionnaire as a research instrument. In the conclusions it was determined regarding the components of quality management that 100% of the respondents consider that the MYPE have the necessary resources to operate the business. Likewise, to the benefits of quality management, 100% do not know the behavior of the target audience. Similarly to the factors in customer service, it was determined that 100% of the respondents consider that the vendors of the MYPE do carry out their work with total professionalism. On the other hand, regarding customer service strategies, it is observed that 100% of the that care provided by the MYPE is adequate.

Key Words: Quality management, Customer service, MYPE.

CONTENIDO

.EQUIPO DE TRABAJO	ii
FIRMA DE JURADO Y ASESOR	iii
Presidente	iii
Miembro	iii
Asesora	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ASBTRACT	vii
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
ÍNDICE DE CUADROS	xiv
I. INTRODUCCIÓN	15
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	28
2.1. Antecedentes	28
2.1.1. Variable Gestión de Calidad	28
2.1.2. Variable Atención al Cliente	36
2.2. BASES TEÓRICAS	45
2.2.1. Variable Gestión de Calidad	45
2.2.2. Variable Atención al Cliente:.....	48
III. HIPÓTESIS	51
IV. METODOLOGÍA	52
4.1. Diseño de la investigación	52
4.2. Población y muestra	52
4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	56
4.4. Técnicas e Instrumentos:.....	58
4.5. Plan de análisis:.....	59
4.6. Matriz de Consistencia.....	60
4.7. Principios éticos	61
V. RESULTADOS	62

5.1.	Resultados	62
5.2.	Análisis de los resultados	82
VI.	CONCLUSIONES	91
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	93
	Bibliografía	93
	ANEXOS	98
	Anexo 1: Matriz Indicador – Pregunta	99
	Anexo 2: Instrumento de recolección de datos	101
	Anexo 4: Libro de Códigos	106
	Anexo 5: Reporte Turnitin	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de operacionalización.....	56
Tabla 2: Matriz de consistencia.....	60
Tabla 3: ¿La empresa está alcanzando sus principales objetivos?.....	62
Tabla 4: ¿Se cuenta con los recursos necesarios para operar con el negocio?..	63
Tabla 5: ¿Cuenta con algunas técnicas para medir la productividad del recurso humano en la empresa?.....	64
Tabla 6: ¿Cree que la empresa busca el bienestar de los consumidores?.....	65
Tabla 7: ¿Considera que se está haciendo uso de tecnología en el proceso de venta?.....	66
Tabla 8: ¿La empresa tiene políticas, manual de procedimientos y descripción de cargos y funciones?.....	67
Tabla 9: ¿Cree usted que se conoce el comportamiento del público objetivo?.....	68
Tabla 10: ¿Cuentan con precios adecuados en relación a los productos que ofrecen?.....	69
Tabla 11: ¿Cree usted que el personal brinda la información determinada sobre los productos que ofrece?.....	70
Tabla 12: ¿Evidencia que el número de clientes está creciendo?.....	71
Tabla 13: ¿Siente que el personal trabaja en equipo?.....	72
Tabla 14 ¿Cree usted que los trabajadores están motivados?.....	73
Tabla 15: Evidencia usted que la atención ofrecida le proporciona seguridad para adquirir el producto?.....	74
Tabla 16: ¿Considera que los vendedores ejercen su trabajo con total profesionalismo?.....	75
Tabla 17: ¿Considera que los representantes de las MYPE se preocupan por conocer las necesidades y preferencias de sus clientes?.....	76
Tabla 18: ¿Evidencia que las MYPE han implementado las medidas de seguridad para la atención al público?.....	77

Tabla 19: ¿Evidencia que los trabajadores portan equipo de seguridad adecuado?.....	78
Tabla 20: ¿Cree usted que la atención brindada es la adecuada?.....	79
Tabla 21: ¿Considera que los productos que ofrecen las MYPE satisfacen sus necesidades?.....	80
Tabla 22: ¿Las MYPE cubren los costos de traslado de los materiales?.....	81

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: ¿La empresa está alcanzando sus principales objetivos?.....	62
Figura 2: ¿Se cuenta con los recursos necesarios para operar con el negocio?.....	63
Figura 3: ¿Cuenta con algunas técnicas para medir la productividad del recurso humano en la empresa?.....	64
Figura 4: ¿Cree que la empresa busca el bienestar de los consumidores?.....	65
Figura 5: ¿Considera que se está haciendo uso de tecnología en el proceso de venta?.....	66
Figura 6: ¿La empresa tiene políticas, manual de procedimientos y descripción de cargos y funciones?.....	67
Figura 7: ¿Cree usted que se conoce el comportamiento del público objetivo?.....	68
Figura 8: ¿Cuentan con precios adecuados en relación a los productos que ofrecen?.....	69
Figura 9: ¿Cree usted que el personal brinda la información determinada sobre los productos que ofrece?.....	70
Figura 10: ¿Evidencia que el número de clientes está creciendo?.....	71
Figura 11: ¿Siente que el personal trabaja en equipo?.....	72
Figura 12: ¿Cree usted que los trabajadores están motivados?.....	73
Figura 13: Evidencia usted que la atención ofrecida le proporciona seguridad para adquirir el producto?.....	74
Figura 14: ¿Considera que los vendedores ejercen su trabajo con total profesionalismo?.....	75
Figura 15: ¿Considera que los representantes de las MYPE se preocupan por conocer las necesidades y preferencias de sus clientes?.....	76

Figura 16: ¿Evidencia que las MYPE han implementado las medidas de seguridad para la atención al público?.....	77
Figura 17: ¿Evidencia que los trabajadores portan equipo de seguridad adecuado?.....	78
Figura 18: ¿Cree usted que la atención brindada es la adecuada?.....	79
Figura 19: ¿Considera que los productos que ofrecen las MYPE satisfacen sus necesidades?.....	80
Figura 20: ¿Las MYPE cubren los costos de traslado de los materiales?.....	81

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Relación de MYPE.....	53
---------------------------------	----

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación denominada “Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020, cuyo objetivo general es determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020, proviene de la línea de investigación designada por Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote dada por la escuela profesional de administración.

León (2018), la adopción de un sistema de gestión de la calidad (SGC) es una decisión estratégica para una organización que le puede ayudar a mejorar su desempeño global y proporcionar una base sólida para las iniciativas de desarrollo sostenible. Una organización orientada a la calidad promueve una cultura que da como resultado comportamientos, actitudes, actividades y procesos para proporcionar valor mediante el cumplimiento de las necesidades y expectativas de los clientes y otras partes interesadas pertinentes.

Pérez (2018), las empresas de hoy en día, han estado tratando el servicio al cliente como un aspecto básico; son muy pocos los líderes o dueños de negocio que tienen conciencia sobre la importancia de los clientes. Algunas empresas no se ocupan en realizar esfuerzos o llevar a cabo estrategias que les permitan mejorar la atención que ofrecen a sus clientes y terminan viendo como sus competidores se llevan a cada uno de ellos tomados de la mano.

Gómez (2018), muestra que el tamaño de las empresas españolas preocupa a inversores, empresarios y políticos. En España, 67% de las compañías son pequeñas y medianas, en línea con la media europea. El problema llega con los

detalles. De un total de 2,8 millones de pymes, sólo 22.568 cuentan con más de 50 empleados, según datos recientes del Ministerio de Economía.

Flores (2018), señala que para México, la relevancia de las Pymes es tan significativa que representan el 99.8 por ciento de las más de 4 millones de empresas en el país, generando el 52 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) y un 72 por ciento de los empleos, convirtiéndose en un aporte imprescindible para la base económica de México, y del mundo, en donde generan entre el 60 y el 70 por ciento del empleo y son responsables del 50 por ciento del Producto Interior Bruto (PIB).

INEI (2018), indica que en Perú existen 2 millones 332 mil 218 de empresas de las cuales más del 95% están en el régimen MYPE. Es importante reconocer la importancia de las micro y pequeña empresa para la dinámica económica del Perú, dada su alta tasa de concentración y alto grado de correlación con el emprendimiento. Por ese motivo es fundamental que las MYPE sigan estas reglas de oro para lograr generar ventajas competitivas sostenibles.

REMYPE (2019), da a conocer que los trabajadores de la pequeña empresa tienen derecho a un “Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo” a cargo de su empleador, cuando corresponda, de acuerdo a lo dispuesto en la Ley N° 26790, Ley de Modernización de la Seguridad Social en Salud, modificatorias y normas reglamentarias; y a un seguro de vida a cargo de su empleador, de acuerdo a lo dispuesto en el Decreto Legislativo N° 688, Ley de Consolidación de Beneficios Sociales, y modificatorias.

Diario La República (2020), indica respecto al empleo (tanto informal como formal), la cifra mejoró. Se pasó de 4 millones 982 mil a 5 millones 014 mil las personas con un trabajo en el último trimestre del año pasado. Es decir, 32 mil 300 personas más lograron ocuparse durante ese tiempo, registrando un incremento de 0,7% respecto al período octubre - diciembre del 2018.

Diario La República (2020), señala que la situación sobre el número de personas buscando empleo en Lima se ha mantenido. De hecho, si se analiza la tendencia durante todo el 2019, la tasa de desempleo en la capital del Perú se ubicó en 6,6% “que en términos de cifras absolutas se estima que habían 346 mil 200 personas que buscaron un trabajo activamente”.

Jiménez & Quezada (2019), indica que a pesar que casi el 80% de la participación de mercado en Perú está concentrada en 4 empresas Sodimac, Maestro, Promart y Cassinelli, en comparación con Chile, la penetración de mercado es relativamente baja, porque mientras en Perú existían 83 tiendas para 32 millones de habitantes, en Chile había 150 tiendas para 18 millones de habitantes.

Diario Gestión (2018), da a conocer que en Perú, en los últimos años, el sector de venta de artículos de ferretería al por menor suma alrededor de 1,670 millones de dólares, y ha tenido un crecimiento casi a la par con el sector construcción, el ritmo de crecimiento de este sector para el 2018 está alrededor del 7 a 8 % anual. Si se compara los resultados del sector colombiano (USD 6.38 mil millones) con el peruano (USD 1.67 mil millones) se tiene una diferencia de un 282% a favor de Colombia. Es decir, en Perú aún no se desarrolla completamente el sector construcción y ferretero, aunque este sector puede estar

en constante crecimiento lo que supone una continua demanda por los materiales y artículos de ferretería, es posible que cada vez la competencia se vuelva más fuerte y agresiva.

Asociación de emprendedores (2016), según el Ministerio de Producción, actualmente el número de MYPE en Perú va a ascender a un total de 5.5 millones al cierre del 2015. La gran mayoría son informales (83%), ya que no están registradas en la SUNARP como personas jurídicas y a su vez, no cumplen con las formalidades. El otro 17% está conformado por MYPE formales. Se estima que para el cierre del 2015 habrá un total de 0.9 millones de MYPE formales.

Córdova (2018), informa que Piura es la cuarta región con mayor participación empresarial a nivel nacional. En ese rango, muchas de las empresas corresponden al rubro de las MYPES. Según Brenda Silupú, directora del Centro de Asesoría Microempresarial de la Universidad de Piura, los más frecuentes emprendimientos corresponden a los sectores servicios y comercio, principalmente, catering, decoración, lavado, mantenimiento y reparación de autos y mototaxis, ferreterías, venta de ropa y venta de útiles escolares.

Así mismo Córdova, según la experta de la UDEP, estos negocios se caracterizan porque no necesitan mayores niveles de inversión en capital de trabajo. Las MYPES mueven la economía regional y representan el 84% del total de las empresas de Piura. A nivel país, estas empresas aportan más del 40% del nivel de producción y generan el 70% de empleo.

Laurente (2020), indica que en el análisis del ambiente externo o macroambiente, desde el enfoque Político; se vislumbra que es importante la estabilidad política para el buen desempeño de la economía peruana, consideró el economista Javier Zúñiga. En ese contexto, dos agrupaciones políticas han estado destacando la relevancia de la no confrontación política, porque no conduce a nada favorable.

Westreicher (2019), señala que el presidente del BCRP, Julio Velarde, al ser consultado por la coyuntura política del país manifestó lo siguiente en relación con la disolución del Parlamento: “Mientras los fundamentos macroeconómicos estén fuertes, supongo que la estabilidad se mantiene. No hay que creer que algún evento va a afectar (la economía peruana), pero hasta ahora (la incertidumbre política actual) no ha afectado”. El principal mecanismo que afecta a los propietarios es la falta de apoyo por parte del gobierno local en las licitaciones que son otorgadas a personas de otras ciudades.

Diario Gestión (2020), dentro del aspecto económico, los analistas económicos elevaron sus expectativas macroeconómicas respecto al crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI) para el año 2020, de acuerdo con el último reporte del Banco Central de Reserva (BCR). Así, de acuerdo a la Encuesta de Expectativas Macroeconómicas al 31 de diciembre de 2019, los analistas económicos estimaron que la economía crecerá 3.2% en el 2020, estimación superior al 3% que indicaron en la encuesta realizada al 31 de octubre de 2019. Respecto a la proyección de crecimiento de la economía para el año 2021, mantuvieron sus expectativas en 3.5%.

INEI (2015), según los factores económicos, Perú es una fuente de las economías de más rápido crecimiento en la región y se espera que continúe como tal en mediano plazo. Los estimados más recientes del crecimiento del PBI para el 2014 están por encima del promedio de la región 3.5 % contra 1.2% respectivamente lo que significa para las MYPES oportunidades. Las ferreterías contribuyen económicamente al distrito Frías para generar una mejor calidad de vida de sus habitantes. Otro factor es que acuden a las principales financieras de la ciudad de Piura para solicitar créditos a largo plazo con tasas referencias del mercado.

La responsabilidad social no es una labor que solo le compete a las grandes empresas. También las pequeñas, medianas y hasta las microempresas están llamadas a participar de un accionar comprometido en la sociedad y su entorno. La responsabilidad social no distingue tamaños. Lo que las distingue es el liderazgo. Una empresa debe ser liderada con un sentido social, ya que las empresas con ética, con sentido social, son las empresas a futuro. La economía de Frías se basa en la agricultura con sembríos de maíz amiláceo, frijol grano seco, arveja grano seco, plátanos, caña de azúcar, yuca, trigo, oca, olluco, etc. La actividad agropecuaria es la actividad económica principal del distrito, desenvolviéndose dentro de un marco sociocultural y técnico muy especial, siendo realizada por lo general en forma tradicional, presentando su desarrollo muchas limitaciones, lo cual permite complementar las estimaciones por el INEI, basadas principalmente en los ingresos inferidos a partir de las encuestas de hogares.

Diario El Comercio (2015), pero ¿por qué las PYME deberían imitar a las grandes firmas y actuar de forma socialmente responsable? Los beneficios son múltiples. Las grandes empresas ven a esto como un actuar mandatario para lograr sus objetivos. Las empresas pequeñas y medianas también deberían hacerlo. Este mundo no va a poder ser sostenible si no nos comprometemos todos y eso es un deber que los que son emprendedores debemos asumir como nuestro. Al gestionar una empresa desde el enfoque de responsabilidad social y sostenibilidad se contribuye al crecimiento del país. “Ser socialmente responsable es una manera de gestionar el negocio de forma positiva, responsable y asertiva hacia la sociedad y es poner nuestro grano de arena para que el Perú sea lo antes posible un país del primer mundo.

INEI (2015), dentro del aspecto tecnológico del rubro ferretero, la innovación también está presente en el mundo ferretero. En las ferreterías, pasa por los pequeños negocios familiares en los que se puede comprar toda clase de herramientas de metal, luminarias o cables eléctricos. Posteriormente, surgen establecimientos especializados como tornillerías, materiales para la construcción, luminarias, pinturas y recubrimientos y jardinería. A esto siguieron los home centers, en los que se aglutinan todas las especialidades del sector en enormes espacios. El siguiente paso ya está aquí y es la venta en línea. Sin duda, todos los cambios son bienvenidos; sin embargo, siempre debe permanecer el trato personalizado que ofrecían las pequeñas ferreterías de la esquina, eso a lo que hoy se llama “agregar valor a la experiencia de compra del cliente”. Uno de sus problemas de las ferreterías es tener información rápida y veraz para el análisis y toma de decisiones. Un buen ERP para ferreterías puede no solo

ayudarle a tener una visión más completa de su negocio en cada una de sus áreas, sino también facilitarle mucho la vida en la gestión y proyección de esos contenidos, así como en la toma de decisiones.

Escalante (2016), dentro del factor legal, el Congreso de la República promulgó la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”. Este tiene entre sus objetivos establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME). Incluye modificaciones a varias leyes entre las que está la actual “Ley MYPE” D.S. N° 007-2008-TR. “Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente”.

Referente al análisis de Porter se tiene lo siguiente:

Porter (2017), las 5 fuerzas de Porter son fundamentales en la concepción de los negocios a través del cual se pueden acrecentar los recursos y dejar atrás a la competencia, cual sea el movimiento de la empresa.

Poder de la negociación de los clientes, el adquisidor busca aprovechar al máximo sus recursos al negociar el costo de compra. Esto logra que el proveedor tenga que establecer el costo de las materias primas y de los demás componentes.

Poder de la negociación de los proveedores, el prestador quien vende sus productos al productor, busca brindar respaldo en la adquisición de sus productos, así como mejoramiento en la manipulación del producto y el transporte. Podemos decir que en esta fuerza es el poder de los proveedores, en

la cual atrapan más valor al incrementar los precios, restringiendo los servicios y la calidad, igualmente modificar los costos entre los agentes del sector.

Amenaza de los nuevos competidores, la idea clave para evaluar esta fuerza es el de los obstáculos contra el ingreso de nuevos rivales al mercado, que son todas aquellas fuerzas que crean una dificultad para el ingreso de nuevos rivales en la industria. Esta rivalidad tiende a aumentar en intensidad cuando las empresas sienten la presión competitiva o ven una oportunidad para mejorar su posición.

Amenaza de los nuevos productos sustitutos, el producto sustancial es aquel que pueda ejercer la misma tarea que la oferta de la industria y sobre todo una competencia en los precios por los innovadores productos. Establece una amenaza en el mercado puesto que puede repercutir la oferta y la demanda y más incluso cuando estos productos se muestran con bajos precios, buena efectividad y buena calidad.

Rivalidad entre los competidores, en otras palabras, cuando un conjunto de organizaciones que combaten entre sí generan el mismo producto, donde la contienda en relación a ventas se sustenta en avances en la exhibición del producto, en su sencillo manejo, en su contenido.

De acuerdo a lo descrito se puede enunciar el problema identificado en el estudio es: ¿Qué características tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020? Presenta el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020; además se contemplan los siguientes objetivos específicos: (a) Identificar los

componentes de la gestión de calidad en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020 (b) Determinar los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020 (c) Conocer los factores relevantes de la atención al cliente en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020; (d) Describir las estrategias de la atención al cliente en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020.

Por todo lo expuesto la siguiente investigación se justifica porque busca determinar las características de las MYPE, ya que la gestión de calidad está orientada a la mejora de la calidad ofrecida por la empresa gracias a la optimización de su rendimiento y racionalización de sus procesos de gestión, pero siempre con el punto de vista puesto en el cliente final, es decir, buscando mejorar continuamente el funcionamiento de la empresa con el fin de incrementar en última instancia la satisfacción que reciben sus clientes. Ayuda a las empresas a contar con controles para gestionar las necesidades de sus clientes.

Méndez (2016), señala que se tiene una justificación práctica cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema, a la toma de decisiones o propone estrategias para resolver estos. Así mismo esta investigación se realiza porque existe la necesidad de conocer la importancia y describir la mejora continua de la gestión de calidad así como también conocer el grado y atributos de la atención al cliente, preocupándose por mantener un buen clima organizacional ya que esto está relacionado con el compromiso de los colaboradores, productividad y calidad de servicio que brinde la empresa.

Esta investigación de manera teórica se basó en las variables de investigación gestión de calidad y atención al cliente, para dar fundamento a la investigación; y de esta manera orientar la investigación desde el campo científico y teorías de diversos autores. Además se presentan diversos antecedentes de estudio a nivel internacional, nacional y local relacionados a las variables.

Méndez (2016), la justificación metodológica se da cuando el proyecto por realizar propone un nuevo método o una nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable. De manera metodológica la investigación empleó la técnica de la encuesta para el recojo de datos primarios, a través del instrumento cuestionario aplicado a los clientes para ambas variables gestión de calidad y atención al cliente, cuya representación se realizará por medio de tablas de frecuencia y su respectivo análisis de resultados.

Finalmente desde el punto de vista social esta investigación, se justifica porque permite a las MYPE en estudio, conocer su realidad y en un futuro tomar las recomendaciones para orientar su gestión en el sistema de gestión de calidad y atención al cliente lo que de forma directa permitirá a la MYPE permanecer en el mercado competitivo en el que se desenvuelve. Además, es un requisito de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (ULADECH) para obtener el Título Universitario de Licenciado en la Escuela de Administración.

Diario Gestión (2020), el presidente Martin Vizcarra habla en horas de cuarentena, crisis por la que está atravesando Perú por motivo de la pandemia COVID 19 – Coronavirus. Detalló sobre las nuevas medidas que se toman en el país con el inicio del aislamiento obligatorio, así como la responsabilidad de

todos los peruanos. Tenemos que lograr un distanciamiento en las personas. El virus no se transmite solo, el virus se moviliza con las personas. Si evitamos que las personas se movilen, paramos al virus.

ULADECH Católica (2020), frente a la situación causada por la propagación del Coronavirus COVID-19 en nuestro país y en todo el mundo, y en respaldo a los lineamientos dados por el Gobierno Peruano mediante Decreto Supremo N°008-2020-SA, la ULADECH Católica con la finalidad de fortalecer las medidas preventivas comunica lo siguiente: En el Centro de Idiomas en Sede Central y filiales, se suspenden a partir del 13 de marzo las clases presenciales del semestre 2020-0 hasta el 18 de abril. Las actividades académicas continuarán desarrollándose a través del campus virtual de idiomas. La ULADECH Católica insta a toda la comunidad universitaria a seguir las recomendaciones de prevención dispuestas por las autoridades sanitarias y a mantener la calma, a fin de salvaguardar la salud de cada uno de nosotros.

Diario El Peruano (2020), el estado peruano ha emitido normas, donde señala sobre los decretos supremos:

Decreto Supremo N° 008-2020, que declara en emergencia sanitaria a nivel nacional por el plazo de noventa (90) días calendario y dicta medidas de prevención y control del COVID 19. Decreto Supremo N° 044-2020-PCM, publicado en el diario oficial El Peruano el 15 de marzo del 2020, se declaró por el término de quince (15) días calendario, el Estado de Emergencia Nacional y se dispuso el aislamiento social obligatorio (cuarentena), por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del brote del COVID 19.

Decreto Supremo N° 051-2020-PCM, decreto que amplía por 13 días calendario el periodo de Estado de Emergencia Nacional por pandemia de coronavirus (COVID 19) declarado en el Decreto Supremo N° 044-2020 PCM, desde el 31 de marzo hasta el 12 de abril de 2020. Decreto Supremo N° 064-2020-PCM, publicado en el boletín oficial de Normas Legales del Diario El Peruano, el ejecutivo oficializó la prórroga del Estado de Emergencia Nacional a partir del lunes 13 de abril hasta el domingo 26 de abril de 2020, por las graves circunstancias que afectan la vida las personas.

La investigación queda delimitada desde la perspectiva temática por las variables gestión de calidad y atención al cliente. Desde la perspectiva geográfica: Centro de Frías; y psicográfica: MYPE, rubro ferreterías y temporal: año 2020.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Variable Gestión de Calidad

Villarroel (2016), en su tesis denominada “Desarrollo del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2008 para Empresa de Tecnología y Servicios Industriales, Indoamericana”, en la Universidad de Chile. Tuvo como objetivo determinar el grado de cumplimiento de los requisitos de la norma internacional ISO 9001:2008 y diseñar el sistema de gestión de la calidad (SGC). En la etapa de investigación se reunió toda la información y documentación existente hasta el año 2011. Se elaboró una lista de chequeo para realizar el diagnóstico inicial y final de la empresa y determinar el número de no conformidades antes y después de la realización de este trabajo. La evaluación final del SGC indicó que se logró solucionar las no conformidades correspondientes a la parte de documentación, con la elaboración del manual de la calidad, los procedimientos y los registros necesarios para su aplicación. Las no conformidades correspondientes a la implementación del sistema quedan como trabajo para la empresa cuando dicho proceso comience.

Concluyendo que se logró desarrollar un sistema de gestión de la calidad según la norma internacional ISO 9001:2008 con el que se logró disminuir el número de no conformidades encontradas, tanto en la auditoría realizada por Bureau Veritas, como las encontradas en el diagnóstico inicial del presente trabajo. Se disminuyó en un 100% las no conformidades de la clasificación documental, quedando 32 no conformidades sin solucionar correspondientes a implementación, operacional y compromiso de la organización, por lo que se

logró disminuir al 27% las no conformidades totales. Se demostró así que el sistema de gestión resultó ser una herramienta para lograr cumplir con los requisitos de la norma ISO 9001:2008.

Escalante (2017), en su tesis titulada “Diseño de un modelo de sistema de gestión de la calidad con fundamento en la Normas ISO 9001:2015 para las microempresas del Sector Metalúrgico de El Salvador” en la Ciudad Universitaria – El Salvador, en el año 2017, la institución que lo respaldó fue la Universidad de El Salvador. Su objetivo de la investigación fue diseñar un modelo de sistema de gestión de la calidad con fundamento en las normas ISO 9001 2015 para las microempresas del sector metalmeccánica de El Salvador. La investigación fue de tipo cuantitativa, con un diseño descriptivo. Llegando a las siguientes conclusiones: En las 3 microempresas seleccionadas para el estudio, se evaluó el cumplimiento de los requisitos con relación a la aplicación de la Norma ISO 9001:2015, donde se evidencia una brecha de 21.1%, 52.5% y 30.6, siendo el promedio 34.7% de no cumplimiento de la norma, los requisitos para la mejora o cierre de la brecha fueron establecidos en el diseño del SGC.

Que la creación de un plan estratégico, se considera elemental para complementar el desarrollo de la organización, considerando que las líneas estratégicas, luego de establecerse los indicadores, pueden permitir la evaluación y seguimiento de las metas propuestas en tiempos específicos. Que luego que se implementó el SGC la empresa tiene la posibilidad de incrementar el logro de sus metas en un 34.7% a un 93%, lo que equivale a una reducción de la brecha de 63.3% a 7%. Además, la mínima brecha que se muestra allí como restante, puede ser alcanzada luego de implementarse el SGC lo que podría llevar a lograr

cerrar totalmente la brecha y llevarla a 0%, indicando que se lograría un cumplimiento de 100% de los objetivos propuestos.

Cañas (2018), indica en su tesis titulada “Análisis de la implementación de un sistema de gestión de calidad bajo la Norma ISO 9001 versión 2015 en la empresa Totality Services S.A.S.”, para optar el título de ingeniero industrial en la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Tuvo como objetivo general estudiar la aplicación de la norma ISO 9001 versión 2015 para diseñar un sistema de gestión de calidad en la empresa Totality Service SAS. La investigación fue de tipo descriptiva, la recolección de datos se realizó la observación directa e investigación documental. Teniendo como conclusiones que la empresa Totality Services S.A.S. en la actualidad no está cumpliendo con los requisitos exigidos por la norma NTC ISO 9001:2015 necesarios para la certificación de su sistema de gestión de calidad, lo cual implica el desarrollo e investigación de las actividades a seguir para cumplir con esta norma. No posee un sistema de indicadores de gestión necesarios para evaluar los resultados del sistema de gestión de la calidad. Se nota la importancia en TOTALITY SERVICES S.A.S. y en sus directivas de trabajar en pro de la calidad.

Picón (2017) en su Tesis titulado Gestión de calidad bajo el enfoque de marketing en el sector comercial, rubro ferreterías, Distrito de Callería, Ucayali, año 2017, tuvo como objetivo principal, determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Marketing, en las MYPE del Sector Comercial Ferreterías, del distrito de Callería, año 2017. El desarrollo de la investigación se realizó bajo metodología de investigación del tipo descriptivo – correlacional - no experimental. Para tal efecto, se aplicó un cuestionario estructurado de 19

preguntas mediante la técnica de encuesta a 27 emprendedores de MYPE de ferreterías, obteniendo como resultados: De los emprendedores: se caracterizan por estar principalmente en el rango de edad “adulto” de 40 a 50 años (40.7%). La mayoría de sexo masculino (77,8%) y formación técnica (44.4%); los empíricos están representados por 25.9%.

En Gestión de Calidad: el 63.0% desconoce conducir una empresa con gestión de calidad; 74,1% no ha definido su misión, visión y valores, lo que origina falta de dirección. El 70.4% no se capacitó en marketing; tampoco aplicaron el análisis situacional FODA (59.3%). En Marketing: no tienen Plan de Marketing (66.7%), por lo tanto su aplicación en empírica; el 37.0% indica no es necesario. Sin embargo, el 74.1% está al tanto de su competencia; tiene definido su mix de producto (70.4%); a delimitado su público objetivo (85.2%) y 88.9% busca posicionarse en el mercado. No utiliza merchandising propio (77.8%). La comunicación que se realiza al cliente es también empírica (55.6%). No contrata subdistribuidores (63.0%). Finalmente, consideran que el posicionamiento que tiene en el mercado no se debe al marketing (66.7%).

Leyva (2019) en su investigación “Gestión de calidad con el uso de la tecnología de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Casma, 2018”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las Micro y Pequeñas empresas del Sector Comercio, rubro Ferretería en la ciudad de Casma, 2018. La investigación fue de diseño No experimental – Transversal – Descriptivo, en la

cual se utilizó una población y muestra de 14 Micro y Pequeñas empresas, posteriormente se recopiló información mediante la técnica de la encuesta, aplicando un cuestionario de 18 preguntas a las Micro y Pequeñas empresas, obteniéndose los siguientes resultados: El 57.1% de los representantes de las MYPE encuestadas tienen entre 31 a 50 años y el 42.9% tienen como grado de instrucción superior universitaria. El 64.3% de las MYPE lleva en el rubro de 7 a más años y el 85.7% cuentan con 1 a 5 trabajadores.

En cuanto a la gestión de calidad, el 57.1% si conoce el término gestión de calidad y el 78.6% considera que si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. Respecto a las TIC, el 64.3% de MYPE no utiliza las herramientas TIC y el 42.9% menciona que no hace uso de estas debido al costo de inversión. Finalmente se concluyó que la mayoría de las MYPE conocen las herramientas TIC, pero no hacen uso de ninguna de estas herramientas, esto debido al costo de inversión.

Gamarra, (2017) en sus tesis titulada Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Huarney, 2016. Tuvo como objetivo, determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarney, 2016. Se obtuvo los siguientes resultados: el 55% de los empresarios tienen entre 31-50 años de edad. El 67% de los empresarios respondieron que son de sexo masculino. El 61% tienen grado de instrucción secundaria. El 100% de las Micro y Pequeñas Empresas son formales. El 61% de las Micro y Pequeñas Empresas

fueron creados con la finalidad de generar ganancia. El 44% de los empresarios señalaron que el nivel de servicio que prestan es la prontitud en la atención. El 72% de los empresarios si conocen el término de gestión de calidad, pero el 72% no utilizan las Tecnologías de Información y Comunicación.

Concluyendo que, los empresarios tienen edad promedio de 31 a 50 años, son de sexo masculino, tienen grado de instrucción secundaria, las Micro y pequeñas empresas son formales, se crearon para generar ganancia, y atienden con prontitud. Sus propietarios conocen la gestión de calidad pero no usan las Tecnologías de Información y Comunicación.

Velásquez (2020) en su investigación “La gestión de calidad y el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del distrito de Sullana, año 2018”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Tuvo por objetivo general determinar las características de la gestión de calidad y el marketing en la micro y pequeñas empresas en el rubro ferretería en el distrito de Sullana, año 2018, la investigación es de tipo descriptivo, nivel cuantitativa se escogió una muestra de 30 MYPE rubro ferreterías del distrito de Sullana a quienes se le aplicó una encuesta de 20 preguntas y se obtuvieron los siguientes resultados, se observa que el 65,5% de los propietarios encuestados consideran que están muy en acuerdo de que las MYPE dependen de sus clientes, mientras el 17,24% se considera que le es indiferente, mientras que el 17,24% está en un desacuerdo. Se observa que el 86,21% de los propietarios encuestados consideran que están muy en desacuerdo que clasificar sus productos ayude a atender mejor a los clientes, mientras el 13,79% se considera que están indiferentes.

Se observa que el 79,31% de los propietarios encuestados consideran que están muy en desacuerdo que los trabajadores deben tener experiencia en atención al cliente, mientras el 20,69% se considera que están indiferentes. Se concluye que después de observar los resultados de la investigación se puede identificar que los principios de la gestión que se aplica a las MYPE ferreterías que se basan dependen de su enfoque de sus clientes. Se determina que el planeamiento del marketing busca un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos van obtener lo que necesitan, dado que la organización cumple con los requerimientos del consumidor o cliente ya que define el producto, el definir sus precios, promover y 83 distribuirlos a cada MYPE así concluimos que el planeamiento ayuda a buscar el proceso de MYPE.

Se recomienda prestar mayor importancia a sus trabajadores teniendo en cuenta que los procesos, planeación y las características que inicia desde que está en a nuestros locales hasta que se marcha, no descuidándose en ningún momento, un simple error puede ocasionar que el cliente se valla insatisfecho.

Castillo (2019) en su investigación denominada “Caracterización de gestión de calidad e innovación de servicios en las MYPE, rubro Ferreterías Piura centro, año 2017”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Estableció como objetivo determinar las Características que tiene la Gestión de Calidad e Innovación de Servicios de las MYPE, rubro Ferretería Piura Centro, año 2017. La metodología empleada para esta investigación es de nivel descriptiva, tipo cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal, siendo la técnica de recojo de datos la encuesta y el instrumento el cuestionario estructurado con preguntas cerradas de escala nominal. Así mismo en análisis de

resultados se identificó con respecto al primer objetivo específico, en los beneficios de la gestión de calidad el 100% de los clientes si se les brinda productos sustitutos de distintas marcas a menor precio en las ferreterías que acuden. Por otro lado se conoció que respecto al segundo objetivo específico, la importancia de la gestión de calidad el 100% de clientes si consideran que es de mucha utilidad las ferreterías en el centro de Piura.

También se identificó que con respecto al tercer objetivo específico, cualidades que tiene la innovación de servicios el 97,06% de los clientes encuestados respondieron que los trabajadores si logran detallar las características del producto. Así mismo se conoció que con respecto al cuarto objetivo específico, los tipos de innovación de servicios el 82,35% de los clientes encuestados respondieron que las ferreterías si les brindan catálogos para observar la variedad de productos.

Finalmente se concluye que las MYPE que se encuentran ubicadas en el Centro de Piura del rubro Ferreterías deben seguir reforzando día a día el sistema de Gestión de Calidad e Innovación de Servicios así optimizaran su demanda en la venta de materiales y herramientas logrando tener participación en el desarrollo de proyectos urbanos y rurales.

Chapilliquén (2019) en su tesis “Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción al cliente en las MYPES del sector comercio rubro ferreterías en la avenida Piura - distrito de Tumbes, año 2019”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Se formuló el siguiente objetivo de investigación: Determinar la caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MYPE del sector comercio rubro ferretería en la

Avenida Piura - Distrito de Tumbes, año 2019. Utilizando una metodología de investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal; con una población de diez (10) MYPE y con una muestra de 68 clientes, aplicando la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de datos se concluyó que según el objetivo específico 02 se determina que los principios para ofrecer un producto de calidad, la empresa hace estudio de las condiciones económicas de sus clientes para poderles ofrecer un producto, teniendo en cuenta la comunicación, la motivación y el liderazgo por parte de los miembros de la empresa para llegar hacia sus clientes.

Según el objetivo específico 03 se concluye que para determinar las características de satisfacción de los clientes la empresa se enfoca en la buena calidad e higiene del producto, de igual manera consideran la atención al cliente como parte fundamental para que se sienta satisfecho.

2.1.2. Variable Atención al Cliente

Solís (2018) en su investigación denominada “Servicio al cliente en las ferreterías del Municipio de Salcajá departamento de Quetzaltenango”; presentada en la Universidad Rafael Landívar de Guatemala. La presente investigación utilizó un tipo de investigación descriptiva., por lo que se presentan antecedentes de revistas, periódicos, tesis y páginas de internet así como bibliografías de libros, sobre las variables calidad en el servicio, satisfacción del cliente, capacitación en el servicio al cliente y gestión de la experiencia del cliente, para llevar a cabo la investigación se tomó en cuenta la opinión de clientes, gerentes y colaboradores, por medio de cuestionarios para alcanzar el objetivo de la investigación. Se determinó que el servicio al cliente

que proporcionan las ferreterías no cubre las expectativas de los consumidores, creando insatisfacción en los mismos, provocando deslealtad condicionada por la misma empresa. Los clientes expresaron insatisfacción en cuanto al servicio, ya que estos esperan ser atendidos con mayor formalidad, amabilidad y rapidez, así mismo dijeron que la sala de ventas no llena las expectativas en cuanto a higiene, orden e iluminación.

Mejía (2016) en su tesis denominada “Propuesta para mejorar el servicio al cliente de las empresas de ferretería y tlapalería de la heroica ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca, para impulsar su competitividad”; presentada en la Universidad Tecnológica de la Mixteca de México. Esta investigación se realizó con un enfoque cualitativo. La investigación es de tipo exploratorio, descriptiva y de diseño transversal. Se realizó un muestreo no probabilístico, por conveniencia, respetando la proporción de los tres grupos de clientes identificados para las empresas de ferretería y tlapalería de esta ciudad. A partir de estos criterios se seleccionaron 20 clientes. Se concluye que existe una brecha entre la atención al cliente proporcionada por los propietarios y por los empleados de ventas de las empresas. Se distinguieron dos procesos diferentes, el primero realizado por el propietario, quien lleva a cabo siete pasos para atender a un cliente y los empleados que solo emplean cuatro pasos. Se concluye que esta diferencia era uno de los principales motivos por los que los clientes prefieren ser atendidos por los propietarios o gerentes más que por los empleados.

Otro punto que se encontró es que en las empresas en las que se encuentran los propietarios, la resolución de problemas a las necesidades de los clientes es

más rápida. En las empresas en las que se encuentra a cargo un gerente resolver los problemas que se presentan, resulta un proceso más lento.

Alaniz, Rocha y Castillo (2016) en su investigación “Estrategias de servicio al cliente en la Ferretería Franklin en la ciudad de Estelí en el año 2016”, presentada en la Universidad Autónoma de Managua. Tuvo como objetivo determinar la efectividad de las estrategias de Ferretería Franklin en la atención de sus clientes en el año 2016, con el fin de mejorar los niveles de satisfacción en los clientes utilizando al marketing como herramienta de influencia en las ventas en la ferretería. Esta investigación es aplicada y cuantitativa. El universo de estudio son 500 clientes. El muestreo es probabilístico aleatorio simple. . El trabajo de campo se enfocó en la Ferretería Franklin donde se aplicaron entrevistas semi-estructuradas a los propietarios como a los trabajadores, a los clientes se les aplicó una encuesta para analizar desde su posición la efectividad de las estrategias implementadas por la empresa.

A través de los resultados obtenidos mediante los instrumentos aplicados se llegó a la conclusión de que la publicidad es importante no solo para ser conocidos sino reconocidos dentro del mercado esta misma debe ir de la mano con las necesidades que presenta los clientes potenciales para lograr lo mismo deben de realizar un análisis de mercado y así realizar las estrategias que permitan el mejor funcionamiento de la empresa, asimismo solucionar las debilidades que afectan a la misma.

Taípe (2018) en su investigación “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPE del sector comercial, rubro ferreterías, distrito de Satipo, año 2017”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles

Chimbote – Junín. Se realizó para determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las MYPE del Sector Comercial, rubro Ferreterías, distrito de Satipo, año 2017. La misma que se desarrolló bajo metodología de investigación del tipo descriptivo, no experimental, transversal. En el trabajo de campo, se aplicó un cuestionario estructurado de 16 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto al propietario: Edad, la mayoría son jóvenes porque están en el rango “de 29 a 39 años”, 47,4%; participan ambos sexos, femenino (63,2%) y masculino (36,8%); de formación académica, “universitario” (57,9%) y “técnico” (36,8%). Respecto a la empresa: el 100.0% de las MYPE encuestadas están formalizadas y su principal interés ha sido el “acceso al crédito bancario”. El 52,6% de los negocios de ferreterías tienen poco tiempo en el mercado “de 1 a 3 años” y tienen de 1 a 4 trabajadores.

Asimismo, 63,2% de las MYPE tienen a sus trabajadores en planilla. Respecto a gestión y atención al cliente: no definieron su misión y visión; si cuenta con plan de negocios. Los microempresarios aseguran que la infraestructura de la MYPE facilita la atención cliente (100.0%); 78,9% capacita al personal para brindar un buen servicio; de igual manera 63,2% practica un protocolo de atención al cliente; 94,7% considera las sugerencias del cliente para mejorar su nivel de servicio. Finalmente, el 100.0% de los encuestados tiene como objetivo la fidelización del cliente y los colaboradores tienen actitud de servicio en las ferreterías (89,5%).

Yacupoma (2018) en su investigación titulada “La gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarmey; caso: Ferretería Santa María S.A.C, año 2016”, presentada en la

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote – Ancash. Tuvo como objetivo Determinar las características de la Gestión de calidad en atención al cliente en micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarmey; caso: ferretería Santa María S.A.C, año 2016. El diseño de investigación fue no experimental-transversal-descriptivo. De una población de 13 MYPES se determinó una muestra dirigida de 8 aplicando un cuestionario de 15 preguntas. Obteniendo como resultados: el 50 % de los representantes tienen entre 33 a 45 años. El 62,5 % son masculinos. El 100 % de Las MYPES son formales. El 100 % aplican una gestión de calidad para atención a los clientes. El 62,5 % de las MYPES han aplicado técnicas modernas para la mejora de la gestión de calidad. El 100 % brindan una atención de buena calidad a los clientes.

Concluyendo que los empresarios tienen una edad promedio de 33 a 45 años, de sexo masculino, las MYPES son formales, aplican una gestión de calidad a los clientes, aplican técnicas modernas para la mejora de la atención al cliente, y su prioridad es la buena atención con amabilidad. Respecto al caso: el representante tiene entre 33 a 45 años, sexo masculino, la MYPE es formal, aplican una gestión de calidad para atención a los clientes, aplican técnicas modernas y su prioridad es la atención con amabilidad, concluyendo que el representante de la Ferretería Santa María S.A.C tiene 36 años, de sexo masculino, la MYPE es formal, aplican una gestión de calidad, aplican técnicas modernas, su prioridad es la atención con amabilidad.

Melo (2018) en su tesis “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en el sector comercial, rubro ferreterías, Clúster Jr. 7 de Junio distrito de Callería, año 2017”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles

Chimbote – Ucayali. El objetivo principal de la presente investigación ha sido determinar la Gestión de la Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPE del sector comercial, rubro ferreterías, clúster Jr. de Junio, distrito de Callería, año 2017. Se desarrolló bajo la metodología de investigación del tipo descriptivo – correlacional - no experimental, donde se aplicó un cuestionario estructurado de 24 preguntas a través de la técnica de encuesta, obteniéndose como resultados: Respecto al emprendedor: Edad, están en los rangos de 29 a 39 años (30,8%) y de 40 a 49 años (34,6%); predomina el género masculino (69.2%); en formación destaca “empírico” (53.8%). Respecto a la empresa: 76,9% de las MYPE encuestadas están formalizadas; el principal interés de formalizarse es el “acceso a créditos de la banca”. La mayoría son MYPE jóvenes de 1 a 3 años (42,3%) y con poco personal, pero solo el 23.1% registró a sus trabajadores en planilla.

Respecto a la gestión y atención al cliente: el 30.8% no tiene plan de negocios; 76,9% no definió su misión, visión y valores; en consecuencia 46,2% no evidencia una gestión de atención al cliente; 61.5% no cuenta con local propio y en 46.2% sus instalaciones no facilitan un buen servicio. Un 80,8% no capacitan al personal ni promueven una cultura de buen servicio (53,8%); tampoco recoge sugerencias ni reclamos del cliente (73.1%). Finalmente, los microempresarios (61.5%) indican que su personal no tiene actitud de servicio: 53.8% de ellos, no desea capacitarlos.

García (2017), “Caracterización del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio-Rubro Venta de Artículos de Ferretería del Distrito de Sullana”, investigación realizada

para optar el título de Licenciado en Ciencias Administrativas, cuyo objetivo general fue determinar las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio del Rubro Venta de Artículos, justificándose en que el estudio permitirá tener ideas mucho más acertadas de cómo opera el financiamiento y la capacitación en el accionar de las micros y pequeñas empresas. La metodología empleada fue de tipo no experimental, de carácter descriptivo, debido a que se recolectaron datos en un solo momento y en un tiempo único, la población estuvo conformada por las MYPE del rubro venta de artículos de ferretería, y la muestra fue de 40, para lo cual se empleó como técnicas de recolección el cuestionario.

Se concluyó que en su mayoría los representantes legales son adultos varones, con educación 31 secundaria, dedicándose al negocio por más de tres años, iniciándose con capital propio, contando con un máximo de cinco trabajadores, formándose para crecer económicamente, la gran parte obtuvo crédito de banco, sin embargo no han recibido capacitación, siendo así su rentabilidad ha mejorado en los últimos dos años.

García (2020) en su investigación denominada “Caracterización de la capacitación y atención al cliente de las MYPE del rubro grifos de la ciudad de Piura año 2017”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Se estableció como objetivo general: Determinar las características de la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro grifos de la ciudad de Piura, año 2017. Con metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y corte transversal. Las unidades económicas son 04 MYPE comerciales del servicio rubro grifos, donde la población está conformada por

los 25 trabajadores en la variable capacitación e infinita en la variable atención al cliente. La muestra es de 25 trabajadores en la variable capacitación y 384 en la variable atención al cliente. Empleando como técnica de recolección de datos la encuesta e instrumento el cuestionario. Los principales resultados y conclusiones son: Para la variable capacitación se tiene: (a) 100 % capacitación formal, (b) 100 % en la dimensión mejora del conocimiento del puesto que ocupa. En la variable atención al cliente afirman que: el 100 % responden en la dimensión importancia del costo y el 94 % innovación empresarial.

Acha (2019) en su tesis denominada “Caracterización de la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro Hoteles Una Estrella del Centro Piura, año 2017”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Tuvo como objetivo de lograr identificar las características que tiene la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017. Se empleó metodología de nivel descriptiva, tipo cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal empleando fuentes primarias y secundarias para la obtención de datos, además para el análisis de resultados se empleó tablas con su respectiva interpretación, obteniendo como resultado que los trabajadores mayoritariamente reciben capacitación pre ingreso, mayoritariamente consideran actualizar los conocimientos, finalmente mayoritariamente consideran indispensable la experiencia; sin embargo mayoritariamente no poseen habilidades técnicas.

Por otro lado no se sienten motivados en su trabajo. Respecto a la atención brindada a clientes encuestados mayoritariamente son atendidos, pero aún no cumplen sus expectativas en calidad de servicio y atención, no se sienten

comprometidos con ellos; es decir aun no crean valor, sin embargo en infraestructura mayoritariamente si están de acuerdo, a pesar que aún falta mejorar.

García (2017), tituló su investigación “Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro ferreterías del AA-HH San Pedro – Piura”, año 2017 de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, tiene por objetivo analizar los elementos que contribuyen a que las MYPE sean más sostenibles y competitivas y logren enfrentarse a este mundo tan globalizado pudiendo así de esta manera contribuir al crecimiento económico del país. La metodología a utilizar en la investigación fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, con un diseño no experimental de corte transversal. La población está constituida por trabajadores y 56 clientes. Se hizo uso de la encuesta como técnica de recolección de datos y como instrumento es el cuestionario.

De los datos analizados se concluye que la capacitación al personal brinda múltiples beneficios como la generación de confianza, logro de metas, brindar solución a los problemas, una mejor comunicación y mayor habilidad en la toma de decisiones lo que les va a permitir tener una mejora en el desempeño de cada una de 15 sus actividades y tener una respuesta ágil ante los cambios que se presentan día con día. Se recomienda así que las MYPE dedicadas al rubro ferretería se encuentren en constante capacitación y estar acorde a la tecnología, para poder subsistir, debido a que existe una gran competencia en el mencionado rubro, por esta razón es necesario que las MYPE mantengan un alto índice de competitividad para liderar en el mercado.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Variable Gestión de Calidad

Riquelme (2015), define como el conjunto de acciones que son determinadas para llevar a cabo las diferentes misiones que tiene una empresa; la administración de un negocio se basa en la calidad como factor de superioridad a diferencia de los otros, su enfoque se orienta a la determinación de la calidad a través de un proceso de mejora continua.

Hernández, Barrios & Martínez (2017), define a la gestión de la calidad, como nuevo enfoque gerencial, permite a organizaciones convertirse en entidades de avanzada en los senderos de la gestión del conocimiento, basada principalmente en el recurso más importante, el recurso humano y sus conocimientos. La verdadera capacidad empresarial no está representada en la cantidad de información con que cuenta, sino en la capacidad para utilizarla.

SGC (2018), indica que un sistema de Gestión de Calidad se podría definir como el conjunto de actividades ordenadas y coordinadas que permiten ofrecer productos o servicios de calidad para a satisfacción de los clientes; esto es que, son componentes susceptibles a la planeación, control y mejora continua, de forma que, cumplan con los requisitos y superen las expectativas de los clientes.

2.2.1.1 Gestión de Calidad bajo la norma ISO 9001-2015:

ISO (2016), define que la gestión de la calidad no es un elemento rígido, sino que necesita renovarse constantemente para poder satisfacer las nuevas necesidades de las empresas y de sus clientes. La nueva norma ISO 9001, tiene como principal cometido la mejora de los niveles de satisfacción de los clientes.

El enfoque de la nueva norma ISO 9001:2015 se basa en la gestión de los riesgos, el Sistema de Gestión de calidad (SGC) y la estructura funcional de la empresa, poniéndose especial énfasis en la interconexión y las relaciones existentes entre estos tres elementos. El análisis de riesgos, con una vocación preventiva, pasa a tener una importancia capital en la filosofía de esta norma. Se pone el acento, por lo tanto, en la necesidad de identificar los riesgos para poder eliminarlos o minimizar sus consecuencias a través, principalmente, de la puesta en marcha de procesos de mejora continua del sistema.

Natividad (2017), definió que la norma ISO 9001:2015, son la base del sistema de gestión de la calidad ya que son normas internacionales que permiten guiar a la empresa en lograr una administración del sistema con el fin de aumentar la efectividad de la propia empresa. Como también adicionalmente estas normas permiten administrar de la mejora los productos y servicios de las empresas. Donde de estas normas, se pudieron determinar los requisitos para su implantación de un buen sistema de gestión de la calidad.

2.2.1.2. Componentes de Gestión de Calidad

Garrido (2018), señala los siguientes componentes:

1. Estructura organizacional: es la jerarquía de funciones y responsabilidades que define una organización para lograr sus objetivos. Manera en que la organización organiza a su personal, de acuerdo a sus funciones y tareas, definiendo así el papel que ellos juegan en la misma.
2. Planificación: constituye al conjunto de actividades que permiten a la organización trazar un mapa para llegar al logro de los objetivos que se ha planeado.

3. Recursos: es todo aquello que vamos a necesitar para poder alcanzar el logro de los objetivos de la organización (personas, equipos, infraestructura, dinero, etc.).

4. Procesos: conjunto de actividades que transforman elementos de entradas en producto o servicio. Todas las organizaciones tienen procesos, pero no siempre se encuentran identificados. Los procesos requieren de recursos, procedimientos, planificación y las actividades, así como sus responsables.

5. Procedimientos: son la forma de llevar a cabo un proceso. Es el conjunto de pasos detallados que se deben de realizar para poder transformar los elementos de entradas del proceso en producto o servicio. Dependiendo de la complejidad, la organización decide si documentar o no los procedimientos.

2.2.1.3. Beneficios de Gestión de Calidad

Chamorro (2016), de manera genérica, un buen sistema de gestión de la calidad nos ayuda a mejorar nuestra posición competitiva e imagen tanto interna como externamente, aquí se señala los beneficios de la gestión de calidad.

1. Satisfacer al cliente: la principal finalidad que se persigue de la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad es poder cumplir con todas las expectativas que establece el cliente. Todo el proceso se encuentra orientado hacia ese objetivo.

2. Obtención de nuevos clientes: el cumplimiento de los estándares que un Sistema de Gestión de Calidad determina, ofrece seguridad ante clientes potenciales. La captación de nuevos clientes se debe a la buena imagen que proyecta el hecho de que una organización ofrezca bienes y servicios de calidad y esto pasa por adoptar un Sistema de Gestión de Calidad que avale los

procedimientos llevados a cabo como el resultado del proceso productivo. Al contar con la certificación en la norma ISO 9001, se asegura una excelente atención al cliente que ayuda a la captación.

3. Diferenciación de la competencia: una organización que cuente con un certificado en la norma ISO 9001, siempre destaca por encima de la competencia. El hecho de contar con un Sistema de Gestión de Calidad certificado proyecta una imagen muy positiva sobre los clientes potenciales que hace que la organización prevalezca frente a otras.

4. Reducción de costes sin que afecten a la calidad: es necesario mejorar la calidad de un producto o servicio sin que la calidad del mismo sea afectada. Se trata de optimizar el proceso y eliminar los costes superfluos de tiempo o recursos.

2.2.2. Variable Atención al Cliente:

Yzaguirre (2019), define la atención al cliente es uno de los elementos que mayor capacidad de diferenciación aporta al proceso de ventas. Una buena atención al cliente es imprescindible para conseguir su fidelidad. Es esencial para todo negocio, ya que una buena atención trae consigo más clientes.

Bueno (2018), señala la atención al cliente se debe entender como un conjunto de actividades y comportamientos que se relacionan entre sí con el objetivo de que el cliente obtenga una satisfacción en el momento y lugar adecuado.

Villalobos (2019), indica el servicio al cliente es el servicio o atención que una empresa o negocio le brinda a sus prospectos desde el momento de ofrecer sus productos o servicios. Para los profesionales del comercio, el servicio no

termina en el departamento de mantenimiento, ni al dar solución a un problema. Es un proceso continuo de seguimiento para atender las necesidades del cliente.

2.2.2.1. Importancia de la Atención al Cliente:

Corrales (2019), indica que el servicio al cliente es uno de los pilares de la rentabilidad y el posicionamiento de cualquier negocio, pues se centra de manera directa en la satisfacción de los consumidores y en la optimización de su experiencia e interacción con una marca. Precisamente, el servicio al cliente busca hacer sentir a gusto a los usuarios con su interacción y relación con una compañía o marca para que nunca la olviden y siempre la consideren una de sus principales alternativas de compra.

2.2.2.2. Factores de la Atención al Cliente

Carrillo (2020), señala los siguientes factores:

- Relación con el cliente, se establece un contacto con el cliente, dejándole en claro la importancia para el negocio. Implica el manejo de emociones, la amabilidad que tiene el trabajador y que demuestra al consumidor.
- Relaciones internas, implicada en la capacidad para relacionarse directamente, entablar conversaciones amenas e interés. Las relaciones entre los principales encargados y los trabajadores, permite que se establezca y se mantenga un clima laboral afectuoso, que todo el personal labore de manera conjunta a beneficio de ambas partes.
- Atención personalizada: Ofrecerle al cliente una experiencia única, de acuerdo a las condiciones que él requiere. El cliente percibe que el trabajador tiene la capacidad de ser empático y conocer sus propósitos y expectativas.

2.2.2.3. Estrategias de Atención al Cliente:

Gonzales (2015), estableció estrategias que permitirían otorgar al cliente una experiencia positiva:

- Estrategias enfocadas a la seguridad del cliente: Las estrategias empleadas a garantizar la estancia segura a los consumidores, comprometerse en cumplir los requerimientos legales para prevenir riesgos o accidentes dentro del área de trabajo.
- Protocolo de atención: Estipular un patrón original de atención, las pautas para garantizar al trabajador una experiencia de compra placentera y añadir un valor agregado. Perciba lo más resaltante de toda la empresa.
- Estrategias enfocadas a medir la satisfacción del cliente: A través de estas estrategias, será más fácil entender al cliente y conocer cuáles son sus preferencias y adaptarse a su requerimiento.

III. HIPÓTESIS

Arias (2016), señala que en esta investigación no se planteó hipótesis por tratarse de una investigación descriptiva, ya que sólo se va a conocer las costumbres, situaciones y actitudes a través de la descripción exacta de las actividades, procesos y las relaciones que existe entre las variables.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

Martínez (2017), define que el nivel de investigación es descriptivo puesto que solo se limita a observar el tema de estudio en el ámbito natural y describir las características de éste. Los diseños descriptivos están hechos para describir con mayor precisión y fidelidad posible, una realidad empresarial o social.

Rodea (2015), señala que es de tipo cuantitativa porque examinará los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la estadística. Recoge y analiza datos sobre las variables y estudia las propiedades y fenómenos de la situación problemática de manera objetiva, así los resultados se pueden generalizar, para que exista metodología cuantitativa deber haber claridad entre los elementos del problema de investigación que conforman el problema.

Hernández Sampieri (2016), indica que el diseño de la investigación es no experimental, debido a que no se realizó manipulación intencional de alguna de las variables en estudio; y a su vez de corte transversal; ya que el recojo de datos se dará en un solo momento. Los diseños no experimentales como “Estudios que se realizan sin manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.

4.2. Población y muestra

La unidad de análisis de la presente investigación “Gestión de calidad y atención al cliente” está conformada por 4 MYPE, ubicadas en Frías, es un muestreo por conveniencia no probabilístico.

Cuadro 1: Relación MYPE

MYPE	Dirección	RUC	Número de trabajadores
Corporación Pachas S.R.L	Calle Piura n° 566	20529954264	2
Ferretería Umbo	Av. Las Palmeras N° 106	10031306146	1
Ferretería El Primo	Calle Arequipa n° 212	10031182498	2
Ferretería Umbo Junior	Calle Arequipa n° 130	10422824915	1

Fuente: Elaboración propia

Muestra

La muestra de la investigación, estará conformada para ambas variables (Gestión de Calidad y Atención al cliente) por los propietarios y clientes de las MYPE rubro ferreterías de Frías.

Muñoz (2015), la muestra viene a ser el número de elementos que son elegidos o se eligen al azar, los cuales serán tomados de un universo para que dichos resultados se puedan obtener en un momento determinado.

Población Finita: Aquella donde los elementos son identificados por el investigador, es decir se conoce la población. Por lo tanto para el caso de la variable Gestión de Calidad se constituye por una población finita ya que se conoce la población a estudiar.

Población Infinita: Aquella donde es imposible conocer la población a estudiar. Por lo tanto la para el caso de la variable Atención al Cliente, se constituye por una población infinita, ya que no se pueden lograr conocer el número de la población.

Al considerarse una población infinita. La muestra de clientes se calculará con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Donde:

Z^2 = Grado de confiabilidad (1.92)

e = Margen de error (0.7%)

p = Probabilidad que ocurra (0.5%)

q = Probabilidad que no ocurra (0.5%)

Por lo que el tamaño de la muestra será de 195 clientes.

$$\begin{aligned} n &= \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2} \\ n &= \frac{1.955 \times 0.50 \times 0.50}{0.07^2} \\ n &= \frac{3.822025 \times 50 \times 50}{0.0049} \\ n &= \frac{0.95550625}{0.0049} \end{aligned}$$

n = 195.

Criterios de Inclusión y Exclusión

Para las variables Gestión de calidad y Atención al Cliente, la población está constituida por los propietarios y clientes de las MYPE rubro ferretería en Frías, año 2020.

Criterios de Inclusión:

- Propietarios de las MYPE ubicadas en Frías.
- Personas mayores de 18 años.

Criterios de Exclusión:

- Personas (propietarios) que no se encuentran en la capacidad de proporcionar información sobre las variables del estudio: Gestión de calidad y Atención al cliente.
- Propietarios que no tengan el tiempo disponible.

4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	ESCALA
Gestión de Calidad	Riquelme (2015). Es el conjunto de acciones que son determinadas para llevar a cabo las diferentes misiones que tiene una empresa; la administración de un negocio se basa en la calidad como factor de superioridad a diferencia de los otros, su enfoque se orienta a la determinación de la calidad a través de un proceso de mejora continua.	Componentes	Estructura organizacional Planificación Recursos Procesos Procedimientos	La dimensión componentes se medirá con sus indicadores (estructura organizacional, planificación, recursos, procesos) con el método de la encuesta y el instrumento que es el cuestionario con escala nominal.	Nominal
		Beneficios	Satisfacer al cliente Nuevos clientes Diferenciación Reducción de costes	La dimensión beneficios se medirá con sus indicadores (satisfacer al cliente, nuevos clientes, diferenciación, reducción de costes) con el método de la encuesta y el instrumento que es el cuestionario con escala nominal.	

Atención al Cliente	<p>Yzaguirre (2019), la atención al cliente es uno de los elementos que mayor capacidad de diferenciación aporta al proceso de ventas. Una buena atención al cliente es imprescindible para conseguir su fidelidad. Es esencial para todo negocio, ya que una buena atención trae consigo más clientes.</p>	Factores	<p>Relación con el cliente</p> <p>Relaciones internas</p> <p>Atención personalizada</p>	<p>La dimensión factores se medirá con sus indicadores (relación con el cliente, relaciones internas, atención personalizada) con el método de la encuesta y el instrumento que es el cuestionario con escala nominal.</p>	Nominal
		Estrategias	<p>Estrategias de seguridad</p> <p>Protocolo de atención</p> <p>Estrategias de medición de satisfacción</p>	<p>La dimensión estrategias se medirá con sus indicadores (estrategias de seguridad, protocolo de atención, estrategias de medición de satisfacción) con el método de la encuesta y el instrumento que es el cuestionario con escala nominal.</p>	

Fuente: *Elaboración propia*

4.4. Técnicas e Instrumentos:

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicará la técnica de la encuesta que busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, no modifica el entorno ni controla el proceso que estuvo en observación. Los datos se obtienen a partir de la realización de un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. El cuestionario utiliza un listado de preguntas escritas que se entregaron a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito.

Debido al aislamiento social que estamos enfrentando por la pandemia, no se ha podido encuestar de forma directa la muestra de la población total. Entonces se optó por aplicar el 20% de la población de forma directa, que equivale a 39 personas encuestadas, teniendo en cuenta las medidas preventivas. Y el 80% de la población que equivale a 156 personas encuestadas, se realizó a través de la tecnología (Llamadas, WhatsApp, Messenger, correo electrónico).

Según Sampieri (2015), los cuestionarios suelen clasificarse según el modo en que son contestados en dos tipos:

- Respuesta directa (aquellos que el sujeto complementa de un modo personal).
- Respuesta indirecta (en los que el encuestador va anotando las contestaciones verbales).

A pesar de que los cuestionarios, fueron desarrollados para ser realizados en persona, lápiz y papel, con la asistencia del entrevistador, se produjo un importante impulso en su utilización con la introducción

de las sucesivas innovaciones en los medios de comunicación, el correo postal, el teléfono y finalmente Internet. Es importante resaltar los beneficios de los distintos medios de administración a distancia.

4.5. Plan de análisis:

Para la recolección de datos se realizaron visitas previas a las MYPE del rubro ferreterías de Frías, con el propósito de coordinar con los representantes y/o dueños de estas, para determinar si estos se encuentran dispuestos a proporcionar la información suficiente para el trabajo de investigación. Finalmente, luego se realizó las coordinaciones pertinentes, para proceder a la aplicación del cuestionario (encuesta). Las MYPE encuestadas han sido seleccionadas por conveniencia del investigador. Luego de la obtención de datos se procedió a codificarlos, para mantener el orden y posteriormente elaborar los cuadros estadísticos, mediante un Programa estadístico de los cuales se realizó el análisis e interpretación de los datos, para el análisis de resultados y la elaboración de las conclusiones. Además para la elaboración de la tabulación, análisis y la interpretación de los datos se ejecutaron haciendo uso de los programas Microsoft Office Excel 2010.

4.6. Matriz de Consistencia

Enunciado	Problema	Objetivos	Hipótesis	Metodología
<p>Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020</p>	<p>¿Qué características tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020?</p>	<p>Objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro ferreterías de Frías, año 2020.</p> <p>Objetivos específicos: (a) Identificar los componentes de la gestión de calidad en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020 (b) Determinar los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020 (c) Conocer los factores relevantes de la atención al cliente en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020; (d) Describir las estrategias de la atención al cliente en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020.</p>	<p>Arias (2016), En esta investigación no se planteó hipótesis por tratarse de una investigación descriptiva.</p>	<p>Tipo de Investigación: Cuantitativo</p> <p>Nivel de investigación: Descriptiva</p> <p>Diseño: No experimental, corte transversal</p> <p>Universo y Población: 4 MYPE del distrito de Frías.</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

4.7. Principios éticos

Este trabajo de investigación se realizó con total transparencia al momento de realizar la recolección de datos de la población en estudio; además se puso énfasis en la autenticidad de los resultados obtenidos, la confidencialidad de las encuestas aplicadas fue de estricto carácter y honestidad al momento de realizar los análisis. Además se respetaron los derechos del autor.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Objetivo 1: Identificar los componentes de la gestión de calidad en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020.

Tabla 3: ¿La empresa está alcanzando sus principales objetivos?

<u>Categoría</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
SI	3	75%
NO	1	25%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los 4 propietarios de las MYPE.
Elaborado por la autora.

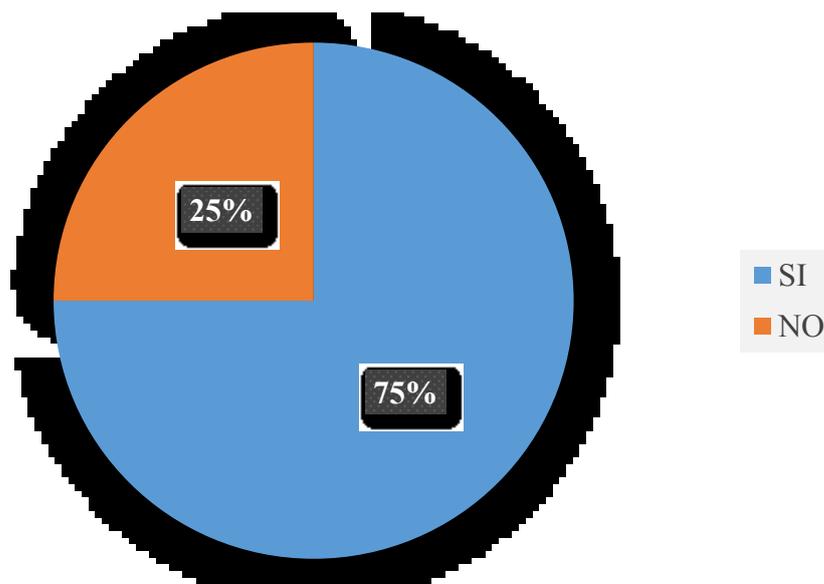


Figura 1: Gráfico circular denominado ¿La empresa está alcanzando sus principales objetivos?

En la tabla 3 y figura 1 denominadas “¿La empresa está alcanzando sus principales objetivos?”, se observa que el 75% de los propietarios encuestados afirma que están alcanzando sus objetivos, mientras que el 25% no.

Tabla 4: ¿Se cuenta con los recursos necesarios para operar con el negocio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los 4 propietarios de las MYPE.
Elaborado por la autora.

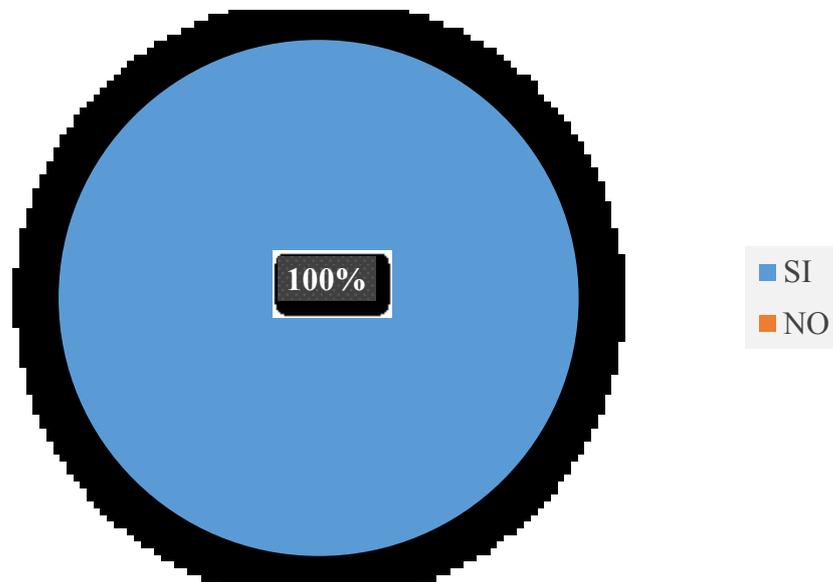


Figura 2: Gráfico circular denominado ¿se cuenta con los recursos necesarios para operar con el negocio?

En la tabla 4 y figura 2 denominadas “¿Se cuenta con los recursos necesarios para operar con el negocio?”, se observa que el 100% de los propietarios encuestados, si cuentan con los recursos necesarios.

Tabla 5: ¿Cuenta con algunas técnicas para medir la productividad del recurso humano en la empresa?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	4	100%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los 4 propietarios de las MYPE.
Elaborado por la autora.

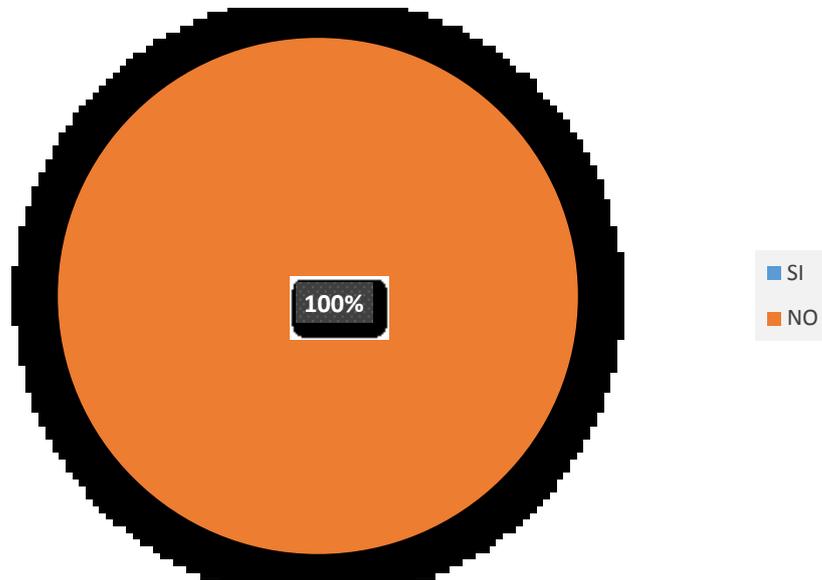


Figura 3: Gráfico circular denominado ¿Cuenta con algunas técnicas para medir la productividad del recurso humano de la empresa?

En la tabla 5 y figura 3 denominadas “¿Cuenta con algunas técnicas para medir la productividad del recurso humano en la empresa?”, se observa que el 100% de los propietarios encuestados NO cuentan con técnicas para medir la productividad.

Tabla 6: ¿Cree que la empresa busca el bienestar de los consumidores?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los 4 propietarios de las MYPE.
Elaborado por la autora.

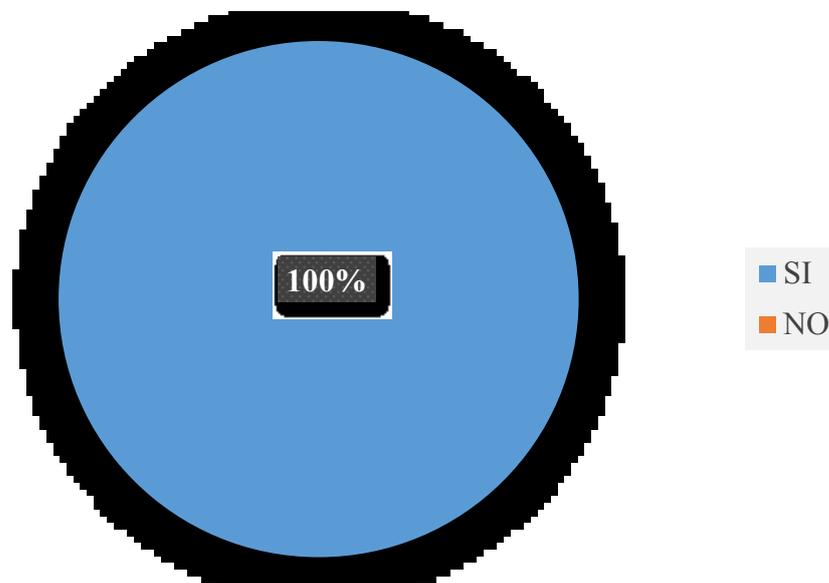


Figura 4: Gráfico circular denominado ¿Cree que la empresa busca el bienestar de los consumidores?

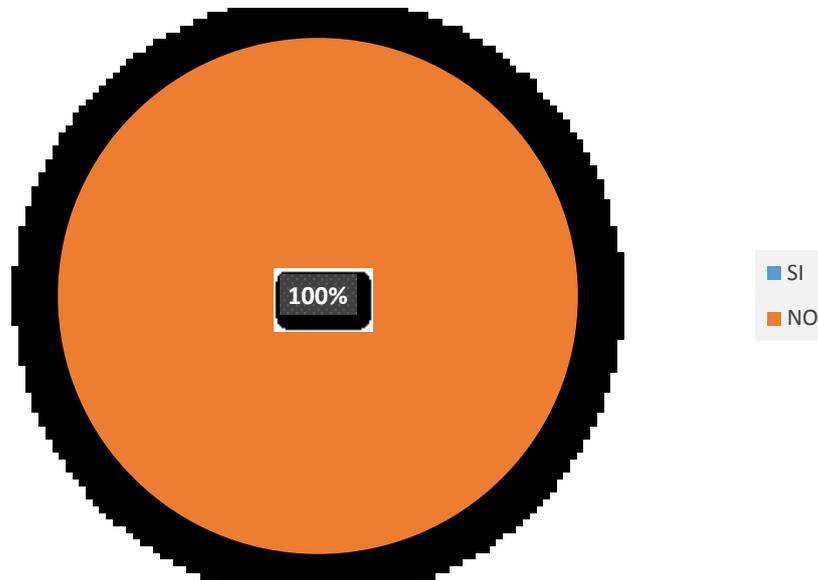
En la tabla 6 y figura 4 denominadas “Cree que la empresa busca el bienestar de los consumidores”, se observa que el 100% de los propietarios encuestados si busca el bienestar de los consumidores.

Tabla 7: ¿Considera que se está haciendo uso de tecnología en el proceso de venta?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	4	100%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los 4 propietarios de las MYPE.
Elaborado por la autora.

Figura 5: Gráfico circular denominado ¿Considera que se está haciendo uso de tecnología en el proceso de venta?



En la tabla 7 y figura 5 denominadas “¿Considera que se está haciendo uso de tecnología en el proceso de venta?”, se observa que el 100% de los propietarios encuestados no hacen uso de tecnología.

Tabla 8: ¿La empresa tiene políticas, manual de procedimientos y descripción de cargos y funciones?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	4	100%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los 4 propietarios de las MYPE.
Elaborado por la autora.

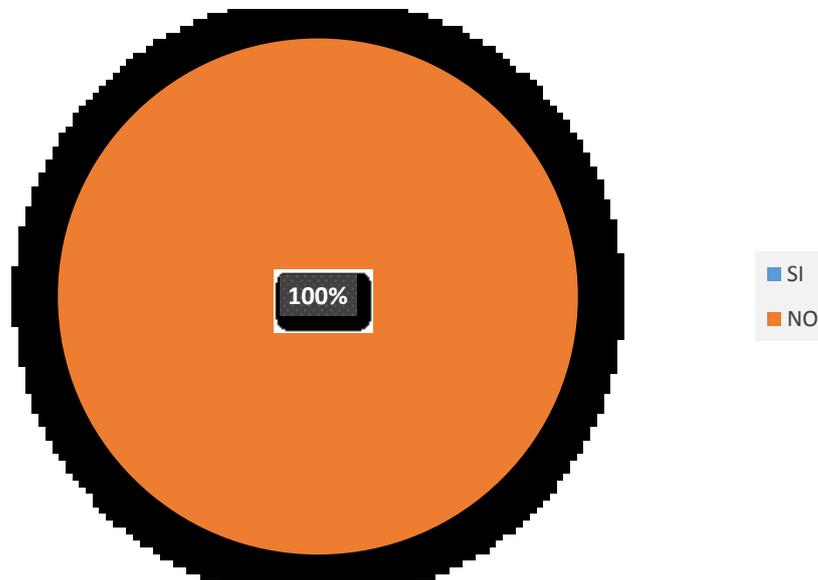


Figura 6: Gráfico circular denominado ¿La empresa tiene políticas, manual de procedimientos y descripción de cargos y funciones?

En la tabla 8 y figura 6 denominadas “¿La empresa tiene políticas, manual de procedimientos y descripción de cargos y funciones?”, se observa que el 100% de los propietarios encuestados dan a conocer que no cuentan con políticas dentro de la empresa.

Objetivo 2: Determinar los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020.

Tabla 9: ¿Cree usted que se conoce el comportamiento del público objetivo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	4	100%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los 4 propietarios de las MYPE.
Elaborado por la autora.

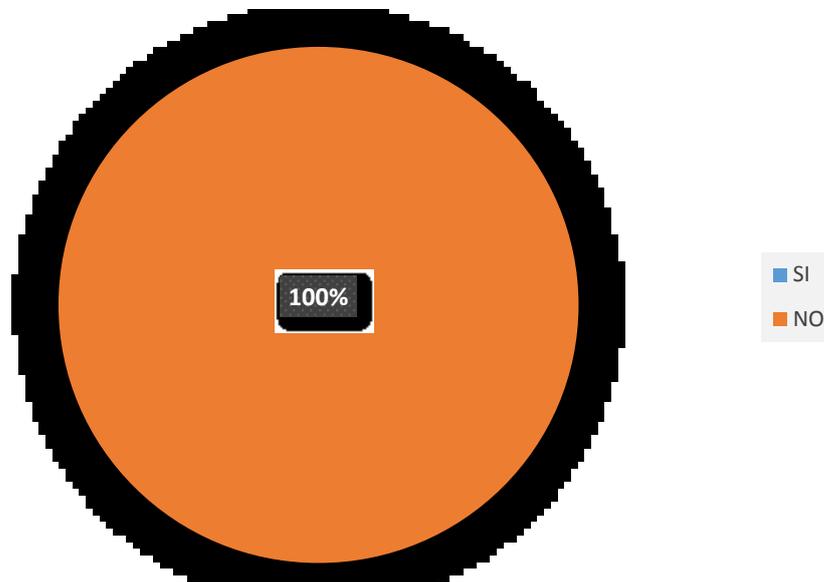


Figura 7: Gráfico circular denominado ¿Cree usted que se conoce el comportamiento del público objetivo?

En la tabla 9 y figura 7 denominadas “¿Cree usted que se conoce el comportamiento del público objetivo?”, se observa que el 100% de los encuestados afirma que la no conocen el comportamiento del público objetivo.

Tabla 10: ¿Cuentan con precios adecuados en relación a los productos que ofrecen?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	50%
NO	2	50%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los 4 propietarios de las MYPE.
Elaborado por la autora.

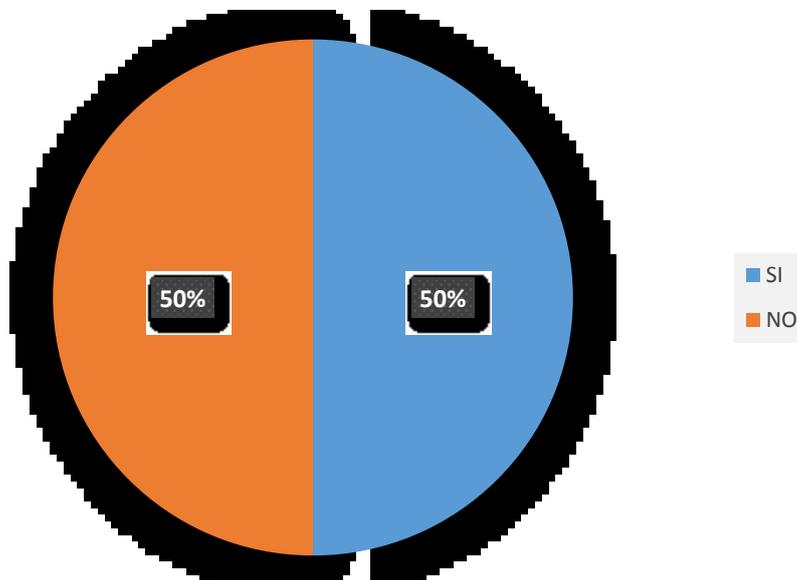


Figura 8: Gráfico circular denominado ¿Cuentan con precios adecuados en relación a los productos que ofrecen?

En la tabla 10 y figura 8 denominadas “¿Cuentan con precios adecuados en relación a los productos que ofrecen?”, el 50% de los propietarios encuetados señalan que si cuentan con precios adecuados, mientras que el 50% no cuentan.

Tabla 11: ¿Cree usted que el personal brinda la información determinada sobre los productos que ofrece?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	4	100%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los 4 propietarios de las MYPE.
Elaborado por la autora.

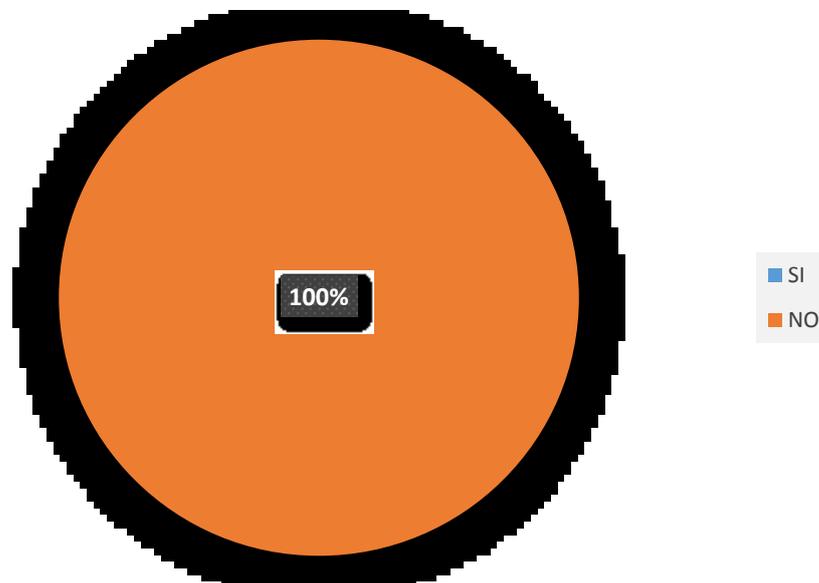


Figura 9: Gráfico circular denominado ¿Cree usted que el personal brinda la información determinada sobre los productos que ofrece?

En la tabla 11 y figura 9 denominada “Cree usted que el personal brinda la información determinada sobre los productos que ofrece”, se observa que el 100% de los propietarios encuestados indican que el personal no brinda información sobre los productos.

Tabla 12: ¿Evidencia que el número de clientes está creciendo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	50%
NO	2	50%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los 4 propietarios de las MYPE.
Elaborado por la autora.

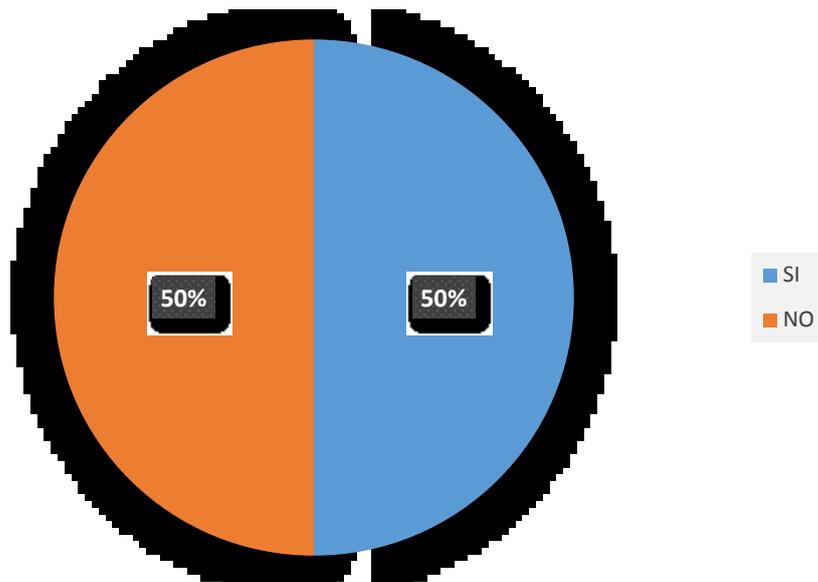


Figura 10: Gráfico circular denominado ¿Evidencia que el número de clientes está creciendo?

En la tabla 12 y figura 10 denominada “¿Evidencia que el número de clientes está creciendo?”, se observa que el 50% de los propietarios encuestados señalan que el número de clientes está creciendo, mientras que el 50% indica que no.

Objetivo 3: Conocer los factores relevantes de la atención al cliente en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020.

Tabla 13: ¿Siente que el personal trabaja en equipo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	175	90%
NO	20	10%
Total	195	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes.
Elaborado por la autora.

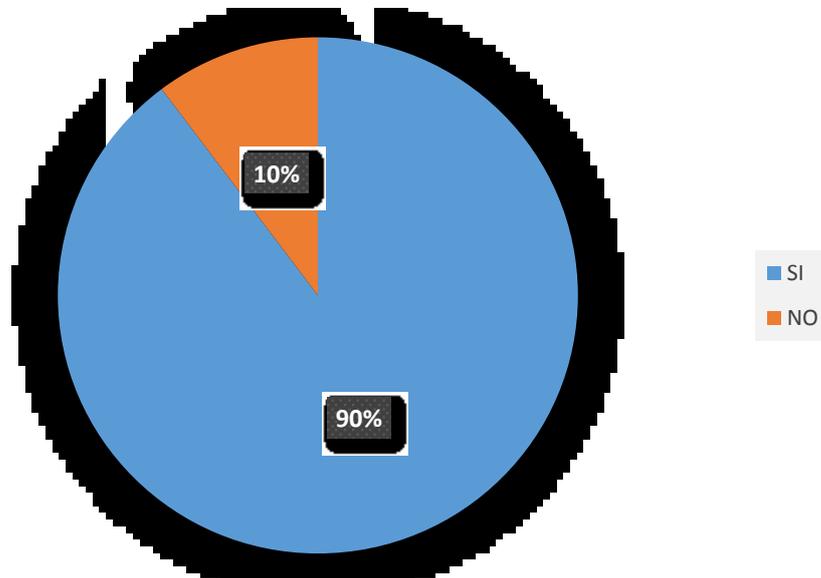


Figura 11: Gráfico circular denominado ¿Siente que el personal trabaja en equipo?

En la tabla 13 y figura 11 denominadas “¿Siente que el personal trabaja en equipo?”, se observa que el 90% de los encuestados indican que el personal si trabaja en equipo, mientras que el 10% señala que no.

Tabla 14: ¿Cree usted que los trabajadores están motivados?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	195	100%
Total	195	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes.
Elaborado por la autora.

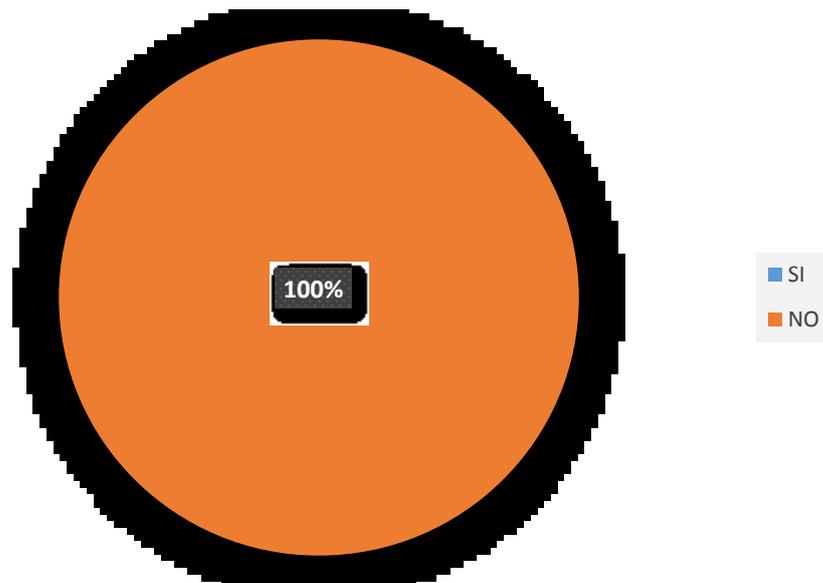


Figura 12: Gráfico circular denominado ¿Cree usted que los trabajadores están motivados?

En la tabla 14 y figura 12 denominadas “¿Cree usted que los trabajadores están motivados?”, se observa que el 100% de los encuestados indican que los trabajadores de las MYPE no están motivados.

Tabla 15: ¿Evidencia usted que la atención ofrecida le proporciona seguridad para adquirir el producto?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	156	80%
NO	39	20%
Total	195	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes.
Elaborado por la autora.

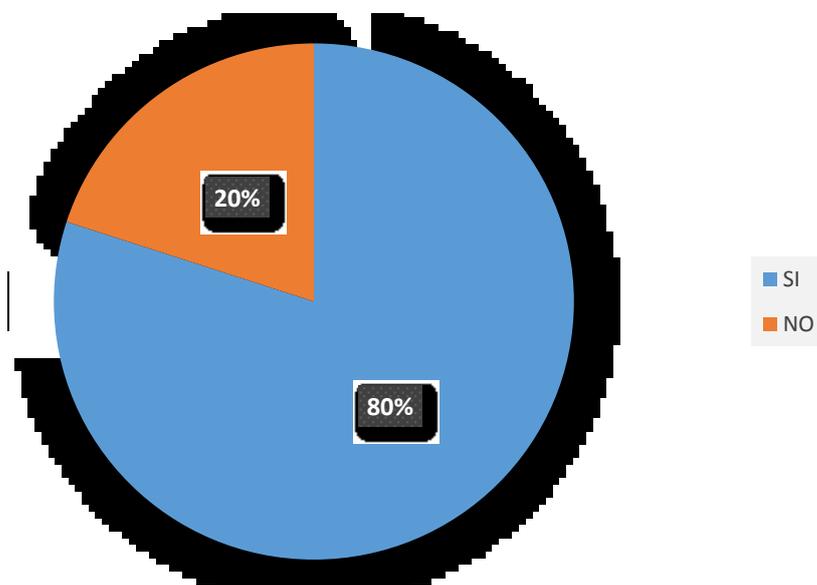


Figura 13: Gráfico circular denominado ¿Evidencia usted que la atención ofrecida le proporciona seguridad para adquirir el producto?

En la tabla 15 denominada y figura 13 “¿Evidencia usted que la atención ofrecida le proporciona seguridad para adquirir el producto?”, se observa que el 80% de los encuestados indican que la atención ofrecida si les proporciona seguridad, mientras que el 20% señala que no.

Tabla 16: ¿Considera que los vendedores ejercen su trabajo con total profesionalismo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	195	100%
NO	0	0%
Total	195	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes.
Elaborado por la autora.

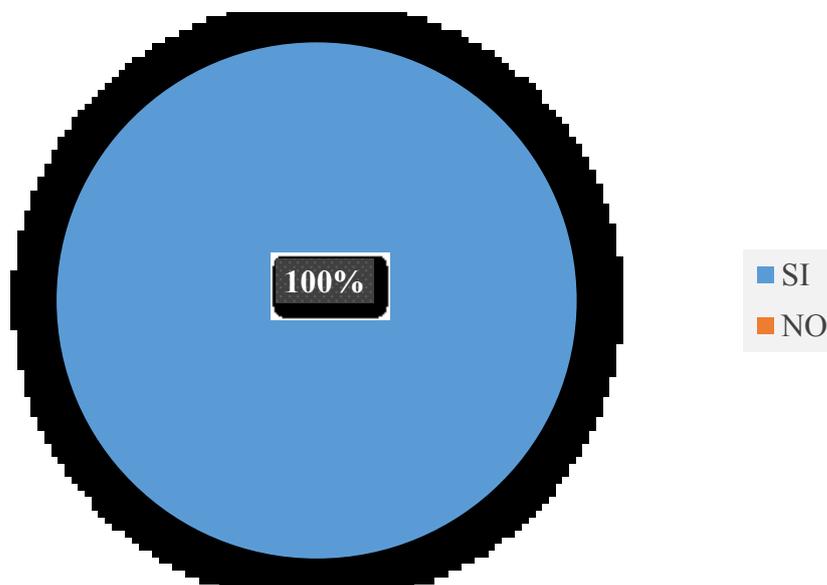


Figura 14: Gráfico circular denominado ¿Considera que los vendedores ejercen su trabajo con total profesionalismo?

En la tabla 16 y figura 14 denominadas “¿Considera que los vendedores ejercen su trabajo con total profesionalismo?”, se observa que el 100% de los encuestados indican que los vendedores si ejercen bien su trabajo.

Tabla 17: ¿Considera que los representantes de las MYPE se preocupan por conocer las necesidades y preferencias de sus clientes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	195	100%
Total	195	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes.
Elaborado por la autora.

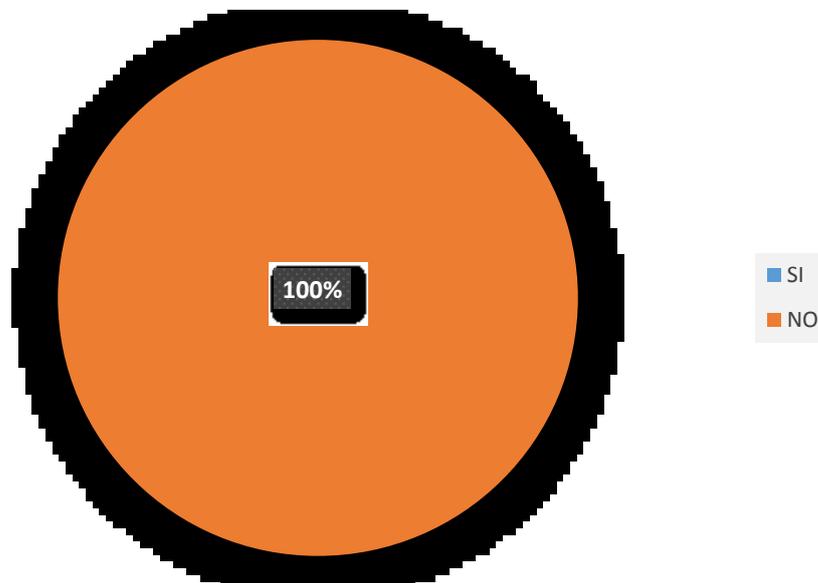


Figura 15: Gráfico circular denominado ¿Considera que los representantes de las MYPE se preocupan por conocer las necesidades y preferencias de sus clientes?

En la 17 y figura 15 denominadas “¿Considera que los representantes de las MYPE se preocupan por conocer las necesidades y preferencias de sus clientes?”, se observa que el 100% de los encuestados indican que los representantes no se preocupan por conocer las necesidades de los clientes.

Objetivo 4: Describir las estrategias de la atención al cliente en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020.

Tabla 18: ¿Evidencia que las MYPE han implementado las medidas de seguridad para la atención al público?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	195	100%
Total	195	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes.
Elaborado por la autora.

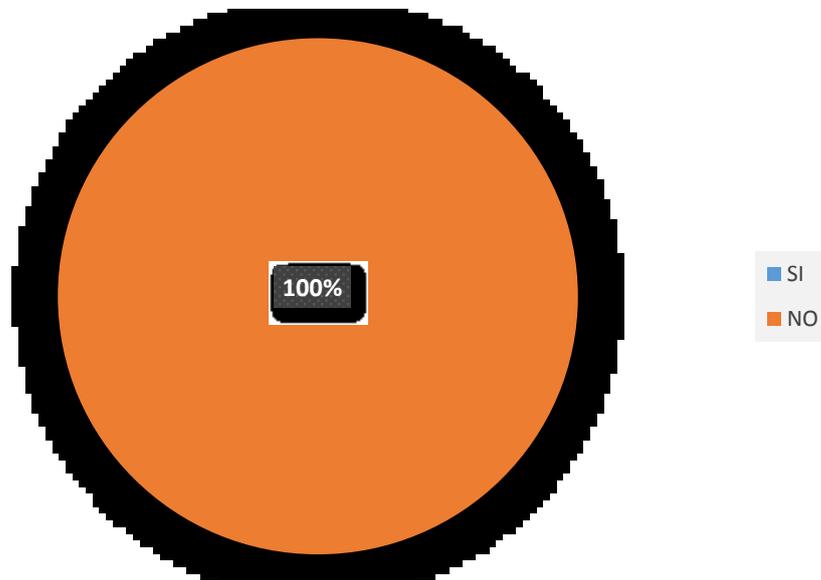


Figura 16: Gráfico circular denominado ¿Evidencia que las MYPE han implementado las medidas de seguridad para la atención al público?

En la tabla 18 y figura 16 denominadas "¿Evidencia que las MYPE han implementado las medidas de seguridad para la atención al público?", se observa que el 100% de los encuestados señalan que no se ha implementado las medidas de seguridad dentro de las MYPE.

Tabla 19: ¿Evidencia que los trabajadores portan equipo de seguridad adecuado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	195	100%
Total	195	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes.
Elaborado por la autora.

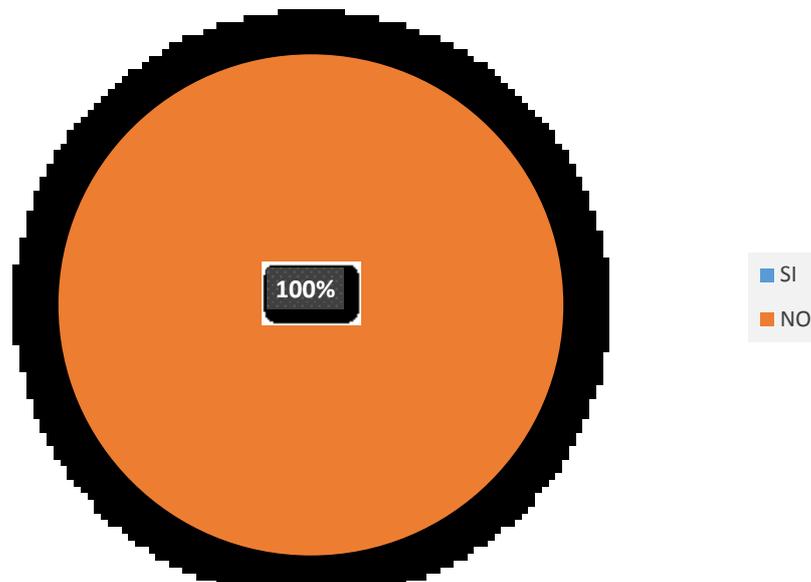


Figura 17: Gráfico circular denominado ¿Evidencia que los trabajadores portan equipo de seguridad adecuado?

En la tabla 19 y figura 17 denominadas “¿Evidencia que los trabajadores portan equipo de seguridad adecuado?”, se observa que el 100% de los encuestados señalan que los trabajadores no portan equipo de seguridad.

Tabla 20: ¿Cree usted que la atención brindada es la adecuada?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	195	100%
NO	0	0%
Total	195	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes.
Elaborado por la autora.

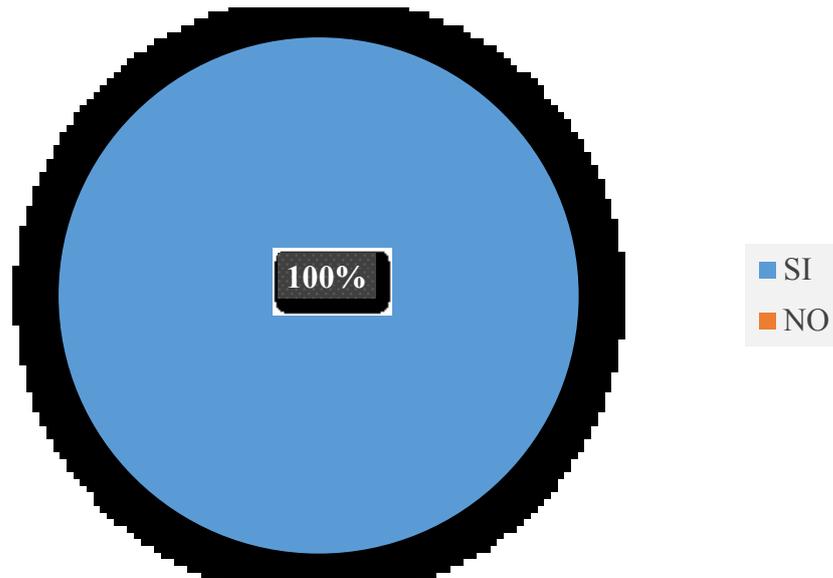


Figura 18: Gráfico circular denominado ¿Cree usted que la atención brindada es la adecuada?

En la tabla 20 y figura 18 denominada “¿Cree usted que la atención brindada es la adecuada?”, se observa que el 100% de los encuestados señala que si brindan una atención adecuada.

Tabla 21: ¿Considera que los productos que ofrecen las MYPE satisfacen sus necesidades?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	195	100%
Total	195	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes.
Elaborado por la autora.

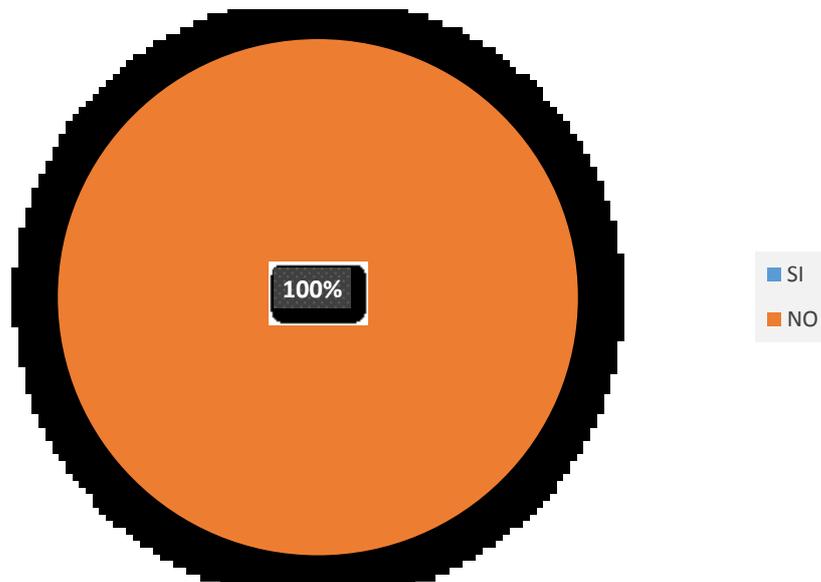


Figura 19: Gráfico circular denominado ¿Considera que los productos que ofrecen las MYPE satisfacen sus necesidades?

En la tabla 21 y figura 19 denominadas “¿Considera que los productos que ofrecen las MYPE satisfacen sus necesidades?”, se observa que el 100% de los encuestados indican que los productos ofrecidos no satisfacen sus necesidades.

Tabla 22: ¿Las MYPE cubren los costos de traslado de los materiales?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	195	100%
Total	195	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes.
Elaborado por la autora.

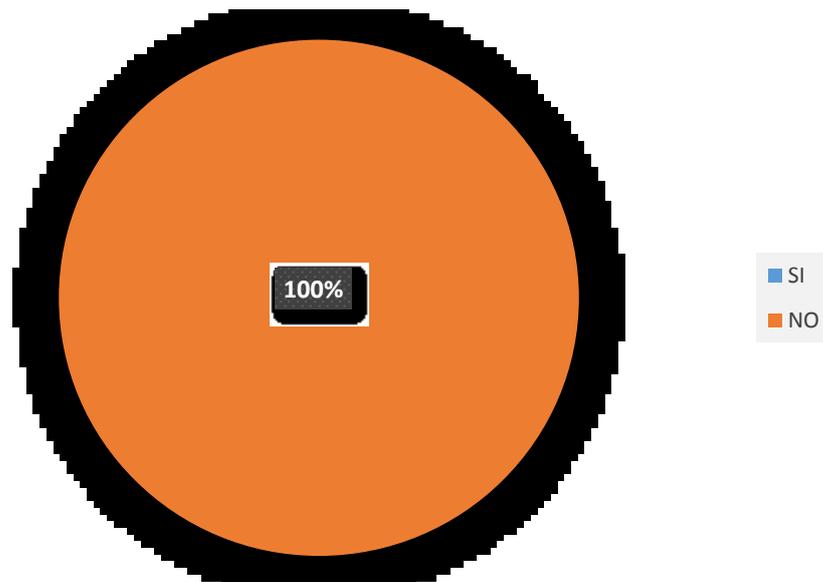


Figura 20: Gráfico circular denominado ¿Las MYPE cubren los costos de traslado de los materiales?

En la tabla 22 figura 20 denominadas “¿Las MYPE cubren los costos de traslado de los materiales?”, se observa que el 100% de los encuestados señala que las MYPE no cubren los costos de traslado.

5.2. Análisis de los resultados

Objetivo 1: Identificar los componentes de la gestión de calidad en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020.

En la tabla 3 denominada “La empresa está alcanzando sus principales objetivos”, se observa que el 75% de los propietarios encuestados afirman que están alcanzando sus objetivos, lo que coincide con Escalante (2017), en su investigación fue diseñar un modelo de sistema de gestión de calidad con fundamento en las normas ISO 9001:2015, considerando que la creación de un plan estratégico es fundamental, después de implementar el SGC indicó que se lograría al 100% los objetivos propuestos. Así mismo Garrido (2018), la estructura organizacional son las funciones y responsabilidades que se definen dentro de toda organización para lograr los objetivos propuestos.

En la tabla 4 denominada “Se cuenta con los recursos necesarios para operar con el negocio”, se observa que el 100% de los propietarios encuestados, si cuentan con los recursos necesarios. Lo que coincide con Villareal (2016), en su investigación demuestra que se logró el objetivo de desarrollar el SGC con los recursos útiles para que la empresa pueda operar. Del mismo modo Garrido (2018), señala que los recursos es todo aquello que se necesitara para lograr los objetivos de la organización.

En la tabla 5 denominada “Cuenta con algunas técnicas para medir la productividad del recurso humano en la empresa”, se observa que el 100% de los propietarios encuestados NO cuentan con técnicas para medir la productividad. Lo que coincide con Cañas (2018), en su investigación estudia

la aplicación de la norma ISO 9001:2015, donde no posee técnicas que le permitan medir los resultados en la empresa. Así mismo Garrido (2018), indica que dentro de toda organización se deben definir técnicas que permitan evaluar el desempeño del recurso humano para así de esta manera llegar al logro de los objetivos a través de una buena planificación.

En la tabla 6 denominada “Cree que la empresa busca el bienestar de los consumidores”, se observa que el 100% de los propietarios encuestados si busca el bienestar de los consumidores. Lo que coincide con Gamarra (2017), en su investigación detalla que los propietarios de las MYPE atienden con prontitud a sus clientes, satisfaciendo sus necesidades. Del mismo modo Chamorro (2016), la satisfacción de los consumidores es muy importante dentro de las estrategias de toda organización; porque esto va a permitir conocer las expectativas del consumidor y de esta manera lograr el bienestar de los mismos ofreciendo bienes y servicios de calidad.

Tabla 7 denominada “Considera que se está haciendo uso de tecnología en el proceso de venta”, se observa que el 100% de los propietarios encuestados no hacen uso de tecnología. Leiva (2019), señala en su investigación que no se hace el uso de tecnología debido a que esto tiene un costo de inversión. Chamorro (2016), la implementación de un sistema de gestión de calidad ayuda a mejorar nuestra posición competitiva dentro del mercado, una buena imagen, uso de tecnologías, ubicación privilegiada, personal capacitado, son estrategias que permiten estar un paso delante de la competencia.

Tabla 8 denominada “La empresa tiene políticas, manual de procedimientos y descripción de cargos y funciones”, se observa que el 100% de los propietarios encuestados dan a conocer que no cuentan con políticas dentro de la empresa. Villareal (2016), indica en su investigación encontró que dentro de las MYPE se realizó un diagnóstico para conocer el número de las no conformidades; logrando solucionar las no conformidades a través de la elaboración del manual de procedimientos. Garrido (2018), señala que el manual de procedimientos, las políticas son la forma de llevar a cabo todo proceso dentro de una organización con la finalidad de obtener información detallada sobre las políticas y funciones.

Objetivo 2: Determinar los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020.

Tabla 9 denominada “Cree usted que se conoce el comportamiento del público objetivo”, se observa que el 100% de los encuestados afirma que no conocen el comportamiento del público objetivo. Picón (2017), señala en su investigación que no conocen el comportamiento del público objetivo debido a que están pendientes de la competencia. Chamorro (2016), si una organización cuenta con sistema de gestión siempre estará por encima de la competencia, ya que le va a permitir diferenciarse de esta. Conocer el comportamiento del consumidor ayuda a obtener una imagen positiva de la organización frente a estos.

Tabla 10 denominada “Cuentan con precios adecuados en relación a los productos que ofrecen”, el 50% de los propietarios encuestados señalan que si cuentan con precios adecuados, mientras que el 50% no cuentan. Velásquez (2020), en su investigación señala que los propietarios de las MYPE dependen de sus productos para la satisfacción de sus clientes. Así mismo Chamorro (2016), indica que la reducción de los costes de los productos no afecten la calidad de estos, tratando de optimizar el proceso, con la finalidad de mejorar la rentabilidad de la empresa así como también la productividad.

Tabla 11 denominada “Cree usted que el personal brinda la información determinada sobre los productos que ofrece”, se observa que el 100% de los propietarios encuestados indican que el personal no brinda información sobre los productos. Castillo (2019), señala en su investigación dentro del análisis se identificó que el personal brinda información acerca de los productos que las MYPE ofrecen así como también cuenta con productos sustitutos de distintas marcas. Del mismo modo Chamorro (2016), satisfacer al cliente es primordial dentro de toda empresa, la implementación de un SGC nos permite conocer las expectativas de los consumidores, y para ello el personal colaborativo debe de estar bien capacitado para brindar una excelente atención.

Tabla 12 denominada “Evidencia que el número de clientes está creciendo”, se observa que el 50% de los propietarios encuestados señalan que el número de clientes está creciendo, mientras que el 50% indica que no. Chapilliquén (2019), indica en su investigación que el número de clientes crece debido a la satisfacción que se brinda dentro de la organización basándose en la calidad de los productos o servicios que ofrecen. Chamorro (2016), captar

nuevos clientes depende de las estrategias que emplean las distintas organizaciones ya que se debe a la buena imagen que brinda, excelente atención, calidad de los productos; para ello también es necesario conocerlos, saber sus gustos y preferencias.

Objetivo 3: Conocer los factores relevantes de la atención al cliente en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020.

Tabla 13 denominada “Siente que el personal trabaja en equipo”, se observa que el 90% de los encuestados indican que el personal si trabaja en equipo, mientras que el 10% señala que no. Solís (2018), en su investigación señala que el servicio que se brinda a los clientes por parte de los trabajadores, no cubren las expectativas de estos mismo, expresando insatisfacción en cuanto al servicio brindado. Yzaguirre (2020), una buena atención al cliente es imprescindible para conseguir su fidelidad, trabajar en equipo implica compromiso ya que brindar y apoyarse entre los demás es la clave para alcanzar los objetivos que se propongan.

Tabla 14 denominada “Cree usted que los trabajadores están motivados”, se observa que el 100% de los encuestados indican que los trabajadores de las MYPE no están motivados. Alaniz, Rocha y Castillo (2016), indica en su investigación para determinar la efectividad de sus colaboradores hace uso del marketing, se observa que no motivan a los colaboradores, están enfocados en su posición dentro del mercado, ser reconocidos. Corrales (2019), señala que el servicio al cliente es uno de los pilares de la rentabilidad, y para ello se el personal debe de estar motivado para así de esta manera brindar una buena atención a los consumidores, buscando hacer sentir a gusto con la interacción.

Tabla 15 denominada “Evidencia usted que la atención ofrecida le proporciona seguridad para adquirir el producto”, se observa que el 80% de los encuestados indican que la atención ofrecida si les proporciona seguridad, mientras que el 20% señala que no. Mejía (2016), señala en su investigación que existe una brecha en la atención al cliente proporcionada por los propietarios y los colaboradores, donde se observa que los clientes prefieren ser atendidos por los propietarios ya que estos ayudan en la resolución de problemas que presentan los clientes. Villalobos (2019), la atención al cliente es un proceso continuo, donde se debe de atender las necesidades del cliente así como también brindar seguridad al cliente acerca del producto que se ofrece.

Tabla 16 denominada “Considera que los vendedores ejercen su trabajo con total profesionalismo”, se observa que el 100% de los encuestados indican que los vendedores si ejercen bien su trabajo. Taipe (2018), se observa en su investigación que los propietarios de las MYPE capacitan constantemente a su personal los cuales tienen una buena actitud para brindar un excelente servicio, así como también consideran las sugerencias de los clientes para mejorar el nivel de atención. Carrillo (2020), señala la importancia de la relación de colaborador – cliente, estableciendo contacto directo, haciéndolo sentir importante, ya que esto es una ventaja competitiva para la empresa.

Tabla 17 denominada “Considera que los representantes de las MYPE se preocupan por conocer las necesidades y preferencias de sus clientes”, se observa que el 100% de los encuestados indican que los representantes no se preocupan por conocer las necesidades de los clientes. Yacupoma (2018), indica en su investigación que los empresarios aplican técnicas modernas con

la finalidad de mejorar la atención al cliente donde su prioridad es una excelente atención basada en amabilidad. Carrillo (2020), señala que es importante la atención personalizada ofrecida a los clientes, aquí influyen las estrategias utilizadas por los propietarios capacitando al personal a que el cliente percibe la capacidad que tienen los colaboradores.

Objetivo 4: Describir las estrategias de la atención al cliente en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020.

Tabla 18 denominada “Evidencia que las MYPE han implementado las medidas de seguridad para la atención al público”, se observa que el 100% de los encuestados señalan que no se ha implementado las medias de seguridad dentro de las MYPE. Melo (2018), en su investigación señala que las MYPE no tiene un plan de negocio, no tiene definido su misión, visión y valores, no cuentan con local propio, no capacitan al personal, sus instalaciones no facilitan un buen servicio, y por ultimo no recogen las sugerencias de los clientes. Gonzales (2015), indica que los propietarios de las organizaciones deben de comprometerse en cumplir los requerimientos legales, para de esta manera garantizar seguridad a los consumidores, previniendo riesgos o accidentes.

Tabla 19 denominada “Evidencia que los trabajadores portan equipo de seguridad adecuado”, se observa que el 100% de los encuestados señalan que los trabajadores no portan equipo de seguridad. Melo (2018), en su investigación indica que sus instalaciones no facilitan seguridad para su personal, ni para los clientes. Gonzales (2019), indica que los propietarios de las organizaciones deben de comprometerse en cumplir los requerimientos

legales, para de esta manera garantizar seguridad a los consumidores, previniendo riesgos o accidentes.

Tabla 20 denominada “Cree usted que la atención brindada es la adecuada”, se observa que el 100% de los encuestados señala que si brindan una atención adecuada. García (2017), en su investigación indica que la capacitación del personal brinda múltiples beneficios, logrando así una buena atención al cliente, lo cual permite liderar en el mercado diferenciándose de la competencia. Gonzales (2019), señala que un protocolo de atención al cliente, dando a conocer pautas las cuales van a permitir garantizar al trabajador una buena experiencia frente a los clientes, que va a permitir satisfacer sus necesidades.

Tabla 21 denominada “Considera que los productos que ofrecen las MYPE satisfacen sus necesidades”, se observa que el 100% de los encuestados indican que los productos ofrecidos no satisfacen sus necesidades. Acha (2019), señala en su investigación que los clientes indican que los productos que ofrecen las MYPE no cumplen sus expectativas, así como también el servicio brindado no es el adecuado ya que no se sienten comprometidos con el servicio. Gonzales (2019), señala las estrategias enfocadas a medir la satisfacción del cliente, donde se conocerá cuáles son las preferencias del consumidor y de esta manera brindar un buen servicio adaptándose a sus requerimientos de los clientes.

Tabla 22 denominada “Las MYPE cubren los costos de traslado de los materiales”, se observa que el 100% de los encuestados señala que las MYPE

no cubren los costos de traslado. García (2017), en su investigación señala que es necesario que las MYPE mantengan un alto índice de competitividad para liderar el mercado, la generación de confianza entre los propietarios y colaboradores es primordial porque va a permitir una mejora en el desempeño y toma de decisiones. Gonzales (2019), señala que es primordial contar con estrategias enfocadas en la satisfacción del cliente, ya que esto va a permitir la captación de nuevos cliente y la fidelización de estos, brindando un excelente servicio, productos de calidad, costos accesibles y valor agregado de producto o servicio que se ofrece.

VI. CONCLUSIONES

Objetivo componentes de la gestión de calidad de las MYPE bajo estudio está dado por la planificación, donde se conoció que los propietarios si cuentan con recursos necesarios para operar con el negocio, siguiendo con los procesos, donde se logró identificar que la empresa si busca el bienestar de los consumidores, así mismo respecto a la estructura organizacional, se logró identificar que las MYPE si están logrando alcanzar sus objetivos, siguiendo con los recursos se conoció que las MYPE no cuentan con técnicas para medir la productividad del recurso humano, por último respecto a los procedimientos se conoció que las MYPE no hacen uso de la tecnología en el proceso de sus ventas, y que no cuentan con un manual de procedimientos. Se recomienda contar con técnicas que ayuden a medir la productividad de sus colaboradores así como también implementar el uso de la tecnología ya que es una herramienta con múltiples beneficios.

Objetivo determinar los beneficios de la gestión de calidad de las MYPE está dado por satisfacción al cliente donde se conoció que no se conoce el comportamiento del público objetivo, así mismo respecto a la diferenciación se logró identificar que el personal que labora en las MYPE no brinda una buena información, respecto a reducción de costos se conoció que dos de las MYPE si cuenta con precios adecuados, por último respecto a nuevos clientes se evidencia que el número de clientes está creciendo. Se recomienda centrarse en conocer el comportamiento del consumidor, conocer cuáles son sus gustos y preferencias, así mismo capacitar al personal para que brinden una excelente atención.

Objetivo conocer los factores relevantes en la atención al cliente de las MYPE está dado por la atención personalizada se logró identificar que los vendedores ejercen su trabajo con profesionalismo, del mismo modo se conoció que los propietarios no se preocupan por conocer las necesidades de los clientes, seguido de las relaciones internas se evidenció que el personal si trabaja en equipo, así como también se identificó que los trabajadores no están motivados, respecto a la relación con el cliente se identificó que la atención ofrecida si proporciona seguridad. Se recomienda enfocarse en conocer las necesidades de los clientes, también emplear estrategias que motiven a los trabajadores para que estos desempeñen un buen trabajo.

Objetivo describir las estrategias de las MYPE está dado por protocolo de atención donde se identificó que la atención brindada si es la adecuada, seguido de estrategias de seguridad donde se conoció que las MYPE no han implementado las medidas de seguridad en la atención al cliente así como también no se evidencia que los trabajadores no portan equipo de seguridad, seguido de estrategias de medición de satisfacción donde se logró identificar que los productos que ofrecen las MYPE no satisfacen sus necesidades de los clientes así como también no cubren los costos de traslado de los materiales. Se recomienda que deben de implementar las medidas de seguridad dentro de los establecimientos, así como también el uso de equipo de seguridad para los trabajadores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

- Acha, S. (2019). *Caracterización de la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro Hoteles Una Estrella del Centro Piura, año 2017*. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10205>
- Alaniz, D., Rocha, H., & Castillo, B. (2016). *Estrategias de servicio al cliente en la Ferretería Franklin en la ciudad de Estelí en el año 2016*. Universidad Autónoma de Managua. Obtenido de <http://repositorio.unan.edu.ni/4792/1/17800.pdf>
- Castillo, Y. (2019). *Caracterización de gestión de calidad e innovación de servicios en las MYPE, rubro Ferreterías Piura centro, año 2017*. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10208>
- Chamorro, S. (2016). *La importancia de contar con buenos sistemas de gestión de calidad*. DEUSTO Formación. Obtenido de <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/importancia-contar-con-buenos-sistemas-gestion-calidad>
- Chapilliquen, P. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción al cliente en las Mypes del sector comercio rubro ferreterías en la avenida Piura - distrito de Tumbes, año 2019*. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/13225>
- Corrales, J. (2019). *Servicio al cliente: ¿qué es y por qué es un pilar de las empresas exitosas?* Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/servicio-al-cliente/>
- Diario Gestión. (2018). *Venta de artículos de ferretería sumaría S/ 5,500 millones este año en almacenes especializados en Perú*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/mercados/venta-articulos-ferreteria-sumaria-s-5-500-millones-ano-almacenes-especializados-peru-225934-noticia/>
- Diario Gestión. (2020). *Analistas económicos elevan expectativas de crecimiento del PBI para el 2020*. Redacción Gestión. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/analistas-economicos-elevan-expectativas-de-crecimiento-del-pbi-para-el-2020-noticia/>

- Diario La República. (2020). *INEI: Tasa de desempleo subió y hay casi 326 mil limeños buscando trabajo*. Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/2020/01/15/empleo-inei-tasa-de-desempleo-subio-y-hay-casi-326-mil-limenos-buscando-trabajo/>
- Diario El Peruano (2020). *Decreto Supremo que declara en Emergencia Sanitaria a nivel nacional por el plazo de noventa (90) días calendario y dicta medidas de prevención y control del COVID-19*. <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-declara-en-emergencia-sanitaria-a-nivel-decreto-supremo-n-008-2020-sa-1863981-2/>
- Diario El Peruano (15 de Marzo de 2020). *PRESIDENCIA DEL CONSEJO Decreto Supremo que declara Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del brote del COVID-19*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/566448/DS044-PCM_1864948-2.pdf
- Diario El Peruano.(27 de Marzo de 2020). *Decreto Supremo que modifica el Artículo 3 del Decreto Supremo N° 051-2020-PCM, que prorroga el Estado de Emergencia Nacional declarado mediante Decreto Supremo N° 044-2020-PCM, por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia*. <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-modifica-el-articulo-3-del-decreto-supre-decreto-supremo-no-057-2020-pcm-1865326-2/>
- Diario El Peruano (10 de Abril de 2020). *Normas Legales*. Obtenido de Decreto Legislativo que aprueba la Ley Marco de la Gestión y Prestación de los Servicios de Saneamiento. Segunda.- Prórroga del plazo para la ejecución de fianzas, cartas fianza y pólizas de caución: https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/581846/DS_064-2020-PCM.pdf
- Emprendedores, A. d. (25 de Agosto de 2016). *Ley que prorroga la vigencia del capítul I del decreto de urgencia N| 058-2011 a favor de la MYPE*. Obtenido de Ley que prorroga la vigencia del capítul I del decreto de urgencia N| 058-2011 a favor de la MYPE: http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/Proyectos_de_Ley_y_de_Resoluciones_Legislativas/PL0014820160825..pdf
- Escalante, E. (2016). *Promulgan Ley N° 30056 que modifica la actual Ley MYPE y otras normas para las micro y pequeñas empresas*. Obtenido de <https://mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>

- Flores, Y. (2018). *La importancia de las PyMEs para la Economía Global. Comunidad Blogger*. Obtenido de <https://comunidadblogger.net/la-importancia-de-las-pymes-para-la-economia-global/>
- García. (2017). *Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro ferretería del AA.HH San Pedro, Piura año 2017*. Piura.
- García, E. (2020). *Caracterización de la capacitación y atención al cliente de las Mype del rubro grifos de la ciudad de Piura año 2017*. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/16220>
- Gómez, D. (2018). *Las pymes españolas no crece por un problema de mentalidad y burocracia*. DELARED. Obtenido de <https://alnavio.com/noticia/13909/delared/las-pymes-espanolas-no-crecen-por-un-problema-de-mentalidad-y-burocracia.html>
- Hernández, H., Barrios, I., & Martínez, D. (2017). Gestión de la calidad: Elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Revistas Unilibre*, 180-195.
- INEI: *Tasa de desempleo subió y hay casi 326 mil limeños buscando trabajo*. (2020). Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/2020/01/15/empleo-inei-tasa-de-desempleo-subio-y-hay-casi-326-mil-limenos-buscando-trabajo/>
- INEI: *Tasa de desempleo subió y hay casi 326 mil limeños buscando trabajo*
- ISO (2016). *ISO 9001:2015, un nuevo concepto del sistema de calidad*. Obtenido de Blog Calidad y Excelencia: <https://www.isotools.org/2016/01/11/iso-90012015-un-nuevo-concepto-del-sistema-de-calidad/>
- Jiménez, M., & Quezada, L. (2019). *Evaluación del nivel de posicionamiento de la Ferretería Carrión en la ciudad de Chiclayo, año 2019*. Universidad Tecnológica del Perú. Obtenido de http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/2339/4/Maritz%20Jimenez_Lida%20Quezada_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2019.pdf
- Laurente, J. (2020). *Elecciones 2020: estabilidad política es relevante para avance de la economía*. ANDINA. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-elecciones-2020-estabilidad-politica-es-relevante-para-avance-de-economia-782923.aspx>
- León, C., Menéndez, A., Rodríguez, I., López, B., García, M., & Fernández, S. (2018). Importancia de un sistema de gestión de la calidad en la Universidad de Ciencias Médicas. *Revista Archivo Médico de Camagüey*, 843-857.

- Leyva, P. (2019). *Gestión de calidad con el uso de la tecnología de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Casma, 2018. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.* Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10187>
- Mejía, T. (2016). *Propuesta para mejorar el servicio al cliente de las empresas de ferretería y tlapalería de la heroica ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca, para impulsar su competitividad. Universidad Tecnológica de la Mixteca de México.* Obtenido de http://jupiter.utm.mx/~tesis_dig/13017.pdf
- Melo, S. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en el sector comercial, rubro ferreterías, Clúster Jr. 7 de Junio distrito de Callería, año 2017. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.* Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3774>
- Mendez. (Setiembre de 2016). *Blogspot.* Obtenido de Blogspot: <http://florfanyasantacruz.blogspot.com/2015/09/justificacion-de-la-investigacion.html>
- Pérez, O. (2018). *5 razones de la importancia del servicio al cliente para el crecimiento de tu negocio. Blog NextUp.* Obtenido de <https://blog.nextup.com.mx/5-razones-de-la-importancia-del-servicio-al-cliente-para-el-crecimiento-de-tu-negocio>
- Picón, M. R. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de marketing en el sector comercial, rubro ferreterías, distrito de callería.* Obtenido de Gestión de calidad bajo el enfoque de marketing en el sector comercial, rubro ferreterías, distrito de callería: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2774/GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING_PICON_MACEDO_RICARDO.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- REMYPE. (2019). *Régimen laboral especial de la micro y pequeña empresa. Boletín Informativo Laboral, N° 85.* Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289278/Art%C3%ADculo_REMYPE_-_Enero_2019.pdf
- Solís, M. (2018). *Servicio al cliente en las ferreterías del Municipio de Salcajá departamento de Quetzaltenango. Universidad Rafael Landívar de Guatemala.* Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/01/04/Solis-Marilyn.pdf>
- Taípe, H. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercial, rubro ferreterías, distrito de Satipo, año 2017.*

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4879>

Universidad Católica Angeles Chimbote. (2019). *RESOLUCIÓN N° 0011-2019-CU-ULADECH Católica.* Obtenido de <https://www.uladech.edu.pe/index.php/transparencia/send/185-lineas-de-investigacion/1492-lineas-de-investigacion-institucional-de-la-uladech-catolica.html>

Velásquez, F. (2020). *La gestión de calidad y el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del distrito de Sullana, año 2018.* Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/16127>

Villalobos, C. (2019). *Tipos de servicio al cliente.* HubSpot. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/tipos-servicio-cliente>

Villarroel, N. (2016). *Desarrollo del sistema de gestión de calidad ISO 9001 - 2008 para la empresa de tecnología y servicios industriales indoamericana.* Obtenido de Desarrollo del sistema de gestión de calidad ISO 9001 - 2008 para la empresa de tecnología y servicios industriales indoamericana: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/142701/Desarrollo-del-Sistema-de-Gestion-de-la-Calidad-ISO-9001-2008-para-Empresa-de-Tecnologia-y-Servicios-Industriales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Westreicher, G. (2019). *BCRP: Crisis política no ha afectado la economía.* Diario La República. Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/2019/10/10/bcrp-mef-julio-velarde-congreso-elecciones-2020/>

Yacupoma, C. (2018). *La gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarmey; caso: Ferretería Santa María S.A.C, año 2016.* Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3188>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz Indicador – Pregunta

MATRIZ INDICADOR- PREGUNTA				
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	PREGUNTA	FUENTE
Gestión de Calidad	Componentes	Estructura organizacional	¿La empresa está alcanzando sus principales objetivos? ¿Se cuenta con los recursos necesarios para operar con el negocio?	Propietarios
		Planificación	¿Cuenta con algunas técnicas para medir la productividad del recurso humano en la empresa?	
		Recursos	¿Cree que la empresa busca el bienestar de los consumidores?	
		Procesos	¿Considera que se está haciendo uso de tecnología en el proceso de venta?	
		Procedimientos	¿La empresa tiene políticas, manual de procedimientos y descripción de cargos y funciones?	
		Satisfacer al cliente	¿Cree usted que se conoce el comportamiento del público objetivo?	
		Reducción de costos	¿Cuentan con precios adecuados en relación a los productos que ofrecen?	

	Beneficios		¿Cree usted que el personal brinda la información determinada sobre los productos que ofrece?	
		Diferenciación Nuevos clientes	¿Evidencia que el número de clientes está creciendo?	
Atención al Cliente	Factores	Relación con el cliente	¿Siente que el personal trabaja en equipo? ¿Cree usted que los trabajadores están motivados?	Clientes
		Relaciones internas	¿Evidencia usted que la atención ofrecida le proporciona seguridad para adquirir el producto?	
		Atención personalizada	¿Considera que los vendedores ejercen su trabajo con total profesionalismo? ¿Considera que los representantes de las MYPE se preocupan por conocer las necesidades y preferencias de sus clientes?	
	Estrategias	Estrategias de seguridad	¿Evidencia que las MYPE han implementado las medidas de seguridad para la atención al público? ¿Evidencia que los trabajadores portan equipo de seguridad adecuado?	
		Protocolo de atención	¿Cree usted que la atención brindada es la adecuada?	
		Estrategias de medición de satisfacción	¿Considera que los productos que ofrecen las MYPE satisfacen sus necesidades? ¿Las MYPE cubren los costos de traslado de los materiales?	

Anexo 2: Instrumento de recolección de datos

Cuestionario dirigido a los propietarios



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Buenos días/tardes, el presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado. “Gestión de la calidad y atención al cliente en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020” Se agradece marcar con total libertad de criterio con un aspa (X) dentro del paréntesis.

I. VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

1.1. Dimensión Componentes

1. ¿La empresa está alcanzando sus principales objetivos?

SI ()

NO ()

2. ¿Se cuenta con los recursos necesarios para operar con el negocio?

SI ()

NO ()

3. ¿Cuenta con algunas técnicas para medir la productividad del recurso humano en la empresa?

SI ()

NO ()

4. ¿Cree que la empresa busca el bienestar de los consumidores?

SI ()

NO ()

5. ¿Considera que se está haciendo uso de tecnología en el proceso de venta?

SI ()

NO ()

6. ¿La empresa tiene políticas, manual de procedimientos y descripción de cargos y funciones?

SI ()

NO ()

1.2.Dimensión Beneficios:

7. ¿Cree usted que se conoce el comportamiento del público objetivo?

SI ()

NO ()

8. ¿Cuentan con precios adecuados en relación a los productos que ofrecen?

SI ()

NO ()

9. ¿Cree usted que el personal brinda la información determinada sobre los productos que ofrece?

SI ()

NO ()

10. ¿Evidencia que el número de clientes está creciendo?

SI ()

NO ()



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Buenos días/tardes, el presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado. “Gestión de la calidad y atención al cliente en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020” Se agradece marcar con total libertad de criterio con un aspa (X) dentro del paréntesis.

II. VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

2.1. Dimensión Factores:

1. ¿Siente que el personal trabaja en equipo?

SI ()

NO ()

2. ¿Cree usted que los trabajadores están motivados?

SI ()

NO ()

3. ¿Evidencia usted que la atención ofrecida le proporciona seguridad para adquirir el producto?

SI ()

NO ()

4. ¿Considera que los vendedores ejercen su trabajo con total profesionalismo?

SI ()

NO ()

5. ¿Considera que los representantes de las MYPE se preocupan por conocer las necesidades y preferencias de sus clientes?

SI ()

NO ()

2.2.Dimensión Estrategias:

6. ¿Evidencia que las MYPE han implementado las medidas de seguridad para la atención al público?

SI ()

NO ()

7. ¿Evidencia que los trabajadores portan equipo de seguridad adecuado?

SI ()

NO ()

8. ¿Cree usted que la atención brindada es la adecuada?

SI ()

NO ()

9. ¿Considera que los productos que ofrecen las MYPE satisfacen sus necesidades?

SI ()

NO ()

10. ¿Las MYPE cubren los costos de traslado de los materiales?

SI ()

NO ()

Anexo 3: Validaciones

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

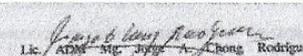
Yo, **JORGE ALBERTO CHONG RODRIGUEZ**, identificado con DNI N° 16608863, MAGÍSTER EN ADMINISTRACION

Por medio del presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos:

Cuestionario, elaborado por **AURORA IBELIS MEZONES OROZCO**, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación. **“GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO FERRETERÍA DE FRÍAS, AÑO 2020**, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 27 de Marzo del 2020.



Lic. ADM. Mg. Jorge A. Chong Rodríguez
REG. UNIC. DE COLEG N°062

Anexo 4: Libro de Códigos

Fuente: Propietarios

PERSONAS/PREGUNTAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1
2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2
3	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1
4	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2
CODIGO 1 – SI	3	4	0	4	0	0	0	2	0	2
CODIGO 2- NO	1	0	4	0	4	4	4	2	4	2
TOTAL	4									

Fuente: Clientes

PERSONAS/PREGUNTAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
3	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
4	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
5	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
6	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
7	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
8	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
9	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
10	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
11	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
12	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
13	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
14	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
15	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
16	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
17	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
18	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
19	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
20	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
21	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
22	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
23	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2

24	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
25	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
26	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
27	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
28	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
29	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
30	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
31	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
32	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
33	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
34	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
35	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
36	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
37	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
38	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
39	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
40	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
41	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
42	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
43	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
44	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
45	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
46	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
47	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
48	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
49	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2

50	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
51	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
52	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
53	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
54	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
55	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
56	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
57	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
58	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
59	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
60	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
61	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
62	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
63	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
64	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
65	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
66	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
67	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
68	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
69	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
70	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
71	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
72	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
73	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
74	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
75	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2

76	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
77	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
78	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
79	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
80	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
81	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
82	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
83	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
84	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
85	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
86	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
87	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
88	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
89	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
90	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
91	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
92	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
93	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
94	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
95	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
96	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
97	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
98	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
99	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
10	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
101	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2

102	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
103	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
104	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
105	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
106	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
107	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
108	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
109	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
110	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
111	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
112	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
113	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
114	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
115	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
116	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
117	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
118	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
119	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
120	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
121	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
122	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
123	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
124	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
125	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
126	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
127	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2

128	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
129	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
130	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
131	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
132	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
133	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
134	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
135	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
136	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
137	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
138	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
139	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
140	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
141	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
142	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
143	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
144	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
145	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
146	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
147	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
148	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
149	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
150	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
151	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
152	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
153	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2

154	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
155	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
156	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
157	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
158	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
159	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
160	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
161	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
162	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
163	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
164	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
165	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
166	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
167	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
168	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
169	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
170	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
171	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
172	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
173	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
174	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
175	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
176	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
177	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
178	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
179	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2

180	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
181	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
182	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
183	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
184	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
185	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
186	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
187	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
188	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
189	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
190	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
191	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
192	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
193	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
194	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
195	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2
CODIGO 1 - SI	175	0	156	195	0	0	0	195	0	0
CODIGO 2 - NO	20	195	39	0	195	195	195	0	195	195
TOTAL	195									

Anexo 5: Reporte Turnitin

Visualizador de documentos

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 08-abr-2020 18:17 -05

Identificador: 1293142575

Número de palabras: 7456

Entregado: 1

INFORME FINAL Por Ibilis Mezones Orozco

Índice de similitud	
0%	
Similitud según fuente	
Internet Sources:	6%
Publicaciones:	0%
Trabajos del estudiante:	0%

Anexo 6: Reporte de pagos

MUNICIPAL DE SULLANA S.A RUC-20102881347
CLINICA ESPECIAL DE CASTILLA
9567 - COBRO DE CONVENIOS DE RECAUDACION

Usuario	Fecha	Hora	Refer.	Mon.
CIAV	05-05-20	08:56:36	99240550	S/.

Empresa: UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE
Cuenta: 120-112-1002650
Codigo Id. Usuario: 811132133
Usuario: MEZONES OROZCO AURORA IBELIS

Fecha	Descripcion	Importe	Hora	Total
02-05-20	PENSTALLO4 2020	675.00	0.00	675.00
14-05-20	SERV.ANT00 2020	100.00	0.00	100.00
Sub-Total				775.00
Total Servicio de Recaudacion				775.00

Efectivo: S/. *****775.00

** Firma y Sello del Cajero al dorso **