



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACION**

GESTION DE CALIDAD Y BAJO EL ENFOQUE DE
ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR COMERCIO,
RUBRO CERRAJERIA, DISTRITO DE CALLERIA,
AÑO 2017.

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

AUTOR:

ALEJANDRO ARMANDO DIAZ VILLAVERDE

ASESOR:

MBA CRYSBER VALDIVIEZO SARAVIA

CALLERÍA, PUCALLPA – PERU

2017

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mg. Sergio Oswaldo Ortiz García

SECRETARIO

Mg. José Luis Meza Salinas

MIEMBRO

Dr. Geider Grandes García
PRESIDENTE

MBA. Crysber Valdivieso Saravia

ASESOR

AGRADECIMIENTO

A Dios, Sobre toda las cosas por darme la vida, sabiduría y la fuerza necesaria para concluir este proyecto y a mis padres por su apoyo incondicional y por sus buenos valores que me han inculcado a ser responsable lo que me han ayudado en este camino profesional.

Agradecer a la plana docente de la ULADECH, con lealtad y afecto a nuestros queridos familiares, padres y hermanas por sus apoyos para lograr con éxito mi carrera profesional a todos aquellos que han hecho posible cumplir con mi trabajo de investigación.

DEDICATORIA

A Dios que me acompañó siempre a cada momento y quien fue mi pilar, mi guía y mi eje fundamental, por fortalecer mi corazón a mis padres Que ha sido el Impulso durante toda mi carrera y aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

RESÚMEN

La presente investigación de título “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro cerrajería, del distrito de Callería, año 2017” tuvo como objetivo general determinar los beneficios que traería la gestión de calidad y la atención al cliente de las MYPES en el sector comercio rubro cerrajería, esta investigación se justifica porque está basada en conocer las principales características de las MYPES del sector comercio rubro cerrajería, esto permitirá que las organizaciones usen la calidad de servicio con el objetivo de incrementar sustancialmente la calidad de servicio y la atención al cliente. La investigación es de tipo cuantitativa-descriptiva, diseño de una investigación no experimental, muestreo no probabilístico por conveniencia con una población de estudio de 10 MYPES que accedieron a participar en este trabajo de investigación. La técnica empleada para la recolección de datos es la encuesta y el instrumento que se aplicó es un cuestionario que consta de 25 preguntas estructuradas para tal efecto. En cuanto a los resultados podemos mencionar y destacar que el 90% son del género masculino en este negocio y los dueños lo conforman el 50%. Así mismo el número de trabajadores que destaca es de 1 a 2 que conforma el 60% de los encuestados lo que le da el carácter de micro empresa a este rubro.

Palabras clave: Gestión, Calidad, Formalización, Cliente, Cerrajería.

ABSTRACT

The present research of title "Quality management under the focus of customer service of the micro and small businesses trade sector, locksmith sector, Callería district, year 2017" had as a general objective to determine the benefits that would bring quality management and the attention to the client of the MYPES in the sector commerce trade locksmith, this investigation is justified because it is based on knowing the main characteristics of the MYPES of the sector commerce locksmith sector, this will allow that the organizations use the quality of service with the objective of increasing substantially the quality of service and customer service. The research is of quantitative-descriptive type, design of a non-experimental research, non-probabilistic sampling for convenience with a study population of 10 MYPES that agreed to participate in this research work. The technique used for data collection is the survey and the instrument that was applied is a questionnaire consisting of 25 questions structured for this purpose. In terms of results we can mention and highlight that 90% are male in this business and the owners make up 50%. Likewise, the number of workers that stands out is from 1 to 2, which makes up 60% of the respondents, which gives the micro enterprise character to this area.

Keywords: Management, Quality, Formalization, Client, Locksmith.

ÍNDICE

CARÁTULA.....	I
HOJA DEL JURADO Y ASESOR.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
DEDICATORIA.....	IV
RESUMEN.....	V
ABSTRACT.....	VI
INDICE DE CONTENIDO.....	XII
INDICE DE TABLAS.....	X
INDICE GRAFICO.....	XI
I. INTRODUCCIÓN.....	01
1.1 Planeamiento de la investigación	03
1.1.1 Caracterización del Problema	03
1.1.2 Enunciado del problema	04
1.2 Objetivos de la investigación	04
1.2.1 Objetivo General	04
1.2.2 Objetivos específicos	04
1.3 Justificación de la investigación	04
II. REVISION DE LA LITERATURA.....	06
2.1 Antecedentes.....	06
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	09
2.2.1 Teoría de la formalización de las Mypes.....	13
2.2.2 Teoría de la gestión de la calidad.....	14

2.2.3 Atención al cliente.....	15
2.3 Marco conceptual.....	20
III HIPÓTESIS	
3.1 Hipótesis general	23
3.2 Hipótesis específicas	23
IV. METODOLOGIA	
4.1. Diseño de investigación	24
4.2. Población y muestra	25
4.3 Definición y operacionalización de las variables.....	26
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	28
4.5. Plan de análisis.....	29
4.6 Tabla 2: Matriz de consistencia.....	30
4.7 Principios éticos	31
V. RESULTADOS	32
5.1. Resultados	32
5.2. Análisis del resultado	57
5.2.1. Respecto de los datos generales	57
5.2.2. Respecto de la empresa	57
5.2.3. Respecto de la gestión de calidad	58
5.2.4. Respecto a la atención al cliente	58

VI. CONCLUSIONES.....	59
VII. RECOMENDACIONES.....	60
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61
ANEXOS.....	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01 Operacionalización de variables	26
--	----

Tabla 02 Matriz de consistencia.....	30
Tabla 03 Edad del Representante de las MYPES.....	32
Tabla 04 Género de los Representantes de las MYPES.....	33
Tabla 05 Grado de Instrucción del Representante de las MYPES.....	34
Tabla 06 Profesión u Oficio del Representante de las MYPES.....	35
Tabla 07 Cuál es el Cargo o Estatus que desempeña en la Empresa.....	36
Tabla 08 Cuántos años tiene en el Mercado.....	37
Tabla 09 Con Cuántos Trabajadores permanentes cuenta su Empresa.....	38
Tabla 10 Los trabajadores están Registrados en Planilla.....	39
Tabla 11 Se ha Constituido como Persona Natural o Jurídica.....	40
Tabla 12 Pertenece o Conformar alguna Agrupación Comercial.....	41
Tabla 13 Conoce Técnicas de Gestión Empresarial.....	42
Tabla 14 Cuáles son las Técnicas de Gestión Empresarial que conoce.....	43
Tabla 15 Qué áreas ha Desarrollado en su tiempo Gerencial.....	44
Tabla 16 Cómo se ha Presentado ante sus Colaboradores.....	45
Tabla 17 Exhibe la Misión y Visión de la Empresa.....	46
Tabla 18 Ha Elaborado y difundido los Valores que se practican en su Organiza.....	47
Tabla 19 Sigue la Organización un plan de Negocios Estratégicos.....	48
Tabla 20 Percibe que aplicar una Gestión de Calidad en su Empresa le proporciona resultados que le ayudan a lograr sus Objetivos.....	49
Tabla 21 Qué Objetivos a logrado aplicando la Gestión de Calidad.....	50
Tabla 22 Realiza Capacitaciones a sus Trabajadores.....	51
Tabla 23 Considera que se Atiende bien a los Clientes.....	52
Tabla 24 Cuando tiene un Problema lo soluciona Inmediatamente.....	53
Tabla 25 El Servicio de Atención es buena, rápida y Eficiente.....	54
Tabla 26 Recoge sugerencias y reclamos del Cliente para mejorar su nivel de Servicios.....	55
Tabla 27 Considera que los Clientes Valoran el buen Servicio y genera Fidelización.....	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 01 Edad del encuestado.....	32
-------------------------------------	----

Gráfico 02 Genero del encuestado.....	33
Gráfico 03 Grado de instrucción.....	34
Gráfico 04 Profesión u oficio.....	35
Gráfico 05 Cargo o Estatus.....	36
Gráfico 06 Tiempo en el Mercado.....	37
Gráfico 07 Trabajadores de la Empresa.....	38
Gráfico 08 Registro de Planilla.....	39
Gráfico 09 Estatus Legal.....	40
Gráfico 10 Agremiación Comercial.....	41
Gráfico 11 Técnicas de Gestión Empresarial.....	42
Gráfico 12 Cuales Tec. De G.E. Conoce.....	43
Gráfico 13 Desarrollo Gerencial.....	44
Gráfico 14 Presentación.....	45
Gráfico 15 Misión y Visión.....	46
Gráfico 16 Valores.....	47
Gráfico 17 Plan de negocios.....	48
Gráfico 18 gestión de calidad.....	49
Gráfico 19 Objetivos.....	50
Gráfico 20 Capacitación a los Trabajadores.....	51
Gráfico 21 Atención a los Clientes.....	52
Gráfico 22 Solución a Problemas.....	53
Gráfico 23 Atención Rápida.....	54
Gráfico 24 Sugerencias y reclamos del Cliente.....	55
Gráfico 25 Fidelización.....	56

I. INTRODUCCIÓN

Las MYPES se han convertido hoy en una unidad económica muy importante para el progreso y desarrollo del Perú considerando que esa es la cadena productiva dónde empieza a hacer de lo micro y pequeños empresarios, los verdaderos emprendedores de nuestro país. En los momentos actuales todavía tenemos grandes dificultades para sacar adelante a estos pequeños empresarios por las trabas burocráticas y las dificultades de toda índole que tiene que pasar para ser formales, en un país que necesita de sus empresarios y también bajar al mínimo posible la tasa de informalidad que ya de por sí es muy alta, prueba de ello es reflejado en el empleo y según el INEI, en el año 2017 el 73.2% trabaja en condiciones de informalidad y la cifra es aún más alarmante en la actividad agropecuaria y pesca en el que la informalidad llega al 91%, cifras realmente alarmantes lo mismo en el sector restaurante y alojamiento 40% y así podemos seguir mencionando las tasa de informalidad que sufre nuestro país y que por el cual se hace poco o nada. Lo mismo se refleja si tocamos el tema de gestión de calidad, en el que la calidad precisamente no se refleja por el actual estado de cosas de nuestros micro y pequeños empresarios que se desenvuelven en la informalidad y no tienen acceso a la tecnología, los sistemas informáticos y de comunicación, los créditos de la banca entre otros para que estas empresas puedan crecer, ofrecer productos y servicios de mejor calidad, dándole un valor agregado, de esa forma el Perú vería en sus empresas cada vez más grandes y desarrolladas dentro de un marco y ventajas que la formalidad les ofrece, es por eso necesario e imprescindible que el gobierno aplique políticas reales de mediano y largo plazo para formalizar el Perú. La atención al cliente es y será fundamental para sacar adelante a toda empresa, ya que ellos se deben a sus clientes y de acuerdo a el trabajo de investigación realizado, efectivamente una mejor atención a los clientes logrando la plena satisfacción de ellos conllevará a obtener mejores ingresos y mejores oportunidades para que las empresas crezcan en todos los aspectos y así mejorar el empleo, crecimiento y desarrollo del Perú. No podemos soslayar que todas estas políticas deben de estar acompañadas con la inversión que deben de hacer las empresas en su personal, aplicar las técnicas modernas de gestión y marketing para lograr la competitividad y continuar en la senda del crecimiento y desarrollo. La casi ausencia absoluta de la tecnología, la investigación y la innovación hace casi

imposible el resurgimiento de estas empresas desligándolas del mercado y sumiéndolas en el olvido y la postración a la que están condenadas, por ello y ante ello las clases políticas dirigenciales son las llamadas a cambiar este estado de cosas y enmendar el rumbo hacia el progreso y desarrollo que este país tanto lo necesita.

Los primeros indicios del estrenado este año Régimen Mype Tributario (RMT) no son alentadores. Este mecanismo de cobro ha sido establecido para empresas con ingresos anuales que no superen los 1,700 UIT y no estén vinculados directa o indirectamente a otras empresas. La tasa de cobro se establece en 10% para las "primeras utilidades" (hasta 15 UIT de la renta anual), pero el remanente (más de 15 UIT) paga una tasa de 29.5% de la renta anual. El Intendente Nacional de Estudios Económicos y Estadística de la SUNAT, Reynaldo Torres Ocampo, señaló ayer en la comisión de Producción del Congreso que el impuesto tiene una periodicidad anual, pero que ya se pueden tener los primeros indicios. Esto debido a que del total de acogidos al RMT (377,288 contribuyentes), el 4% (15,039) son contribuyentes nuevos, mientras que el 96% (362,189) proviene de otros regímenes. De este total, el 88.9% (322,097) proviene del Régimen General. Al respecto, el gerente de Estadística de la Sunat Domingo Neyra dijo que "lo que vemos básicamente es una migración del régimen general al Régimen Mype Tributario (RMT)". "Si todos los años ingresan al sistema en el RG 20,000 contribuyentes que normalmente se iban al RG, sería un éxito si este régimen hace que ya no vengan 20,000, sino vengan 50,000 o 60,000 y eso todavía no se da, los indicios todavía no se han dado", ejemplificó. Por otro lado, Torres Ocampo dijo que aquellos contribuyentes nuevos, del régimen RER, régimen RUS, que suman el 13.7% (50,135 contribuyentes), "han mejorado su índice de formalidad", comentó. "Si es que consideramos que es más formal el que está en RMT que el que está en el RER. Sí son formales, pero como que están cumpliendo más requisitos. Eso observamos a abril", añadió. Impactos según datos de Sunat al 2016, Las microempresas son 95.6% de las Mype pero sólo explican 36.7% de su recaudación total. Las pequeñas son sólo 4.4% en cantidad pero explican 63.3% de recaudación.

Esto se explica, para comenzar, porque de los 8.2 millones de contribuyentes registrados, solo 1.76 millones de Mypes declaran realizar actividades generadoras de renta de tercera categoría, pero solo tres cuartos (1.3 millones) paga por ese

impuesto. Por cantidad de Mypes, entre 2011 y 2016 la base tributaria se ha ampliado 33.1%, hasta los 1.76 millones de empresas contribuyentes mencionadas. Pero la recaudación de las Mypes casi se duplicó (+90.3%) y solo en el 2016 tuvo crecimiento nominal de 10.9% 6.9% en términos reales. Este crecimiento se debe a que Las microempresas crecieron 33.9% y las pequeñas empresas 14.9%, pero estas últimas tienen una participación del 95.6% del total. De esta manera, mientras la recaudación de las pequeñas empresas crece 77.4%, las microempresas han aumentado 117.5%. Por recaudación, al 2016, las pequeñas empresas representan el 63% del total recaudado (S/ 10,274 millones) y las microempresas el 37% (S/ 5,946 millones). "Si la idea era ampliar la base, para tener mayor recaudación, vemos que en los indicios no está ocurriendo lo mismo, porque el que pagaba más en el Régimen General, está migrando a una que va a pagar menos tributos. Y hay menos recaudación", señaló el congresista de Fuerza Popular Edwin Vergara. Por sectorial 2016, 43% de las MYPE se concentran en el sector comercio. Le sigue el sector servicios con 41% (turismo y hotelería tiene un 8%; transporte un 6%). La recaudación de las MYPES se concentra en los sectores más vinculados a la demanda interna. El sector servicios concentra más del 56%, Comercio 19%, construcción 11% y Manufactura 9%. El presente trabajo de investigación se centra en determinar los complejos problemas que representa el negocio de la cerrajería, dentro de un mercado cada vez más complicado y a la vez como un reto para poder sobresalir de este marasmo y sacar adelante a el país y a las familias que conforman este rubro, a la vez que se pretende dar a conocer cómo es el negocio de la cerrajería y lo útil que puede ser como material de consulta para todos los interesados.

1.1 Planeamiento de la Investigación

1.1.1 Caracterización del Problema

Las Micro y pequeñas empresas de sector comercio rubro cerrajerías en éstos últimos años se han visto incrementadas a medida que la ciudad y la región también han crecido y se han desarrollado notablemente y por ello se ve un incremento a su actividad.

1.1.2 Enunciado del problema

El enunciado de la presente investigación es el siguiente:

Enunciado del problema

¿Cómo influye la gestión de calidad en la atención al cliente de las MYPES en el sector comercio, rubro cerrajerías del distrito de Calleria?

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo General

Los objetivos de la investigación se dividen primero en el Objetivo General que es:

Determinar los beneficios que traería la gestión de calidad y la atención al cliente de las MYPES en el sector comercio rubro cerrajería, del distrito de Calleria.

1.2.2 Objetivos Específicos

Los Objetivos Específicos son:

- Identificar características de gestión de calidad de las MYPES del sector comercio rubro cerrajería, del distrito de Calleria.
- Conocer si las MYPES del sector comercio rubro cerrajería, del distrito de Calleria, aplican la debida atención al cliente.
- Identificar como se podría aplicar la gestión de calidad en las MYPES del sector comercio Rubro Cerrajería del distrito Calleria.

1.3 Justificación de la Investigación

La justificación de la investigación se concentró en la investigación que también está orientada a desarrollar en forma metodológica aplicando programas, métodos dentro de un aspecto cuantitativo para el mejor desarrollo de la tesis La justificación del tema de investigación está basada en conocer las principales características de las MYPES del sector comercio rubro cerrajería, del distrito de Calleria, y si están aplicando la Gestión de Calidad en el ámbito del estudio. Permitirá que las MYPES

del sector comercio rubro cerrajería, usen calidad de servicio, estrategias, metas, objetivos, y todo lo necesario para aplicar una gestión de calidad y garantía en base a los procesos administrativos (planeación, organización, control, dirección) de sus actividades y materiales. El cual queremos conseguir, permitir que los empresarios apliquen la gestión de calidad en sus empresas para lograr una mayor competitividad en el mercado, permitirá obtener aspectos teóricos de la Gestión de Calidad que se aplican en la MYPES, debido a que las MYPES son el eje principal de la economía del país y aplicar una adecuada Gestión de Calidad permitirá seguir creciendo y desarrollándose nuestro país.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

Con respecto a los antecedentes, se ha tratado de establecer una relación entre la gestión de calidad y la atención al cliente de las MYPES, no siendo tan abundante en el aspecto específico del rubro cerrajerías, pero sí en el campo del comercio en sus diferentes modalidades como sigue a continuación.

Sotomayor, L. (2004) referente a “Gestión de calidad y formalización de las Mypes de la Provincia de Leoncio Prado” Tesis presentado para optar el Grado de Magister en la Universidad Nacional Hermilio Valdizan; determina en su conclusión final; que la aplicación de un adecuado proceso de formalización permite una eficiente Gestión de Calidad de las Microempresas de la provincia de Leoncio Prado.

Complementariamente dentro de los antecedentes relacionados a la presente investigación, consideramos importante hacer la siguiente reflexión:

Las Mypes se originan por la necesidad de crear mecanismos de integración productiva de naturaleza vertical entre microempresas de un mismo sector a fin de ganar competitividad, por otro lado, las microempresas se crean por el vacío que genera la propia imperfección del mercado y sobre todo por la incapacidad de las grandes empresas y las políticas económicas de los gobiernos para generar empleo y solucionar el problema de la pobreza.

Centurion Medina (2013), en su tesis “Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa (2013)”, Se utilizó como instrumento un cuestionario estructurado aplicado a los representantes de las Mypes mediante la técnica de la encuesta y se llegó a las siguientes conclusiones: las Mypes en la provincia del Santa en su mayoría son dirigidas por personas adultas de sexo femenino, con instrucción secundaria y superior técnica, y están en el mercado por más de 4 años. Son formales y fueron creadas para obtener ganancia. La formalización les proporciona ventajas como aumento de sus ventas y obtención de créditos, ayudándoles a posesionarse en el mercado. En la competitividad, la mayoría de las Mypes no cuenta con un plan estratégico, conoce a sus competidores y percibe que es competitivo. En el financiamiento, las Mypes han solicitado créditos más de una vez a terceras personas a una tasa de más del 20% anual, invirtiéndolo en compra de activos y capital de trabajo. En la capacitación, las Mypes consideran que esta es

una inversión; por ello, han capacitado a su personal más de una vez en atención al cliente. En la rentabilidad, se percibe que las Mypes son rentables, han mejorado su infraestructura. Respecto de la gestión de calidad, a pesar de que tienen dificultades del personal con poca iniciativa y no se adapta al cambio y la aplicación de una adecuada gestión de calidad, han mejorado el rendimiento del negocio.

Tafur (2014) en su tesis “Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas sector construcción, rubro construcción de edificios completos o partes, obras de ingeniería en el distrito de Huaraz, 2014”. Tuvo como objetivo describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las Micro y pequeñas empresas sector construcción, rubro construcción de edificios completos o partes, obras de ingeniería en el distrito de Huaraz, 2014. El tipo de investigación fue cuantitativa, con una muestra de 49 empresas activas que tenían la denominación de constructoras y se determinó una muestra censal de los gerentes, dicho estudio se realizó en la ciudad de Huaraz – Ancash – Perú. En su resultado más resaltante menciona que del total de gerentes encuestados se observa que el 28,57% manifiesta estar en desacuerdo respecto a implementar soluciones inmediatas en el proceso de ejecución de obras, seguido por un 26,53% que manifiesta estar medianamente de acuerdo, del mismo modo un 26,53% que manifiesta estar de acuerdo, un 10,20% esta medianamente de acuerdo, un 6,12% está fuertemente en desacuerdo y un 2,04% está fuertemente en acuerdo. Donde se concluye Respecto a las características de la gestión de calidad, los resultados del estudio nos muestran que los gerentes no le prestan la de debida importancia a la aplicación del ciclo P-H-V-A, en las empresa porque no hay un interés sincero por parte de los empresarios para mejorar la calidad en los distintos aspectos evaluados. Teniendo más complicaciones en la primera etapa del ciclo que es la planeación ya que muchos de los gerentes no establecen sus objetivos y sus procesos necesarios para que logren resultados satisfactorios para la empresa que dirigen y sin esta primera atapa no se pueda avanzar con el resto del ciclo de mejora continua de los procesos.

Santa (2015) en su tesis sobre la “Gestión de calidad bajo el procedimiento de compras en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro de venta minorista de artículos de ferretería en el distrito de Huaraz año 2015”. En el cual tuvo

como objetivo general de describir las principales características de la gestión de calidad bajo el procedimiento de compras en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de artículos de ferretería en el distrito de Huaraz. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva - cuantitativa y un diseño transaccional. Para el recojo de la información se identificó una población de 20 ferreterías (Gerentes), de los cuales se decidió trabajar con el 100% de la población, tomando como muestra a 20 gerentes por ser un número pequeño, a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas cerradas por medio de la encuesta; de lo cual se obtuvo los siguientes resultados: El 80% de los encuestados, expresan que nunca utilizan los documentos de requisición de compra, el 60% manifiesta que pocas veces localiza sus fuentes de suministro, el 40% manifiesta que nunca evalúan a sus proveedores y el 80% considera que nunca utilizan los contratos de compra. **Conclusión:** Se percibe que existe una deficiencia en el procedimiento de compras, porque los gerentes de las ferreterías desconocen el procedimiento de compras, y la forma de compra que realizan es en forma directa y con los agentes de venta.

Aquino, E. (2015) según su tesis presentada para optar el título profesional en administración cuyo título es “Gestión de Calidad y formalización de las MYPEs del sector comercio – rubro confección de ropa deportiva del distrito de Satipo de la Región Junín, periodo 2015” trabajo de investigación de acuerdo a la naturaleza de estudio es del tipo cuantitativo, deductivo y descriptivo cuyo diseño es no experimental y transaccional. La población está conformada por el 100% de empresas del sector comercio – rubro confección de ropa deportiva del distrito de satipo de la Región Junín, periodo 2015. Las conclusiones a la que llegó la tesista es que el 100% de las Mypes encuestadas identifican las limitaciones que llevan la informalidad, el 71.4% considera que el trámite de constitución de las MYPES es el que requiere más tiempo de inversión, el 42.9% tienen interés en la conformación de consorcios como mecanismo de asociatividad con otras MYPES y para concluir, el 71.4% de las MYPES encuestadas tienen interés en iniciar actividades de exportación.

Rodríguez, Y. (2017) Presentó su tesis para optar el grado de Maestría cuyo título es “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos

hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016” cuyo tipo de investigación fue descriptivo y a su vez correlacional, el diseño de la investigación fue no experimental-transversal, trabajó con una población integrada de 214,804 pobladores del caso urbano del Distrito de Chimbote, según fuente del INEI. La muestra fue de 266 clientes de las Micros y pequeñas empresas del sector servicios-rubro restaurante de productos hidrobiológicos. El análisis de resultados y las conclusiones a las que llegó son las siguientes: El 58.3% de los dueños, a veces sí, a veces no capacita a los trabajadores para atender a los clientes, el 49.2% considera que el proceso de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado, a la pregunta ¿considera que la cevichería atiende bien a los clientes? El 56.8% considera que casi siempre la cevichería atiende bien a los clientes, y para terminar el 64.7% considera que siempre el servicio y atención recibida es bueno.

Estos son los antecedentes encontrados producto de la investigación realizada en este proyecto a fin de coadyuvar y profundizar el conocimiento acerca de la realidad de estos proyectos y el proyecto en sí que se está desarrollando.

2.2 Bases Teóricas

El Subsecretario para la Pequeña y Mediana Empresa, Miguel Marón Manzur, puso en marcha el Programa Nacional Mi Cerrajería, que brindará, en su fase inicial, capacitación, consultoría y financiamiento desde 50 hasta 150 mil pesos a 335 cerrajeros. Este programa consiste en la modernización administrativa, tecnológica y comercial de los cerrajeros, detalló el funcionario al inaugurar la Octava Expo Cerrajeros que contó con la participación de fabricantes, distribuidores y artesanos orfebres. “Hasta el día de hoy, el cerrajero, el microempresario, no tenía manera de acceder a tecnología, no tenía dinero para cambiar la maquinaria, para hacer eficientes sus procesos de producción, y eso, naturalmente, lo iba sacando de la competencia”, dijo. Marón Manzur detalló que este Programa se basa en dos grandes componentes, la capacitación y la consultoría, y el financiamiento para la adquisición y renovación de equipo para el desarrollo de una nueva imagen. Invitó a los

emprendedores de este sector a aprovechar los apoyos del Gobierno Federal para modernizar sus cerrajerías y que puedan ofrecer productos de más calidad y de mejor precio.

Esto forma parte de solo un ejemplo de cómo el gobierno Mexicano apoya a los microempresarios con el fin de elevar la competitividad de todas las unidades económicas mediante un esquema de modernización económica que les permita a todos estos microempresarios acceder a la modernización tecnológica en todos los campos de tal manera que les permita consolidar su posición en el mercado cada vez más exigente. En México las MYPES representan el 96% de las unidades económicas del país y son las grandes generadoras de empleo como también se puede constatar en el Perú en el que las MYPES representan un gran porcentaje de las unidades económicas existentes y por ende las grandes generadoras de empleo. Cabe recordar que es muy importante que el Estado Peruano mejore las políticas de apoyo y capacitación para los microempresarios a fin de éstos tengan acceso a todos los beneficios que conlleva la formalización, la capacitación, el crédito y la implementación de la tecnología y la innovación.

Nacionales

Obtención de préstamos no asegura mejora en la productividad de las MYPES. El CIES (el consorcio de investigación económica y social) advierte que si bien el bajo nivel de acceso al crédito es un aspecto que limita el crecimiento de las MYPES, cuando lo obtienen estas lo destinan a sus operaciones diarias, como la provisión de insumos y el pago de deudas. Las MYPES que logran obtener un préstamo no necesariamente mejoran su productividad (el impacto es de apenas 2%) debido a que emplean el financiamiento en sus operaciones diarias, como la provisión de insumos y en el pago de deudas, y no necesariamente para innovar. Así lo reveló la investigación “Determinantes del acceso y uso de servicios financieros de las microempresas en el Perú”, realizada por Janina León, Miguel Sánchez y Guillermo Jopen, investigadores PUCP-CIES, que será presentada esta semana en el Seminario Anual de Investigación CIES. No obstante este hallazgo, la investigación reconoce

que el bajo nivel de acceso a las fuentes de financiamiento es un aspecto que limita de manera preocupante el crecimiento de las MYPES.

Toman más crédito

Hasta agosto de este año, los créditos a microempresas crecieron en 11%, aunque su comportamiento financiero en el futuro podría ser cambiante informó el Grupo Kobsa, empresa de cobranzas. “En el caso de deudores de pequeñas empresas, estos registran un 85% de clientes en situación normal, mientras que un 6,85% corresponde a clientes en situación de pérdida. Estos son datos que deben tener en cuenta las entidades financieras”, comentó Ana Vera, CEO del Grupo Kobsa. Comentó, además, que las microempresas registran un 94,4% de clientes en situación normal, mientras que, tan solo, un 1,48% corresponde a clientes en situación de pérdida. En tal sentido, la investigación del CIES advierte que aproximadamente una de cada dos microempresas solicitan un crédito, en contraste con lo observado en las pequeñas empresas, donde solo dos de cada 10 lo hacen. Asimismo, son las pequeñas empresas manufactureras conducidas por hombres jóvenes las que poseen mayor suerte en la aprobación del crédito, sobre todo si esta cuenta con mayor antigüedad en sus operaciones, elevada rentabilidad y avanzado nivel de formalización. También se pudo conocer que existe un sesgo de género entre los que conducen una microempresa: la proporción de solicitar un préstamo es mayor entre las mujeres, aunque la probabilidad de obtenerlo y poder usarlo es mayor entre los hombres. De acuerdo con la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), los hombres registran una mayor incidencia de tenencia de cuentas respecto de las mujeres, observándose una brecha de 10 puntos porcentuales. Mientras un 46% de hombres tiene una cuenta en alguna institución financiera, este porcentaje llegó a 36%.

Dani Rodrik en Lima, del 22 al 24 de noviembre, el Consorcio de Investigación Económica y Social (CIES) realizará su Seminario Anual de Investigación 2017 “Perú hacia una agenda de crecimiento sostenible, productividad y empoderamiento de la mujer”. La conferencia magistral “El reto de la productividad: más allá del boom de los commodities” estará a cargo de Dani Rodrick, economista de la Universidad de Harvard y contará con los comentarios de Julio Velarde, presidente del BCR y de Piero Ghezzi, exministro de la Producción.

MEF dispuesto a ampliar el fondo de S/ 700 millones para MYPES tras desastres El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) está dispuesto a ampliar el fondo de S/ 700 millones que permitirá la entrega de crédito a las MYPES afectadas por los desastres a causa de El Niño costero. Así lo mencionó ayer el ministro Alfredo Thorne durante su presentación en la Comisión de Producción del Congreso.

Sistema de gestión de calidad

“Gestión de la Calidad se refiere a la realización de actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la Calidad” Bracho, (2007).

Por otro lado es un “Conjunto de actividades de la función general de la dirección que determinan la política de la calidad, los objetivos, y las responsabilidades y se llevan a cabo a través de la planificación, el control, el aseguramiento y el mejoramiento de la calidad, en el marco del sistema de la calidad”.

“Haciendo un poco de historia acerca del término Calidad, no se puede dejar por fuera las enseñanzas del llamado Padre de la Calidad; Edwards Deming, quien en el año 1950 le dio un enfoque a la calidad del producto como el grado predecible de uniformidad que proporciona fiabilidad a bajo costo en el Mercado” Bracho, (2007).

El proceso de internacionalización

La economía y el desarrollo de las MYPES se desenvuelven en relación al número, tamaño, facilidad de multiplicarse, crecimiento y disolución que muestran por cada línea industrial; así como el papel que desempeña en la introducción de nuevos productos, modernización industrial, nivel de interrelación gremial, ver sus variables macroeconómicas, en este caso con especial, interés, la producción y el empleo.

En el siguiente cuadro se aprecia grandes diferencias de la incidencia de las pequeñas empresas. En Italia, Japón y Francia, las pequeñas empresas representan entre un 45% a 60% de los empleos de manufacturas; mientras que Inglaterra, Estados Unidos de Norteamérica y Alemania su participación esta entre los 18% a 28%.

En ambos grupos existen países desarrollados, a pesar de sus diferencias el fenómeno de la pequeña empresa es un tema expectante. Lo relacionado con la generación de empleos en las pequeñas empresas aumenta rápidamente en el sector de producción

de bienes. Los empleos en la pequeña empresa aumentaron 7,8 % en la minería y un 3,2% en el sector de servicios y esta tendencia que es de los Estados Unidos, es similar en otros países. Siendo entre 1980 y 1986, las empresas con menos de 500 empleados, las responsables de crear aproximadamente la

Mitad de todos los empleos. Otros estudios, concluyen que ocho de cada diez nuevos empleos, fueron generados por empresas con menos de 100 empleados.

2.2.1 Teoría de la formalización de las Mypes

Al referirnos a la formalización de las MYPES, necesariamente tendríamos que definir qué es la informalidad. Y para tal efecto, **Deelen (2015)**, nos dice que el concepto de informalidad ha ido evolucionando con los años y con las interpretaciones de lo que acontece en el mundo en esta materia. La Organización Internacional del Trabajo OIT ha realizado propuestas de definiciones en el tiempo que sirvan de marco para la elaboración de las estadísticas en los diferentes países. Los criterios operacionales utilizados para definir informalidad en su mayoría tienen que ver con el incumplimiento de la legislación comercial, tributaria y laboral vigentes. Mientras que inicialmente el enfoque se centraba en las unidades productivas que incumplen con ciertas obligaciones (sector informal), con posterioridad, su eje fue trasladado a los puestos de trabajo o a la calidad de las relaciones de empleo en la actividad económica (empleo informal). Esto, al constatarse que en empresas del sector formal también existían relaciones de empleo precarias e informales.

La informalidad se puede atacar desde diferentes flancos y en esa línea, la OIT (Organización Internacional del Trabajo), a través del documento denominado «Trabajo decente en las Américas: una agenda hemisférica 2006-2015», sugiere, con el propósito de mejorar la calidad del empleo en las micro y pequeñas empresas, el desarrollo de políticas que mejoren los niveles de protección social y el desarrollo de capacidades de representación que mejoren el acceso de las MYPES a los mercados y servicios, con especial énfasis en la mejora de la productividad, y mejorar el marco reglamentario, barreras de acceso al mercado. Al momento de constituir una empresa como persona natural o jurídica habiendo completado todos los pasos, tengo un establecimiento y tengo capacidad para emitir facturas como parte del mercado como una entidad que actúa finalmente de manera organizada. En el momento que tengo

una empresa, como persona natural o jurídica y tengo mi registro como contribuyente (RUC), tengo un establecimiento determinado y tengo capacidad, para emitir facturas, me he insertado en el proceso económico como una entidad que finalmente actúa de manera organizada, si se quiere constituir una persona jurídica para constituir negocios a través de ella, será necesario inscribirla en registros públicos; pero también es posible trabajar como persona natural, sin que sea indispensable trabajar como sociedad o persona jurídica, Sin embargo, las capacidades de actuación, de acceso a financiamiento y, por ende, las capacidades de desarrollo de una empresa organizada, a través de una persona jurídica, son mayores. La formalización de los micros y pequeñas empresas (MYPES) en el mercado nacional es cada vez mayor. Según informó el Ministro de la Producción, Jorge Villasante, a la Agencia Peruana de Noticias (Andina) "a julio del 2011 podríamos alcanzar sin problemas la inscripción de 150 mil empresas en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (Remype)". Las MYPES acogiendo a la ley de promoción y formalización gozarán de grandes beneficios en los que destacan el acceso a los procesos de compras estatales dándoles el status de proveedores hábiles y autorizados así mismo mayor facilidad para las exportaciones, capacitación, financiamiento etc.

2.2.2 Teoría de la gestión de la calidad

Gestión de calidad

Un conjunto de métodos útiles de forma aleatoria, es la gestión de calidad, puntual y coyuntural para diferentes aspectos del proceso administrativo. El término enfoque de Gestión de la Calidad se utiliza para describir un sistema que relaciona un conjunto de variables relevantes para la puesta en práctica de una serie de principios, prácticas y técnicas para la mejora de la calidad, de acuerdo a Camisón, Cruz & Gonzales (2007) Así pues, el contenido de los distintos Enfoques de Gestión de la Calidad se distingue por tres dimensiones: Los principios que asumen y que guían la acción organizativa. Las prácticas –actividades– que incorporan para llevar a la práctica estos principios. Las técnicas que intentan hacer efectivas estas prácticas.

Control de calidad.

El control sin ninguna duda se aplica en todas las organizaciones como una manera efectiva de llevar las cuentas en toda índole y podemos poner de referencia a Kaoru

Ishikawa, (1994) ingeniero y catedrático japonés, ya que para este autor “Practicar el control de la calidad es desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el más útil y siempre satisfactorio para el consumidor”. Ishikawa, señala además que las diferencias entre el modelo de administración japonés y el occidental se encuentran en las características culturales. En 1985, escribe su obra cumbre llamada ¿Qué es el Control Total de la Calidad?, en donde condensa todos sus aportes realizados al tema de la calidad, como los famosos círculos de la calidad y el diagrama de Ishikawa o espina de pescado causa-efecto. Los círculos de calidad no son más que un pequeño grupo de trabajadores de un mismo departamento, las cuales se reúnen en forma voluntaria para resolver los problemas que se presentan en los niveles operativos de la organización.

Mejora de la Calidad

Significa la creación significativa y organizada de un cambio ventajoso o el logro de unos niveles de comportamiento sin precedentes. Es algo así como un Avance. Juran, (1990) Para ISO 9000:2000, la Mejora de la Calidad es una “parte de la gestión de la calidad orientada a aumentar la capacidad de cumplir con los requisitos de la calidad”. Esto tiene mucho que ver con el seguimiento que realiza la organización a los logros alcanzados en materia de calidad, a fin de lograr niveles más óptimos a lo largo del tiempo en lugar de estancarse o decaer. Fondonorma-ISO 9000 (2005, 2006).

2.2.3 Atención al cliente

La atención al cliente es un de las actividades más importantes desde el punto de vista empresarial ya que de ello depende el nivel de ingresos de la empresa y por consiguiente la rentabilidad misma ya que una organización sin clientes está condenada al fracaso. Una empresa en constante crecimiento orientará sus esfuerzos a incrementar notablemente la excelente atención al cliente dándoles todos beneficios, los mejores servicios y todo lo que sea la fidelización del mismo.

Según Pérez, (2006) podemos mencionar que la cultura de servicio se muestra a través de la actitud y comportamiento de las distintas personas con las cuales el cliente entra en contacto, esta puede incluir la cortesía general con la que el personal responde a las preguntas, resuelve los problemas, ofrece y/o amplia la información provee el servicio, y trata bien a los otros clientes. Esto produce un impacto sobre el

nivel de satisfacción de las expectativas del cliente que lo hace valorar si desea volver a la empresa.

Satisfacción al cliente

La satisfacción al cliente se puede definir de muchas maneras, así como define Kotler (2012), La satisfacción del cliente se puede entender como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas" así mismo Dutka (1998), considera que la satisfacción del cliente es una preocupación que va en aumento entre las organizaciones de todo el mundo.

Beneficios de la satisfacción al cliente

La satisfacción del cliente se puede definir como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas". Si bien, existen diversos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente, estos son: La compra repetitiva, El boca a boca y el Posicionamiento.

Elementos que conforman la satisfacción del cliente

El Rendimiento Percibido: Se refiere al desempeño que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió. El rendimiento percibido tiene las siguientes características: determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa, se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio, está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad, sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente, depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos, dada su complejidad, el "rendimiento percibido" puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el "cliente".

Fórmula para determinar el nivel de satisfacción del cliente

Seguendo a Kotler, (2012), para aplicarla, se necesita primero obtener mediante una investigación de mercado:

El rendimiento percibido. Las expectativas que tenía el cliente antes de la compra, luego, se le asigna un valor a los resultados obtenidos. Finalmente, podemos aplicar la siguiente fórmula:

Rendimiento Percibido - Expectativas = Nivel de Satisfacción.

Valor y satisfacción del cliente

Los usuarios finales (clientes) pueden optar por una gran variedad de productos y servicios para satisfacer una necesidad determinada, la pregunta es ¿Cómo eligen entre tantas ofertas del mercado? Los clientes pueden evaluar y de acuerdo a sus expectativas elegir lo que mejor crean conveniente.. Los mercadólogos deben ser cuidadosos y fijar las expectativas en un nivel adecuado, si este es demasiado bajo, podrían satisfacer a los que compran pero no atraer a nuevos compradores, si es demasiado alto, los compradores quedaran insatisfechos. Kotler, (2012) nos dice al respecto; El valor del cliente y su satisfacción con bloques fundamentales para desarrollar y gestionar relaciones con clientes.

Creación de retención y lealtad de clientes

Continuando con Kotler, en su libro presentado bajo el título de “Dirección de marketing” nos dice que la buena administración de las relaciones con los clientes crea satisfacción del cliente. A su vez los clientes satisfechos se mantienen leales y hablan favorablemente a los demás acerca de la empresa y sus productos. Los estudios muestran gran diferencia en la lealtad de los clientes menos satisfechos, los medianamente satisfechos y los muy satisfechos. Incluso una pequeña caída de la satisfacción completa puede crear no solo la satisfacción del cliente si no también su deleite.

Atención al cliente

La atención al cliente es una de las actividades más importantes desde el punto de vista empresarial ya que de ello depende el nivel de ingresos de la empresa y por consiguiente la rentabilidad misma ya que una organización sin clientes está condenada al fracaso. Una empresa en constante crecimiento orientará sus esfuerzos a incrementar notablemente la excelente atención al cliente dándoles todos beneficios, los mejores servicios y todo lo que sea la fidelización del mismo.

Así mismo podemos mencionar que la cultura de servicio se muestra a través de la actitud y comportamiento de las distintas personas con las cuales el cliente entra en contacto, esta puede incluir la cortesía general con la que el personal responde a las preguntas, resuelve los problemas, ofrece y/o amplía la información provee el servicio, y trata bien a los otros clientes. Esto produce un impacto sobre el nivel de satisfacción de las expectativas del cliente que lo hace valorar si desea volver a la empresa. Pérez, (2006)

Satisfacción al cliente

La satisfacción al cliente se puede definir de muchas maneras, así como define Kotler (2012), La satisfacción del cliente se puede entender como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas" así mismo Dutka (1998), considera que la satisfacción del cliente es una preocupación que va en aumento entre las organizaciones de todo el mundo.

Beneficios de la satisfacción al cliente

La satisfacción del cliente se puede definir como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas". Si bien, existen diversos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente, estos son:

La compra repetitiva; El boca a boca; Posicionamiento.

Elementos que conforman la satisfacción del cliente

El Rendimiento Percibido: Se refiere al desempeño que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió. El rendimiento percibido tiene las siguientes características: Determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa, se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio, está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad, sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente, depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos, dada su complejidad, el "rendimiento percibido" puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el "cliente".

Fórmula para determinar el nivel de satisfacción del cliente

Siguiendo a Kotler, (2012), para aplicarla, se necesita primero obtener mediante una investigación de mercado: El rendimiento percibido, las expectativas que tenía el cliente antes de la compra, luego, se le asigna un valor a los resultados obtenidos, finalmente, podemos aplicar la siguiente fórmula:

Rendimiento Percibido - Expectativas = Nivel de Satisfacción.

Valor y satisfacción del cliente

Los usuarios finales (clientes) pueden optar por una gran variedad de productos y servicios para satisfacer una necesidad determinada, la pregunta es ¿Cómo eligen entre tantas ofertas del mercado? Los clientes pueden evaluar y de acuerdo a sus expectativas elegir lo que mejor creen conveniente.. Los mercadólogos deben ser cuidadosos y fijar las expectativas en un nivel adecuado, si este es demasiado bajo, podrían satisfacer a los que compran pero no atraer a nuevos compradores, si es demasiado alto, los compradores quedaran insatisfechos. Kotler, (2012) nos dice al respecto; El valor del cliente y su satisfacción con bloques fundamentales para desarrollar y gestionar relaciones con clientes.

Creación de retención y lealtad de clientes

Continuando con Kotler, en su libro presentado bajo el título de “Dirección de marketing” nos dice que la buena administración de las relaciones con los clientes crea satisfacción del cliente, a su vez los clientes satisfechos se mantienen leales y

hablan favorablemente a los demás acerca de la empresa y sus productos, los estudios muestran gran diferencia en la lealtad de los clientes menos satisfechos, los medianamente satisfechos y los muy satisfechos. Incluso una pequeña caída de la satisfacción completa puede crear no solo la satisfacción del cliente si no también su deleite. Kotler, (2012).

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Atención al cliente: La atención al cliente es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerla, logrando de este modo cubrir sus expectativas y por lo tanto crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes, Blanco. (2013). Así mismo según el autor Serna (2006), el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

Fidelidad: Se aplica a la persona cuyo comportamiento corresponde a la confianza puesta en ella o a lo que exigen de ella el amor, la amistad, el deber, etc. Brunetta, (2014).

Gestión: Implica la ejecución de acciones para llegar a un resultado, el término gestión tiene relación estrecha con el término inglés Management, el cual fue traducido inicialmente al español como administración y ahora es entendido como gestión de organizaciones, referida al “conjunto de conocimientos modernos y sistematizados en relación con los procesos de diagnóstico, diseño, planeación, ejecución y control de las acciones teológicas de las organizaciones en interacción con un contextos social orientado por la racionalidad social y técnica” Fajardo, (2005).

Gestión de Calidad: Es un proceso dinámico que implanta la calidad como medio para conseguir los objetivos de la organización y control de la calidad, persigue la mejora continua, no solo de los productos sino también de los procesos. Pérez (2012).

Micro y pequeña empresa: De acuerdo a la Ley 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, dictada el 02 de Julio del 2003, en su artículo segundo define a la micro y pequeña empresa “como la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización

o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción o comercialización de bienes o prestación de servicios”. El Estado dentro de sus facultades legislativas delegadas por el congreso ha dado una nueva Ley PyME, aprobada por Decreto Legislativo N° 1086, publicada el 28 de junio del 2008. En el mismo, los requisitos para calificar a la micro empresa siguen siendo los mismos que contempla la Ley N° 28015, habiendo variado los requisitos para calificar a la pequeña empresa. La ley describe la forma de segmentar las empresas por el número de trabajadores y los niveles de ventas anuales, así tenemos:

Microempresa:

De acuerdo a la legislación Peruana, se define a aquella cuyo número de trabajadores se encuentra en el intervalo de 1 y menor o igual de 10 personas, además señala que los niveles de ventas anuales máximos están determinados por el monto de 150 UIT. Se aplicará inclusive a las juntas, asociaciones o agrupaciones de propietarios e inquilinos en el régimen de propiedad horizontal o condominio habitacional, en tanto no cuenten con más de 10 trabajadores.

Pequeña empresa:

De acuerdo a la legislación Peruana, se define a aquella cuyo número de trabajadores se encuentra en el intervalo de 10 y menor o igual de 100 personas, o un total de ventas al año que oscila entre 150 hasta 1,700 UIT, siendo que estos límites serán reajustados cada dos años por el MEF (Ministerio de Economía y Finanzas). Según mi criterio, las MyPE son unidades de producción de bienes y servicios, con escasa infraestructura física e inversión económica, generalmente de índole familiar que surgen a consecuencia del desempleo, estas brindan trabajo temporal o subempleo y tienen escasa sobrevivencia debido a las condiciones en las que surgen y al alto grado de competencia en el mercado, lo que les impide crecer. El Estado señala sus características distintivas de acuerdo a ciertos límites ocupacionales y financieros.

III. HIPÓTESIS

Es el enunciado aseverativo en respuesta al problema formulado o una propuesta de solución a la formulación del problema. Hernández, (2010).

3.1 Hipótesis General

Si las MYPES del sector comercio, rubro cerrajerías del distrito de Callería, direccionan su gestión con calidad bajo el enfoque de atención al cliente, permitirá el desarrollo, progreso y promoción de las MYPES y la satisfacción de sus clientes.

3.2 Hipótesis específicas

- Las MYPES del sector comercio, rubro cerrajerías, aplican técnicas de atención al cliente.
- Las MYPES del sector comercio, rubro cerrajerías ubicadas en el distrito de Callería, son informales.
- Las MYPES del sector comercio, como parte de un enfoque de atención al cliente, tienen definido su misión y visión de su empresa.

IV. METODOLOGÍA

Parte del proceso de investigación o método científico, que sigue a la propedéutica, y permite sistematizar los métodos y las técnicas necesarias para llevarla a cabo, los métodos elegidos por el investigador facilitan el descubrimiento de conocimientos seguros y confiables que, potencialmente, solucionarán los problemas planteados, entonces la metodología es el procedimiento ordenado que se sigue para establecer el significado de los hechos y fenómenos hacia los que se dirige el interés científico para encontrar, demostrar, refutar y aportar un conocimiento. “Es un conjunto de conocimientos racionales ciertos o probables que son obtenidos de manera metódica y verificable con la realidad”. Ramírez, (2013)

4.1. Diseño de la investigación

La investigación fue no experimental (transaccional o transversal), porque se recolectaron los datos en un solo momento, en un tiempo único. Siendo su propósito describir la variable en estudio.

4.1.2. Tipo de investigación

El tipo de investigación fue descriptivo, porque se relataron las características respecto a la gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro cerrajería en el Distrito de Callería, Provincia de Coronel Portillo, región Ucayali.

4.1.3. Nivel de la investigación

La investigación fue de nivel cuantitativo porque se realizó la recolección de datos fundamentada en la medición de las variables y conceptos las cuales serán representadas mediante números que deberán ser analizadas a través de métodos estadísticos.



Dónde:

M = Muestra conformada por las MYPES encuestadas.

O = Observación de las variables: Gestión de Calidad y Atención al Cliente

4.2 Población y Muestra

El área comprende la Provincia de Coronel Portillo, más específicamente el Distrito de Callería en el cual se ubican todos los pequeños empresarios emprendedores dedicados al negocio de la cerrajería.

Población

La población de este trabajo de investigación estará conformada por un total de 15 Micro empresarios dedicados principalmente al negocio de la cerrajería.

Muestra

La muestra es la aplicación de una fórmula matemática que es un número representativo de la población, pero que en esta oportunidad está conformada por 10 MYPEs por conveniencia, las mismas que amablemente accedieron a realizar este importante trabajo de investigación.

4.3 Tabla 01 Operacionalización de las variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
-----------------	------------------------------	-------------------------------	--------------------	--------------------	---------------------------

GESTIÓN DE CALIDAD	Es un proceso dinámico que implanta la calidad como medio para conseguir los objetivos de la organización y control de la calidad, persigue la mejora continua, no solo de los productos sino también de los procesos. Pérez (2012)	Se aplicó la técnica de la encuesta con su respectivo cuestionario que contiene además de sus dimensiones, indicadores e ítems cuya elaboración es propia.	Procesos estandarizados Plan de calidad Objetivos estratégicos	Planeamiento Racionalización Producción a escala Cumplimiento de los planes Valor agregado Innovación Misión Visión	Tipo Likert Ordinal Nominal
ATENCIÓN AL CLIENTE	La atención al cliente es fundamental para la buena marcha de cualquier empresa, ya sea grande o muy pequeña. Tan fundamental es para la empresa, que constituye una gran parte de su planificación estratégica. Muchas empresas se distinguen de sus competidores por realizar una buena estrategia de atención al cliente. Díaz, (2014)	Se aplicó la técnica de la encuesta con su respectivo cuestionario que contiene además de sus dimensiones, indicadores e ítems cuya elaboración es propia.	Actividades Procesos Logros Necesidades Atención	Satisfacer las necesidades Calidad Dirigir Controlar Organizar Planificar Satisfacción al cliente Primarias Secundarias Entrega de productos Resolver quejas y reclamos	Tipo Likert Ordinal Nominal

4.3.1 Definición y operacionalización de las variables

4.3.2 Gestión de Calidad

Gestión de la Calidad se refiere a la realización de actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la Calidad.

Por otro lado es un “Conjunto de actividades de la función general de la dirección que determinan la política de la calidad, los objetivos, y las responsabilidades y se llevan a cabo a través de la planificación, el control, el aseguramiento y el mejoramiento de la calidad, en el marco del sistema de la calidad”. Gonzáles, (2000).

4.3.3 Atención al cliente

La atención al cliente no puede actuar en el vacío, tiene que formar parte de un compromiso de atención a las personas, tanto de dentro como de fuera de la empresa. Si una empresa siente indiferencia por las personas, nunca sacará partido alguno de una «campana» de atención al cliente. Será sólo una especie de maquillaje del que todo el mundo se dará cuenta inmediatamente. Brown, (2007).

4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Técnica

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se aplicó la técnica de la encuesta para la recopilación de datos.

Instrumento

Para recabar información se aplicó un cuestionario que consta de 25 preguntas distribuidas en 4 partes, que consta primero de los datos generales el cual contiene 4 preguntas, de la empresa 6 preguntas, de la gestión de calidad que contiene 10 preguntas y de la atención al cliente 5 preguntas.

4.5 Plan de Análisis:

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hará uso de análisis descriptivo, para la tabulación de los datos se utilizara para el soporte el programa Excel para el procesamiento de datos y Word.

4.6 Tabla 02 Matriz de Consistencia

Título de Tesis	Enunciado del problema	Objetivos	Tipo y nivel de investigación	Universo o población	VARIABLES
Gestión de calidad bajo el enfoque a la atención al cliente de las MYPES del sector rubro cerrajerías Distrito de Callería, de la provincia	¿Cómo influye la gestión de calidad en la atención al cliente de las MYPES en el sector comercio, rubro cerrajerías del distrito de Callería?	<p>Objetivo General: Determinar los beneficios que traería la gestión de calidad y la atención al cliente de las MYPES en el sector comercio rubro cerrajería, del distrito de Callería.</p> <p>Objetivos específicos:</p>	<p>No experimental: La investigación es no experimental porque las variables no están sujetas a manipulación observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto.</p> <p>Descriptivo:</p>	La población en estudio está conformada por los propietarios de las MYPES del sector comercial, rubro cerrajerías del Distrito de Callería con un total de 10 Micro	<p>Gestión de Calidad</p> <p>Atención al Cliente</p>

de coronel portillo 2017.		<p>Identificar características de gestión de calidad de las MYPES del sector comercio rubro cerrajería, del Distrito de Calleria.</p> <p>Conocer si las MYPES del sector comercio rubro cerrajería, del Distrito de Calleria, aplican la debida atención a los clientes</p> <p>Identificar como se podría aplicar la gestión de calidad en las MYPES del sector comercio rubro cerrajería del Distrito de Calleria.</p>	<p>La Investigación fue descriptiva porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información.</p>	<p>Empresas y Pequeñas Empresas</p>	
---------------------------	--	---	---	-------------------------------------	--

4.7 Principios éticos

V. RESULTADOS

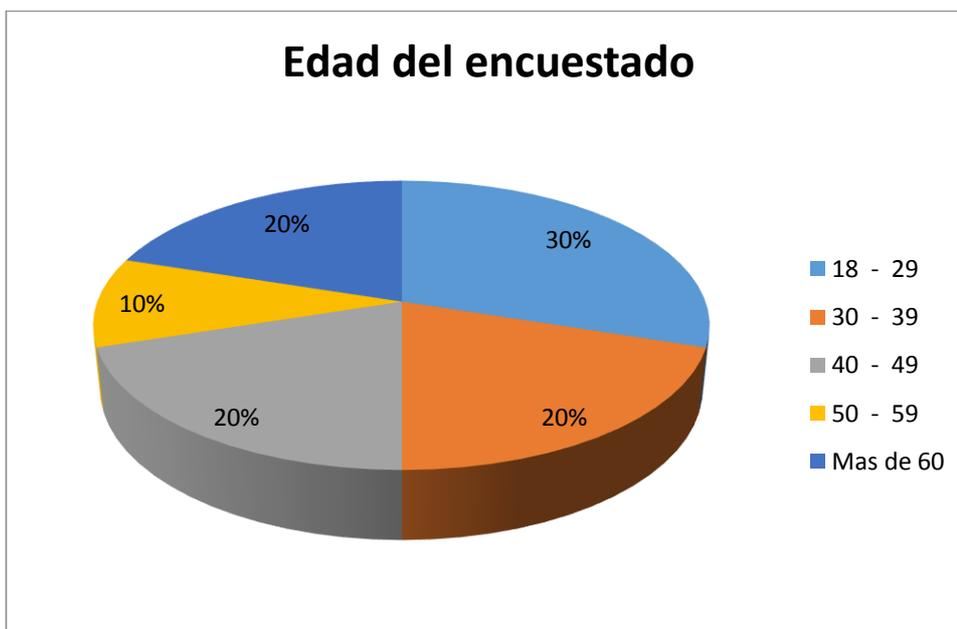
5.1 Resultados

Tabla 03 Edad del representante de las MYPES.

EDAD/AÑOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 - 29	3	30%
30 - 39	2	20%
40 - 49	2	20%
50 - 59	1	10%
Mas de 60	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 01



Fuente: Tabla 03

Descripción: Como podemos observar de acuerdo al cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES el 30% de los encuestados están en el rango de edades de 18 a 29 años, y un 20% respectivamente repartidos equitativamente son de 30 a 49 años, un 20% 60 años a más y un 10% de 50 a 59 años.

Tabla 04 Género de los representantes de las MYPES

GENERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hombre	9	90%
Mujer	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 02



Fuente: Tabla 04

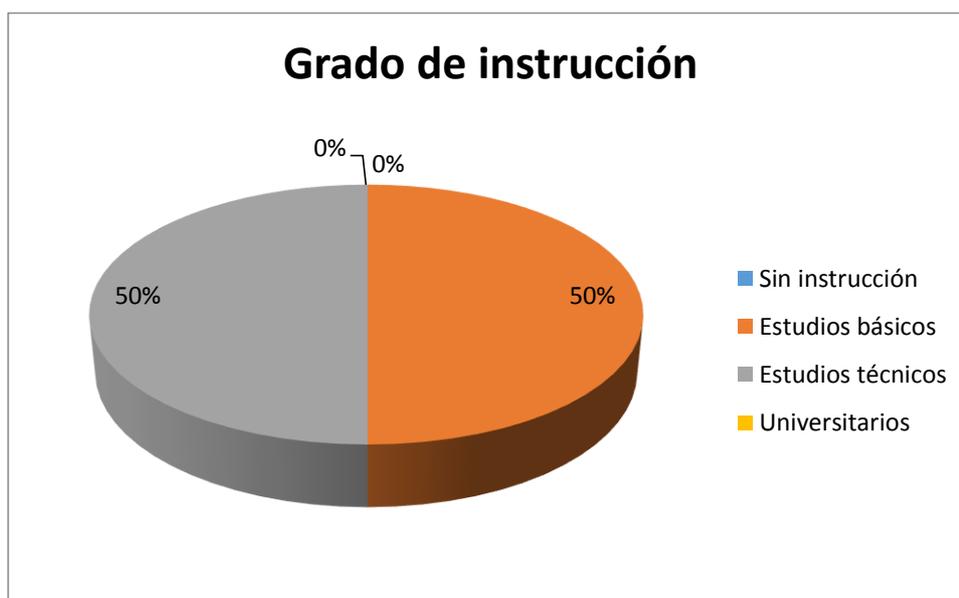
Descripción: De acuerdo al género se puede apreciar que el 90% son hombres, mientras que solo el 10% son mujeres.

Tabla 05 Grado de instrucción del representante de las MYPES.

GRADO DE INSTRUCCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sin instrucción	0	0%
Estudios básicos	5	50%
Estudios técnicos	5	50%
Universitarios	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 03



Fuente: Tabla 05

Descripción: Como podemos observar en este cuadro, el 50% ha realizado algún estudio técnico, lo que demuestra que tiene conocimiento del tema, mientras el otro 50% manifiesta haber realizado estudios básicos.

Tabla 06 Profesión u oficio del representante de las MYPES.

PROFESIÓN U OFICIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Administrador	1	10%
Técnico	4	40%
Obrero	0	0%
Otros	5	50%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 4



Fuente: Tabla 06

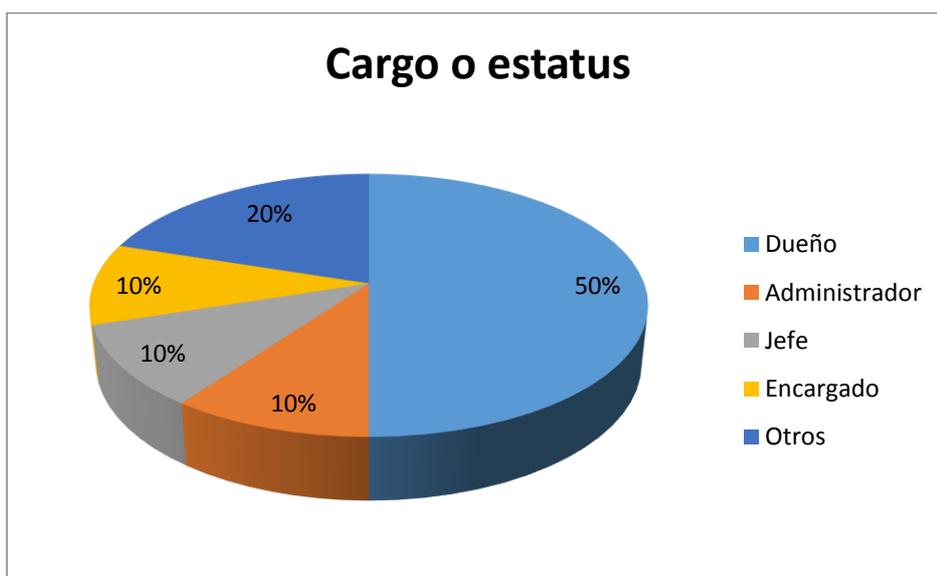
Descripción: Como podemos observar, estos resultados guardan relación y coherencia con el resultado anterior ya el 50% manifiesta no tener profesión mientras que entre administrador y técnico suman el otro 50% (40% técnico, 10% administrador).

Tabla 07 ¿Cuál es el cargo o estatus que desempeña en la empresa?

CARGO O ESTATUS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dueño	5	50%
Administrador	1	10%
Jefe	1	10%
Encargado	1	10%
Otros	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 05



Fuente: Tabla 07

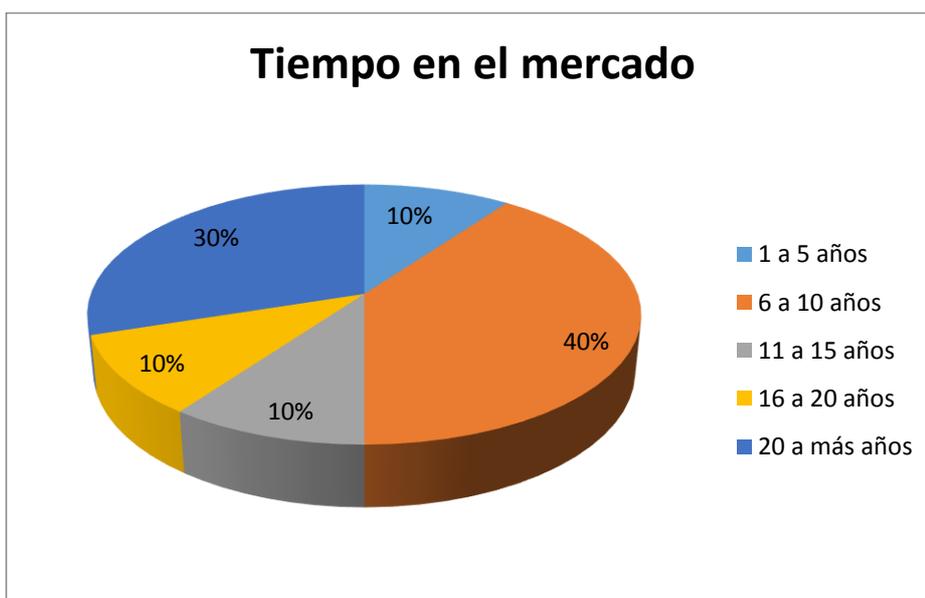
Descripción: De acuerdo al cuestionario aplicado se puede apreciar que el 50% de los encuestados responde que son propietarios del negocio, 20% responde como otros, 10% son jefes, 10% administrador y 10% como encargado.

Tabla 08 ¿Cuántos años tiene en el mercado?

TIEMPO EN EL MERCADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 5 años	1	10%
6 a 10 años	4	40%
11 a 15 años	1	10%
16 a 20 años	1	10%
20 a más años	3	30%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 06



Fuente: Tabla 08

Descripción: Como podemos observar el 40% manifiesta estar entre 6 a 10 años en el mercado, sorprendentemente un 30% manifiesta estar más de 20 años en el mercado, 10% de 1 a 5 años, 10% de 11 a 15 años y finalmente un 10% de 16 a 20 años.

Tabla 09 ¿Con cuántos trabajadores permanentes cuenta su empresa?

TRABAJADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 2	6	60%
3 a 4	2	20%
5 a 6	1	10%
7 a 9	0	0%
10 a más	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 07



Fuente: Tabla 09

Descripción: Como podemos observar un 60% tiene entre 1 y 2 trabajadores lo que le da un carácter de ser microempresa, un 20% manifiesta tener entre 3 a 4 trabajadores o colaboradores, 10% de 5 a 6 y finalmente un 10% dice contar con 10 a más trabajadores.

Tabla 10 ¿Los trabajadores están registrados en planilla?

REGISTRO DE PLANILLA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	1	10%
No	9	90%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 08



Fuente: Tabla 10

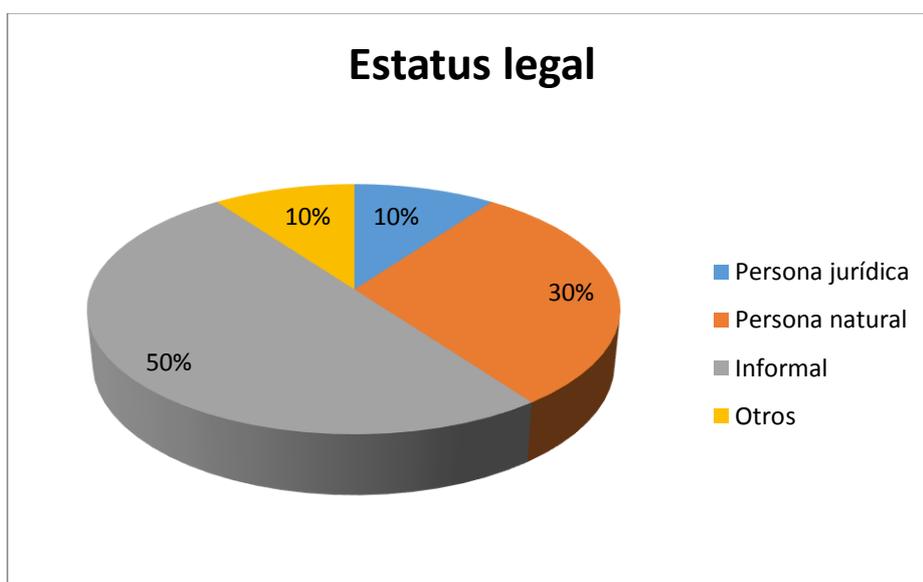
Descripción: De acuerdo a los resultados del cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES el 90% dice no tener registrado a sus trabajadores en planilla, lo que demuestra su carácter informal del tema, solo un 10% manifiesta tener registrado a sus trabajadores en planilla.

Tabla 11 ¿Se ha constituido como persona natural o jurídica?

ESTATUS LEGAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Persona jurídica	1	10%
Persona natural	3	30%
Informal	5	50%
Otros	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 09



Fuente: Tabla 11

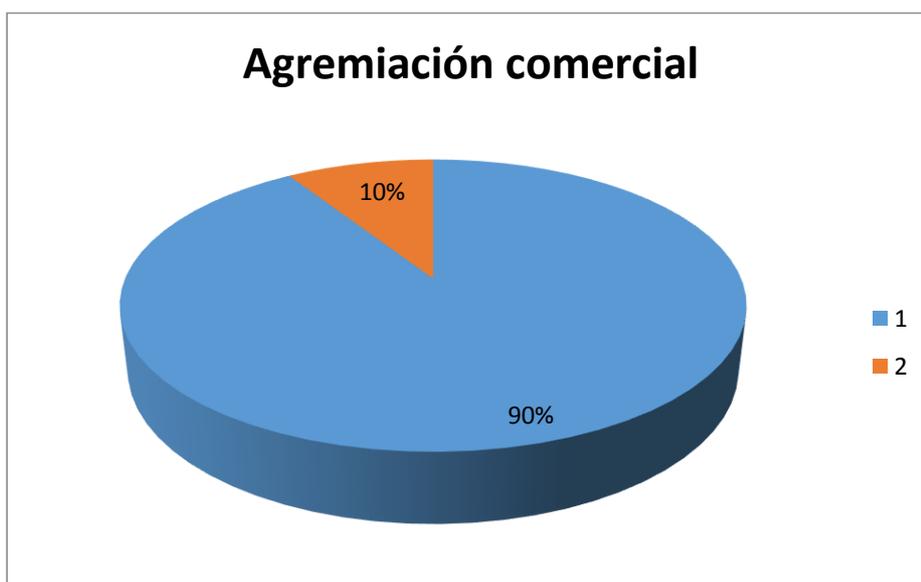
Descripción: Como podemos observar el 50% es informal, el 30% es persona natural con negocio propio, un 10% persona jurídica y un 10% manifiesta de acuerdo a los resultados en otros.

Tabla 12 ¿Pertenece o conforma alguna agremiación comercial?

AGREMIACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	1	10%
No	9	90%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 10



Fuente: Tabla 12

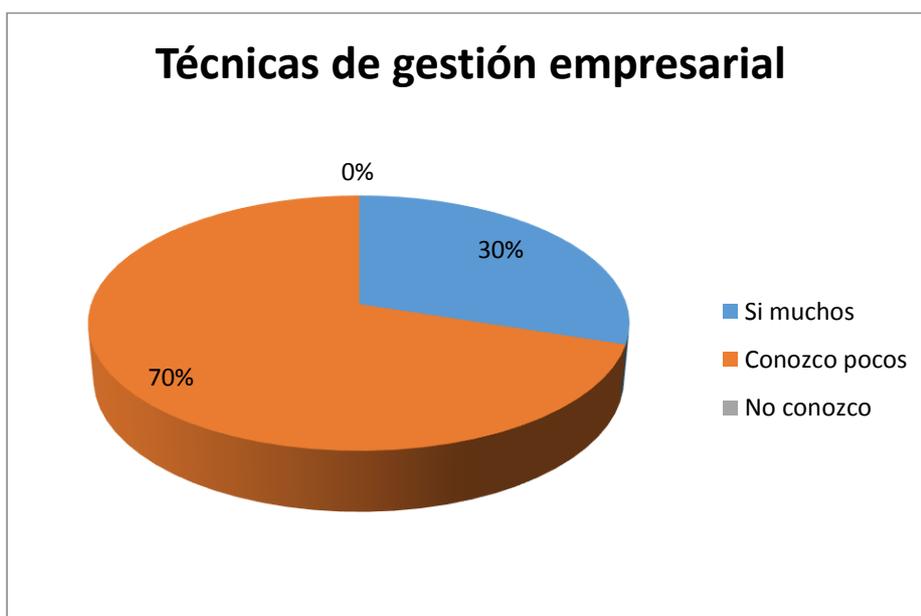
Descripción: De acuerdo a los resultados podemos observar que el 90% manifiesta no pertenecer a alguna agremiación de tipo comercial u otros, mientras que el 10% dice que sí.

Tabla 13 ¿Conoce técnicas de gestión empresarial?

GESTIÓN EMPRESARIAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si muchos	3	30%
Conozco pocos	7	70%
No conozco	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 11



Fuente: Tabla 13

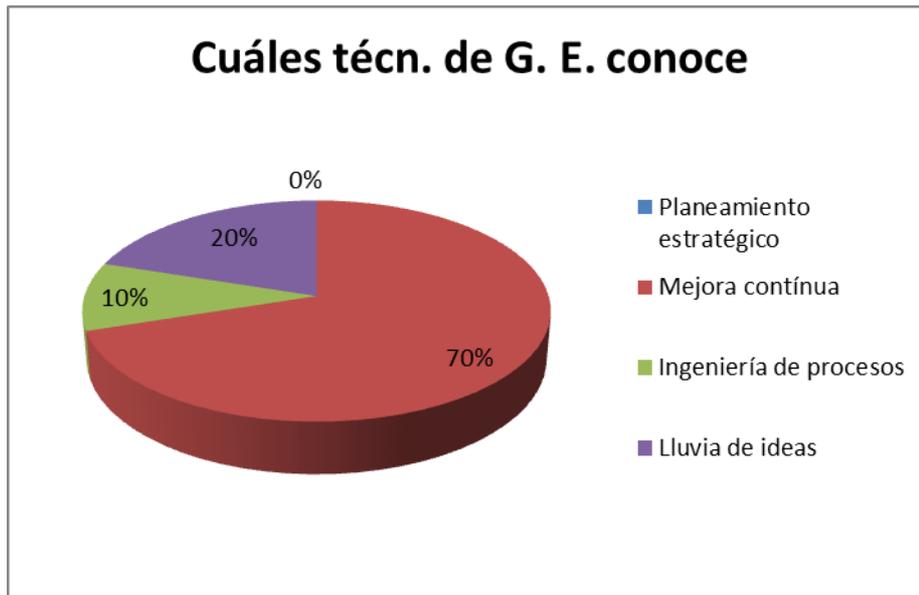
Descripción: Como podemos observar el 70% manifiesta tener poco conocimiento en técnicas de gestión empresarial, mientras que un 30% dice conocer muchas técnicas de gestión empresarial.

Tabla 14 ¿Cuáles son las técnicas de gestión empresarial que conoce?

GESTIÓN EMPRESARIAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Planeamiento estratégico	0	0%
Mejora continua	7	70%
Ingeniería de procesos	1	10%
Lluvia de ideas	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 12



Fuente: Tabla 14

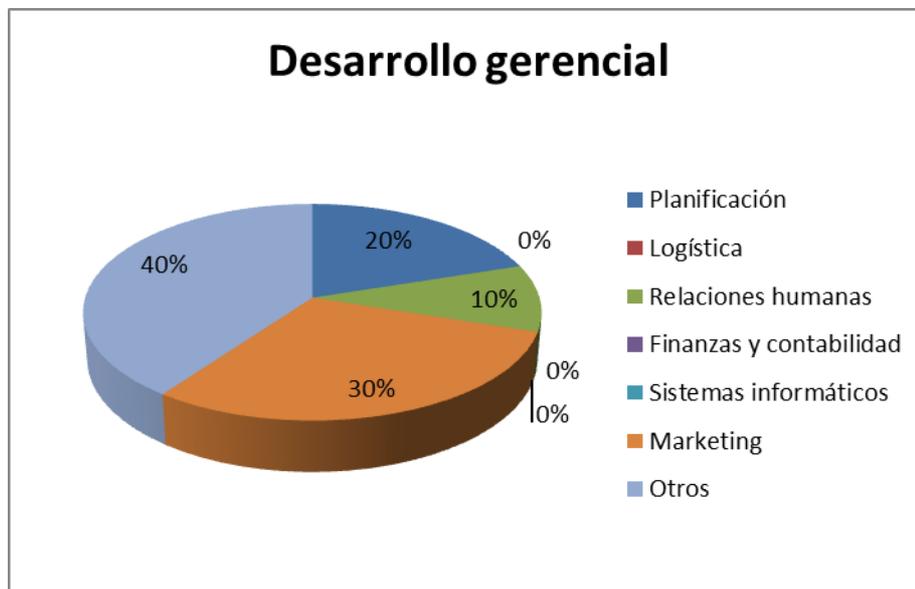
Descripción: La técnicas de gestión empresarial que conoces nuestros entrevistados es como sigue: 70% mejora continúa, 20% lluvia de ideas, 10% ingeniería de procesos.

Tabla 15 ¿Qué áreas ha desarrollado en su tiempo gerencial?

DESARROLLO GERENCIAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Planificación	2	20%
Logística	0	0%
Relaciones humanas	1	10%
Finanzas y contabilidad	0	0%
Sistemas informáticos	0	0%
Marketing	3	30%
Otros	4	40%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 13



Fuente: Tabla 15

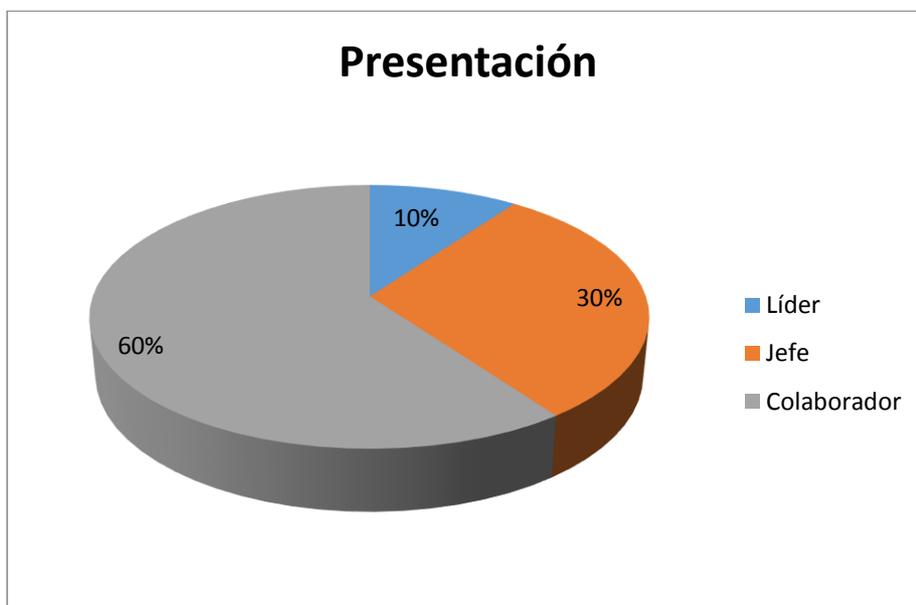
Descripción: Como se puede apreciar el 40% dice otros en cuanto a la administración de la empresa, 30% en marketing, 20% en planificación, 10% en relaciones humanas.

Tabla 16 ¿Cómo se ha presentado ante sus colaboradores?

PRESENTACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Líder	1	10%
Jefe	3	30%
Colaborador	6	60%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 14



Fuente: Tabla 16

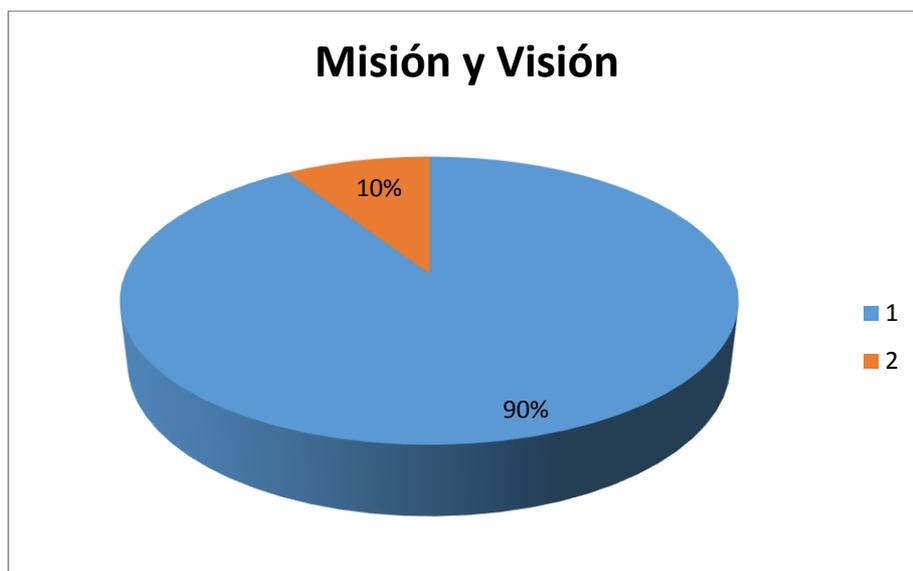
Descripción: Como podemos apreciar el 60% mayoritariamente se presentan como colaboradores, 30% como jefes y finalmente un 10% como líderes dentro de su organización empresarial.

Tabla 17 ¿Exhibe la misión y visión de la empresa?

MISIÓN Y VISIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	80%
No	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 15



Fuente: Tabla 17

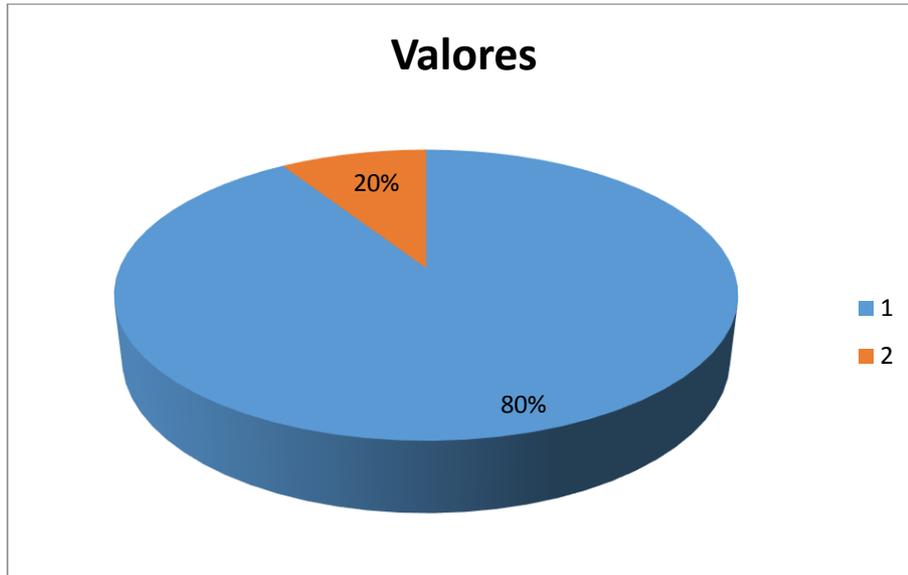
Descripción: De acuerdo a los representantes de las MYPES consultados en el cuestionario el 90% manifiesta tener claro cuál es la misión y la visión de la empresa lo cual es muy bueno dentro de la informalidad, un 10% desconoce el tema en mención.

Tabla 18 ¿Ha elaborado y difundido los valores que se practican en su organización?

VALORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	80%
No	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 16



Fuente: Tabla 18

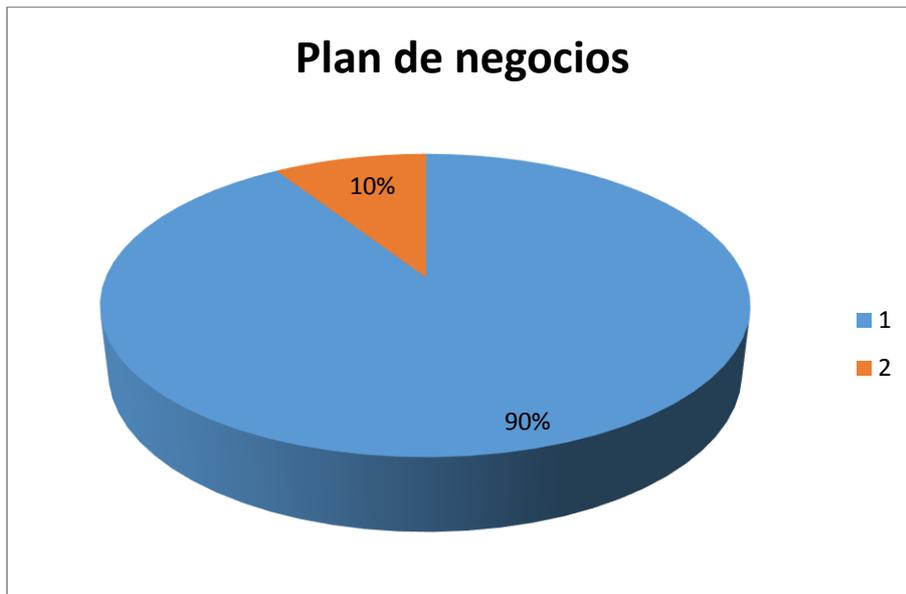
Descripción: Como podemos observar en el cuadro de resultados un 80% manifiesta haber elaborado y difundido los valores que se practican en la organización, mientras un 20% manifiesta que no.

Tabla 19 ¿Sigue la organización un plan de negocios estratégicos?

PLAN DE NEGOCIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	9	90%
No	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 17



Fuente: Tabla 19

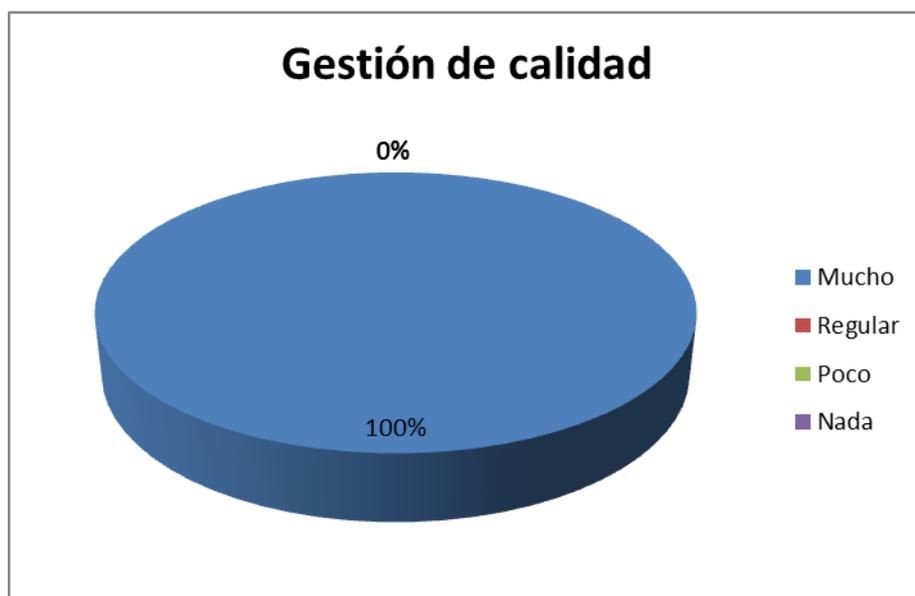
Descripción: Como podemos observar el 90% no conoce el tema del plan de negocios estratégico, el 10% manifiesta aplicar un plan de negocios estratégico.

Tabla 20 ¿Percibe que aplicar una gestión de calidad en su empresa le proporciona resultados que le ayudan a lograr sus objetivos?

GESTIÓN DE CALIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	10	100%
Regular	0	0%
Poco	0	0%
Nada	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 18



Fuente: Tabla 20

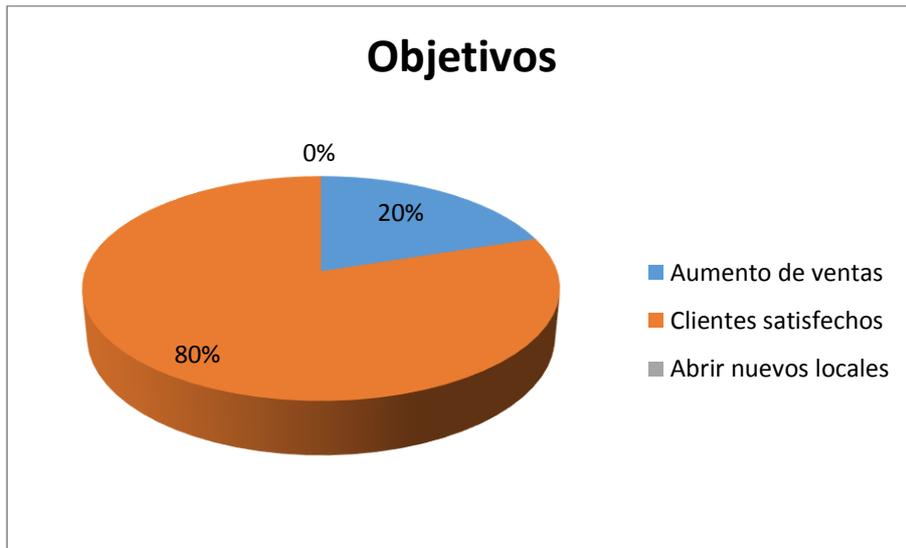
Descripción: Como podemos observar en este cuadro ilustrativo el 100% tiene conocimiento claro que una buena gestión de calidad les ayuda a lograr sus objetivos empresariales.

Tabla 21 ¿Qué objetivos a logrado aplicando la gestión de calidad?

OBJETIVOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Aumento de ventas	2	20%
Clientes satisfechos	8	80%
Abrir nuevos locales	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 19



Fuente: Tabla 21

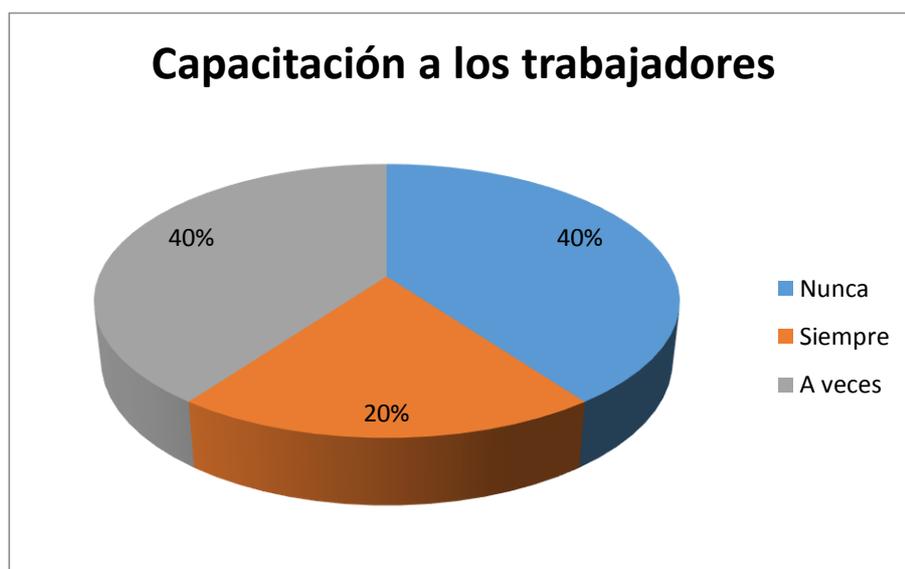
Descripción: De acuerdo al cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES el 80% manifiesta que tiene clientes satisfechos y el 20% ha aumentado sus ventas en la aplicación de la gestión de calidad.

Tabla 22 ¿Realiza capacitaciones a sus trabajadores?

CAPACITACIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	4	40%
Siempre	2	20%
A veces	4	40%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 20



Fuente: Tabla 22

Descripción: Como podemos observar de acuerdo a la capacitación a los trabajadores el 40% manifiesta que nunca, otro 40% a veces y un 20% siempre capacita a sus trabajadores.

Tabla 23 ¿Considera que se atiende bien a los clientes?

ATENCIÓN A LOS CLIENTES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	0	0%
A veces	0	0%
Siempre	10	100%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 21



Fuente: Tabla 23

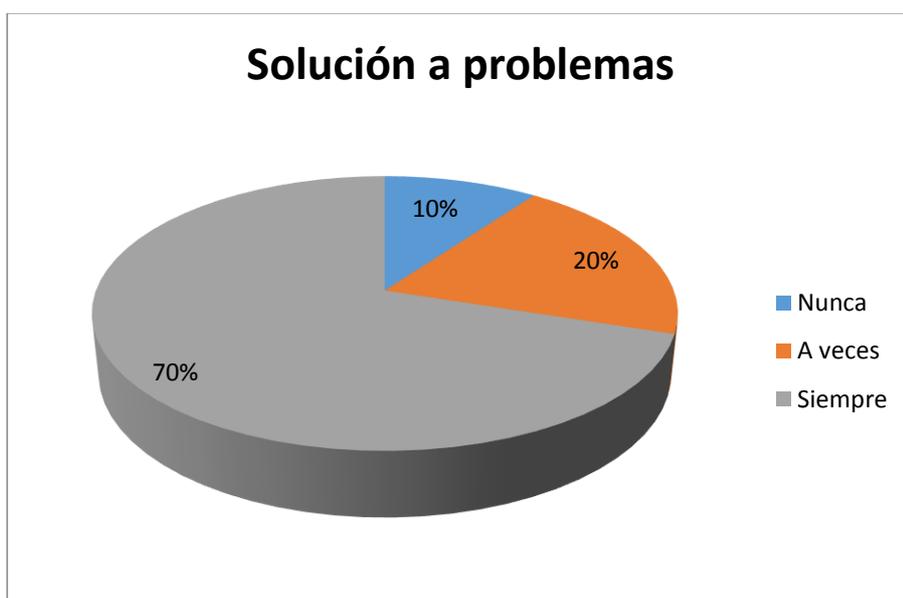
Descripción: De acuerdo al cuestionario aplicado podemos observar que el 100% de los encuestados considera que se atiende bien a los clientes en términos generales.

Tabla 24 ¿Cuándo tiene un problema lo soluciona inmediatamente?

SOLUCIÓN A PROBLEMAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	1	10%
A veces	2	20%
Siempre	7	70%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 22



Fuente: Tabla 24

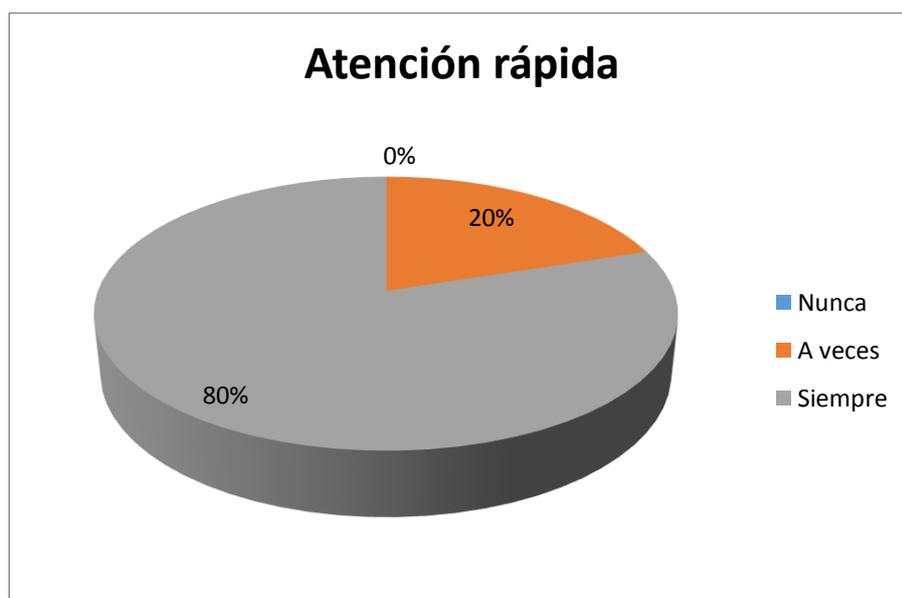
Descripción: Como podemos observar el 70% considera que soluciona los problemas inmediatamente, el 20% responde a veces y el 10% nunca lo que podemos deducir que existe un porcentaje menor que tiene problemas en solucionar los problemas inmediatamente.

Tabla 25 ¿El servicio de atención es buena, rápida y eficiente?

ATENCIÓN RÁPIDA Y EFICIENTE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	0	0%
A veces	2	20%
Siempre	8	80%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 23



Fuente: Tabla 25

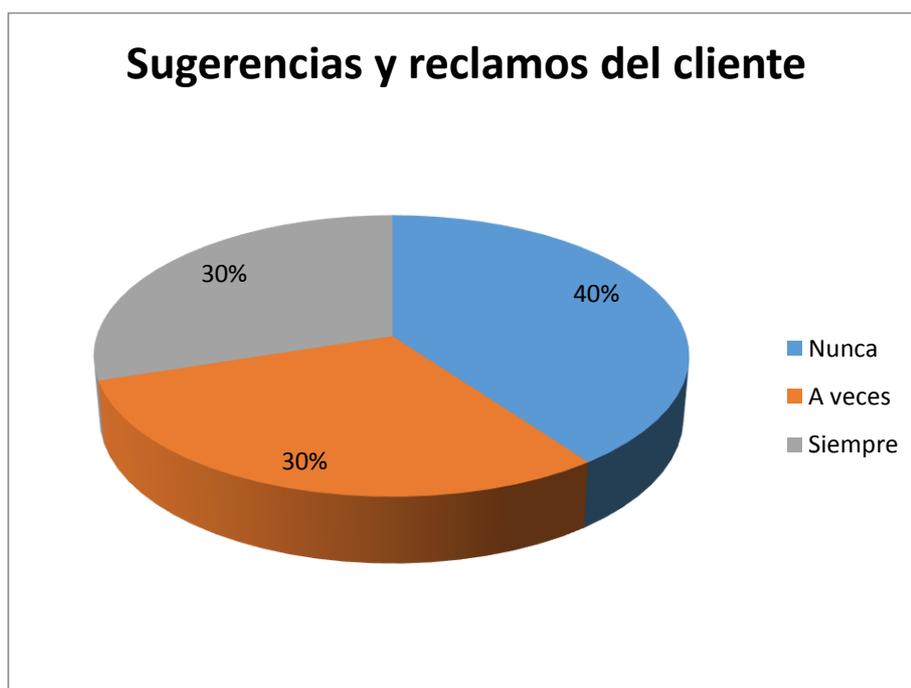
Descripción: De acuerdo a los resultados del cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES el 80% considera que la atención al cliente es buena rápida y eficiente y el 20% manifiesta a veces.

Tabla 26 ¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente para mejorar su nivel de servicios?

SUGERENCIAS Y RECLAMOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	4	40%
A veces	3	30%
Siempre	3	30%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 24



Fuente: Tabla 26

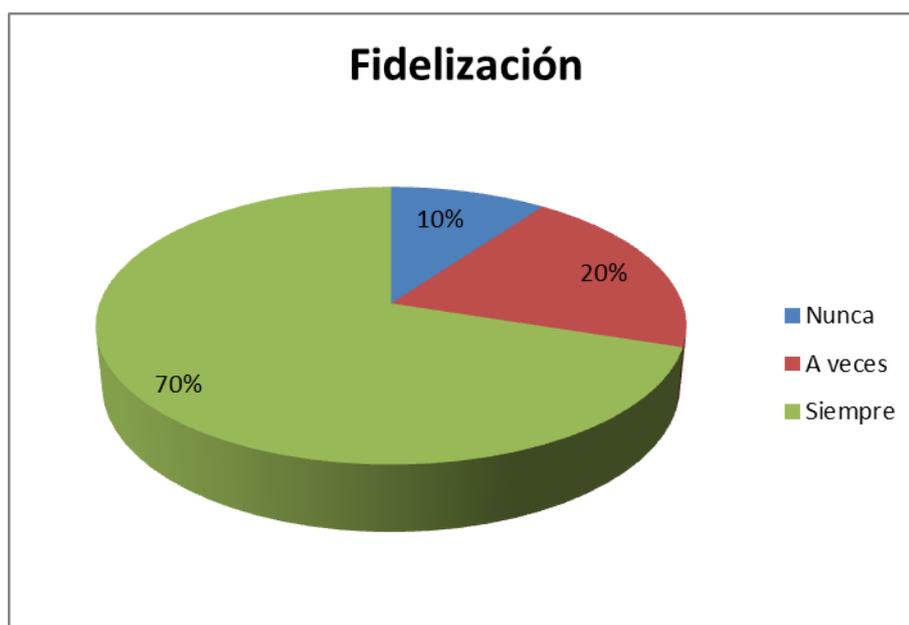
Descripción: Como podemos observar el 40% considera que recoge sugerencias y reclamos de los clientes para mejorar su nivel de servicios, el 30% responde a veces y el 30% restante afirma que nunca.

Tabla 27 ¿Considera que los clientes valoran el buen servicio y genera fidelización?

FIDELIZACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	1	10%
A veces	2	20%
Siempre	7	70%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES.

Gráfico 25



Fuente: Tabla 27

Características: Como podemos apreciar el 70% afirma que los clientes valoran el buen servicio y son fieles, el 20% manifiesta que a veces y el 10% nunca.

5.2 Análisis de Resultados

5.2.1 Datos Generales

De los resultados obtenidos de acuerdo al presente trabajo de investigación realizado a las MYPES del sector comercio rubro cerrajería podemos determinar que en primer término los representantes encuestados se encuentran en un rango de 18 a 39 años de edad, constituyendo éstas el 50% del total de encuestados y un 30% de edades comprendidas entre los 40 a 59 años y sorprendentemente un 20% de más de 60 años. Con respecto al género ésta está constituida por un 90% del sexo masculino y un 10% del sexo femenino. El grado de instrucción en este campo es básicamente de estudios técnicos y básicos comprendiendo éstos en un 50% cada uno, lo que demuestra que

los representantes de estas empresas la mitad tienen conocimientos técnicos y estos resultados guardan relación con los resultados obtenidos por **Apolaya, D. (2015)** en su trabajo de investigación sobre “Gestión de calidad y formalización en el transporte fluvial en la ciudad de Iquitos 2015” demuestra que el 42.9% tienen instrucción técnica versus otros grados de instrucción. Con respecto a la profesión u oficio el 40% de los encuestados son técnicos lo que demuestra la importancia que tiene el negocio con tener conocimientos técnicos en ese campo.

5.2.2 De la Empresa

Con respecto a la empresa la mayoría tiene entre 6 a 10 años de permanencia en el mercado y en número de trabajadores en un 60% son de 1 a 2 de acuerdo a los resultados obtenidos de los encuestados lo que le da un carácter de microempresa a este rubro de negocio por el número de trabajadores, de la misma forma en que los resultados del presente cuestionario arroja un resultado de que el 90% de los trabajadores no están en planilla lo que demuestra la informalidad con la que trabajan en este rubro de cerrajerías y esa informalidad también se demuestra en que solo el 10% manifiesta ser una persona jurídica, el 30% natural y el 50% informal que es la mitad de todos los encuestados y un 10% otros.

5.2.3 De la Gestión de Calidad

Con respecto a la gestión de calidad esta comprende varios segmentos y a la pregunta de “¿conoce técnicas de gestión empresarial? y ¿cuáles?”, técnicas de gestión empresarial conoce, las respuestas son que sí efectivamente los encuestados en un 70% sí conocen alguna técnica y la que destaca es la mejora continua con el mismo porcentaje o que demuestra es que el empresariado este rubro no se ha descuidado en cuanto a incrementar sus conocimientos en aras de prestar un servicio de calidad y un buen producto.

En cuanto a la pregunta “¿exhibe la misión y visión de la empresa? En un 80% si tienen claro que es lo que hacen y hacia dónde quieren llegar, esto nos demuestra que

estos microempresarios son verdaderos emprendedores camino a ser grandes líderes empresariales en la región.

A la pregunta ¿Percibe que aplicar una gestión de calidad en su empresa le proporciona resultados que le ayuda a lograr sus objetivos? El 100% responde que mucho dado la gran importancia que hoy tiene el valor agregado y la innovación que se le da a los servicios y los productos, así mismo en cuánto a los resultados de la aplicación de la gestión de calidad es la plena satisfacción de los clientes en un 80% de acuerdo a los encuestados.

5.2.4 De la Atención a los Clientes

De los resultados obtenidos podemos mencionar que el 100% atiende bien a sus clientes lo que demuestra que los encuestados se preocupan en atender lo mejor que pueden a sus clientes, a la pregunta si el servicio de atención a los clientes es buena rápida y eficiente podemos mencionar que el 80% responde afirmativamente y esta respuesta guarda relación con la anterior en el sentido que el personal de las MYPES tienen clara la política de la buena atención al cliente, así mismo podemos mencionar que Rodríguez, Y. (2017) en su tesis sobre gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente el 64.7% de los encuestados manifiesta que el servicio y la atención recibida siempre es buena, finalmente a la pregunta, consideran que los clientes valoran el servicio y generan fidelización el 70% de los encuestados responde siempre, y en este punto podemos mencionar que los clientes valoran el servicio, pero que la fidelización no siempre es inherente a la a la Empresa.

VI. CONCLUSIONES

Al terminar el proceso de investigación, luego del análisis de la información recogida en la aplicación del respectivo cuestionario, en este trabajo de investigación, concluimos en lo siguiente.

- 1.-** El 90% de los encuestados es de sexo masculino, lo que demuestra que en el rubro de cerrajería está dominado por los hombres.
- 2.-** Con respecto al grado de instrucción el 50% tiene estudios técnicos y el 50% estudios básicos, lo que demuestra es que los estudios técnicos en este campo son muy importantes.

- 3.- El número de trabajadores es en un 60% entre 1 a 2 trabajadores lo que demuestra el carácter de microempresas que tiene el sector comercio en el rubro cerrajerías.
- 4.- La informalidad en estate sector es significativa toda vez que la informalidad y otros es de un 60%, el 30% manifiesta ser persona natural a ello se tiene que agregar que los trabajadores no están registrados en planilla en un 90%.
- 5.- La gestión empresarial no es un tema ausente de acuerdo a la información recogida en el presente trabajo de investigación dado que el 70% conoce de alguna manera técnicas de gestión empresarial y dentro de ellas la mejora continua se manifiesta también en un 70%.
- 6.- El 100% de los encuestados manifiestan que la aplicación de la gestión de calidad les ayuda mucho para lograr los objetivos.
- 7.- Los objetivos logrados en la aplicación de la gestión de calidad en un 80% han logrado tener clientes satisfechos.
- 8.- El 100% de los encuestados manifiesta que se atiende bien a los clientes.
- 9.- El 70% de los encuestados manifiestan que cuando tiene un problema lo solucionan inmediatamente.

VII. RECOMENDACIONES

- Se les recomienda a todos los empresarios, encargados y otros empezar cursos de capacitación en el aspecto técnico, administrativo, marketing a fin de mejorar y ampliar su oferta a fin de ser mejores en el mercado y más competitivos.

- Iniciar trámites de formalización de sus respectivas organizaciones convenciéndose de que ese camino les traerá más progreso y oportunidades en todo aspecto.
- Implementar planes de mediano y largo plazo que sean viables con el objetivo de ser los más grandes y mejores en el mercado.
- Capacitar al personal con las técnicas más modernas en el campo de la cerrajería, atención al cliente, mejora continua de los procesos e informática.
- Al estado peruano poner más atención a la micro y pequeña empresa a fin de reducir la tasa tan alta de informalidad que hoy existe, y no es que ellos no quieran formalizarse, sino que hay mucho desconocimiento para ello, en eso las autoridades tienen mucho que hacer.
- A la sociedad peruana prestar más atención y apoyo a nuestros microempresarios porque ese es el inicio de la cadena productiva y económica del país para ser grandes y desarrollados.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Apolaya, D. (2015) en su trabajo de investigación sobre “Gestión de calidad y formalización en el transporte fluvial en la ciudad de Iquitos 2015” tesis de grado para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Los Ángeles de Chimbote, Iquitos, Loreto.

Aquino, E. (2015) según su tesis presentada para optar el título profesional en administración cuyo título es “Gestión de Calidad y formalización de las MYPEs del

sector comercio – rubro confección de ropa deportiva del distrito de Satipo de la Región Junin, periodo 2015” Satipo, Junin.

Arbaiza, L. F. (2011). Economía informal y capital humano en el Perú.

Arenas, K. (2016) “Caracterización de la satisfacción del cliente y competitividad de las MYPE servicio rubro pollo a la brasa la arena, 2016” Tesis de grado para optar el título de licenciada en administración de la Universidad los Ángeles de Chimbote, Piura.

Aspilcueta, J. (2015) “MYPEs en el Perú” rescatado de: www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml

Blanco, E. (2008) Contabilidad y fiscabilidad. Obtenido de ISBN-13: 978-84-961-544-0: <http://www.euned.net/libros-gratis/2008b/396/index.htm#indice>

Bracho Y. (2007). Gestión de Calidad en las Empresas del Sector Azucarero del Occidente de Venezuela. [Extraído el 27 de mayo del 2015], disponible en <http://gestiondecalidadenelsectorazucarero.blogspot.pe/2010/10/tesis-gestion-de-calidad- capitulo-ii.html>.

Brown, A. (2007). Gestión de la atención al cliente. España.: Ediciones Díaz de Santos.

Brunetta. (2014). Del marketing relacional al CRM. Buenos Aires, Argentina: Todo Management.

Camisón, C., Cruz, S. y Gonzales, T. (2006). Gestión de la calidad. Conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Lima; Ed. Pearson Educación, S.A.

Centurion Medina (2013), en su tesis “Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa (2013)”

Deelen, L. (2015). Políticas para la formalización de las micro y pequeñas empresas en América Latina. Santiago de Chile. Ed. FORLAC.

Deming E. (1998), Calidad Total. Total Quality Management (TQM), [Extraído el 24 de diciembre del 2014], disponible en <http://alfjr7.tripod.com/biografia.html>

Díaz, M. (2014). Atención básica al cliente: Manual Teórico. . Madrid, España.: Editorial CEP, S.L.

Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa - Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (DNMPE – MTYPE). (2007). Elaboración de Estadística de la MYPE del 2005 y Actualización de Estadísticas de la MYPE 2007. Perú: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

Fajardo C. (2005). Teoría Avanzada de Organización y Gestión. [Extraído el 20 de agosto del 2013], disponible en <http://www.cid.unal.edu.co/files/publications/CID20050404mateav.pdf>

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010) Metodología de la investigación. (5ta. Ed.) México: Edit. Mc. Graw Hill.

Ishikawa K. (1994). Kaoru Ishikawa. Introducción al Control de Calidad. Traducido por Jesús Nicolau Medina. <http://es.scribd.com/doc/166384765/ishikawa-docx#scribd>

Kotler, P. (2012). Dirección de Marketing. México DF: Pearson Educación.

MyPE, definición rescatado de <https://es.scribd.com/doc/59304158/Definicion-MYPE> Visualizado el mes de Enero del 2018.

Pérez, M. R. (17 de 05 de 2012). Gestipolis. Obtenido de <http://www.gestipolis.com>

Redacción Diario la República ¿Solo las MYPES salvarán al Perú? Publicado el 10 Enero del 2016 rescatado de: <http://larepublica.pe/politica/909424-solo-las-mypes-salvaran-al-peru>

Rodríguez, Y. (2016) Presentó su tesis titulado “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016” tesis para optar el grado académico de magíster en administración en la Universidad los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Huaraz.

Salazar, G. (2007). Micro y pequeña empresa MYPE. Obtenido de www.monografías.com

Santa (2015) en su tesis sobre la “Gestión de calidad bajo el procedimiento de compras en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro de venta minorista de artículos de ferretería en el distrito de Huaraz año 2015”. Para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Los Ángeles de Chimbote, Huaraz.

Serna, P. (2006). Del servicio al cliente a la gestión de clientes. En Servicio al cliente (pp.29-39). Colombia: Panamericana editorial Ltda.

Sotomayor, L. (2004). “Gestión de calidad y formalización de las Mypes de la Provincia de Leoncio Prado”. Tesis para optar el grado de magíster en Administración. Tingo María, Perú: Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Tingo María, Huánuco.

Tafur (2014) en su tesis “Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas sector construcción, rubro construcción de edificios completos o partes, obras de ingeniería en el distrito de Huaraz, 2014”. Tesis de grado para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad los Ángeles de Chimbote, Huaraz.

ANEXOS

Cronograma

2017

CRONOGRAMA	MES															
	SETIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Se recibió asesoramiento del docente para la realización del proyecto de investigación.	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Identificación de las variables.		x														
Determinación del sector y rubro a estudiar.			x													
Título del proyecto de investigación.		x														
Búsqueda de información para planteamiento del problema - caracterización.			x													
Se determinó el enunciado del problema.				x												
Se fijó el objetivo general y los respectivos objetivos específicos.					x											
Se realizó la justificación de la investigación.						x										
Se recopiló información para la ejecución del marco teórico y conceptual.							x									
Se formula la hipótesis.								x								
Se eligió la metodología de la investigación.									x							

Se elaboró la lista de los recursos necesarios y el presupuesto a utilizar para la elaboración del proyecto.											X						
Se realizó el método APA con las respectivas web grafías utilizadas en el proyecto de investigación.												X					
Elaboración y Presentación del Proyecto de investigación.														X			
Sustentación del informe.																X	

RECURSOS NECESARIOS:

- ✓ **Recursos Económicos**
- ✓ **Recurso Humano**
- ✓ **Celulares**
- ✓ **Computadora**
- ✓ **Internet**

PRESUPUESTO

CONCEPTO	VALOR S/.
Asesoramiento	100.00
Pasajes	40.00
Impresión del proyecto	30.00
Anillado	4.00
Otros	30.00
TOTAL	204.00

**UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE
CHIMBOTE**

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominada “Gestión De Calidad Y La Formalización De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Rubro Cerrajería de la Provincia de Coronel Portillo, Periodo 2017.”

ENCUESTA

“La información que usted nos proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración”.

Encuestado:

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

DATOS GENERALES

A: De los representantes:

1. Edad: 18 a 29 años

30 a 39 años

40 a 49 años

50 a 59 años

Más de 60 años

2. Género Mujer () Hombre ()

3. Grado de instrucción

Sin Instrucción ()

Estudios Básicos ()

Estudios Técnicos ()

Universitarios ()

Postgrado ()

4. ¿Cuál es su profesión?

Lic. Administración ()

Técnico en Cerrajería ()

Técnico mecánico ()

Técnicos agrónomo ()

Otro..... ()

B: De la empresa:

5. ¿Cuál es el cargo que desempeña en la empresa?

Asistente () Jefe ()

5. ¿Cuántos años en el mercado?

5 () 10() 15()

7. ¿Con cuántos colaboradores permanentes cuenta su Mypes?

(), ()

8. ¿Los tiene registrados en planilla?

Si (), No ()

9. ¿Se ha constituido como personal natural o jurídico?

Si (), Natural No () Jurídica

10. ¿Pertenece o conforma alguna agremiación comercial?

Si (), No ()

C: De la Gestión de calidad

11. ¿Conoce técnicas de gestión empresarial?

Sí muchos (), conozco pocos (), No conozco ()

12. ¿Cuáles?

Planeamiento estratégico ()

Mejora continua ()

Ingeniería de Procesos ()

Lluvia o tormenta de ideas ()

13. ¿Qué área ha desarrollado más en su tiempo gerencial?

Planificación ()

Logística ()

RR HH ()

Finanzas y Contabilidad ()

Sistemas informáticos ()

Marketing ()

Otros..... ()

14. ¿Cómo se presenta ante sus colaboradores?

Líder ()

Jefe ()

Colaborador ()

15. ¿Exhibe la misión y visión de la empresa?

Si (), No ()

16 ¿Ha elaborado y difundido los valores que se practican en su organización?

Si (), No ()

17 ¿Sigue la organización un Plan de Negocios Estratégicos?

Si (), No ()

18. ¿Percibe que aplicar una gestión de calidad en su Mypes le proporciona resultados que le ayuda a lograr sus objetivos?

Si (), No ()

19. ¿Qué objetivos a logrado aplicando la gestión de calidad?

Aumento de ventas ()

Clientes Satisfechos ()

Abrir nuevos locales ()

20. ¿Realiza capacitaciones a sus trabajadores?

Nunca ()

Siempre ()

A veces ()

D: DE LOS CLIENTES

21. ¿Considera que se atiende bien a los clientes?

Si () No ()

22. ¿Realiza Capacitaciones a sus Trabajadores?

Si () No ()

23. ¿Considera que se Atiende bien a los Clientes?

Si () No ()

24. ¿Cuándo tiene un Problema lo soluciona Inmediatamente?

Si () No ()

25. ¿El Servicio de Atención es buena, rápida y Eficiente?

Si () No ()

LOS DIFERENTES MATERIALES QUE SE USAN EN LA



LLAVES Y HERRAMIENTAS PARA DIFERENTES TIPOS DE CANDADOS



BOLSA INFLADORA PARA ABRIR PUERTAS DE VEHICULOS DE CUATRO RUEDAS



