



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL SECTOR COMERCIO: CASO EMPRESA
FERRETERÍA FERRIMAQ E.I.R.L. - SATIPO, 2020**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTORA

VELIZ VALERO, SOLEDAD

ORCID: 0000-0002-9809-8071

ASESOR

Ms. C. MUÑOZ AGUILAR, ESTUARDO

ORCID: 0000-0002-9053-8175

CHIMBOTE– PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Veliz Valero, Soledad

ORCID: 0000-0002-9809-8071

Investigador principal, estudiante de la Escuela Profesional de
Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote,
Satipo, Perú

ASESOR

Ms. C. Muñoz Aguilar, Estuardo

ORCID: 0000-0002-9053-8175

Docente Tutor Investigador de la Escuela Profesional de Administración
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú

JURADO

Mgtr. Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgtr. Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-8071-8327

Miembro

Mgtr. Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

Miembro

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-8071-8327

Miembro

Mgtr. Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

Miembro

Mgtr. Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Ms. C. Muñoz Aguilar, Estuardo

ORCID: 0000-0002-9053-8175

Asesor

AGRADECIMIENTOS

A Dios Todopoderoso por la vida y la salud y por haberme permitido la oportunidad de seguir continuando con mis estudios.

A la gerencia de la Ferretería FERRIMAQ E.I.R.L. por haberme brindado todas las facilidades del caso, en las tomas de muestras para mi recolección de información del presente trabajo.

Al docente tutor por su desempeño laboral y su paciencia en la enseñanza de que me ha brindado para poder realizar mi proyecto.

DEDICATORIA

Dedico todo mi esfuerzo a mis padres por su apoyo incondicional y mis docentes tutores que me ayudaron en la asesoría del presente trabajo.

A mi pequeña hija por ser unos de los motivos para no rendirme y seguir con fuerza a alcanzar mis metas, siendo como un impulso de superación y ejemplo para ella.

RESUMEN

EL presente trabajo de investigación se realizó con el objetivo de determinar si existe gestión de calidad en la gerencia para la atención al cliente en las mypes del sector comercio, caso: Ferretería FERRIMAQ E.I.R.L. Satipo, 2020. La metodología que se empleó fue de tipo cualitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental y descriptivo, mediante un cuestionario estructurado de 21 preguntas y a través de la técnica de encuesta, se obtuvo los siguientes resultados: Están representados por adultos en su gran mayoría “29 a 39 años” participan ambos géneros y tienen estudios superiores. Respecto a la gestión de calidad, aproximadamente el 40 % desconoce sobre los procesos y su gran importancia; en cambio, respecto a la atención los colaboradores refieren que no son capacitados y les resulta dificultoso resolver problemas. Se concluye que, en las organizaciones, en su gran mayoría, no implementan las herramientas y técnicas de gestión de calidad para dar un trato de excelencia al cliente. Un gerente debería trabajar con capacitaciones y motivar a sus empleados cada cierto tiempo, trabajar con un plan de mejora continua.

Palabras clave: Atención, calidad, capacitación, clientes, gestión.

ABSTRACT

This research work was carried out with the objective of determining if there is quality management in the management for customer service in the mypes of the commerce sector, case: Ferretería FERRIMAQ E.I.R.L. Satipo, 2020. The methodology used was qualitative, descriptive level and non-experimental and descriptive design, through a structured questionnaire of 21 questions and through the survey technique, the following results were obtained: They are represented by adults in their great majority "29 to 39 years" both genders participate and have higher education. Regarding quality management, approximately 40% do not know about the processes and their great importance, on the other hand, with regard to attention, employees report that they are not trained and it is difficult for them to solve problems. I conclude that in the vast majority of organizations they do not implement quality management tools and techniques to provide excellent customer service. A manager should work with training and motivate his employees from time to time, work with a continuous improvement plan.

Keywords: Attention, clients, management, quality, training.

|

CONTENIDO

Equipo de trabajo.....	ii
Jurado evaluador y asesor.....	iii
Agradecimientos.....	iv
Dedicatoria	v
Resumen	vi
Abstract.....	vii
Contenido	viii
Índice de tablas	x
Indice de figuras	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	10
1.1. Antecedentes	10
1.2. Bases teóricas de la investigación	22
1.3. Marco conceptual	31
III. HIPÓTESIS	32
IV. METODOLOGÍA.....	32
4.1. Diseño de la Investigación	32
4.2. Universo y Muestra	33
Tabla 1. <i>Operacionalización de variables e indicadores.</i>	35
4.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	36
4.4. Plan de análisis de datos.....	36
4.6. Principios éticos.	38
V. RESULTADOS	40

5.1. Resultados	40
5.2. Análisis de Resultados	44
VI. CONCLUSIONES	52
RECOMENDACIONES	53
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Establecer las características del capital humano para la gestión de calidad en las MYPEs del sector comercio, caso en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2020.....	40
Tabla 2. Describir las características de la gestión de calidad en las MYPEs del sector comercio, caso en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2020;.....	41
Tabla 3. Detallar las estrategias de atención al cliente en las MYPEs del sector comercio, caso en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2020.....	42
Tabla 4. Describir la satisfacción del cliente en las MYPEs del sector comercio, caso en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2020.....	43

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Enfoques y modelos de gestión de calidad.	23
Figura 2: Gestión de calidad de servicio y gestión de calidad total	24
Figura 3: Aspectos clave para implementación de la gestión de calidad total	26
Figura 4: Modelo de deficiencias	29
Figura 5: Modelo SERVQUAL conceptual	30
Figura 6: Modelo SERVQUAL.....	31
Figura 6. Edad	79
Figura 7. Género	79
Figura 8. Grado de instrucción.....	79
Figura 9. Tiempo en la empresa.....	80
Figura 10. Cantidad de trabajadores	80
Figura 11. Gestión de calidad de los RRHH	81
Figura 12. Establecimiento de misión visión y valores	81
Figura 13. Productos adaptándose al cliente	81
Figura 14. Empresa hace uso de la gestión de calidad.....	82
Figura 15. Colaboradores en constante capacitación	82
Figura 16. Problemas que hacen que el cliente deje de frecuentar.....	83
Figura 17. Metas para alcanzar la meta de fidelización	83
Figura 18. Empleo de libro de recomendaciones	83
Figura 19. Empleo de protocolos.....	84
Figura 20. Capacitaciones sobre atención al cliente.....	84
Figura 21. Satisfecho con la atención al cliente	85
Figura 22. Recomendaría comprar en el negocio	85

Figura 23. Empresa cuanta con todos los productos	85
Figura 24. Atención rápida y oportuna.....	86
Figura 25. Recibió asesorías.....	86

I. INTRODUCCIÓN

Las Micro y pequeñas empresas son importantes no sólo en el Perú sino en el mundo, así se tiene que en las ciudades más desarrolladas (OCDE; 2018) las MYPES son el 90% de las empresas y estos a su vez son quienes generan empleo, mejorando la actividad económica financiera. En estas economías las MYPES realizan trabajos competentes ante los demás, buscando lograr cumplir sus objetivos, uno de ellos es la innovación, nuevos productos, estrategias de llegar al público, publicidad, mercados objetivos, generando más empleo para más personas (Díaz, Amador, Soto y Armando, 2019).

El Perú al igual que otros países en Latinoamérica las MYPES están dentro de las transformaciones de los últimos 40 años, y estas se han generado en base a la migración y los cambios económicos que se han dado. Debido a las migraciones del campo a la ciudad, esto ha hecho que la cantidad de población aumente, asimismo han creado nuevas ideas de negocio las cuales han reemplazado a los negocios tradicionales, esto genera un impacto en el ámbito empresarial, es por ello que debemos estar preparados ante, las nuevas competencias y actuar con sabiduría y estrategias (Damián, 2018).

Sobre los asentamientos humanos que se dieron en las décadas de 70 al 80, aparecieron una multitud de pequeños comercios y talleres, instalados para dar servicio a esta nueva población, esta nueva reconfiguración ha hecho que aparezcan nuevas empresas, pero de origen popular, las cuales estaban dirigidas al consumo, los gustos y patrones de la nueva población asentada, es así que la familia se ha venido a convertir en una unidad productiva (microempresa) y que aprovecha sus

relaciones familiares con primos o tíos para formar una red de relaciones comerciales o productivas, que le pueda permitir crecer y ser una pequeña empresa (Damián, 2018).

A nivel nacional, con base al análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico/Ambiental y Legal), analizando por cada uno de los factores presentes en el país.

Como aspecto previo al análisis PESTEL, se presenta el panorama de las MYPES en el país, según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2017) el 99.6 % de las sociedades que existen en Perú son consideradas micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), del total de MIPYMEs el 96.2 % del total de empresas (1'648,167) está integrado por las microempresas, las pequeñas empresas componen el 3.2 % del total (54,824) y las medianas empresas componen el 0.2 % del total (3,426); las grandes empresas que están fuera de la MYPYME representan el 0.4 % del total del total de empresas (6,853) . A nivel de ventas, las microempresas conforman el 5.6 % de las ventas, las medianas empresas conforman el 15.1 % de las ventas y las grandes compañías son las responsables del 79.3 % de las ventas (INEI, 2017).

A nivel del factor político, estos últimos años la turbulencia política ha sacudido el panorama nacional, de esta manera se ha tenido 03 presidentes y 02 Congreso de la Republica en los últimos 05 años, esto ha afectado la estabilidad económica del país y ha aumentado la incertidumbre, el cual se ha visto reflejado en que ha subido el riesgo país, de esta manera para el mes de diciembre del 2020 el riesgo país del Perú subió en 1.10 puntos porcentuales según el Banco de Inversión J. P. Morgan

(2020), por lo cual la inestabilidad política afecta a través del riesgo, debido que el crédito se encarece.

A nivel económico, similar al anterior factor, en el económico se ha tenido turbulencia y una tendencia a la baja, tomando los últimos 92 años, la tendencia ha sido a la baja en la última década. Entre las peores caídas del PBI de acuerdo al BCRP (2021) se tiene el -12.3 % en 1989 y la peor caída en los últimos 92 años ha sido el 2020 con una caída del PBI de -12.5%, aspecto que ha afectado a la MYPES por ello el MEF ha destinado apoyo a 143 a través del FAE – MYPE.

El apoyo se da debido que según el INEI (2020), el 67,7% de las Mypes limeñas sufrió una baja en sus ventas al segundo trimestre del año, como consecuencia de la crisis sanitaria Covid-19, además, un alto porcentaje de empresas en el Perú están atravesando por un período de reactivación, ajustándose a una nueva moderación, que requiere de cambios en la gestión en cada ejercicio, en ese contexto muchas organizaciones han dispuesto de métodos y acciones de supervivencia para sobresalir de la crisis, sobre todo a través de su habilidad para economizar y gestionar eficientemente, es un factor clave para la supervivencia de una organización.

A nivel Social, las Mypes cumplen un fuerte protagonismo a nivel social debido que son las que más empleo generan, de acuerdo a la información proporcionada por la SUNAT, las Mypes son considerados como las principales generadoras de empleo. Ellas constituyen el 98.69% del total de las empresas que hay en Perú y dan trabajo al 75% de la población económicamente activa, además aportan el 45% del Producto Bruto Interno (PBI), por eso los especialistas la consideran muy

importante en el desarrollo del país. Las Mypes empiezan a germinar en la década de los 80, pero es recién por los años 90 que se hacen notar. Después de la caída y el cierre de grandes empresas, las micro y pequeñas empresas empiezan a generar puestos de trabajo para la población desempleada. (Salazar. 2018)

A nivel ambiental, en este factor se debe considerar que el COVID – 19 ha hecho que las Mypes replanteen sus procesos tanto de producción como distribución, de manera que sean más eficientes y generen menor impacto, sobre todo ambiental en su afán de disminuir costes, como se vio en el factor económico. En base a mejorar sus procesos, las Mypes han considerado mejorar su gestión, y así generar menos desprecio e impactos que irían de la mano con respetar los Límites Máximos Permisibles (LMPs) y Estándares de Calidad Ambiental (ECAs) que tiene el Perú en su legislación. De este modo El 69,7% de las empresas consideran como parte de las estrategias importantes para lograr su posicionamiento en el mercado a la calidad del producto o servicio prestado, un 50,9% considera al precio del producto o servicio, 37,9% da mayor importancia a la atención o servicio al cliente; mientras que el 23,5% considera como estrategia más relevante a los tiempos de entrega, entre otros factores (INEI, 2018, p. 59).

A nivel tecnológico, la tecnología se ha venido a convertir en el principal aliado en este contexto de pandemia, pero no se está aprovechando todas sus bondades sobre todo en la Mypes, así a nivel de móviles, a pesar que se ha incremento su uso, no se está aprovechando en todo su potencial, en el 2017 solamente el 10% de la inversión publicitaria total se destinó a digital, unos US\$ 78 millones. Por lo tanto, se muestra una brecha existente: los usuarios están en casi la mitad de navegación

en móviles, pero la industria de anunciantes de marcas está rezagada, pero se está dando pasos en dirección hacia lo digital, por ello la facturación de la publicidad digital ha pasado del 4% del total de la publicidad en el 2010 al 10% en el 2018.

La capacitación por mejorar en temas tecnológicos ha estado presente en la Mypes, de esta manera los temas de mayor interés a los que asistieron los que gestionan Mypes ha sido, ofertas que ofrece el sistema financiero (40,9%), gestión empresarial (19,0%), nuevas tecnologías para mejorar productos o procesos productivos (15,7%), información y comunicación (7,8%) y nuevas tecnologías para la gestión empresarial (6,5%). Y hasta el momento, son muchas las MYPE nacionales que están aprovechando las ventajas de las redes sociales para escalar en su negocio (Inga, 2019).

A nivel legal, El marco legal aun no es amigable con la Mypes, sobre todo lo relacionado con los trámites burocráticos para formalizarse, por ello en el Perú de las MYPES totales que ascienden a 3,65 millones, el 56% son informales y el 44% formales según PRODUCE (2017). Sin embargo, las informales ascenderían a alrededor de 65%, pues una proporción de las MYPES formales tributariamente serían informales en cuestiones laborales (Huerta, 2017).

Todos estos factores PESTEL analizados repercuten en la sostenibilidad de las MYPES, sobre todo porque afectan sus ventas y sobre la cantidad de ventas es que generan o no utilidad que les pueda permitir seguir en el mercado, por ello se tiene que en general, más del 60% de las MYPES dejan de operar entre los dos y tres años, esto debido que MYPES formales registran evidentes limitaciones en su gestión y desarrollo, como deficiencias en organización, en producción, en finanzas

y mercados, así como no se evidencia innovación (producción, proceso, marketing, organización y modelo de negocio). En términos financieros las MYPES no hacen planificación financiera, están enfocadas en el corto plazo, además que no tienen las herramientas y técnicas del caso (Huerta, 2018).

Como una forma de poder superar la crisis por la que atraviesan, las Mypes deben enfocarse a las nuevas necesidades y desafíos que realizar compras seguras, plataformas sencillas y experiencias para mejorar las ventas utilizando nuevos medios, como las ventas ONLINE, también manifiesta como gerente del comercio exterior CCL que, a raíz del coronavirus (COVID-19) ello posteriormente a originado nuevas acciones que debemos tomar en cuenta al momento del consumo. Asimismo, hace mención que, el uso de la tecnología, es una herramienta importante en tiempos de COVID 19 (Chavez, 2020).

La empresa FERRIMAQ E.I.R.L. se encuentra en el Distrito de Satipo en la AV. Antonio Raymondi, frente al grifo SATIPO. Se realizó un estudio sobre la situación del problema de atención al cliente para lograr la fidelización, por ejemplo: Cuando se va a comprar a una tienda de ferretera a veces los clientes se llevan una mala impresión del personal por la falta de buena atención, tiempo de espera y falta de asesoramiento de los productos que venden o puede ser que haya una mala actitud al momento de expresarse es por ello que un cliente deja de concurrir a una tienda ferretera y pueden llegar a realizar marketing pero del lado negativo, comunicando a sus amistades lo malo que recibió en la empresa a sus amistades.

La ferretería FERRIMAQ E.I.R.L. ofrece productos variados como pernos, fajas, poleas, alambre, clavos, pintura, fierros galvanizados, fierro dulce, brocas,

soldaduras, etc. Los clientes muchas veces desconocen sobre el uso correcto del producto que se va a comprar, lo que hace que se necesite una información adecuada del producto que se requiere y esto muchas veces no se consigue. Hay ocasiones donde el personal vendedor se encuentra con un carácter malhumorado y no da buena atención al cliente que ya no da ganas de volver a comprar en ese mismo lugar haciendo que se baje en la productividad de las ventas perjudicando de manera económica a la empresa. Hay falta de motivación al personal de ventas, por lo que se refleja en el ambiente y en la poca confianza que le da al comprador.

Por lo anteriormente expuesto, se formuló la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las en las micro y pequeñas empresas del sector comercio: Caso empresa ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2020? Para responder la pregunta de investigación se planteó como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio: Caso empresa ferretería FERRIMAQ E.I.R.L. Satipo, 2020.

Para llegar al objetivo general se formuló cuatro objetivos específicos, los cuales fueron: 1) Establecer las características del capital humano para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio: Caso ferretería FERRIMAQ E.I.R.L. Satipo, 2020. 2) Describir las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio: Caso ferretería FERRIMAQ E.I.R.L.-Satipo, 2020.; 3) Detallar las estrategias de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio: Caso ferretería

FERRIMAQ E.I.R.L.-Satipo, 2020.; y, 4) Describir la satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio: Caso ferretería FERRIMAQ E.I.R.L.-Satipo, 2020.

En cuanto a la justificación, a nivel práctico, el presente trabajo se realizó con el fin de que la empresa FERRIMAQ E.I.R.L. pueda conocer aspectos sobre como se viene desarrollando el desenvolvimiento en los aspectos de gestión de calidad respecto a la atención que realiza al público consumidor y así mismo conocer su relevancia para gestión empresarial, y con la información recopilada y brindada a la empresa, esta busque ponderar las recomendaciones planteadas y las pueda tomar en cuenta para su negocio. A nivel práctico, también es útil para los nuevos emprendedores, debido que plantea características para la calidad de servicio que puede servir para evaluar a los trabajadores. A nivel social, la investigación es beneficiosa porque plantea mejoras en el funcionamiento de la empresa específicamente en la gestión del servicio, y que sirve a los clientes que son la sociedad, mejorando su beneficio del consumidor. A nivel teórico, la investigación proveerá información para los futuros profesionales, como útil fuente de información sobre como asistir al cliente y como plantear una mejor gestión, además servirá como antecedente para otros trabajos investigación sobre el tema.

La investigación fue de diseño no experimental-transversal- descriptivo. Para la recolección de información se trabajó con una muestra de 15 trabajadores de la empresa FERRIMAQ E.I.R.L. A quienes se les aplico un cuestionario estructurado con 16 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: el 53 % de los trabajadores son del género masculina, el 47 % presenta como grado de instrucción educación básica. A nivel de gestión de calidad, el 66 %

considera que no se hace gestión de calidad de los recursos humanos para informarles y motivarles, el 87 % considera que se ha establecido la misión, visión y valores de la empresa, 87 % considera que la empresa tiene una serie de productos que se adaptan al cliente y el 87 % considera que la empresa hace uno de la gestión de calidad en la administración del negocio. A nivel de características de calidad de servicio, 93 % considera que existe diversos problemas que hacen que el cliente deje de frecuentar la empresa, 80 % considera la empresa se propone alcanzar metas de fidelización del cliente, 80% considera que se emplearía un libro de reclamaciones. A nivel de estrategias de atención al cliente el 93 % considera que la empresa usa protocolos de atención al cliente, 87 % considera que recibieron capacitaciones sobre atención al cliente y 80 % considera que los trabajadores están en constante capacitación sobre procesos de ventas.

La investigación concluye en que la mayoría de trabajadores pertenecen al género masculino, tienen educación básicos, aprecian que se viene dando una adecuada gestión de calidad en la empresa debido que se tiene esta gestión de calidad para motivar al trabajador; asimismo, en calidad de servicio se desconoce las técnicas para dar una adecuada atención, no se evalúa la satisfacción y por último, manifiestan que la capacitación para dar una mejor atención al cliente es mínima.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

1.1. Antecedentes

Internacionales.

Gaitán (2018) en su tesis *proyecto de mejora de servicio al cliente en la empresa distribuciones AC SAS*; tuvo como objetivo general, mejorar el servicio al cliente en la empresa Distribuciones AC SAS para que la organización crezca económicamente y mejore su posicionamiento estratégico en el mercado. En su metodología, utilizó el tipo de investigación descriptivo – transversal, fue un estudio de caso el cual considero una muestra de 20 clientes y 4 trabajadores, se aplicó encuestas, el instrumento fue el cuestionario con 21 preguntas. Los resultados encontrados fueron los siguientes: que el 100 % de los trabajadores conoce el manual de funciones, al 75 % le gusta el trabajo que realiza, el 75 % no tiene motivación por parte de sus superiores para trabajar en la empresa, el 75 % considera que su sueldo no es acorde con su labor, el 100 % considera que la empresa es estable, el 75 % aceptaría una mejor propuesta laboral, el 75 % considera que la comunicación interna para ofrecer un producto de calidad es regular, el 75 % considera es regular la relación que mantiene con sus compañeros, el 75 % considera que es regular el aprendizaje que mantienen para atender las necesidades del cliente; respecto a los clientes el 60 % considera que es bueno el método de atención utilizado por el asesor comercial, el 100 % considera que es muy bueno la entrega de pedidos, el 70 % considera que es bueno la presentación de los productos ofrecidos, el 100 % considera muy los precios acorde con el producto, el 75 % considera bueno la atención del personal y el 75 % considera regular las herramientas de apoyo que recibe para la compra. Se concluye que el

negocio comercial tiene a los trabajadores con baja motivación en relación a sus sueldos, que el ambiente laboral es regular y que los trabajadores tienen conocimiento sobre su trabajo, por parte de los clientes estos tiene alta satisfacción con la atención a excepción de las herramientas que ayuden en su compra.

Torres (2018) en su tesis *el nivel de satisfacción del cliente en el restaurante el Kioskito, Tejupilco, México 2016*; tuvo como objetivo general, determinar el nivel de satisfacción con los servicios y productos que se ofrece. En su metodología, utilizó el tipo de investigación descriptivo, fue un estudio de tipo mixto cuantitativo – cualitativo, su población fue de 100 comensales y considero una muestra probabilística de 79 comensales, se aplicó encuestas, el instrumento fue el cuestionario con 29 preguntas. Los resultados encontrados fueron los siguientes: que el 56 % de los comensales tiene género masculino, el 47 % tiene un nivel de estudio de licenciatura, el 44 % son empleados, el 47 % va entre 1 a 3 veces al negocio al mes, el 53 % asiste en familia, el 25 % tiene como cliente en promedio 5 años, el 67 % está satisfecho con la porción que sirven, el 63 % está satisfecho con la variedad de entradas, el 66 % está satisfecho con la variedad de platillo, el 54 % está satisfecho con la variedad de postres, el 67 % está satisfecho con la variedad de bebidas, el 65 % está satisfecho con la presentación de los platillos, el 54 % está satisfecho con la calidad de los insumos utilizados, el 58 % está satisfecho con la atención recibida del personal, el 41 % está satisfecho con el tiempo de espera, el 60 % está satisfecho con el servicio de los meseros, 49 % está satisfecho con la ubicación del negocio, 49 % está satisfecho con el diseño de las instalaciones, 59 % está satisfecho con el estacionamiento, 75 % está satisfecho con el ambiente del negocio, 67 % está satisfecho con la higiene y limpieza del lugar, 79 % está

satisfecho con el horario de atención, 48 % está satisfecho con los precios, el 60 % esta insatisfecho con la publicidad, el 70 % está insatisfecho con promoción que da el negocio y el 100 % recomendaría el negocio. Se concluye que el negocio comercial tiene una alta satisfacción entre su clientela, la cual está compuesta por clientes en su mayoría de educación superior que llegan con sus familias, pero que a nivel de promoción y publicidad no está siendo atractiva para los clientes, pese a lo cual la totalidad recomendaría el negocio.

Zavala (2017) en su tesis *Comercialización de calzado personalizado para damas, localizado en la ciudad de Guayaquil*; tuvo como objetivo principal determinar la factibilidad de la creación de una empresa comercializadora de calzado personalizado en la ciudad de Guayaquil. En su metodología, utilizó el tipo de investigación descriptivo – transversal, la población fue de 349 462 mujeres y la muestra fue de 400 mujeres, se aplicó la técnica de encuestas, el instrumento aplicado fue el cuestionario con 14 preguntas. Los resultados encontrados fueron los siguientes: que el 45 % de clientes tienen entre 22 a 25 años, el 28 % compra por aspectos del consumismo, el 33 % tiene una frecuencia de compra de cada 2 meses, el 45 % compra por la calidad de los productos, el 64 % compra en los productos en los centros comerciales, el 79 % compra calzado nacional, el 39 % considera que el calzado nacional es bueno en calidad, el 76 % considera es bueno por la calidad de sus insumos, el 24 % compra más sandalias como calzado, el 46 % gasta entre 46 y 100 dólares en promedio, el 81 % compra calzado que es personalizado y el 57 % de las clientes personaliza sus sandalias. Se concluye que el negocio de los zapatos al estar enfocado hacia un público femenino y millennial usa canales digitales, además tuvo altas ventas y rentabilidad que hace viable la

empresa, además las clientas prefieren el calzado nacional y que este sea personalizado.

Nacionales.

Erazo (2019) en su tesis *Gestión de calidad y atención al aliente en las MYPE comerciales rubro bodegas de urbanización los Titanes, Piura año 2019*, tuvo como objetivo general determinar las características que tiene la Gestión de Calidad y Atención al cliente en las MYPE, rubro bodegas. La metodología utilizada para esta investigación fue descriptiva, el nivel fue cuantitativo, el diseño fue no experimental – transversal, se aplicó como técnica la encuesta para la recolección de información y como instrumento el cuestionario aplicado a una muestra de 384 clientes. Los resultados encontrados fueron los siguientes: 93 % de los clientes consideran que los productos que adquiere satisfacen sus necesidades, el 93 % de los clientes manifiestan que la bodega ha tenido un crecimiento en los últimos años, en atención al cliente el 94 % de los clientes consideran que los trabajadores de la bodega le demuestran respeto en la atención, el 94 % manifiesta, que les gustaría que la bodega tenga en algún momento el despacho de delivery. En conclusión, se tiene una buena atención en el negocio, el cual hace referencia que los clientes visiten con más frecuencia las bodegas.

Ríos (2019) en su tesis *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Restaurantes ubicados en el MALL Plaza Trujillo, año 2019*; tuvo como objetivo general determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Mypes del sector servicio-rubro restaurantes ubicados en el Mall Plaza Trujillo, año 2019. En su metodología, utilizó el tipo de investigación no

experimental – Transversal – Descriptiva, la población fue de 20 Mypes y la muestra fue de 18 Mypes, se aplicó la técnica de encuestas, el instrumento aplicado fue el cuestionario con 23 preguntas. Los resultados encontrados fueron los siguientes: que el 100 % conoce de gestión de calidad, el 44 % maneja atención al cliente, el 60 % aprenden lento sobre atención al cliente, el 100 % utilizan la técnica de la evaluación, el 100 % contribuye al rendimiento del negocio, el 100 % afirma que alcanza los objetivos y metas, el 100 % conoce atención al cliente, el 100 % emplea la gestión de calidad, el 100 % respondió que atención es primordial para que el negocio, el 100 % utiliza la comunicación en el servicio de calidad, el 60 % indica que la rapidez en la entrega del producto, el 100 % menciona que brinda buena atención al cliente, el 56 % respondió por una mala organización, el 38 % manifiesta que tiene clientes satisfechos por una buena atención. Se concluye que la mayoría conoce de gestión de calidad, que la mayoría brinda una mala atención por los empleados y la mayoría siempre brinda una excelente atención al cliente logrando la satisfacción de los clientes.

Ulloa (2018) en su tesis *Gestión de calidad con el uso del marketing y Plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa en general del mercado central del distrito de Trujillo, 2018*; tuvo como objetivo general determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso del Marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa en general del mercado central del distrito de Trujillo, 2018. La investigación tuvo un diseño no experimental - transversal y descriptivo, se tuvo una muestra de 17 micro y pequeñas empresas, se aplicó la técnica de encuesta y el

instrumento fue el cuestionario de 23 preguntas. Los resultados encontrados fueron los siguientes: el 71 % de los trabajadores tienen entre 18 - 30 años de edad, el 65 % de los trabajadores son del género masculino, el 53 % tiene el cargo de dueño, el 59% de las micro y pequeñas empresas llevan más de 7 años en el rubro, para el 65 % de las micro y pequeñas empresas su objetivo es generar ganancias y rentabilidad, el 94 % conoce el término de Gestión de Calidad, el 100 % afirma que la gestión de calidad mejora a la rentabilidad de la empresa, el 88 % conoce el termino marketing, el 53 % afirma que su nivel de ventas ha aumentado gracias a las estrategias de marketing, el 47 % no usa herramientas de marketing porque no se adaptan a su empresa, el 65 % afirma que usar marketing trae como beneficio el incremento de las ventas, Se concluye que la mayoría de las micro y pequeñas empresas conoce sobre los instrumentos de la gestión de la calidad y el marketing, asimismo perciben que estos son beneficiosos pero que tienen limitaciones en su aplicación para poder generar mayor rentabilidad y ventas.

Regionales.

Cipriano (2019) en su tesis *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la financiera Qapaq S.A; agencia Huancayo - 2019* que tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la Financiera Qapaq S.A – Huancayo, 2019. La metodología de la investigación tiene un diseño no experimental - transaccional, es de tipo cualitativa y nivel descriptivo correlacional, la técnica de investigación que se fue utilización de la encuesta, con la aplicación de cuestionario basado en el método SERVQUAL, a una muestra que está conformada por 384 clientes de la Financiera Qapaq S.A – Agencia Huancayo, para la obtención de resultados se aplicó un cuestionario con

escala de Likert el cual está compuesto por 16 preguntas, estas fueron elaboradas de acuerdo con las variables en estudio. Los resultados encontrados fueron los siguientes: el 67 % de los clientes tienen una opinión favorable (casi siempre y siempre) respecto al ambiente que perciben en la empresa, el 80 % de los clientes tienen una opinión positiva (casi siempre y siempre) respecto al equipamiento tecnológico, el 41 % de los clientes tienen una opinión favorable (casi siempre, siempre) sobre el horario de atención, el 40 % de los clientes tienen una opinión negativa (nunca, casi nunca) respecto a la rápida atención del servicio por parte de los colaboradores, el 79 % de los clientes tienen una opinión favorable (casi siempre, siempre) respecto a las medidas de seguridad con las que cuenta la empresa, el 59 % de los clientes tienen una opinión favorable (casi siempre) respecto a la confidencialidad de información proporcionada por los clientes, el 43 % tienen una opinión favorable (casi siempre y siempre) respecto a la respuesta del personal frente a un inconveniente, el 57 % de los clientes tienen una opinión favorable (casi siempre, siempre) respecto a la atención personalizada a los clientes ya que consideran que los colaboradores se toman el tiempo necesario para orientar al cliente de forma adecuada, el 56 % de los clientes manifiestan que (casi nunca, nunca) tuvieron inconvenientes con el servicio recibido, el 53 % de los clientes manifiestan que se sienten satisfechos con el servicio recibido, ya que el servicio prestado cumplió sus necesidades. En conclusión, se tiene que tanto la calidad de servicio y la satisfacción del cliente tienen una correlación directa, que ambos inciden en la otra.

Lagos (2019) en su tesis titulada *Calidad de servicio y satisfacción al usuario de la clínica Zarate – Huancayo*, tuvo como objetivo general determinar la relación

que existe entre calidad de servicio y satisfacción al usuario de la clínica Zarate. La metodología de la investigación tuvo un diseño no experimental, el tipo de investigación es transeccional o transversal, la población estuvo conformada por 522 usuarios que tuvieron consultas externas, el tamaño de la muestra fue de 222 usuarios, la técnica utilizada fue la encuesta e instrumento aplicada fue el cuestionario. Los resultados encontrados fueron los siguientes: se determinó que el 43 % los usuarios están de acuerdo con los equipos ya que son de apariencia moderna, el 47 % considera que las instalaciones físicas son atractivas, el 48 % considera que los colaboradores tienen una apariencia pulcra, el 42 % están de acuerdo cuando la clínica Zarate promete al usuario en un tiempo determinado lo cumple, el 42 % de los usuarios se sienten seguros en la clínica Zarate, el 46 % considera que los colaboradores ofrecen un servicio rápido, el 45 % consideran que los colaboradores demuestran conocimientos suficientes para responder las preguntas de los usuarios, el 52 % consideran que los colaboradores están dispuestos ayudar y son amables, así mismo están de acuerdo que los colaboradores comprenden las necesidades de los usuarios, también están de acuerdo que el servicio esperado está basado en atención rápida y confiable, los usuarios consideran estar de acuerdo que fue su mejor elección haberse atendido en la clínica Zarate. En conclusión, existe relación entre calidad de servicio y satisfacción al usuario de la clínica Zarate, y analizando la correlación de las variables se tiene un nivel de significancia de 0.05 y un valor Chi cuadrado igual 324.651, que fue superior al valor en la tabla.

Torres y Pizarro (2019) en su tesis *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en la Agencia Real – CMAC Huancayo – 2019*; tuvo como objetivo determinar en

qué medida la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción de los clientes de la Caja Huancayo - Agencia Real, en el periodo 2019. La metodología de la investigación fue de tipo básica, de nivel descriptivo-correlacional y de diseño no experimental - correlacional; fue de tipo descriptivo y el método estadístico, en los instrumentos de recolección de datos se usó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario y la ficha observación, la muestra fue 382 clientes. Los resultados encontrados fueron los siguientes: el 49 % opinaron que el servicio de la Caja Huancayo casi siempre es fiable, el 50 % opinaron que en el servicio de los trabajadores de la Caja Huancayo solo a veces muestran sensibilidad, el 51 % opinaron que en el servicio de la Caja Huancayo casi siempre brinda seguridad, el 63 % opinaron que en el servicio de los colaboradores de la Caja Huancayo casi siempre muestra empatía, el 46 % opinaron que el servicio de la Caja Huancayo es eficiente, el 49 % opinaron que la calidad de servicio en la Caja Huancayo casi siempre cubre sus expectativas y el 49 % tienen una satisfacción considerable. En conclusión, se da una existencia de una relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, el cual determina que existe una correlación positiva media.

Locales.

Gaspar (2019) en su tesis *Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos de las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías, Satipo, 2019*; el objetivo de la investigación fue establecer la relación entre gestión de calidad y eficacia en los procesos administrativos en las Mypes del sector comercial, rubro ferreterías-Satipo, 2019. La metodología fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo-correlacional y de diseño no experimental-transversal-retrospectivo-

descriptivo correlacional, el instrumento para recolectar información fue un cuestionario con 17 preguntas y la entrevista a los propietarios, en donde la muestra estaba conformada por 10 Mypes del sector comercio, rubro ferreterías. Los resultados encontrados fueron los siguientes: un 40% de los microempresarios tienen un promedio de edad de 51 a más años, un 90% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas son personas de sexo masculino, un 50% de los microempresarios, tienen un grado de instrucción técnico, un 60% de las micro y pequeñas empresas no han establecido aún su misión, visión, valores y objetivos, un 60% de las micro y pequeñas empresas gestionan su negocio bajo una mejora continua, un 70% de las micro y pequeñas empresas no gestionan su negocio bajo un enfoque basado en el cliente, el 100% de las micro y pequeñas empresas gestionan sus negocios fortaleciendo el trabajo en equipo, un 70% de las micro y pequeñas empresas a veces se da el proceso de planeación, un 90% de las micro y pequeñas empresas revisan a veces el cumplimiento de la planeación, un 70% de las micro y pequeñas empresas el proceso de organización se da de manera verbal (informal), un 80% de las micro y pequeñas empresas no saben o conocen la publicación de algún organigrama en su negocio, un 60% de las micro y pequeñas empresas tienen una dirección basada en liderazgo, un 50% de las micro y pequeñas empresas a veces han tomado decisiones acerca de la dirección de su empresa, un 100% de las micro y pequeñas empresas realizan un control de la empresa mediante el desempeño de cada uno de los trabajadores, un 90% de las micro y pequeñas empresas priorizan el nivel de calidad del proceso administrativo siempre, un 70% de las micro y pequeñas empresas considera que el soporte del proceso administrativo en su empresa es eficaz. En conclusión, las micro y pequeñas

empresas sector comercio, rubro ferreterías tienen ciertas deficiencias en sus procesos administrativos y gestión de calidad, los cuales deben ser atendidos para mejorar las actividades y operaciones de estos negocios.

Páez (2019) en su tesis *la calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de las pollerías del distrito de Satipo, 2019*; tuvo como objetivo general determinar en qué medida la calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes de las pollerías del distrito de Satipo, 2019. La hipótesis planteada fue la calidad del servicio influye significativamente en la satisfacción de los clientes de las pollerías del distrito de Satipo, 2019. La metodología de investigación fue de tipo correlacional, el tipo de investigación fue explicativo, la muestra estuvo constituida por 30 clientes del establecimiento pollería FREDD CHICKEN del distrito de Satipo, para medir el grado de correlación se utilizó a través del Excel y software estadístico SPSS V.24. Los resultados encontrados fueron los siguientes: el 40 % de encuestados están totalmente en desacuerdo con la calidad del servicio, el 67 % de los clientes están desacuerdo con la calidad en relación a variedad y frescura en el mercado del producto, el 60% de los clientes están en desacuerdo con la variedad que se debe considerar y lo claro que debe de ser el precio del producto, el 47 % de los clientes están en desacuerdo con la atención personalizada, cordialidad y rapidez en su servicio, el 43 % de los clientes está conforme con el desempeño percibido del producto o servicio. En conclusión, se tiene que existe una relación entre la Calidad de servicio y Satisfacción del cliente, relacionándose de manera positiva, determinando que el logro en satisfacer al cliente se da a través de la buena gestión de la calidad de servicio que se brinda al cliente.

Gil (2018) en su tesis *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercial, rubro zapaterías, distrito de Satipo, año 2018*; tuvo como objetivo general determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las MYPES del Sector Comercial, rubro zapaterías, distrito de Satipo, año 2018. En su metodología, la investigación fue de tipo descriptivo, no experimental, transversal; la población y muestra ha sido de 17 MYPES, la técnica utilizada fue encuesta, el instrumento fue el cuestionario estructurado de 16 preguntas. Los resultados encontrados fueron: el 53 % de los propietarios están en el rango de 29 a 39 años; el 59 % son de género femenino; el 59 % no tienen formación académica, el 94 % de las MYPES encuestadas están formalizadas y su principal interés es el acceso al crédito bancario, el 41 % de los negocios relacionados a zapaterías están en el mercado en promedio de 4 a 6 años, el 76 % de las MYPES no tienen a sus trabajadores en planilla, el 65 % no ha definido la misión, visión ni valores de su empresa, tampoco cuenta con plan de calidad, el 35% no tiene su local en buenas condiciones, el 59% no tiene protocolos de servicio al cliente, el 29% no considera las sugerencias del cliente para mejorar su nivel de servicio, el 23% de las MYPES no tiene como objetivo la fidelización del cliente; el 53 % no capacita a su personal y el 12 % de zapaterías tienen colaboradores que no tienen actitud de servicio. Se concluye que la mayoría de propietarios de MYPES dedicadas a la zapatería no tiene preparación y son jóvenes, que a pesar de haberse formalizado para acceder a crédito no tienen a sus trabajadores en planilla, y que no han implementado adecuadamente los instrumentos de gestión de calidad en su negocio.

1.2.Bases teóricas de la investigación

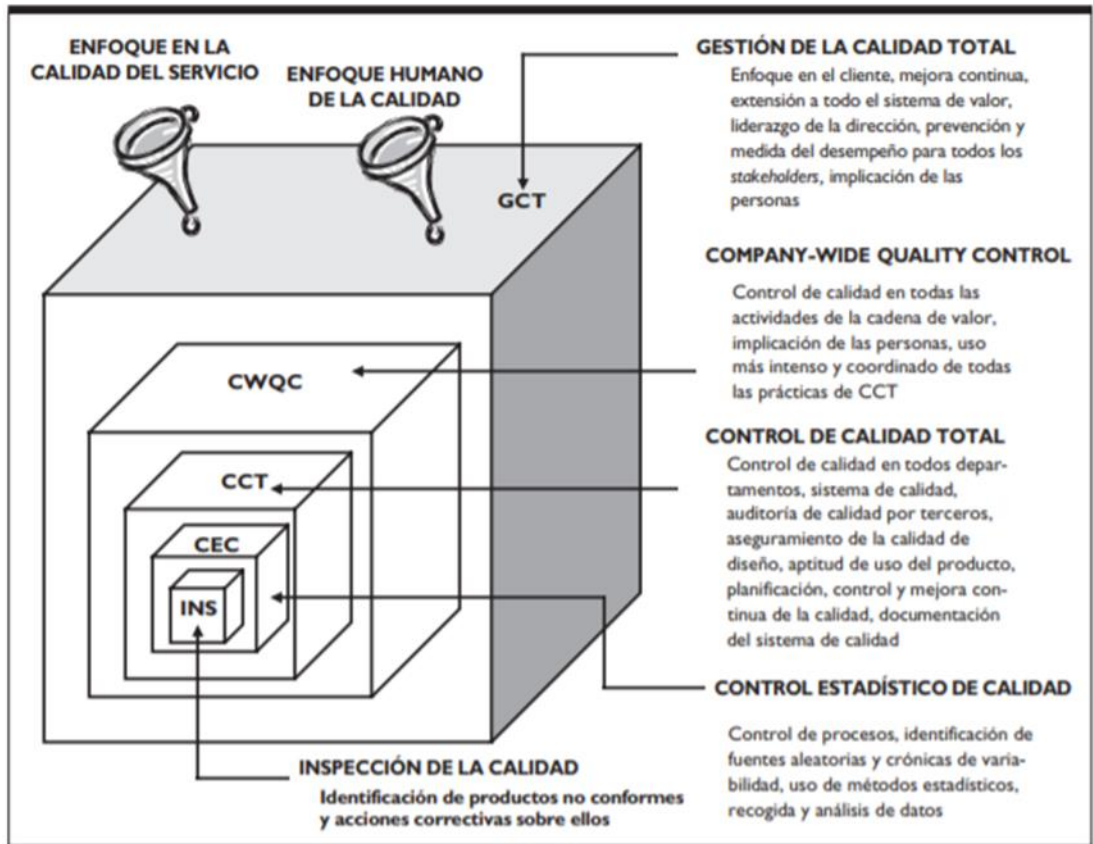
Gestión de calidad.

Para poder analizar y entender la gestión de calidad se requiere poder abstraer y concretizar los diversos enfoques que se tiene respecto a la gestión de calidad, al respecto se tiene una gran clasificación sobre la gestión de calidad, estando por un lado la gestión de calidad orientada esta desde una mirada de producto y de otro lado la gestión de calidad entendida esta como integral al servicio (Camisón, Cruz, González, 2017).

Desde la mirada de la gestión de calidad centrada en el producto se tiene que este está basado en la inspección de la calidad en relación con la conformidad a unas especificaciones, esta conformidad debe mantenerse en el tiempo (uniformidad) antes de poderse plantear mejoras (Camisón, Cruz, González, 2016). Los modelos más relacionados hacia este tipo de mirada de la gestión de calidad son el modelo de la gestión de calidad vista como inspección de la calidad, el de control estadístico de la calidad y el de aseguramiento de la calidad o control de calidad total.

Desde la mirada de la calidad como integral y relacionada al servicio, este centra su atención en la importancia de la satisfacción de las expectativas (de los clientes y de los empleados), los enfoques relacionados a esta mirada de la gestión de calidad son el control de calidad en toda la compañía y la gestión de calidad total de la empresa (Camisón, Cruz, Gonzales, 2016).

Figura 1: Enfoques y modelos de gestión de calidad.



Nota: Muestra las distintas características de los enfoques.

Fuente: Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y Sistema (2016)

Dentro del análisis se debe considerar los enfoques, tanto del enfoque en la calidad del servicio y el enfoque humano de la calidad.

De los diversos enfoques, para la investigación, la cual esta relaciona la gestión de calidad y la atención al cliente, se presenta los enfoques que mejor se relacionan, que son la Gestión de Calidad del Servicio (GCS) y la Gestión de Calidad Total (GCT).

Figura 2: Gestión de calidad de servicio y gestión de calidad total

Enfoque Característica	Gestión de Calidad del Servicio (GCS)	Gestión de Calidad Total (GCT)
Concepto de calidad	Satisfacción de expectativas del cliente	Calidad total
Centro de atención	Clientes externos	Stakeholders y estrategia
Naturaleza	Comercial	Estratégica
Ámbito	Externo - Marketing	Interno y externo - Sistema valor
Orientación	Satisfaciente	Proactiva
Motivación	Compromiso con el cliente	Dirección comprometida
Objetivos	Satisfacción de los clientes	Competitividad
Visión	Eficacia	Eficiencia y eficacia
Actitud al cambio	Dinámica (innovación)	Aprendizaje e innovación
Personas clave	Departamento comercial, personal en contacto con el cliente.	Alta dirección, liderando al resto.
Diseño organizativo y recursos humanos	Incentivo de la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía.	Desarrollo de competencias, compromiso, participación, autonomía, cooperación, horizontalidad.
Prácticas y métodos esenciales	Investigación de mercados, gestión de expectativas.	Benchmarking, planificación estratégica, prácticas directivas y organizativas.

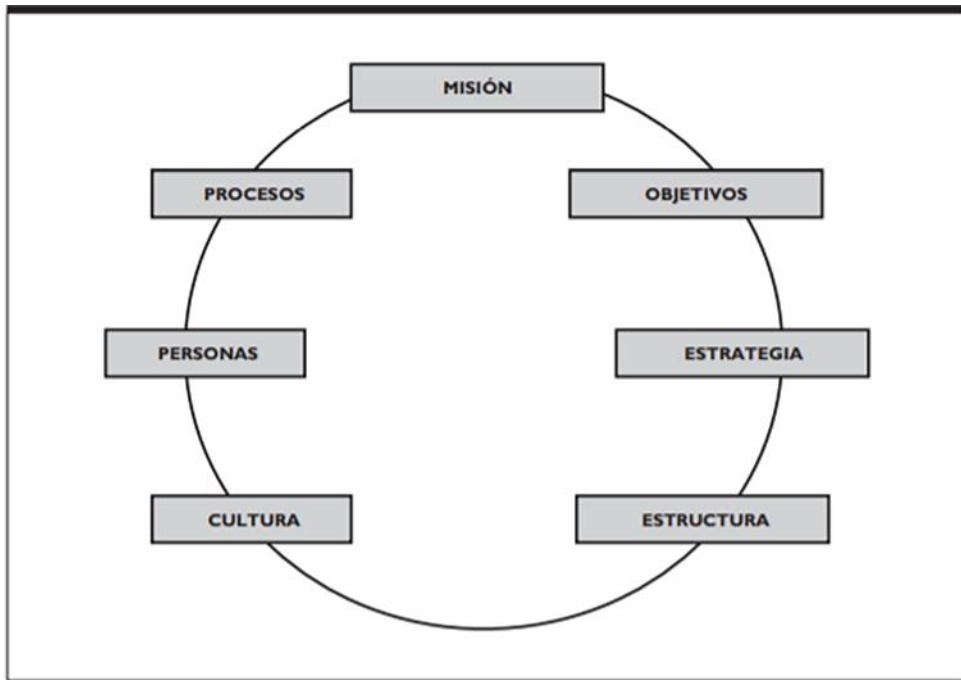
Fuente: Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y Sistema (2017)

Debido a lo holístico e integrador del camino a la Gestión de Calidad Total (CGT), se considera este enfoque para la investigación.

La GCT es el conjunto de actividades que se orientan a la planificación, organización, ejecución y control en las empresas esto se realiza con la mejora continua, las cuales deben estar en constante innovación, nuevos productos, al mejor precio, productos de calidad, ambiente mejorado, y buena atención al público e incentivos, considerados estrategias claves para alcanzar las metas (Pincay y Parra, 2020).

- Conocer con claridad las metas de calidad que la empresa tiene como objetivo su misión.
- Organizar estrategias de calidad en la entidad.
- Extender las técnicas y estrategias de calidad en todo nivel
- Diseñar las funciones de los departamentos de la empresa asignando su responsabilidad y sus metas.
- Constituir un Sistema de Gestión de Calidad en la empresa.
- Mantener en la organización un ambiente grato y una buena cultura.
- Formar con capacitaciones a los trabajadores de la empresa.
- Analizar las tomas de decisiones y verificar las acciones realizadas

Figura 3: Aspectos clave para ejecución de la GCT.



Fuente: Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y Sistema (2016)

Para que implementar este sistema se considerara los siguientes aspectos clave (Pincay y Parra, 2020).

- Misión, es importante que todos los que conforman la organización se sientan comprometidos con la organización y sumen en la misión de la empresa.
- Objetivos, deben ser muy claros para todo personal que labora para conocer a donde quieren llegar y como lograrlo.
- Estructura, es la forma de relación que hay entre trabajadores, las responsabilidades, roles y el modelo de organización.
- Cultura. Esto se refiere a los valores, normas, creencias que guían el comportamiento de cada personal para apoyar el trabajo en equipo.

- Personas, deben disfrutar su trabajo y amar el ambiente en el que ejercen sus labores, asimismo sentirse identificados con su marca o empresa.
- Procesos, es la organización de las tareas de forma ordenada que ayuda a alcanzar los objetivos propuestos.

Desde el punto de vista la GCT puede caracterizarse a partir de 8 principios (Camisón, Cruz, Gonzales, 2016), los cuales son:

Gestión de calidad orientada al cliente

Bajo esto se debe tomar en consideración a los clientes como una de las piezas fundamentales de la actividad empresarial, un cliente motivado dará buenos resultados, por ser quienes finalmente juegan un rol importante en la calidad de atención que la empresa les brinda. En cuanto a la orientación hacia el producto se debe tener en cuenta que materiales son demandados y el tiempo por lo tanto, el enfoque debe estar en satisfacer al cliente el cual no sólo busca calidad en el producto, sino que además exige buen precio, información y asesoramiento pre y postcompra, servicio a tiempo, garantía de calidad, etc.

Desde esta orientación, se debe cuidar al cliente, para ello se propugna adelantarse a las especificaciones actualmente exigidas, en pos de la calidad latente o sorpresiva.

Atención al cliente.

Para poder analizar y entender la atención al cliente, este debe ser analizada desde la lógica de calidad de servicio.

Dimensiones de la calidad del servicio; se tiene 5 dimensiones que posibilitan entender la atención que recibe un cliente (Zavala y Veliz, 2020).

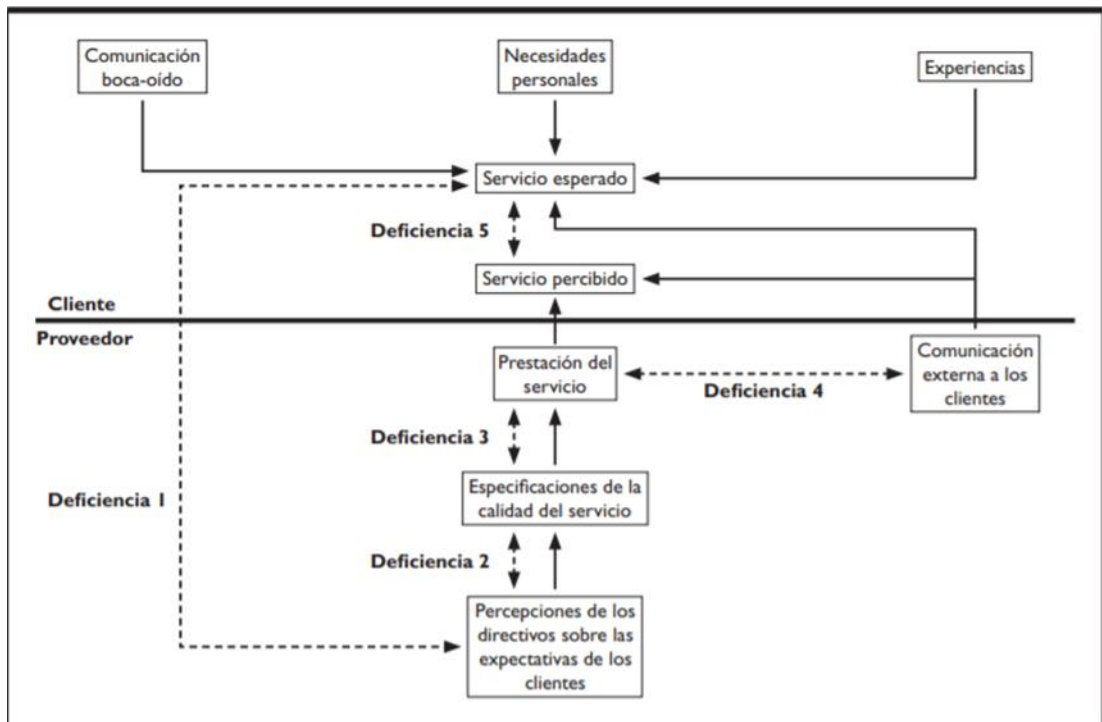
- Elementos tangibles, son los aspectos visibles que acompañan y apoyan el servicio.
- Fiabilidad, es la habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- Capacidad de respuesta, es disposición y voluntad para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio de forma rápida.
- Seguridad, son los conocimientos mostrados por los empleados, así como sus habilidades que inspiren credibilidad y confianza;
- Empatía, se da en atención individualizada que se ofrece a cada cliente.

Para poder comprender la atención al cliente, se requiere analizarlo desde el modelo de deficiencias, el cual plantea que existe 5 deficiencias, que configuran a la vez 5 discrepancias (Camisón, Cruz, González, 2017).

- Deficiencia 1: Discrepancia entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los directivos.
- Deficiencia 2: Discrepancia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad.
- Deficiencia 3: Discrepancia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio.
- Deficiencia 4: Discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa.

- Deficiencia 5: Discrepancia entre el servicio esperado y el servicio percibido desde el punto de vista del cliente

Figura 4: Modelo de deficiencias



Fuente: Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y Sistema.

En base a estas discrepancias se introduce el concepto de calidad percibida de los servicios, la cual se entiende como la valoración global que realiza el cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio que la empresa ofrece, esta valoración lo hace en base a sus percepciones sobre los resultados del servicio antes ofrecidos (Ganga, Alarcón y Pedraja, 2019).

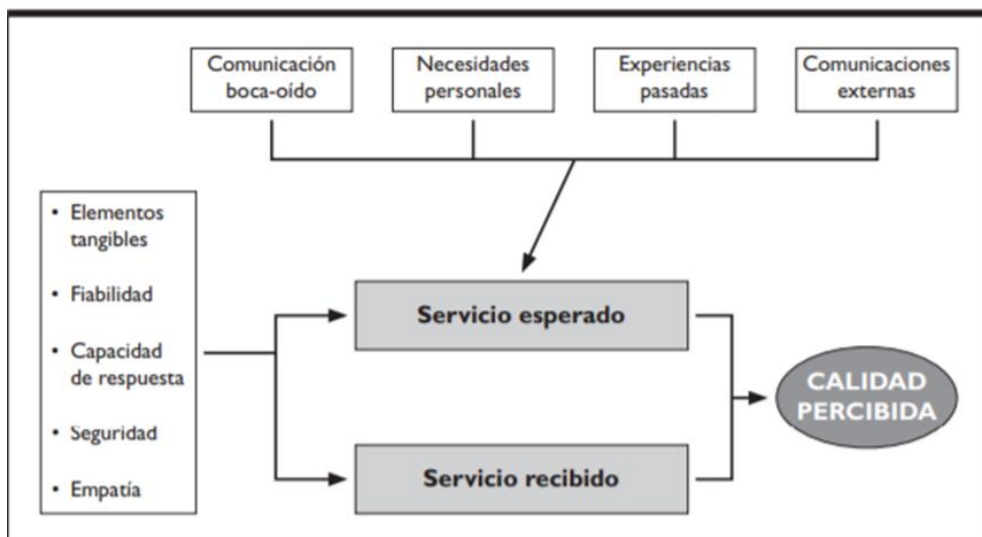
Para poder medir el servicio, se plantea el modelo SERVQUAL (Service Quality) hecho en base a los trabajos de los autores Parasuraman, Zeithaml y Berry, quienes analizan que un servicio es de calidad cuando las percepciones igualan o

superan las expectativas que se habían formado, por lo que la gestión de las expectativas es más fácil si se conocen los factores que contribuyen a su formación, para ello es necesario conocer los elementos condicionantes (Pincay y Parra, 2020).

- Comunicación boca-oído, relacionado a experiencias, recomendaciones y percepciones de otros clientes.
- Necesidades personales, relacionado a lo que verdaderamente necesita el cliente.
- Experiencias anteriores, relacionado a experiencias previas al servicio, aquí se espera más de lo antes recibido.
- Comunicación externa, relacionado a señales que las empresas ofrecen de su servicio.

En base a los condicionantes y los elementos del modelo SERVQUAL, se tiene el modelo conceptual del mismo.

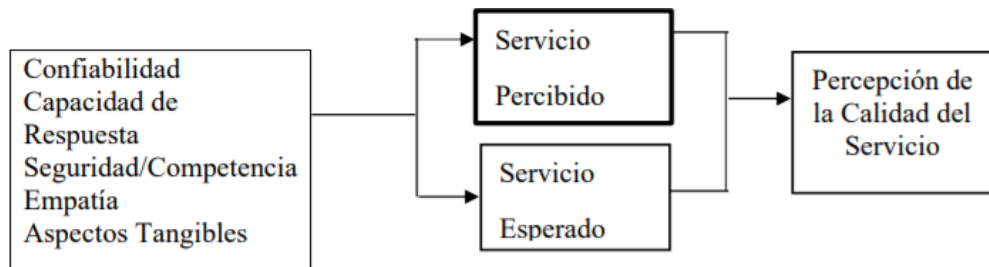
Figura 5: Modelo SERVQUAL conceptual



Fuente: Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y Sistema (2017)

Sobre el modelo conceptual SERVQUAL, Ganga, Alarcón y Pedraja (2019) plantean un modelo aplicativo para poder medir la atención al cliente, desde la calidad del servicio.

Figura 6: Modelo SERVQUAL



Fuente: Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y Sistema.

1.3. Marco conceptual

Gestión

La gestión está dada como el conjunto de procedimientos, actividades y/o acciones que conlleven a poder lograr un determinado objetivo, por lo tanto, son una serie de tareas que se realizan para acometer un fin planteado con antelación (Westreicher, 2020).

Calidad

La calidad es una propiedad que tiene un producto tangible o intangible, y que define su valor, así como la satisfacción que provoca en un sujeto (Peiró, 2019).

Gestión de calidad

Se entiende como un sistema que relaciona un conjunto de variables relevantes, las cuales son puestas en práctica a través de una serie de principios, prácticas y técnicas para la mejora de la calidad (Camisón, Cruz, Gonzales, 2017).

Calidad de servicio

La calidad de servicio viene dada por la proximidad que existe entre el servicio esperado y el servicio percibido, mide el grado en que los requisitos deseados por el cliente son percibidos por él tras forjarse una impresión del servicio recibido (Camisón, Cruz, Gonzales, 2017).

III. HIPÓTESIS

En esta investigación no se formula hipótesis porque solo se mostrará las características de la variable en estudio; no se probará el impacto que tiene una variable respecto a otra. Como refiere Bernal (2018) se formulan hipótesis cuando se requiere evaluar la relación entre variables o explicar causas.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la Investigación

La investigación ha tenido un diseño no experimental, teniendo en cuenta que los diseños de los estudios no experimentales son aquellos donde no se realiza la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se pueden observar los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos, a estas investigaciones también se les conoce como investigaciones Ex Post Facto (Hernández, 2016) la investigación realizada no manipuló las variables, sino que observo el fenómeno una vez ocurrido y para ello uso herramientas.

La investigación realizada fue de corte transversal, las cuales recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito principal es describir las

variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (Hernández, 2017), para ello se tomó los datos sobre gestión de calidad y atención al cliente en la empresa ferretería FERRIMAQ E.I.R.L. del distrito de Satipo, en el año 2020.

Dentro del diseño de la investigación ha sido descriptivo, considerado que este tipo de estudios buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, estos estudios pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre variables sin buscar indicar cómo se relacionan éstas (Hernández, 2017). De acuerdo a la investigación se buscó sólo describir la variables gestión de calidad y la variable atención al cliente en la empresa ferretería FERRIMAQ E.I.R.L. del distrito de Satipo, en el año 2020 sin pretender buscar la relación que pueda existir entre ambas variables observadas.

4.2. Universo y Muestra

Población

Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (Lepkowski, 2018) citado por Hernández (2019).

La población o universo estuvo conformada por 2 grupos; por un lado, todos los trabajadores que tiene la empresa ferretería FERRIMAQ E.I.R.L. en el distrito de Satipo, que son 15. Por otro lado, ha estado los clientes que ha tenido la empresa en el año 2020, que han sido 150 clientes que concurren frecuentemente.

Muestra

El método es el muestreo de tipo no probabilístico, también llamados muestras dirigidas, este tipo de muestra de acuerdo con Hernández (2018) suponen un

procedimiento de selección informal, las cuales se utilizan en muchas investigaciones y que pueden servir también para hacer inferencias; entre los principales tipos de muestra no probabilística se tiene: sujetos voluntarios, muestra de expertos, sujetos-tipo, muestra por cuota, muestras cualitativas, entre otros.

Debido que la población de trabajadores de la empresa FERRIMAQ E.I.R.L. del distrito de Satipo en el año 2020 eran de 15, y por ser una población pequeña, se ha tomado a todos por lo cual, no se tiene una muestra sino un Censo, en la cual los 15 trabajadores han sido seleccionados.

En clientes si se ha tomado una muestra la cual es de tipo no probabilístico, siendo una muestra cualitativa, dada con una selección a través de criterios de conveniencia para la selección.

La selección de la muestra de clientes ha sido en base a los criterios de ser un cliente constante, que haya comprado por lo menos una vez al mes durante el año anterior, que sus compras sean de más de 100 soles.

Por lo tanto, utilizando los criterios de selección descritos, de un universo de 150 clientes, se tomó una muestra de 20.

4.3 . Operacionalización de variables e indicadores.

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala
ATENCIÓN AL CLIENTE	Atención al cliente está relacionada con la satisfacción que puede tener el cliente, dependiendo de la actitud que pueda tener todo el personal que labora y que es valorada por el cliente (Marín, 2017).	Valoración del cliente	Atención al cliente está dada por la valoración del cliente que ve los atributos que se da en el servicio, la aptitud del personal, dado por la disposición a solucionar problemas y la satisfacción del cliente relacionado con las expectativas frente a las percepciones.	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de servicio al cliente Nivel de capacitación del personal 	Nominal
		Actitud del personal		<ul style="list-style-type: none"> Protocolo de atención Procedimiento Evalúa actitud del personal 	Nominal
		Satisfacción del cliente		<ul style="list-style-type: none"> Servicio al cliente Servicio Post Venta 	Nominal
Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala
GESTIÓN DE CALIDAD	Gestión de calidad define las pautas a seguir en materia de calidad de una empresa, con competencias de planificación, recursos o procesos (ISO 9001, 2020)	Recursos	Gestión utiliza recursos son necesarios para el accionar de la organización, procesos son secuencias de actividades para obtener resultados, la planificación instrumento de la organización, que orienta el actuar y visión a lograr.	<ul style="list-style-type: none"> Plan de mejora Calidad del producto Post Venta 	Nominal
		Procesos		<ul style="list-style-type: none"> Técnicas y herramientas Indicadores de gestión Toma de decisiones 	Nominal
		Planificación		<ul style="list-style-type: none"> Misión, visión Política de gestión Nivel de desempeño 	Nominal

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

- La técnica utilizada para el recojo de información fue la encuesta, la cual estuvo dirigida a los trabajadores de la pequeña empresa FERRIMAQ E.I.R.L. dedicada al rubro de venta de ferretería, en el distrito de Satipo, 2020.
- El instrumento utilizado fue el cuestionario, instrumento que según Bernal (2017) permiten estandarizar y uniformizar el proceso de recopilación de datos elaborado, para lo cual se elaboró 21 preguntas; las 05 primeras estuvieron direccionadas a las características del capital humano de la empresa, 05 estuvieron referidas a gestión de la calidad, 06 estuvieron referidas a estrategias de atención al cliente y las 05 últimas estuvieron relacionadas al nivel de satisfacción del cliente.

4.5 Plan de análisis de datos

Debido que para el análisis se requiere datos procesados es necesario presentar los resultados a través de las tablas de tabulaciones, porcentajes, frecuencias, e interpretación de las gráficas (Hernández et ál., 2018), por lo tanto, para realizar procesamiento y análisis utilizó programas informáticos: el Microsoft Excel, para la base de datos, sobre la cual se hizo la tabulación de la información obtenida en las encuestas; el programa se usó también para la elaboración de tablas y figuras; el Microsoft Word para la redacción del informe de investigación; el Turnitin para verificar el nivel el grado de semejanza que se pueda atener con otros trabajos y prevenir el plagio y el Mendeley para la recepción de todos los documentos y gestionar las referencias bibliográficas.

4.6 Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Metodología	Técnica e instrumento	Plan de análisis
<p>¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio: Caso ferretería FERRIMAQ E.I.R.L.-Satipo, 2020?</p>	<p>Objetivo general Determinar las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio: Caso ferretería FERRIMAQ E.I.R.L.-Satipo, 2020.</p> <p>Objetivos específicos Establecer las características del capital humano para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio: Caso ferretería FERRIMAQ E.I.R.L.-Satipo, 2020. Describir las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio: Caso ferretería FERRIMAQ E.I.R.L.-Satipo, 2020. Detallar las estrategias de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio: Caso ferretería FERRIMAQ E.I.R.L.-Satipo, 2020.; y, Describir la satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio: Caso ferretería FERRIMAQ E.I.R.L.-Satipo, 2020.</p>	<p>Gestión de calidad</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos • Procesos • Planificación <p>Atención al cliente</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valoración del cliente • Actitud personal • Satisfacción del cliente 	<p>Población: Todos los trabajadores de la empresa FERRIMAQ E.I.R.L.</p> <p>Todos los clientes del año 2020 de la empresa FERRIMAQ E.I.R.L.</p> <p>Muestra: A nivel de trabajadores es Censo y considera al 100% de los trabajadores de la empresa que son 15</p> <p>En clientes se sacó una muestra probabilística que dio 20 clientes.</p>	<p>El diseño de la investigación fue no experimental – transversal</p> <p>–descriptivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • No experimental porque no se manipulo las variables. • Transversal porque se desarrolló en un momento dado • Descriptivo porque se describió las principales características de las variables. 	<p>Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta <p>Instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario estructurado con preguntas. <p>21</p>	<p>Microsoft Excel, para la base de datos, la tabulación de la información y la elaboración de tablas y figuras; el Microsoft Word para la redacción del informe; el Turnitin para verificar el nivel el grado de semejanza y prevenir el plagio y el Mendeley para gestionar las referencias bibliográficas</p>

4.7 Principios éticos.

La presente investigación tendrá en cuenta los principios éticos que establece el código de ética para la investigación de la universidad católica los Ángeles de Chimbote ULADECH Católica (2019) anexada en el Código de Ética, con Res. N° 0973-2019-CU-ULADECH.

Protección a las personas

Se protegió los datos personales de los que han participado en la investigación respetando su privacidad, debido a esta protección no se ha colocado datos personales como son los números telefónicos, dirección del domicilio, dirección e-mail. tampoco se tomó fotografías a los participantes en salvaguarda de su integridad. De otro, se comunicó a los trabajadores que los datos proporcionados solo tendrían fines investigativos y no afectarían su labor, y que, si deseaban no otorgar alguna información requerida, no habría inconveniente.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad

Como forma del cuidado y protección del medio ambiente, se evitó el uso excesivo de papel, y con ello evitar la tala excesiva de árboles, por lo cual se aplicó herramientas digitales y/o papeles reciclados, a través de los cuales se hizo apuntes y recolección de información. Por otro lado, se hizo un uso eficiente de la energía, trabajando en horas de menor consumo.

Libertad de participación y derecho a estar informado

Los cuestionarios fueron aplicados posterior a informar el propósito de la investigación, contemplando el consentimiento informado. Además, se hizo una petición formal a los trabajadores y la empresa para la participación, teniéndose

documentos donde se consignó la aceptación y consentimiento. En el proceso de aplicación de los instrumentos se absolvió dudas que aparecieron.

Beneficencia no maleficencia.

La participación en la investigación no ha ocasionado daño alguno y se respetó sus peticiones como la reserva de las respuestas del cuestionario. De otro lado, no se interrumpió horas laborales, la encuesta se aplicó en las horas libres de los trabajadores y no estuvieron atendiendo a algún cliente, así se evitó causarles algún tipo de malestar.

Justicia

Se otorgó un trato cordial e igualitario a todos los participantes de la investigación, no se dio ningún tipo de trato discriminatorio que pudiera afectar al informante, se respetó las diferencias de género, edad entre otros.

Integridad científica

Se informó a cada participante de la investigación que se guardaría reserva con sus datos personales además esto estuvo refrendado con el consentimiento informado. Se comunicó que las respuestas brindadas se utilizarían sólo para fines de la investigación. Finalmente, los datos obtenidos han sido trabajados con cuidado evitando en todo momento la manipulación

5 RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1.

Establecer las características del capital humano para la gestión de calidad en las MYPEs del sector comercio, caso en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2020.

Datos de los trabajadores	N	%
1. Edad de los trabajadores		
De 18 a 28 años	4	26.67%
De 29 a 39 años	8	53.33%
De 40 a 50 años	3	20.00%
De 51 a más	0	0.00%
Total	15	100.00%
2. Género de los trabajadores		
Femenino	4	26.67%
Masculino	11	73.33%
Total	15	100.00%
3. Nivel de instrucción de los trabajadores		
a)Técnico	5	33.33%
b)Profesional	3	20.00%
c)Sin estudios	7	46.67%
Total	15	100.00%
4. Tiempo en la empresa		
De 1 a 3	0	0.00%
De 4 a 6	0	0.00%
De 7 a más	15	100.00%
Total	15	100.00%
5. Cantidad de trabajadores		
De 1 a 4	0	0.00%
De 5 a 8	0	0.00%
De 9 a más	15	100.00%
Total	15	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores para la gestión de calidad en las MYPEs del sector comercio, caso en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2020.

Tabla 2.

Describir las características de la gestión de calidad en las MYPEs del sector comercio, caso en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2020;

Datos de la gestión de calidad	N	%
6. gestión de calidad de los RR.HH. para informar y motivarlos		
Si	5	33.33%
No	10	66.67%
Total	15	100.00%
7. Ha establecido la misión, visión y valores en sus colaboradores		
Si	13	86.67%
No	2	13.33%
Total	15	100.00%
8. Empresa cuenta una serie de diferentes productos adaptándose al tipo de cliente		
Si	13	86.67%
No	2	13.33%
Total	15	100.00%
9. empresa hace uso de la gestión de calidad en la administración del negocio		
Si	13	86.67%
No	2	13.33%
Total	15	100.00%
10. colaboradores están en constante capacitación sobre el proceso de ventas		
Si	12	80.00%
No	3	20.00%
Total	15	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores para la gestión de calidad en las MYPEs del sector comercio, caso en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2020.

Tabla 3.

Detallar las estrategias de atención al cliente en las MYPEs del sector comercio, caso en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2020.

Datos de las estrategias de atención a los clientes	N	%
11. Hay diversos problemas que hacen que el cliente deje de frecuentar a la empresa		
Si	14	93.33%
No	1	6.67%
Total	15	100.00%
12. Empresa se propone a alcanzar metas de fidelización a más clientes		
Si	12	80.00%
No	3	20.00%
Total	15	100.00%
13. Emplearía un libro de sugerencias de los clientes en su establecimiento		
Si	12	80.00%
No	3	20.00%
Total	15	100.00%
14. Empresa hace uso de protocolos de atención al cliente		
Si	14	93.33%
No	1	6.67%
Total	15	100.00%
15. Recibieron capacitaciones sobre la atención al cliente		
Si	13	86.67%
No	2	13.33%
Total	15	100.00%
16. recibieron capacitaciones sobre la atención al cliente		
Si	12	80.00%
No	3	20.00%
Total	15	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores para la gestión de calidad en las MYPEs del sector comercio, caso en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2021.

Tabla 4.

Describir la satisfacción del cliente en las MYPEs del sector comercio, caso en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2020.

Datos de satisfacción del cliente	N	%
17. Está satisfecho con la atención que le brinda FERRIMAQ		
Si	10	50.00%
No	10	50.00%
Total	20	100.00%
18. Recomendaría comprar a sus amistades en la ferretería FERRIMAQ		
Si	11	55.00%
No	9	45.00%
Total	20	100.00%
19. La empresa cuenta con todos los productos variados que ofrece		
Si	6	30.00%
No	14	70.00%
Total	20	100.00%
20. La atención es rápida y eficiente en la entrega de productos		
Si	15	75.00%
No	5	25.00%
Total	20	100.00%
21. Recibió asesoría sobre el producto que compró		
Si	6	30.00%
No	14	70.00%
Total	20	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores para la gestión de calidad en las MYPEs del sector comercio, caso en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2020.

5.2. Análisis de Resultados

Establecer las características del capital humano para la gestión de calidad en las MYPEs del sector comercio, caso en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2020.

Edad: el 53 % de los trabajadores tiene entre 29 a 39 años de edad (tabla 1); este resultado coincide con el resultado de Gil (2018) quien indicó que el 53% de los propietarios de las Mypes son jóvenes que están en el rango de 29 a 39 años, contrasta con el de Ulloa (2020) quien indicó que el 71 % de los trabajadores de los de las micro y pequeñas empresas tienen entre 18 a 30 años. Se demuestra que la mayor parte de los trabajadores en la pequeña empresa FERRIMAQ E.I.R.L. son jóvenes y que debido a ello pueden seguir mejorando por lo cual la capacitación se torna importante.

Género: el 73 % de trabajadores pertenece al género masculino (tabla 1); esto coincide con el resultado de Ulloa (2020) quien menciona que el 81.8% son mujeres y con Quispe (2019) que menciona que el 65 % que trabaja en Mypes es de género masculino también coincide con Gaspar (2020) que menciona que el 90 % de propietarios de las MYPEs son de género masculino, y contrasta con los resultados de Gil (2018) que menciona que el 59 % de los propietarios son de género femenino. Esto muestra que la mayoría de trabajadores de la pequeña empresa FERRIMAQ E.I.R.L. son varones, que puede tener relación con el giro del negocio, que es ferretería y está orientado a varones.

Grado de instrucción: el 47 % no tienen estudios técnico ni profesionales (tabla 1); esto coincide con el estudio de Gil (2018) quien expresó que el 59 % de los trabajadores de las MYPEs no tienen formación académica, contrasta con los

resultados de Gaspar (2020) quien manifiesta que el 50 % de los trabajadores presenta estudios de formación técnica. Se evidencia que la mayor parte de trabajadores de la pequeña empresa FERRIMAQ E.I.R.L. tienen formación básica, aspecto que puede limitar las capacitaciones. Esto también contrasta con Torres (2018) que manifiesta que para tener un adecuado servicio el 47 % de las empresas tienen trabajadores con nivel de licenciatura.

Tiempo de la empresa: el 100 % de los encuestados manifestó que la empresa tiene más de 7 años en el mercado, esto coincide con Ulloa (2020) que menciona que el 59 % de las micro y pequeñas empresas llevan más de 7 años en el rubro y contrasta con Gil (2018) que menciona que las MYPEs están en el mercado en promedio entre 4 a 6 años. Se muestra que la mayoría de las MYPEs como la pequeña empresa FERRIMAQ E.I.R.L. tienen un tiempo moderado en el mercado, con un tiempo promedio de 7 años.

Cantidad de trabajadores: el 100 % de los encuestados manifestó que la empresa tiene más de 9 trabajadores dentro de su personal, esto contrasta con Gil (2018) que menciona que el 76 % de las de las MYPEs no tienen a sus trabajadores en planilla. Esto muestra que existe aún alta informalidad entre las MYPEs y se ve directamente ello en lo relacionado a la contrata de personal.

Describir las características de la gestión de calidad en las MYPEs del sector comercio, caso en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2020.

Uso de gestión de calidad de los recursos humanos: el 67 % de trabajadores manifestó que no se da una adecuada gestión de calidad referente a la gestión de recursos humanos que permita una motivación en los mismos (tabla 2); esto contrasta con Gaspar (2020) quien indicó que el 60% de las micro y pequeñas empresas gestionan su negocio bajo una mejora continua. Esto muestra que la mayoría de los trabajadores de la pequeña empresa FERRIMAQ E.I.R.L. no vienen recibiendo un adecuado manejo, debido que no se utiliza la gestión de calidad para su mejora continua y motivación.

La empresa ha establecido la visión, misión y valores: el 87 % de trabajadores manifestó que la empresa ha establecido la visión, la misión y los valores en sus colaboradores (tabla 2); esto contrasta con el resultado de Gaspar (2020) quien indicó que el 60% de las micro y pequeñas empresas no han establecido aún su misión, visión, valores y objetivos, y también contrasta con lo obtenido por Gil (2018) quien indicó que el 65 % no ha definido la misión, visión ni valores de su empresa. Esto muestra que la mayoría de los trabajadores de la empresa FERRIMAQ E.I.R.L. consideran que se ha internalizado la visión, la misión y los valores en ellos.

Adaptación del producto al cliente: el 87 % considera que la empresa cuenta una serie de diferentes productos que se adaptan al tipo de cliente (Tabla 2); esto coincide con Lagos (2019) que menciona que el 52 % de los clientes consideran de la empresa comprende sus necesidades y da el servicio en base a lo esperado sobre todo lo referido a la atención rápida y confiable. Contrasta con Ulloa (2020) que manifiesta que las estrategias de marketing no se adaptan a la

empresa, por lo cual los productos no se adaptan al cliente. Esto evidencia que la mayoría de los trabajadores de la empresa FERRIMAQ E.I.R.L. consideran que los productos que tiene la misma, se adaptan a gustos y necesidades de sus clientes.

Uso de la gestión de calidad en el negocio: el 87 % considera que la empresa hace uso de la gestión de calidad en la administración del negocio (Tabla 2); esto coincide con Gaspar (2020) que menciona que el 60% de las micro y pequeñas empresas gestionan su negocio bajo una mejora continua, a la vez contrasta con los resultados de Gil (2018) que manifiesta que el 65 % de las MYPEs no cuentan con un plan de gestión de calidad. Esto evidencia que la mayoría de los trabajadores de la empresa FERRIMAQ E.I.R.L. consideran la empresa viene haciendo uso de las herramientas de la gestión de calidad para la administración del negocio, posibilitándole tener una mayor eficiencia.

Capacitación para mejora: el 80 % de los colaboradores considera que están en constante capacitación sobre el proceso de ventas con el fin de mejorar sus resultados (Tabla 2) esto coincide con Cipriano (2019) que manifiesta que el 79 % de los clientes tienen una opinión favorable respecto a la rápida atención del servicio por parte de los colaboradores, la cual se da por las capacitaciones que han recibido para las ventas. Esto evidencia que la mayoría de los trabajadores de la empresa FERRIMAQ E.I.R.L. reciben capacitaciones que les permite mejorar su proceso de venta, enfocado en la rapidez de su accionar.

Detallar las estrategias de atención al cliente en las MYPEs del sector comercio, caso en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2020.

Problemas de atención al cliente: el 93 % de trabajadores considera que existe diversos problemas que hacen que el cliente deje de frecuentar a la empresa (tabla 3); esto contrasta con el resultado de Cipriano (2019) quien menciona que el 67 % de los clientes tienen una opinión favorable (casi siempre y siempre) respecto al ambiente que perciben en la empresa, que está relacionado con percibir pocos problemas en la atención. Con esto se muestra que la mayoría de los trabajadores de la pequeña empresa FERRIMAQ E.I.R.L. perciben que la empresa no presta la adecuada atención a los problemas que se suscitan en la atención, el cual repercute en que el cliente deje de frecuentar el negocio.

Fidelización de clientes: el 80 % considera que la empresa se propone a alcanzar metas de fidelización a más clientes (Tabla 3) esto contrasta con los resultados de GIL (2018) que menciona que el 23% de las MYPEs no tiene como objetivo la fidelización del cliente. Esto evidencia que la mayoría de los trabajadores de la empresa FERRIMAQ E.I.R.L. perciben que la empresa si tiene como propósito el poder fidelizar a los clientes, y esta ello dentro de sus objetivos, peor que se tiene limitado accionar a respecto.

Sugerencias y recomendaciones: el 80 % de los trabajadores considera que la empresa emplearía un libro de sugerencias de los clientes en su establecimiento, que le permita recibir recomendaciones para su mejora continua (Tabla 3) esto contrasta con los resultados encontrados por Gil (2018) quien menciona que el 29% de empresas no considera las sugerencias del cliente para mejorar su nivel de servicio. Con esto se muestra que la mayoría de los trabajadores de la pequeña empresa FERRIMAQ

E.I.R.L. perciben que la empresa presta bastante atención a las sugerencias de sus clientes, los cuales sirven para mejorar su servicio.

Protocolo de atención: el 93 % de los trabajadores considera que la empresa hace uso de protocolos de atención al cliente, los cuales posibilitan una mejor atención (Tabla 3) esto contrasta con los resultados de Gil (2018) quien menciona que el 59% de las MYPEs no tiene protocolos de servicio al cliente. Esto evidencia que la mayoría de los trabajadores de la empresa FERRIMAQ E.I.R.L. perciben que la empresa implementa protocolos de atención al cliente, para que se pueda tener una mejora continua al respecto y se tenga una mejor calidad de atención.

Capacitación en atención: el 80 % de los trabajadores consideran que han recibido capacitaciones sobre la atención al cliente, lo cual ha posibilitado que puedan mejorar en la atención (Tabla 3) esto contrasta con los resultados de Gil (2018) que menciona que el 53 % de las MYPEs no capacita a su personal, de otro lado Torres y Pizarro (2019) mencionan sobre su investigación en la Caja Huancayo que el 63 % opinan que el servicio de los colaboradores casi siempre muestra empatía y el 46 % opinaron que el servicio es eficiente. Con esto se muestra que la mayoría de los trabajadores de la pequeña empresa FERRIMAQ E.I.R.L. perciben que existe relación entre la capacitación y la mejora en la atención al cliente.

Describir la satisfacción del cliente en las MYPEs del sector comercio, caso en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2020.

Satisfacción con el servicio: el 50 % de los clientes está satisfecho con la atención que le brinda FERRIMAQ (Tabla 4) esto contrasta con los resultados de Torres (2018) que menciona que 58 % está satisfecho con la atención recibida del personal y que el 60 % está satisfecho con el servicio en general. Con esto se muestra que la mitad de los clientes de la pequeña empresa FERRIMAQ E.I.R.L. están satisfechos con la atención que tienen por parte de los trabajadores de la empresa.

Recomendación de la empresa: el 55 % de los clientes encuestados recomendaría comprar a sus amistades en la ferretería FERRIMAQ (Tabla 4); esto contrasta con los resultados de Torres (2018) quien manifiesta que el 100 % recomendaría el negocio cuando este ha logrado una alta satisfacción en el cliente. Con esto se evidencia que la mayoría de los clientes de la pequeña empresa FERRIMAQ E.I.R.L. recomendarían el negocio entre sus amigos debido que la atención ha sido adecuada y han logrado estar satisfechos.

Variedad de productos: el 70 % de los clientes encuestados consideran que la empresa no cuenta con todos los productos variados que ofrece (Tabla 4); esto coincide con Páez (2019) que menciona que el 60% de los clientes están en desacuerdo con la variedad que se debe considerar, debido que la variedad que encuentran es limitada. Esto muestra que la mayoría de los clientes de la pequeña empresa FERRIMAQ E.I.R.L. no se encuentra satisfecho en relación a la variedad de productos que ofrece la empresa, afectando en su fidelización.

Atención rápida: el 75 % de los clientes considera que la atención es rápida y eficiente en la entrega de productos (Tabla 4); esto contrasta con los resultados de Torres y Pizarro (2019) que mencionan el 46 % opinan que el servicio de las MYPE

es eficiente, también contrasta con Lagos (2019) quien menciona que el 46 % considera que los colaboradores ofrecen un servicio rápido en las MYPEs. Esto muestra que la mayoría de los clientes de la pequeña empresa FERRIMAQ E.I.R.L. consideran que la atención por parte del personal es rápida y eficiente, aspecto que mejora la satisfacción con la atención.

Asesoría en ventas: el 70 % de los clientes considera no recibió asesoría sobre el producto que compró (Tabla 4), esto contrasta con los resultados de Gaitán (2017) quien manifiesta que 60 % considera que es bueno el método de atención a través de la asesoría comercial. Esto muestra que la mayoría de los clientes de la pequeña empresa FERRIMAQ E.I.R.L. consideran que debe darse una mayor asesoría en la compra de productos, lo cual incidiría en tener una mejor satisfacción en la compra.

6 CONCLUSIONES

- En la presente investigación se determinó que la gestión de calidad en una organización influye de manera notoria en el cliente, porque es quien percibe el trato de parte de un vendedor, si el vendedor se transmite confianza ello lo llevará a que el cliente vuelva otra vez, pero si no hay buen trato el cliente no volverá a frecuentar a esa tienda.
- Se identificó si la gerencia hace uso de la gestión de calidad para la atención a los clientes, respecto a ello la gestión de calidad en la gerencia es baja que no hace uso correcto de los procesos administrativos que se requieren en una organización para su desarrollo productividad
- Se determinó que la herramienta de gestión de calidad es muy importante que ayudan a avanzar con el proceso de calidad al cliente, pero por desconocimiento de la gerencia no aplica estas técnicas en el proceso de atención al cliente.
- Se logró determinar la gestión de calidad en los trabajadores para tener la capacidad de solucionar problemas con los clientes, logrando en ello una identidad corporativa en muchos casos y más motivación
- Aporte del investigador: En una organización siempre debemos de buscar la continua mejora y estar atentos en la atención del cliente y en los productos que ofrecemos. Se debería de contar con un coaching para capacitar y motivar a nuestros colaboradores para que ellos se sientan identificados con la empresa.
- Beneficio al cliente: Satisfacer al cliente es nuestra misión como administradores optar con los procesos de calidad y la atención al cliente nos ayudará a tener clientes satisfechos.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la gerencia de la empresa FERRIMAQ E.I.R.L., en el Distrito de Satipo, capacitar a sus empleados cada cierto tiempo y motivarlos para que se sientan comprometidos con su trabajo y obtener buenos resultados en la rentabilidad.
- Se pide trabajar con un sistema de calidad para lograr la satisfacción al cliente y el desarrollo personal de los empleados de la empresa “FERRIMAQ E.I.R.L.”.
- Se debe establecer técnicas secuenciales en la realización de sus actividades, con la finalidad de poner en marcha y fijar estándares en la adecuada venta de sus productos y/o en la prestación de un servicio al cliente, de tal manera que se obtenga un nivel de calidad estable en los productos y servicios.
- La capacitación constante del gerente en las relaciones humanas para con sus empleados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arenas, A. (2019). Implantación de un sistema de gestión de calidad en una unidad de nutrición según la norma UNE-EN-ISO 9001:2008. <http://scielo.isciii.es/pdf/nh/v32n3/57originalotros07.pdf>
- Arbildo, J. (2019). Gestión de calidad y Eficacia en los Procesos Administrativos de las Mypes del sector comercial, distribución de gas, ciudad de Pucallpa, año 2019. Tesis de pregrado. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14219>
- Benzquen, J. (2019). La dirección de la calidad y la administración. Cengage Learning. <https://books.google.com/books?id=urMBxQEACAAJ&dq=benzaquen&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwL389LjqAhUKQ80KHQecATwQ6AEwAXoECAIQAQ>
- Camisón, C., Cruz, S., y González T. (2016) Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistema. Edit. Pearson. España <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>
- Cespedes, J. (2017). Proceso Administrativo y calidad de servicios de la empresa comercial rivera distribuidores S.R.L Huánuco – 2015. Tesis de pregrado. Universidad de Huánuco, Huánuco, Perú https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UDHR_3318e68cc10b0746799be99fb60dd332/Details
- Cipriano, J. (2019). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Financiera Qapaq S.A; Agencia Huancayo – 2017. Tesis de grado. Universidad Continental. <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/6037?locale=fr>

Código de ética para la investigación. Versión 002. Aprobado por acuerdo del consejo universitario con resolución N° 0973-2019-cu-Uladech Católica, de fecha 16 de agosto del 2019.

<https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>

Chagnay, G. (2019). Los Procesos Administrativos y la mejora en la Gestión de la empresa Donoso constructores CIA. Ltda. Período junio 2016 – junio 2017. Tesis de pregrado, Koontz, H.; Weihrich & Cannice (2008). La administración. México: Prentice Hall.

<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/4343>

Damian, E. (2018). Características de informalidad de las micro y pequeñas empresas de Huancavelica – 2016. Tesis de grado. Universidad Nacional de Huancavelica.

<https://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/2937>

Diaz, V., Amador, J., Soto, S., y Armando, G. (2019). Las MIPYMES en el contexto mundial: sus particularidades en México. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana de México.

<https://www.redalyc.org/pdf/2110/211026873005.pdf>

Erazo, G. (2020). Gestión de calidad y atención al cliente en las Mype comerciales rubro bodegas de urbanización Los Titanes, Piura año 2019. Tesis de licenciatura. Universidad ULADECH.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15750>

Gaitán, N. (2018). Proyecto de mejora de servicio al cliente en la empresa distribuciones AC SAS. Tesis de título, Universidad Santo Tomas – Colombia.

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/9132/GaitanNubia2017.pdf>

f

- Gaspar, R. (2017). Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos de las MYPEs del sector comercio, rubro ferreterías Satipo, 2019. Tesis de licenciatura. Universidad ULADECH.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/20282>
- Gil, P. (2017). Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPEs del sector comercial, rubro zapaterías, distrito de Satipo, año 2017. Tesis de licenciatura. Universidad ULADECH.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4546>
- Lagos, S. (2020). Calidad de servicio y satisfacción al usuario de la clínica Zarate – Huancayo. Tesis de grado. Universidad Continental.
<https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/7464>
- Paez, F. (2019). La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la pollería del distrito de Satipo 2019. Tesis de licenciatura. Universidad ULADECH.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14939>
- Ríos, M. (2019). Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Restaurantes ubicados en el MALL Plaza Trujillo, año 2019. Tesis de licenciatura. Universidad ULADECH.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11673>
- Tapia, T. (2017). Análisis del Proceso administrativo de la microempresa Quimilimpieza en la ciudad de Esmeraldas. Tesis de posgrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/999/1/TAPIA%20L%c3%93PEZ%20TERESA%20DE%20JES%c3%9aS.pdf>

Terry, G (2020). Principios de administración. Continental. México.

<https://www.urbe.edu/UDWLibrary/InfoBook.do?id=6022>

Thompson, I. (2020). Satisfacción del cliente. 8va edición. Cengage. México.

https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf

Torres, C. (2018). El nivel de satisfacción del cliente en el restaurante el Kioskito, Tejupilco, México. (2016). Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Estado de México.

<http://hdl.handle.net/20.500.11799/95292>

Torres, M. y Pizarro, A. (2020). Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en la Agencia Real – CMAC Huancayo – 2019. Tesis de grado. Universidad Peruana Los Andes.

<https://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/2570>

Torres, Z. (2019). Administración estratégica. México: grupo editorial patria.

https://www.academia.edu/19048745/Administraci%C3%B3n_estrat%C3%A9gica_Zacarias_Torres_Hernandez

Toribio, C. (2017). Gestión de calidad bajo el enfoque de la cultura de colaboradores y su clima laboral en mypes del sector comercio, rubro material de construcción, en el distrito de Chimbote, año 2017. (Tesis inédita de maestría). Chimbote, Perú.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/348/GESTION_DE_CALIDAD_CESAR_TORIBIO_VILLANUEVA_SALINAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ulloa, E. (2020). Gestión de calidad con el uso del marketing y Plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa en general del mercado central del distrito de Trujillo, 2018. Tesis de licenciatura. Universidad ULADECH.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/18672>

Vásquez, R. (2019). Estudio comparativo de la aplicación de los 10 principios de la mejora de la Calidad de Joseph M. Juran en Estadías de TSU de la UTNA. Revista de Ciencias de la Educación.

https://www.ecorfan.org/republicofperu/research_journals/Revista_de_Ciencias_de_la_Educacion/vol3num8/Revista_Ciencias_de_la_Educaci%C3%B3n_V3_N8_3.pdf

Zavala, E. (2017). Comercialización de calzado personalizado para damas localizado en la ciudad de Guayaquil. Tesis de título. Universidad de Guayaquil.

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20722/1/TESIS%20COMERCIALIZACION%20DE%20CALZADO%20PERSONALIZADO%20PARA%20DAMAS%20LOCALIZADO%20EN%20LA%20CIUDAD%20DE%20GUAYAQUIL.pdf>

ANEXO N° 01



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Año del bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

Satipo, 13 de Setiembre del 2021

CARTA N°1 - 2021-ULADECH CATÓLICA

Sr(a).
Dueña de la empresa ferretera “FERRETERÍA FERRIMAQ E.I.R.L.”
Presente.-
Veliz Valero Soledad

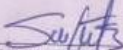
De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, ante su persona mi nombre es Veliz Valero Soledad, con código de matrícula N° 3006171031, de la Carrera Profesional de Administración, ciclo VIII, quien solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO: CASO EMPRESA FERRETERÍA FERRIMAQ E.I.R.L.-SATIPO, 2021, durante los meses de Setiembre, Octubre, Noviembre y Diciembre del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución.

En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,


VELIZ VALERO SOLEDAD
DNI. N°46719012

FERRIMAQ

Antonia Caro de Huacayo
GERENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ENCUESTA A LA MYPE.

Instrucciones:

Estimado propietario o representante de la Mype, las preguntas que a continuación he formulado, forman parte de una investigación encaminada a recoger información para analizar La Gestión De Calidad en la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas

Del Sector Comercial: Caso Ferretería “FERRIMAQ E.I.R.L.” en el distrito de Satipo, 2020.

Encuestado:

(a).....Fecha:.....
/...../.....20

A. PERFIL DEL COLABORADOR

1. ¿Cuál es la edad del colaborador?

De 18 a 28 años () De 29 a 39 años () De 40 a 50 años () De 51 a más ()

2. ¿Cuál es el género del colaborador?

Masculino () Femenino ()

3. ¿Cuál es el nivel de instrucción del colaborador?

a) Técnico b) Profesional c) Sin estudios

4. ¿Cuántos años tiene el establecimiento en el mercado?

De 1 a 3 () De 4 a 6 () De 7 a más

5. Cuántos colaboradores tiene la empresa?

De 1 a 4 () De 5 a 8 () De 9 a más ()

B. GESTIÓN DE CALIDAD

1. ¿La empresa tiene una atención es rápida y eficiente en la entrega de productos?

Si () no ()

2. ¿Cuenta la empresa con una serie de diferentes productos que se adapten al tipo de cliente?

Si () No()

3. ¿Su empresa emplearía un libro de sugerencias de los clientes en su establecimiento?

Si () no ()

4. ¿La empresa tiene una atención rápida y eficiente en la entrega de productos?

Si () no ()

5. ¿La empresa hace uso de la gestión de calidad en la administración del negocio?

Si () no ()

6. ¿Considera los diversos problemas que hacen que el cliente deje de frecuentar a la empresa?

Si () no ()

7. ¿Su empresa ha establecido la misión, visión y valores en sus colaboradores?

Si () no ()

8. ¿Se da una gestión de calidad de los RR.HH. para informar y motivarlos?

Si () no ()

9. ¿Su empresa se propone alcanzar metas de fidelización a más clientes?

Si () no ()

C. ATENCIÓN AL CLIENTE

10. ¿Recomendaría comprar a sus amistades en la empresa?

Si () no ()

11. ¿Sus trabajadores han recibido capacitaciones sobre la atención al cliente?

Si () no ()

12. ¿La empresa hace uso de protocolos de atención al cliente?

Si () no ()

13. ¿Cuenta la empresa con los procedimientos para contar con todos los productos variados que ofrece?

Si () no ()

14. ¿Ha recibido asesoría sobre el producto que compró?

Si () no ()

15. ¿Está satisfecho con la atención que le brinda la empresa?

Si () no ()

16. ¿Su empresa emplearía un libro de sugerencias de los clientes en su establecimiento?

Si () no ()

ANEXO N° 03 CONSENTIMIENTO INFORMADO



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA LAS ENCUESTAS

(Ciencias sociales)

La finalidad de este protocolo en ciencias sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar el investigador y usted se quedarían con una copia.

La presente investigación se titula GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO: CASO EMPRESA FERRETERÍA FERRIMAQ E.I.R.L.-SATIPO, 2021, y es dirigido por Soledad Veliz Valero, investigador de la universidad Católica los ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es conocer las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L. - Satipo, 2021. Para ello se le invita participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación de la investigación es complemento voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del correo electrónico. Si desea, también podría escribir al correo libra_veva@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: *Antonia Caro de Huacayo*

Fecha: *15-04-2021*

Correo electrónico: *Ferrimaq193@hotmail.com*

Firma del participante:

Firma del investigador(o encargado de recoger información):

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN- ULADECH CATÓLICA

ANEXO N° 04

JUICIO DE EXPERTOS

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Aauto Huaman, Diana Jazmín

1.2. Grado Académico: Titulo – Licenciada en Administración

1.3. Profesión: Licenciada en Administración

1.4. Institución donde labora: Facultad de Ciencias Agrarias-Universidad Nacional Centro Perú

1.5. Cargo que desempeña: Asistente Administrativo

1.6. Denominación del instrumento: GESTIÓN DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO: CASO EMPRESA FERRETERÍA FERRIMAQ EIRL. - SATIPO, 2020

1.7. Autor del instrumento: Soledad Veliz Valero

1.8. Carrera: Administración



Lic. Adm. Diana Jasmin Aauto Huamán
ASISTENTE ADMINISTRATIVO
Facultad de Ciencias Agrarias - UNCP

V1 - VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1

	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Criterios de Evaluación						Observaciones
				Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		
				El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
				Si	No	Si	No	Si	No	
GESTIÓN DE CALIDAD	Recursos	Plan de mejora	¿La empresa tiene una atención es rápida y eficiente en la entrega de productos?	X		X		X		
		Calidad del producto	¿Cuenta la empresa con una serie de diferentes productos que se adapten al tipo de cliente?	X		X		X		
		Post venta	¿Su empresa emplearía un libro de sugerencias de los clientes en su establecimiento?	X		X		X		
	Procesos	Técnicas y herramientas	¿La empresa tiene una atención rápida y eficiente en la entrega de productos?	X		X		X		
		Indicadores de gestión	¿La empresa hace uso de la gestión de calidad en la administración del negocio?	X		X		X		
		Toma de decisiones	¿Considera los diversos problemas que hacen que el cliente deje de frecuentar a la empresa?	X		X		X		
	Planificación	Misión, visión	¿Su empresa ha establecido la misión, visión y valores en sus colaboradores?	X		X		X		
		Política de gestión	¿Se da una gestión de calidad de los RR.HH. para informar y motivarlos?	X		X		X		
		Nivel de desempeño	¿Su empresa se propone alcanzar metas de fidelización a más clientes?	X		X		X		

V2 - VALIDACIÓN:

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Criterios de Evaluación						Observaciones
				Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		
				El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
				Si	No	Si	No	Si	No	
ATENCIÓN AL CLIENTE	Valoración del cliente	Nivel del servicio al cliente	¿Recomendaría comprar a sus amistades en la empresa?	X		X		X		
		Nivel de capacitación de personal	¿Sus trabajadores han recibido capacitaciones sobre la atención al cliente?	X		X		X		
	Actitud del personal	Protocolo de atención	¿La empresa hace uso de protocolos de atención al cliente?	X		X		X		
		Procedimiento	¿Cuenta la empresa con los procedimientos para contar con todos los productos variados que ofrece?	X		X		X		
		Evalúa actitud del personal	¿Ha recibido asesoría sobre el producto que compró?	X		X		X		
	Satisfacción del cliente	Servicio al cliente	¿Está satisfecho con la atención que le brinda la empresa?	X		X		X		
		Servicio post venta	¿Su empresa emplearía un libro de sugerencias de los clientes en su establecimiento?	X		X		X		

correspondientes al Instrumento 2

Otras observaciones generales:



A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Diana", is written over a horizontal line.

Lic. Adm. Diana Jasmin Adatao Huamán
ASISTENTE ADMINISTRATIVO
Facultad de Ciencias Agrarias - UNCP

Firma

ADAUTO HUAMAN DIANA JASMIN
DNI N° 730784495

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Julio César Carrasco Castro

1.2. Grado Académico: Título – Licenciado en Administración

1.3. Profesión: Licenciado en Administración

1.4. Institución donde labora: UPLA

1.5. Cargo que desempeña: Docente de Marketing

1.6. Denominación del instrumento: GESTIÓN DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO: CASO EMPRESA FERRETERÍA FERRIMAQ EIRL. - SATIPO, 2020

1.7. Autor del instrumento: Soledad Veliz Valero

1.8. Carrera: Administración

V1 - VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1

V2 - VALIDACIÓN:

	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Criterios de Evaluación						Observaciones
				Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		
				El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
				Si	No	Si	No	Si	No	
GESTIÓN DE CALIDAD	Recursos	Plan de mejora	¿La empresa tiene una atención es rápida y eficiente en la entrega de productos?	X		X		X		
		Calidad del producto	¿Cuenta la empresa con una serie de diferentes productos que se adapten al tipo de cliente?	X		X		X		
		Post venta	¿Su empresa emplearía un libro de sugerencias de los clientes en su establecimiento?	X		X		X		
	Procesos	Técnicas y herramientas	¿La empresa tiene una atención rápida y eficiente en la entrega de productos?	X		X		X		
		Indicadores de gestión	¿La empresa hace uso de la gestión de calidad en la administración del negocio?	X		X		X		
		Toma de decisiones	¿Considera los diversos problemas que hacen que el cliente deje de frecuentar a la empresa?	X		X		X		
	Planificación	Misión, visión	¿Su empresa ha establecido la misión, visión y valores en sus colaboradores?	X		X		X		
		Política de gestión	¿Se da una gestión de calidad de los RR.HH. para informar y motivarlos?	X		X		X		
		Nivel de desempeño	¿Su empresa se propone alcanzar metas de fidelización a más clientes?	X		X		X		

GOBIERNO REGIONAL JUNÍN
 DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN
 DIRECCIÓN REGIONAL DE CULTURA Y DEPORTE
 DIRECCIÓN REGIONAL DE TURISMO
 DIRECCIÓN REGIONAL DE ECONOMÍA Y FINANZAS
 DIRECCIÓN REGIONAL DE INDUSTRIA Y ENERGÍA
 DIRECCIÓN REGIONAL DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN
 DIRECCIÓN REGIONAL DE PROMOCIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS
 DIRECCIÓN REGIONAL DE TRÁFICO Y VEHÍCULOS
 DIRECCIÓN REGIONAL DE VIVIENDA Y OBRAS PÚBLICAS

JULIO CESAR CARRASCO CASTRO
 DNI N°: 20659866

Ítems correspondientes al Instrumento 2

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Criterios de Evaluación						Observaciones
				Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		
				El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
				Si	No	Si	No	Si	No	
ATENCIÓN AL CLIENTE	Valoración del cliente	Nivel del servicio al cliente	¿Recomendaría comprar a sus amistades en la empresa?	X		X		X		
		Nivel de capacitación de personal	¿Sus trabajadores han recibido capacitaciones sobre la atención al cliente?	X		X		X		
	Actitud del personal	Protocolo de atención	¿La empresa hace uso de protocolos de atención al cliente?	X		X		X		
		Procedimiento	¿Cuenta la empresa con los procedimientos para contar con todos los productos variados que ofrece?	X		X		X		
		Evalúa actitud del personal	¿Ha recibido asesoría sobre el producto que compró?	X		X		X		
	Satisfacción del cliente	Servicio al cliente	¿Está satisfecho con la atención que le brinda la empresa?	X		X		X		
		Servicio post venta	¿Su empresa emplearía un libro de sugerencias de los clientes en su establecimiento?	X		X		X		

Otras observaciones generales: Ninguno

GOBIERNO REGIONAL JUNIN
 DIRECCIÓN REGIONAL DE FOMENTO JUNIN
 DIRECCIÓN DE RED SALUD SUSTITIVO
 L.C. Julio C. Carrasco Castro
 2008-2018
 JEFE DE LA PLANTA DE RECURSOS HUMANOS
 JULIO CESAR CARRASCO CASTRO
 DNI N°: 20659866

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Palomino Romero Liliana Benita

1.2. Grado Académico: Título – Licenciada en Administración

1.3. Profesión: Licenciada en Administración

1.4. Institución donde labora: Universidad UPLA

1.5. Cargo que desempeña: Docente de Marketing

1.6. Denominación del instrumento: GESTIÓN DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO: CASO EMPRESA FERRETERÍA FERRIMAQ EIRL. - SATIPO, 2020

1.7. Autor del instrumento: Soledad Veliz Valero

1.8. Carrera: Administración



VI - VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1

Ítems correspondientes al Instrumento 2

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Criterios de Evaluación						Observaciones
				Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		
				El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
				Si	No	Si	No	Si	No	
GESTIÓN DE CALIDAD	Recursos	Plan de mejora	¿La empresa tiene una atención es rápida y eficiente en la entrega de productos?	X		X		X		
		Calidad del producto	¿Cuenta la empresa con una serie de diferentes productos que se adapten al tipo de cliente?	X		X		X		
		Post venta	¿Su empresa emplearía un libro de sugerencias de los clientes en su establecimiento?	X		X		X		
	Procesos	Técnicas y herramientas	¿La empresa tiene una atención rápida y eficiente en la entrega de productos?	X		X		X		
		Indicadores de gestión	¿La empresa hace uso de la gestión de calidad en la administración del negocio?	X		X		X		
		Toma de decisiones	¿Considera los diversos problemas que hacen que el cliente deje de frecuentar a la empresa?	X		X		X		
	Planificación	Misión, visión	¿Su empresa ha establecido la misión, visión y valores en sus colaboradores?	X		X		X		
		Política de gestión	¿Se da una gestión de calidad de los RR.HH. para informar y motivarlos?	X		X		X		
		Nivel de desempeño	¿Su empresa se propone alcanzar metas de fidelización a más clientes?	X		X		X		

V2. VALIDACIÓN

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Criterios de Evaluación						Observaciones
				Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		
				El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
				Si	No	Si	No	Si	No	
ATENCIÓN AL CLIENTE	Valoración del cliente	Nivel del servicio al cliente	¿Recomendaría comprar a sus amistades en la empresa?	X		X		X		
		Nivel de capacitación de personal	¿Sus trabajadores han recibido capacitaciones sobre la atención al cliente?	X		X		X		
	Actitud del personal	Protocolo de atención	¿La empresa hace uso de protocolos de atención al cliente?	X		X		X		
		Procedimiento	¿Cuenta la empresa con los procedimientos para contar con todos los productos variados que ofrece?	X		X		X		
		Evalúa actitud del personal	¿Ha recibido asesoría sobre el producto que compró?	X		X		X		
	Satisfacción del cliente	Servicio al cliente	¿Está satisfecho con la atención que le brinda la empresa?	X		X		X		
		Servicio post venta	¿Su empresa emplearía un libro de sugerencias de los clientes en su establecimiento?	X		X		X		

Otras observaciones generales:



UPLA - FILIAL, CHANCHAMAYO

[Firma]

Firma

MBL Liliانا Benita Palomino Romero

DNI N° 40882830

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Benito Gonzales Nerio Fidel

1.2. Grado Académico: Título – Licenciado en Administración

1.3. Profesión: Licenciado en Administración

1.4. Institución donde labora: UNICSJSA (universidad intercultural Juan Santos Atahualpa)

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6. Denominación del instrumento: GESTIÓN DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO: CASO EMPRESA FERRETERÍA FERRIMAQ EIRL. - SATIPO, 2020

1.7. Autor del instrumento: Soledad Veliz Valero

1.8 Carrera: Administración

A photograph of a handwritten signature in blue ink on a light-colored background. The signature is cursive and appears to read 'Soledad Veliz Valero'.


V1 - VALIDACIÓN:
Ítems correspondientes al Instrumento 1

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Criterios de Evaluación						Observaciones
				Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		
				El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
				Si	No	Si	No	Si	No	
GESTIÓN DE CALIDAD	Recursos	Plan de mejora	¿La empresa tiene una atención es rápida y eficiente en la entrega de productos?	X		X		X		
		Calidad del producto	¿Cuenta la empresa con una serie de diferentes productos que se adapten al tipo de cliente?	X		X		X		
		Post venta	¿Su empresa emplearía un libro de sugerencias de los clientes en su establecimiento?	X		X		X		
	Procesos	Técnicas y herramientas	¿La empresa tiene una atención rápida y eficiente en la entrega de productos?	X		X		X		
		Indicadores de gestión	¿La empresa hace uso de la gestión de calidad en la administración del negocio?	X		X		X		
		Toma de decisiones	¿Considera los diversos problemas que hacen que el cliente deje de frecuentar a la empresa?	X		X		X		
	Planificación	Misión, visión	¿Su empresa ha establecido la misión, visión y valores en sus colaboradores?	X		X		X		
		Política de gestión	¿Se da una gestión de calidad de los RR.HH. para informar y motivarlos?	X		X		X		
		Nivel de desempeño	¿Su empresa se propone alcanzar metas de fidelización a más clientes?	X		X		X		

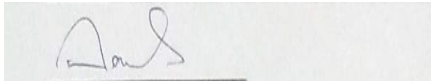
V2 - VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 2

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Criterios de Evaluación						Observaciones
				Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		
				El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
				Si	No	Si	No	Si	No	
ATENCIÓN AL CLIENTE	Valoración del cliente	Nivel del servicio al cliente	¿Recomendaría comprar a sus amistades en la empresa?	X		X		X		
		Nivel de capacitación de personal	¿Sus trabajadores han recibido capacitaciones sobre la atención al cliente?	X		X		X		
	Actitud del personal	Protocolo de atención	¿La empresa hace uso de protocolos de atención al cliente?	X		X		X		
		Procedimiento	¿Cuenta la empresa con los procedimientos para contar con todos los productos variados que ofrece?	X		X		X		
		Evalúa actitud del personal	¿Ha recibido asesoría sobre el producto que compró?	X		X		X		
	Satisfacción del cliente	Servicio al cliente	¿Está satisfecho con la atención que le brinda la empresa?	X		X		X		
		Servicio post venta	¿Su empresa emplearía un libro de sugerencias de los clientes en su establecimiento?	X		X		X		



Otras observaciones generales:

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink. The signature is cursive and appears to read 'Benito'.

Firma

Benito Gonzales Nerio Fidel

DNI N° 20669577

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

FOTOGRAFÍAS



Anexo 6. Figuras

Establecer las características del capital humano para la gestión de calidad en las MYPEs del sector comercio, caso en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2020.

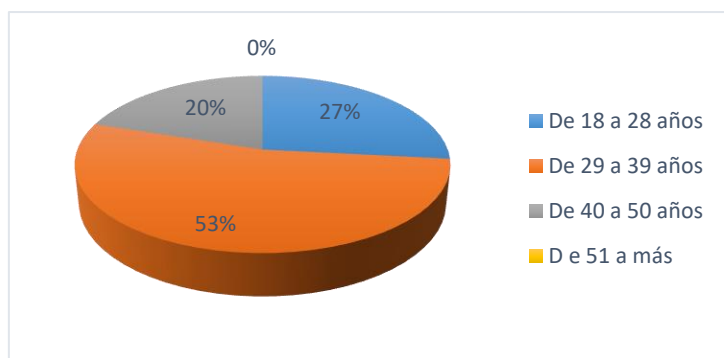


Figura 7. Edad

Fuente. Tabla 1

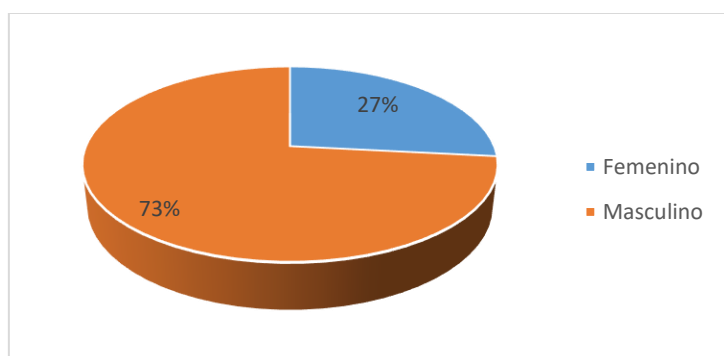


Figura 7. Género

Fuente. Tabla 1

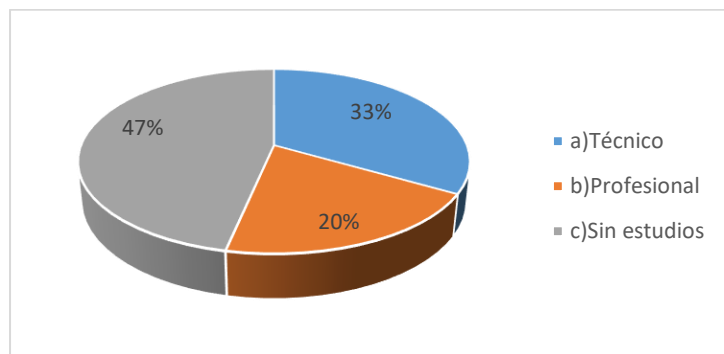


Figura 8. Grado de instrucción

Fuente. Tabla 1

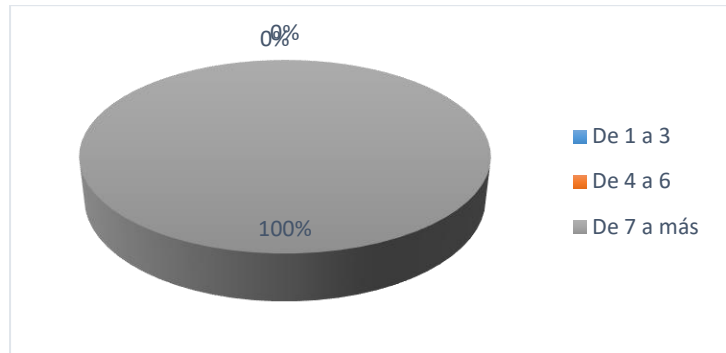


Figura 9. Tiempo en la empresa

Fuente. Tabla 1

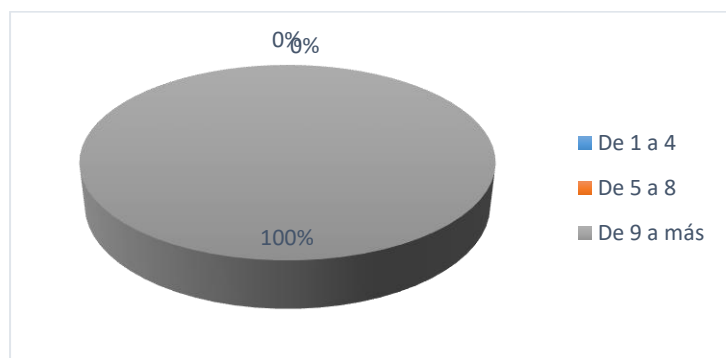


Figura 10. Cantidad de trabajadores

Describir las características de la gestión de calidad en las MYPEs del sector comercio, caso en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2020;

Fuente. Tabla 2.

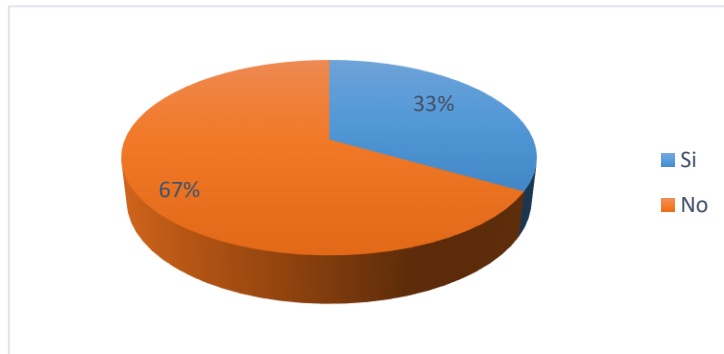


Figura 11. Gestión de calidad de los RRHH

Fuente. Tabla 2

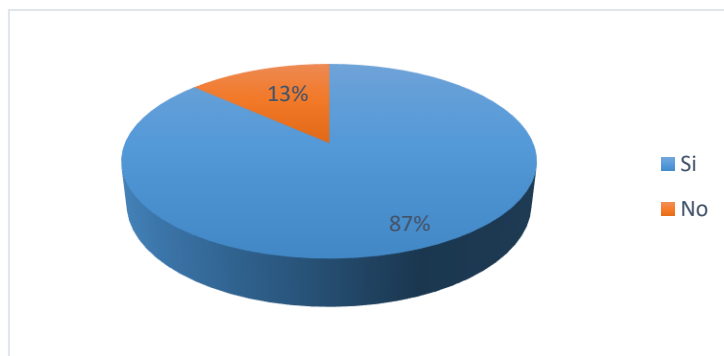


Figura 12. Establecimiento de misión visión y valores

Fuente. Tabla 2

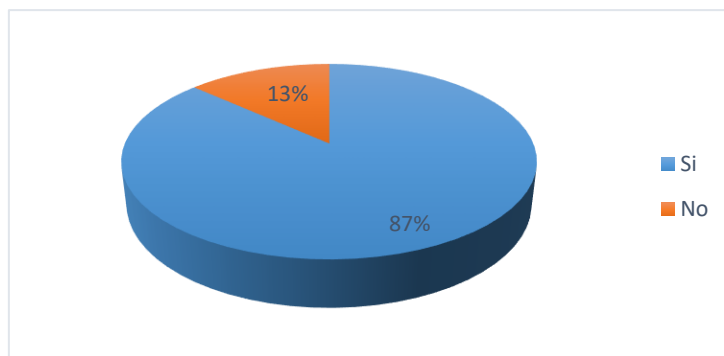


Figura 13. Productos adaptándose al cliente

Fuente. Tabla 2

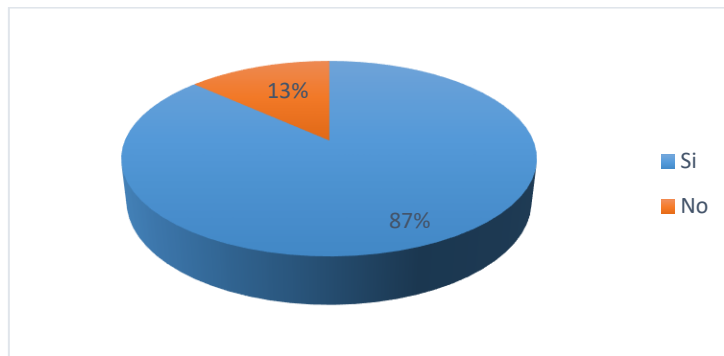


Figura 14. Empresa hace uso de la gestión de calidad

Fuente. Tabla 2

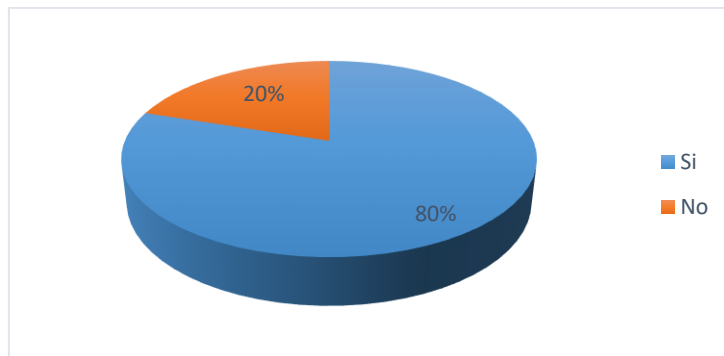


Figura 15. Colaboradores en constante capacitación

Fuente. Tabla 2

Detallar las estrategias de atención al cliente en las MYPEs del sector comercio, caso en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2020.

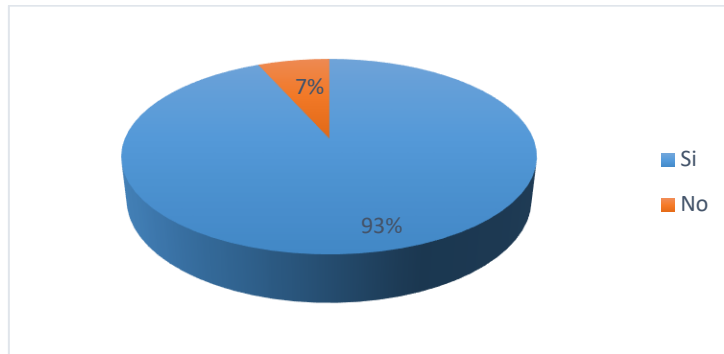


Figura 16. Problemas que hacen que el cliente deje de frecuentar

Fuente. Tabla 3

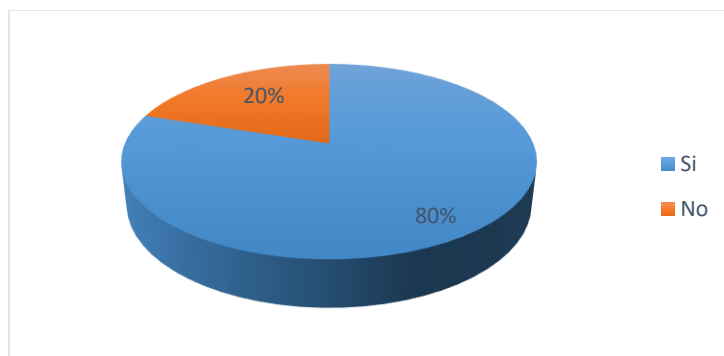


Figura 17. Metas para alcanzar la meta de fidelización

Fuente. Tabla 3

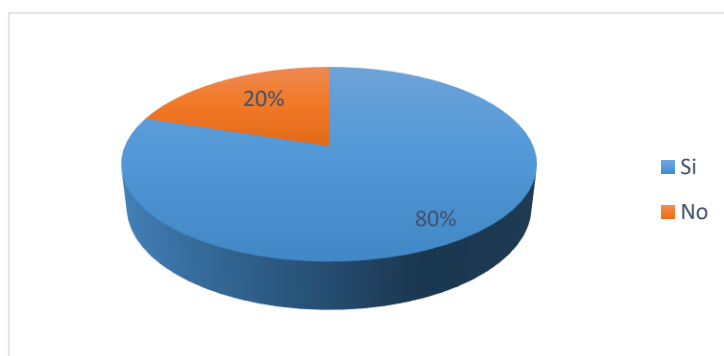


Figura 18. Empleo de libro de recomendaciones

Fuente. Tabla 3

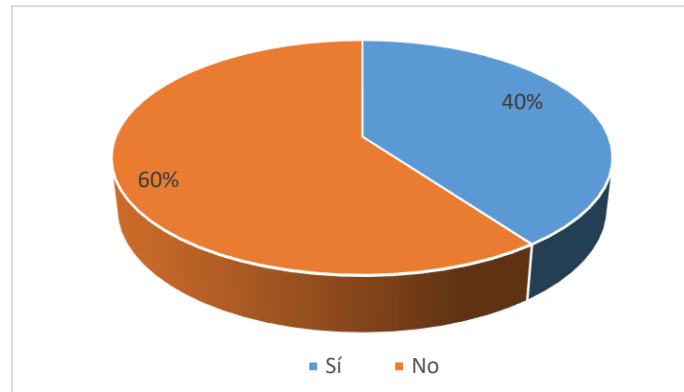


Figura 19. Empleo de protocolos

Fuente. Tabla 3

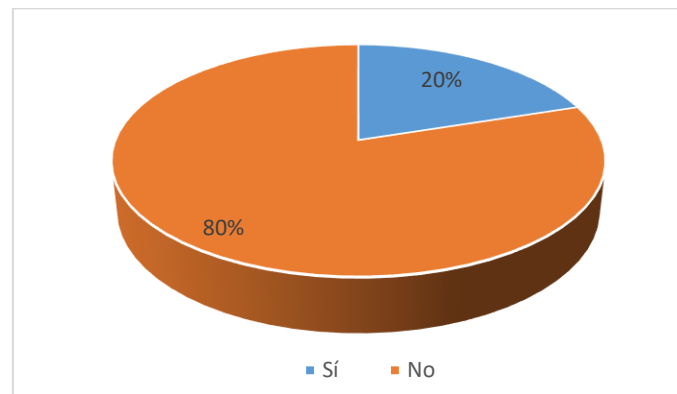


Figura 20. Capacitaciones sobre atención al cliente

Fuente. Tabla 3

Describir la satisfacción del cliente en las MYPEs del sector comercio, caso en la ferretería FERRIMAQ E.I.R.L., Satipo, 2020.

Fuente. Tabla 4

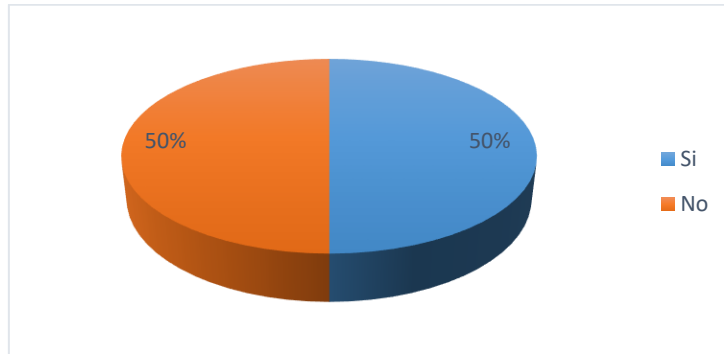


Figura 21. Satisfecho con la atención al cliente

Fuente. Tabla 4

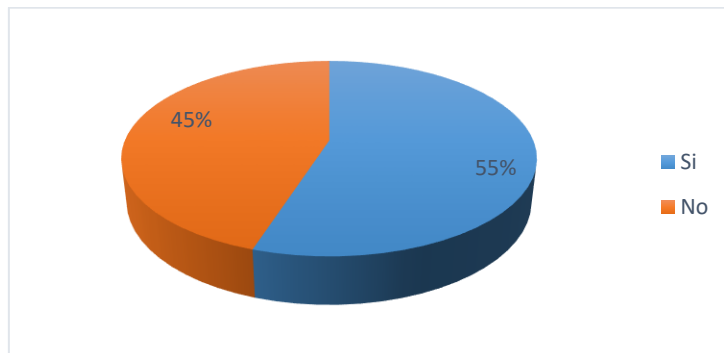


Figura 22. Recomendaría comprar en el negocio

Fuente. Tabla 4

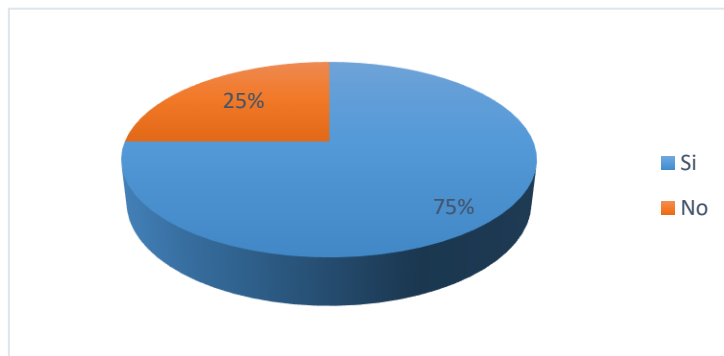


Figura 23. Empresa cuanta con todos los productos

Fuente. Tabla 4

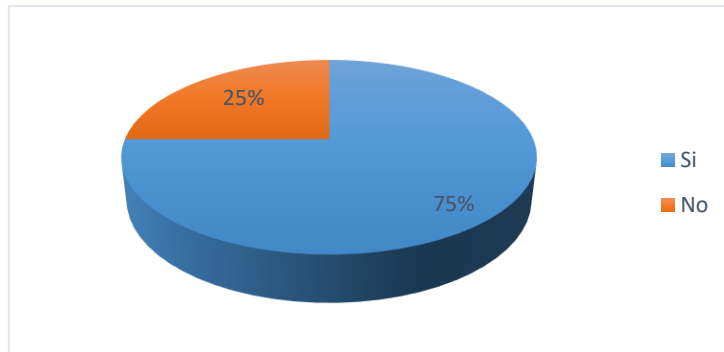


Figura 24. Atención rápida y oportuna

Fuente. Tabla 4

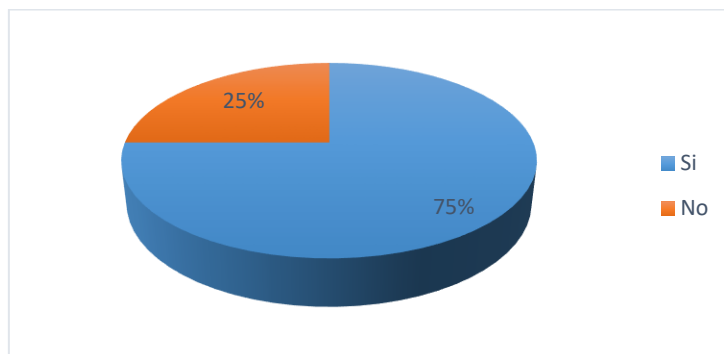


Figura 25. Recibió asesorías

PORCENTAJE DEL TURNITIN

Grupos visibles: Grupo A

Mis entregas

Sección 1 Sección 2 Sección 3

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
Informe final - Revisión Turnitin - Sección 3	23 nov 2021 - 22:00	3 dic 2021 - 22:59	23 nov 2021 - 23:00

Resumen:
Estimado estudiante, en esta semana deberá:
• Subir un archivo digital, conteniendo los siguientes elementos: Introducción, Bases teóricas, resultados, análisis de resultados y conclusiones; el cual deberá cumplir con la Política del servicio antiplagio (máximo porcentaje de similitud: 15%)

Nota: Recordar que los trabajos no entregados en la fecha programadas serán calificados con nota cero (00)

Actualizar entregas

Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	
Ver recibo digital	Subir archivo Iniciar sesión	1717099698	30/11/2021 22:54	13% Entregar Trabajo

Navegación

- Área personal
- Inicio del sitio
- Páginas del sitio
- Mis cursos
 - 2021PAH-SUC
 - 01NP202102111896B
 - 01NP202102111896B
 - 01NP202102111896B
 - 01NP202102111894B
 - 01NP202102111893C
 - 01NP202102111886D
 - 01NP202102111885C
 - 01NP202102111883D
- Participantes
- Insignias
- Competencias
- Calificaciones
- General
 - Semana 1
 - Semana 2
 - Semana 3
 - Semana 4
 - Semana 5
 - Semana 6
 - Semana 7
 - Semana 8
 - Semana 9