



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN

PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE
PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO FERRETERÍA, CASO
MULTISERVICIOS EL ABUELO FELIZ, HUARAZ, 2021

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

FUENTES MARZANO, ROSA ELIZABETH

ORCID: 0000-0002-7100-6587

ASESOR

Mgtr. ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

HUARAZ – PERÚ

2023

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Fuentes Marzano Rosa Elizabeth

ORCID: 0000-0002-7100-6587

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Huaraz, Perú.

ASESOR

Estrada Díaz Elida Adelia

ORCID:0000-0001-9618-6177

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

JURADO

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Mgtr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002- 7575-3571

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Canchari Quispe Alicia

ORCID:0000-0001-9618-6177

Presidente

Mgtr. Rosillo de Purizaca María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Miembro

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID:0000-0002-7575-3571

Miembro

Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por darme la sabiduría e inteligencia para seguir estudiando mi segunda carrera a pesar de tantos los obstáculos presentados en mi camino y tuve que levantarme para conseguir mis objetivos trazados en mi proyecto de vida.

También agradezco a mi madre quien está en todo momento de mi vida, brindándome amor y animo junto a mis cinco hijos que son la razón de superarme cada día para mejores oportunidades de mi vida y a la vez brindarles calidad de vida a mi hermosa familia y mi pareja.

También a mi docente tutor y a la Universidad por permitir adquirir nuevos conocimientos y experiencia como profesionales. A la MYPE por facilitarme información y poder desarrollar actividades.

DEDICATORIA

Va dedicado en primer lugar a Dios, por darme la vida y hacer cumplir mis sueños de vida, en segundo lugar a mis amores que son Alexander Carrión Fuentes, Francesco Carrión Fuentes, Neymar Carrión Fuentes, Zahira Vargas Fuentes y Briselli Vargas Fuentes quienes fueron mi fortaleza de vida para seguir estudiando a pesar de muchas caídas que tuve en mi trayecto de estudio y dificultades que se me presentaron en mi camino.

también va dedicado a mi madre Beatriz Marzano Mautino que en todo momento está con nosotros con su amor y cariño incondicional, también le dedico a mi pareja Roy Vargas De Paz, por su apoyo incondicional en todo momento de mi vida y así cumplir mis sueños con mi segunda carrera.

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|--|------|
| 1. Título..... | i |
| 2. Equipo de trabajo | ii |
| 3. Jurado evaluador y asesor | iii |
| 4. Agradecimiento..... | iv |
| 5. Índice de contenido..... | vi |
| 6. Índice de tablas y figuras | viii |
| 7. Resumen y abstract | x |
| I. Introducción..... | 1 |
| II. Revisión de literatura..... | 6 |
| 2.1. Antecedentes..... | 6 |
| 2.2. Bases teóricas de la investigación | 19 |
| III. Hipótesis | 29 |
| IV. Metodología..... | 30 |
| 4.1. Diseño de la investigación | 30 |
| 4.2. El universo y muestra | 30 |
| 4.3. Definición y operacionalización de variable | 31 |
| 4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 32 |
| 4.5. Plan de análisis | 32 |
| 4.6. Matriz de consistencia | 33 |
| 4.7. Principios éticos..... | 34 |
| V. Resultados..... | 38 |
| 5.1. Resultados..... | 38 |
| 5.2. Análisis de los resultados | 43 |

| | |
|----------------------------------|----|
| VI. Conclusiones..... | 48 |
| VII. Recomendaciones | 49 |
| Referencias Bibliográficas | 60 |
| Anexos | 67 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021 | 38 |
| Tabla 2 Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021 | 40 |
| Tabla 3 Propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021 . | 42 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. Estas conforme con el producto que ofreces en tu ferretería..... | 78 |
| Figura 2. Calidad de servicio es favorable dentro de su ferretería | 78 |
| Figura 3. La atención brindada es personalizada hacia los clientes..... | 79 |
| Figura 4. Colaboradores son fieles al momento de brindar servicio | 79 |
| Figura 5. Cliente se siente satisfecho con el producto que adquiere en su ferretería | 80 |
| Figura 6. Retorno de los clientes a la ferretería es por el buen servicio. | 80 |
| Figura 7. Colaboradores escuchan con atención los pedidos del os clientes. | 81 |
| Figura 8. Quejas de los clientes son resueltos en el momento inmediato en su empresa. | 81 |
| Figura 9. Se incrementa la calidad de servicio al cliente con la mejora continua | 82 |
| Figura 10. Conoce el comportamiento del público objetivo..... | 82 |
| Figura 11. Mecanismo para añadir el valor agregado y mejorar los procesos..... | 83 |
| Figura 12. Aplican las herramientas de calidad para su negocio | 83 |
| Figura 13. Los servicios brindados admiten las sugerencias del cliente. | 84 |
| Figura 14. Genera ideas y calidad de información al motivar la comunicación interna. | 84 |
| Figura 15. Realizan comparaciones o benchmarking de buenas prácticas con otras. | 85 |
| Figura 16. Aplican protocolo en base a calidad y precio | 85 |

RESUMEN

El presente trabajo de investigación propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021 en el distrito de Huaraz existen muchas ferreterías que no brindan atención al cliente. Cuyo objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz 2021. La metodología que se usó, fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental - transversal. Se utilizó una población muestral de 05 trabajadores a quienes se les aplicó un cuestionario a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados más relevantes de cada variable y en función a las variables se encontró que, el 60% de los representantes están en desacuerdo en el estudio añadir el valor agregado y mejorar los procesos, el 40% están de acuerdo en el estudio aplican las herramientas de calidad en su negocio. Se concluye que la elaboración del plan de mejora debe ser en atención al cliente para mejorar el comportamiento de los representantes en expectativas del cliente, calidad percibida, fidelidad del cliente y quejas de los clientes; gestión de calidad mejorar enfoque al cliente, gestión de procesos, calidad de servicio y gestión de proveedores..

Palabra clave: Atención al cliente, gestión de calidad, MYPE.

ABSTRACT

This research work proposal to improve customer service for quality management in micro and small businesses, hardware store, multi-service case, happy grandfather, Huaraz, 2021 in the district of Huaraz there are many hardware stores do not provide customer service. Whose general objective: Determine the proposal to improve customer service for quality management in micro and small businesses in the commerce sector, hardware store, Multiservice El Abuelo Feliz case Huaraz, 2021. The methodology used was quantitative, descriptive level, non-experimental-cross-sectional design. A sample population of 05 workers was used to whom a questionnaire was applied through the survey technique, obtaining the following most relevant results of each variable and depending on the variables it was found that, 60% of the representatives disagree in the study add added value and improve processes, 40% agree in the study “apply quality tools in your business. It is concluded that the elaboration of the improvement plan will be in quality management to improve the behavior of the representatives in customer focus, process management, service customer expectations, perceived, quality, customer loyalty and customer complaints.

Keywords: customer service, quality management, MYPE

I. INTRODUCCIÓN

La búsqueda de la mejora continua en la actualidad es un punto fundamental para toda la empresa y/o organización que quiere alcanzar el éxito; sin embargo existen dificultades por la que muchas empresas no utilizan las teorías de la gestión de calidad, por esa razón las organizaciones están enfocadas en el resultado y en la atención al cliente que se encuentra dentro de ellas, porque es la parte fundamental al momento de brindar un servicio; la ULADECH a través de su carrera profesional de Administración considera como base principal la línea de investigación la gestión de calidad, dentro del cual se enfoca el presente proyecto de investigación.

En Europa actualmente impulsan significativamente la economía en relación a las mypes, por lo que anteriormente no conseguían tan fácil la financiación de créditos en los bancos internacionales, pero hoy en día a la mejora asimismo la disponibilidad de los créditos se realizan préstamo a forma de capital gracias a la inversión haciendo evaluación según los riesgo que se puedan presentar; en al Unión las empresas están orientado a traes de redes Europeas a fin de contribuir con la expansión de la actividad es decir exportar a diferentes países con manejo de capacidades así como actitudes empresariales (Ponstigo & Tamborini 2017).

Por otro lado el mercado Europeo conceptualiza como clave al éxito atención a la clientela desarrollándose constantemente dentro de las empresas, porque son ingresos favorables parar los empresarios, ya que su entorno competitivo brindan calidad de servicio y a la vez son usuarios estableces que frecuentan continuamente a los establecimientos.

En España las empresas definen que la relación con los clientes termina cuando el negocio se cierra, asimismo la mala atención al cliente es cuando no es atendido a

la necesidad que solicita por la cual las empresas no lo logran tener una posición en el contexto, muchos estudios afirman para conseguir un cliente nuevo es más difícil que conserva uno que ya lo es, es un papel muy fundamental la atención al cliente con la imagen de toda empresa, todo gerente es importante debe tener el manejo a las estrategias como tener contacto con la atención al cliente (Rodrigues, 2020).

En este sentido todas las micro y pequeñas empresas la clave hacia el éxito de su negocio es los clientes, porque al tener clientes satisfechos conservará al a vez crecerá en un mercado competitivo utilizando ´con la calidad de servicio con la atención al cliente que todo empresario su objetivo fundamental es la rentabilidad de su negocio; asimismo mantener los clientes fieles en el establecimiento que tienen preferencia por los productos obtenidos de la empresa.

Sánchez (2014), afirma que las micro y pequeñas empresas (MYPES) en el Perú son de vital importancia para la economía de nuestro país porque tiene una gran significación que aporta con un 40% al PBI. Y con el 80% con la oferta laboral sin contar con el autoempleo que genera, sin embargo, el desarrollo de dichas empresas se encuentra estancados, principalmente por la falta de un sistema tributario estable y simplificado que permita superar problemas de formalidad de dichas empresas y que motiven el crecimiento sostenido enmarcadas a nuestra realidad nacional.

Forrellat (2014), menciona que la calidad que ofrece como parte del servicio está condicionado por varios factores dentro de la organización por la cual existe un desempeño responsable, estandarizado con procesos así como de servicios acreditados, de tal manera que pueda satisfacer las necesidades de la población usuaria, sin embargo para implementar la gestión de calidad en las organizaciones se requiere un cambio

cultural que involucre a todo sus actores de toda una organización y de esa manera se enfoque a la gestión de calidad.

Por ese motivo el siguiente trabajo de investigación propuso utilizar la atención al cliente en las ferreterías para brindar un servicio de calidad y generar mayor rentabilidad satisfaciendo las necesidades de los clientes de manera eficiente obteniendo clientes fieles para la organización siendo la diferencia de las competencias dentro del mercado social.

Por lo anterior mencionado, el planteamiento del problema del siguiente proyecto de investigación fue:

¿Cuál es la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021?

Según el problema planteado tuvo como objetivo principal: Establecer una propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021.

Para el cumplimiento del objetivo principal se estableció los siguientes objetivos específicos: Describir las características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021. Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021. Elaborar una propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021.

Por otro lado, la presente investigación justifica porque se trabajó la atención al cliente para mejorar la gestión de calidad dentro de las ferreterías porque se tuvo en cuenta la calidad de servicio que presentaban los clientes dentro del contexto de la ciudad de Huaraz.

En lo teórico, se tomó en cuenta los aportes de Paz como elemento de calidad para mejorar la atención al cliente que índice en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería Caso Multiservicios El Abuelo Feliz en la ciudad de Huaraz.

En lo práctico, los aportes que se generaron como resultados de estudio se le hizo llegar al administrador de la empresa como recomendaciones y mejora de su empresa para una mejor atención al cliente que inciden en las micro y pequeña empresa, rubro ferretería Caso Multiservicios El Abuelo Feliz en la ciudad de Huaraz.

En lo metodológico el estudio se elaboró con instrumentos válidos y confiables para que puedan ser tomados en otros estudios del rubro en otros contextos.

La metodología de la siguiente investigación fue de tipo cuantitativo porque los resultados se midieron de manera numérica, y fue de nivel descriptivo porque se fundamentó la descripción de la variable; en cuanto al diseño de investigaciones fue no experimental, transversal ya que solo consistió en describir las unidades de estudio y se intervino en la población en un solo momento y fue en el momento de aplicar las encuestas.

Los efectos más relevantes en función a las variables se encontraron, el 60 % de los representantes están en desacuerdo en el estudio “añadir el valor agregado y mejorar los procesos”, el 40 % están de acuerdo en el estudio “aplican las herramientas de calidad en su negocio”.

Se concluye con la elaboración de la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeñas empresas, ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021, se detalla en el punto “recomendaciones” se considera realizar avances de los representantes con la dimensión : La dimensión enfoque al cliente los indicadores son mejora continua y satisfacción dimensión gestión de procesos los indicadores son ges y mejora de procesos y herramienta de calidad dimensión calidad de servicio los indicadores son innovación y gestión de información dimensión gestión de proveedores los indicadores son benchmarking y selección.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

A nivel Internacional

Variable 1. Atención al cliente

López (2018), en su trabajo de investigación, *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, 2018* elaborada y presentada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil-Ecuador. Usó la metodología de enfoque mixto, cuantitativa y cualitativa, descriptiva. Tuvo como conclusiones que el presente estudio permitió identificar los factores más importantes en cuestión a la satisfacción de los clientes: La calidad del servicio, respuesta inmediata, equipamiento moderno, instalaciones adecuadas, presentación y variedad de platillos, capacidad y eficiencia de los trabajadores y el trato personalizado. Esto quiere decir que entre los factores más importantes para garantizar la satisfacción de los comensales están la calidad del servicio, como las MYPE están comprometidas en ofrecer mejores productos a los clientes, la capacidad y eficiencia con la que atienden los trabajadores, la empatía, carisma con la que pueden brindar una mejor atención, implementar sus instalaciones para hacer más agradable la estadía de ellos , como también establecer un tiempo adecuado y prudente para entregar los platillos , la presentación que se le dé y la 20 variedad que se le ofrezca para elegir; influye también aquellos equipos que se utilicen para hacer más rápida la elaboración y despacho de los productos. De esta información se puede inferir para satisfacer las necesidades de los clientes es brindar buena atención con ambientes favorables de esa manera la gestión de calidad se esté cumpliendo dentro de la organización.

Variable 2. Gestión de calidad

Marin, Sanabria & Sánchez (2019), en su trabajo de investigación, *Propuesta para la implementación del sistema de gestión de calidad en el restaurante La Cafetería En Connecta (Gate Gourmet) 2019*, para optar el título de Especialista en Gerencia de la Calidad. Cuyo objetivo fue, generar una propuesta de implementación de un sistema de gestión de calidad alineada a la norma ISO 9001 -2015, para el restaurante la Cafeteria en Connecta, enfocado al mejoramiento continuo del proceso administrativo y comercial. Usó la metodología tipo descriptiva, de tipo documental y de campo o diseño de campo. Usó la técnica de la encuesta y la entrevista y como instrumento el cuestionario. Cuyos resultados fue, que de 10 comensales entrevistados tan solo el 30% califica el servicio prestado como sobresaliente, el 50% lo califica como bueno y el 20% restante como malo, también es importante destacar que la variable fundamental por la que es visitado el establecimiento es por el precio, pero aun así se desconoce el portafolio de servicios y productos que el restaurante ofrece como tal entonces vemos visitan el sitio de manera tal que no hay una publicidad adecuada. Los laboratorios, en donde el sistema de gestión de la calidad está ejecutándose por un largo periodo, reflejan calidad de trabajo, pues la implementación, el mantenimiento y sobre todo la búsqueda de reconocimiento del SGC, generan aprendizaje y competencias que necesariamente se relacionan con el tiempo en que el SGC está vivo. Los factores identificados como valores son: capacidad para generar autonomía, calidad en el trabajo, confianza en el jefe y ambiente relacional – bienestar. Se concluye que, la contextualización de la empresa permitió tener un claro diagnostico que a partir de la herramienta de árbol de problemas se logra identificar las diferentes variables que influyen directamente en la problemática del Restaurante

y así la posibilidad de actuar en el enfoque de la implementación del SGC en el mismo. Se genera el mapa de proceso junto a la caracterización de cada uno de los procesos que involucran la actividad económica del Restaurante y por ende se logró establecer e identificar el Rol y responsable de las actividades, así como la documentación y herramientas de medición necesarias para el seguimiento y control. De esta información infiere que a mayor implementación de capacitaciones en la empresa mejor será la gestión de calidad.

Pincay & Parra (2020), en su trabajo de investigación, *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador (2020)*. para optar el título el grado de Maestría de Administración de Empresa con mención en gerencia de la Calidad y Productividad de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Cuyo objetivo fue, proponer un plan de mejora en calidad de servicio en una empresa de alimentos. Usó la metodología cualitativa, de método empleado fue el inductivo y fue de revisión documental de carácter descriptivo. Cuyos resultados fue, evidenciar que esta empresa presenta una calidad de servicio regular, siendo el principal problema relacionado con la empatía; no se brinda una atención rápida a los clientes; el personal no tiene la habilidad suficiente para realizar el servicio sin cometer errores generando una baja percepción en los clientes. Concluye que, llevan a cabo las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) a nivel mundial y particularmente en Ecuador, es de indiscutible relevancia, no solo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también en virtud de su intervención en el desarrollo socio-económico sobre todo de las zonas en donde se ubican. “La literatura señala particularmente que en Latinoamérica y el Caribe 47% del empleo, es impulsado por las MIPYMES con lo cual asegura no sólo, la distribución de la riqueza,

sino el encadenamiento productivo que genera, lo cual es un pilar fundamental cuando se trata de desarrollo económico y las mejoras en calidad de vida de la población. Sin embargo, las investigaciones han llegado a encontrar que existen elementos que inciden en la permanencia de las PYMES en el mercado, siendo la calidad de servicio ofrecido uno de los factores que ocasionan que los clientes ganen o pierdan fidelidad con la empresa y por tanto continúen de manera competitiva en el mercado. De esta información se infiere que la gestión de calidad es parte fundamental para la buena atención a los clientes que llegan al establecimiento y cada trabajador sea empático, que para la organización es fundamental como clave de la empresa.

A nivel nacional

Variable 1. Atención al cliente

Coronel (2018) en su trabajo de investigación, *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicios, rubro salón spa, distrito de Iquitos, año 2018*, para optar el título profesional de licenciado en administración. Cuyo objetivo fue, determinar la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro salón spa, distrito de Iquitos, año 2018. Usó la metodología de investigación del tipo cuantitativa, nivel descriptivo y de diseño no experimental, transversal, descriptivo y correlacional. Tuvo como población 14 MYPES y la muestra estuvo conformado 14 mypes. Usó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Cuyos resultados son el 71,4% están dirigidos por microempresarios del sexo femenino en su mayoría, de “31 a 40 años”, con nivel de instrucción “universitaria”. Respecto a la gestión, existe la práctica de la filosofía de la mejora continua y la organización reconoce la misión y visión de la empresa. El 64,7% de las mypes encuestadas cuentan con un plan de gestión, tienen estandarizados

los procesos clave de la empresa y se hace uso de técnicas para dar solución a los problemas operativos. Respecto a Atención del Cliente: el 71,4% capacita a su personal para asegurar la eficacia del servicio, existen protocolos definidos y difundidos. Se revisa la calidad de los servicios antes de ser ofrecidos, como práctica de su enfoque al cliente. Concluye que, las mypes del sector servicios, rubro salón spa, tienen un plan de acción para mejorar la calidad de atención, el mismo que se origina de los resultados de medición de satisfacción de sus clientes. De esta información se puede inferir que existe un alto grado de gestión bajo el enfoque de atención al cliente.

Valladolid (2021), en su trabajo de investigación, *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el rubro ferreterías: Caso ferretería Canchanya S.A.C provincia de Satipo, 2021*, para optar el título profesional de licenciado en administración. Cuyo objetivo fue, determinar la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el rubro ferreterías: caso ferretería Canchanya S.A.C provincia de Satipo, 2021. Usó la metodología, de investigación cuantitativa, el nivel de investigación descriptivo correlacional, con un diseño de investigación no experimental transversal. Tuvo como población de 120 clientes y una muestra de 50. Usó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Cuyos resultados son, Se observa que un 76% (38) de clientes encuestados de la empresa ferretería Canchanya S.A.C Provincia de Satipo, 2021 afirman que muy pocas veces se actualiza el listado de ventas, el 80% (40) afirman que muy pocas veces la empresa brinda un buen servicio y el 82% (41) manifiestan que muy pocas veces los productos que se adquieren son la entera satisfacción del cliente, lo que nos evidencia el desacuerdo de los clientes respecto a una buena atención al cliente por parte de la empresa. Concluye

que la determinación de que la empresa ferretería Canchanya S.A.C Provincia de Satipo, muy pocas veces se actualiza el listado de ventas, muy pocas veces la empresa brinda un buen servicio y que muy pocas veces los productos que se adquieren son la entera satisfacción del cliente, lo que nos evidencia el desacuerdo de los clientes respecto a una buena atención al cliente por parte de la empresa. De esta información se puede inferir que existe un alto grado de calidad de servicio en la atención al cliente.

Variable 2. Gestión de calidad

Huamán (2018), en su trabajo de investigación, *gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las mypes del sector servicio– rubro salón de belleza, urbanización Santo Domingo, Distrito de Carabaylo, Lima 2018*, para optar el título profesional de licenciado en administración. Cuyo objetivo fue, fijar la gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPES del sector servicio– rubro salón de belleza, urbanización Santo Domingo, distrito de Carabaylo, Lima. Usó la metodología, de investigación cuantitativa, el nivel de investigación descriptivo correlacional, con un diseño de investigación no experimental transversal. Tuvo como población 20 MYPES rubro salón de belleza y la muestra estuvo conformado por 20 micro y pequeñas empresas obtenida mediante muestreo probalístico. Usó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Cuyos resultados son, obtenidos en la encuesta resaltan que más de la mitad (55% de la población) están en la edad de 31 a 50 años de edad, (el 85% son de género femenino); el (60% de la población) tiene estudios superiores no universitarios, el (80% de la población) es dueño de su microempresa, el (40% de la población) viene desempeñando este servicio de peluquería de 0 a 3 años, el(45% de la población) tiene una permanencia en el rubro de peluquería de 0 a 3 años, el 95% de salones de belleza tiene de 1 a 5 colaboradores,

la mayoría (90%) de trabajadores no son familiares del empleador, el 95% de la población tiene como objetivo generar ganancias y el 100% de la población forma parte de rango de persona natural. Concluye que, los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro salones de belleza, están dirigidos por mujeres, la mayoría tiene la edad de 31 a 50 años, quienes cuentan con un estudio superior no universitario, la mayoría relativa son dueños de su propio negocio y se desempeñan en este rubro de 0 a 3 años dado que, la gestión de calidad, solo el 37% de la población casi siempre planifica los procesos de resultados de acuerdo a los requisitos del cliente, el 35% siempre implementa procesos en su salón de belleza. De esta información se puede inferir que existe un alto grado de influencia en sus beneficios rubro salón de belleza.

Melendres (2019), en su investigación, *Gestión De Calidad Y Estrategias De Marketing De Las Ferreterías De Ayabaca, Año 2019*, para optar el título profesional de licenciado en administración. Cuyo objetivo fue, Caracterizar la gestión de calidad y estrategias de marketing de las ferreterías de Ayabaca, año 2019. Usó la metodología tipo cuantitativo nivel descriptivo y diseño no experimental- transeccional transversal, porque se recolectaron los datos en un solo momento en un tiempo único. Tuvo como población 15 MYPES con la denominación de salón de belleza o tiendas de ventas de perfumería y cosméticos a los cuales se les consultó sobre la cantidad de clientes, acto seguido se totalizó las cantidades proporcionadas por los establecimientos determinando una población de 8760 clientes y una muestra de 15 establecimientos denominado salón de belleza o tiendas de ventas de perfumería y cosméticos. Usó la técnica de la encuesta, y como instrumento el cuestionario. Los resultados obtenidos muestran que el 41,24 % manifiestan tener 19 a 23 años de edad mayor preferencia

por consumir el producto o servicio que brindan estos establecimientos. Concluye que, que el 100% de gerentes de ferreterías de MYPE no cuentan con un plan estratégico que les sirva de soporte o guía en sus actividades, carecen de una adecuada gestión de calidad y rendimiento esperado; el 85 % de consumidores compran habitualmente en las Ferretería dado que las MYPE usa la publicidad como una ventaja competitiva; y el 79% aplican la estrategia de cara a cara garantizando la concretización de la transacción de compra –venta. De esta información se puede inferir que existe un alto grado que los gerentes desconocen la gestión de calidad en la ferretería.

Pereda (2018), en su investigación, *la Gestión de calidad y el uso del marketing en la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del distrito de Querecotillo, año 2018*, para optar el grado de bachiller en ciencias administrativas. Cuyo objetivo fue, Determinar las características de la gestión de calidad y el uso del marketing en la micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería del distrito de Querecotillo, año 2018. Uso la metodología de no experimental con corte transversal. Tuvo como población a 68 clientes a quienes se les aplicó. Usó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Cuyo resultado fue, el 85 % de los clientes de las ferreterías de Querecotillo están totalmente de acuerdo en que se sienten satisfecho con la calidad que brindan las empresas, y el 90 % de los clientes de las Ferreterías de Querecotillo están totalmente de acuerdo en que es importante la misión y visión en las empresas. Concluye que los clientes están de acuerdo que, manteniendo una buena atención, establecimiento estratégico, personal capacitado, adecuado ambiente y buenos productos, los consumidores acudirán y se fidelizarán con dicho establecimiento, las ferreterías en la cual debe de

ver y poner en práctica las estrategias para que originen una buena demanda en su negocio.

A nivel Local

Variable 1. Atención al cliente

Albornoz (2019), en su trabajo de investigación, *Propuesta de mejora en la Atención al Cliente para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro Ferreterías del distrito de Huánuco – 2020*, para optar título profesional de licenciado en Administración. Cuyo objetivo fue, determinar las principales características de la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020. Usó la metodología, de investigación cuantitativa, el nivel de investigación descriptivo correlacional, con un diseño de investigación no experimental transversal. Tuvo como población de 16 MYPE, se escogió la muestra del 50%, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta Usó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Cuyos resultados son El 54% tienen una edad entre 40 años y el 54% tienen educación superior no universitaria. El 50% de las ferreterías tienen más de 3 a 6 años en el mercado y el 75% tienen entre 1 a 5 trabajadores. El 63% si conocen el término de gestión de calidad, el 88% si conoce el término de atención al cliente y el 63% brinda solución en los reclamos de los clientes concluye que la mayoría de los representantes tienen una edad entre 40 años y tienen educación superior no universitaria.” “La mayoría de las ferreterías tienen más de 3 a 6 años en el mercado y tienen de 1 a 5 trabajadores.” “La mayoría de los representantes de las ferreterías si

conocen el termino de gestión de calidad, de atención al cliente y tienen como principal factor de calidad la rapidez en la entrega del producto

León (2019), en su trabajo de investigación, *propuesta de mejora en Atención al Cliente como factor relevante en la Gestión de Calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta Minorista de Artículos de Ferretería, Avenida Enrique Meiggs del distrito de chimbote, 2019*. Cuyo objetivo fue, Determinar si la propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante de gestión de calidad permite un óptimo funcionamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, avenida Enrique Meiggs del Distrito de Chimbote, 2019 Usó la metodología, de investigación cuantitativa, el nivel de investigación descriptivo correlacional, con un diseño de investigación no experimental transversal. Tuvo como población de 15 microempresas, a quienes a través de la técnica de la encuesta se aplicó un cuestionario de 23 preguntas. Usó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Cuyos resultados son, el 40% tienen estudios superiores no universitaria, el 60% son administradores. El 53.34% de las micro y pequeñas empresas llevan en el rubro de 4 a 6 años, el 73.33% se formaron para generar ganancias. Respecto a la gestión de calidad el 40% no conocen el termino, el 80% opta por la atención al cliente, el 66.67% logra alcanzar objetivos. El 100% si conoce el termino atención al cliente, para el 100% es fundamental, el 53.34% utilizan la comunicación para brindar un servicio de calidad, el 53.34% incremento sus ventas Concluye que la gestión de calidad no solo es un tema importante sino necesario de implantarlo en las micro y pequeñas empresas. La identificación de sus clientes e información de estos, brindara mejora para el servicio

en cuanto a la gestión del servicio de atención al cliente. De esta información se puede inferir que tiene un alto funcionamiento en la atención al cliente.

Variable 2. Gestión de calidad

Leyva (2019), en su investigación, *Gestión de calidad con el uso de la tecnología de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Casma, 2019*, para optar el título profesional de licenciado en administración. Cuyo objetivo fue, Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las Micro y Pequeñas empresas del Sector Comercio, rubro Ferretería en la ciudad de Casma, 2018. Usó la metodología, de diseño No experimental – Transversal – Descriptivo. Tuvo como población 14 Mypes y de una muestra de 14 Mypes. Usó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Cuyo resultado fue, el 57.1% de los representantes de las Mypes encuestadas tienen entre 31 a 50 años y el 42.9% tienen como grado instrucción superior universitaria. El 64.3% de las Mypes lleva en el rubro de 7 a más años y el 85.7% cuentan con 1 a 5 trabajadores. En cuanto a la gestión de calidad, el 57.1% si conoce el termino gestión de calidad y el 78.6% considera que si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. Respecto a las TICs, el 64.3% de Mypes no utiliza las herramientas TICs y el 42.9% menciona que no hace uso de estas debido al costo de inversión. Concluye que, la mayoría de las Mypes conocen las herramientas TICs, pero no hacen uso de ninguna de estas herramientas, esto debido al costo de inversión. De esta información se infiere que existe uso de la tecnología de información y comunicación en las ferreterías de la ciudad de Casma.

Yzaguirre (2018), en su investigación, *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*, para optar el título profesional de licenciado en administración. Cuyo objetivo fue, Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018. Usó la metodología tipo cuantitativo nivel descriptivo y diseño no experimental- transeccional transversal. Tuvo como población 12 Mypes y de una muestra de 12 Mypes. Usó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Cuyos resultados son. Cuyo resultado fue, El 75% de los representantes tienen de 31 a 50 años, El 75% son de género masculino, El 58.33% tiene una instrucción superior universitario, El 66.67% son dueños, El 66.67% tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo, El 50% tiene 4 a 6 años en el rubro, El 75% tienen de 1 a 5 trabajadores, El 75% tiene como objetivo generar rentabilidad, El 58.33% conoce la gestión de calidad y la técnica atención al cliente, El 66.67% indica que la gestión de calidad ayuda alcanzar sus objetivos, El 91.67% aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda. Concluye que, la mayoría tienen dificultad para implementar la gestión de calidad debido a que sus trabajadores no tienen conocimiento sobre lo que es gestión de calidad, aplican la técnica de observación para medir el rendimiento de su personal, manifiestan que la gestión de calidad les ayuda alcanzar los objetivos trazados. De esta información se puede inferir que hay un alto grado de empresarios contratan personal sin tener experiencia en gestión de calidad.

Aspilcueta (2018), en su investigación, *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector*

comercio, rubro ferreterías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018, para optar el título profesional de licenciado en administración. Cuyo objetivo fue, Determinar las características de la Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018. Usó la metodología tipo cuantitativo nivel descriptivo y diseño no experimental-transeccional transversal. Tuvo como población 100Mypes y de una muestra de 50 Mypes. Usó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Cuyo resultado fue, el 54% tienen una edad entre 31 a 50 años y el 54% tienen educación superior no universitaria. El 46% de las ferreterías tienen más de 6 años en el mercado y el 90% tienen entre 1 a 5 trabajadores. El 56% si conocen el término de gestión de calidad, el 94% si conoce el término de atención al cliente y el 56% tiene como factor de calidad la rapidez en la entrega de los productos. Concluye que, la mayoría de los representantes tienen una edad entre 31 a 50 años y tienen educación superior no universitaria. La mayoría de las ferreterías tienen más de 6 años en el mercado y tienen de 1 a 5 trabajadores. La mayoría de los representantes de las ferreterías si conocen el termino de gestión de calidad, de atención al cliente y tienen como principal factor de calidad la rapidez en la entrega del producto. Esta información infiere que existe un alto enfoque en la atención al cliente en las ferreterías del Santa.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Atención al cliente

Ticona (2020), menciona que el servicio al cliente es un producto intangible como préstamo bancario o una hipoteca si bien es cierto cual importante es la atención al cliente dentro de la organización y cada representante de la empresa debe tener en cuenta como clave fundamental; cuando hablamos de los productos no siempre se identifican y consumen en tal sentido implican la participación de los clientes en una transferencia por lo que no se puede vender sino tienen propiedad.

Así mismo Palomo (2014), refiere que la atención al cliente en la actualidad desarrolla competencias como el asertividad con el contexto social donde la mayor inversión se genera en la atención al cliente para lograr una gestión de calidad dentro de una organización es importante profundizar con esta variable para tener buenos resultados en los ingresos de las empresas de todo el contexto social.

Por otro lado, Figueroa (2016), afirma que la atención al cliente busca satisfacer las necesidades del público objetivo por la cual en las micro y pequeñas empresas deben utilizar como estrategia para mejorar continuamente la atención al cliente y se pueda decir que la sociedad actualmente necesita personas capacitadas y con experiencias con la atención al cliente de calidad, para que así las empresas tengan mayor acogida de clientes y a la vez sean clientes fieles dentro de la organización.

Cliente y servicio

El cliente es la parte fundamental de toda empresa ya que si este no existe en la empresa no tendría razón de funcionar la empresa, por lo que es necesario cubrir con las necesidades de cliente a través de la calidad de atención también con los productos que se les brinda y otros adicionales que presente la empresa para ello es

importante brindarles la calidad de servicio con el fin de poder fidelizarlo y evitando así que se vaya en la competencia del mercado (Rojas, 2016).

Las fases de la atención al cliente

Ríos (2019), dice que están definidas de la siguiente manera contacto, escucha y obtención de información, solución del problema y finalización y despedida que continuamente se detalla:

Contacto: cuando una persona solicita un servicio manifiesta muchos aspectos notables que obtienen sellar en el proceso de la atención al cliente para llegar las expectativas que logran abreviar como tener una bienvenida amable y cortes por un individuo que está dispuesto a ayudarlo y esperar solucionar algunas dudas algunos productos o servicios que le estemos brindando (Ríos, 2019).

Escucha y obtención de información: se debe demostración actitudes en buscar soluciones rápidas ante un problema o dificultad que el cliente nos propone cuando atendemos es importante percibir de una manera activa y también los usuarios deben atender, que no solo nos encontramos comprendiendo su mensaje de forma adecuada, si no que tambien contamos con toda la predisposición y la actitud para solucionar sus preguntas, dudas y sus necesidades para formular interrogantes a la necesidad del cliente (Ríos, 2019).

Solución del problema: Trabajar con una buena organización con los instrumentos necesarios se lograra resolver problemas dentro de la organización, porque es la parte fundamental y la clave escencial en el negocio (Ríos, 2019).

Finalización y despedida: Para adquirir nuevas actitudes como la empatía, amabilidad y cortesías y se podrá apreciar inclusive la probabilidad de hacer una

encuesta de satisfacción lo que nos permitirá verificar que el servicio brindado lo ideal hacia el usuario (Ríos, 2019).

Dimensiones de la atención al cliente

Expectativas de cliente

Ticona (2020), los clientes para conseguir algo generan expectativas por los efectos de una o más situaciones como los beneficios de los productos que involucre la experiencia como las empresas manejan en la calidad de servicio a los clientes, si bien es cierto si sus expectativas son bajas dentro de una organización no logran obtener suficientes clientes, pero si sus expectativas son muy altas los clientes se sentirán decepcionados.

Calidad percibida

Ticona (2020), menciona que la búsqueda de un concepto de calidad no ha sido fácil llegar al éxito, pero si bien es cierto, hay diversos criterios y el contexto histórico del momento ha tenido la base de calidad y actualmente no existe consenso general sobre la calidad percibida.

Fidelidad del cliente

Ticona (2020), refiere que la fidelidad del cliente fue tratada de manera disímil en los estudios elaborados y para el autor en tal sentido incluye la lealtad como parte fundamental en la toma de decisiones que ordenan hacia una marca y después se convierte en una conducta de compra positiva y monótona que se debe tener en cuenta.

Quejas de los clientes

Ticona (2020), las empresas en la actualidad están quebradas por difícil presidir las aspiraciones y las expectativas de los clientes, la colectividad de los usuarios está satisfecha con el producto, pero algunos tienen defectos en los productos

o servicios ofrecidos `por la que no pueden excluir errores ocasionales en la producción.

Gestión de calidad

Ticona (2020), refiere que, dentro de una organización del contexto social, control de calidad se relaciona acorde a la satisfacción del cliente; sino que las estrategias que se logran, por lo tanto, el control de calidad es la parte fundamental que utiliza caución de control como de calidad de recesos una eficacia sólida.

Afirma que la gestión de calidad es el conjunto de herramientas que permitirá alcanzar los objetivos para cada proceso de una manera efectiva ante todo ayudara mejorar la cultura organizacional para los servicios de calidad satisfaciendo internamente un clima organizacional, el propósito de toda la gestión es importante para dar a conocer a los empresarios con ideas modernas como tratar a los clientes aplicando la gestión de calidad (Vasallo, 2016).

En la actualidad las estrategias se han convertido en la competitividad de las empresas en aumento de los consumidores a nivel nacional con mayor exigencia de los consumidores que son de otros países con mayor ventaja por los avances tecnológicos cada año va cambiando con mayor ventaja por sus productos, sistemas y organizaciones de las empresas con la gestión de calidad que permite alcanzar posiciones en el contexto social plasmado en estrategias de integración en los sistemas laborales(Camisón, 2016).

Paz 2020), menciona las fases de la gestión de calidad que son los clientes, herramientas, calidad y cultura organizacional que se detalla:

Cliente: es aquel por quien se planifica implementar y controlar toda las actividades de las empresas u organizaciones; los productos van y vienen u el reto de las empresa se centran en que sus clientes duren más que sus productos a la vez tienen que considerar los conceptos como el ciclo de vida en el mercado y ciclo de vida en los clientes como un activo que debe ser gestionado como cualquier otro activo de la empresa (Paz,2020).

Herramienta: son los medios tecnológicos o métodos estadísticos que pueden emplearse para resolver los problemas más frecuentes de calidad de datos que afectan a la información empresarial, cuestiones relacionadas con los competitividad, actualización, exactitud e integridad se resuelven a través de la estandarización, limpieza, perfilado y enriquecimiento que evitan datos incompletos duplicados y con errores lo que suele denominarse datos sucios (Paz,2020).

Calidad: es aquella cualidad de las cosas que son de excelente creación, fabricación o procedencia de todo lo que es calidad que se supone un buen desempeño todo lo que posee cualitativo de calidad haya pasado por una serie de pruebas o referencias los cuales dan garantía de que es óptimo (Paz, 2020).

Cultura organizacional. Es un lugar destinado para la sociedad en lo que los vendedores y los compradores se reúnen para tener una relación comercial para esto se requiere un bien o servicio que comercializan un pago hecho en dinero y el interés para realizar transacción a la promoción de una utilidad que las empresas emplean para dar a conocer sus productos que se destinan de manera informativa como agentes de comunicación que promociona con el fin que la persona se le esté promocionando y la cual reciba una gratificación por parte de este y tenga voluntad de adquirirlo por el precio que se le oferta (Paz, 2020).

Principios de la gestión de calidad

De acuerdo a los mencionado por el autor, los principios de la gestión de calidad son esenciales para lograr obtener resultados positivos dentro de los negocios; vinculados con el concepto de estudio el 66% de las Mypes mencionan que la gestión de calidad permiten a toda organización contar con los lineamientos de apoyo para así implementar una mejora de los servicios que presten con mejores enfoques con el fin de tomar decisiones adecuadas que traigan consigo el bienestar de sus negocios (Izaguirre,2018).

Dimensiones de la gestión de calidad

Enfoque al cliente

Ticona (2020), las organizaciones desarrollan la gestión de calidad como método de gestión de la particularidad enfocándose con el usuario incluida las posibilidades.

Gestión de proceso

Ticona (2020), consiste que toda empresa horizontal que tienen su estructura de final hacia el cliente, las habilidades responsabilidades que representan cada miembro plenamente precisos y documentados se consideran establecer en el contexto, según el dueño como parte fundamental donde se analiza y perfecciona.

Calidad de servicios

Ticona (2020), refiere dentro de la organización el servicio se fundamenta en lograr expectativas del usuario se logran a los clientes dentro de la empresa.

Ticona (2020), dice que los mecanismos son muy importantes de la cual no siempre se define en la asimilación con la aptitud del producto porque depende de las condiciones de la contrariedad y de las interacciones relacionado el empleado y clientela.

Gestión de proveedores

Ticona (2020), refiere caminos en una empresa desarrollada en relaciones con proveedores de productos de esa manera brinde con buenas acciones que contiene con los proveedores y es importante equilibrar.

Micro y pequeñas empresas (Mypes)

Mas micro y pequeñas empresas (MYPES) peruanas con su participación de acuerdo al tratado de libre comercio (TLC) es casi nula por tratarse de empresas que no son competitivas frente a muchos obstáculos que se desarrolla en el mercado y sea por los avances tecnológicos y/o otras barreras que se puedan encontrar en el contexto social frente a ello el tratado de libre comercio (TLC) de la oportunidad para que los países como Perú no puedan depender de otros países para el crecimiento de su comercio exterior asimismo afirmo el director ejecutivo USAID Mype Juan Carlos Mathews el desafío de las Mypes peruanas es frente al nuevo panorámico económico (Choy, 2010).

El congreso de la republica de Perú (2013), en la ley 30056, menciono para distinguir los criterios de las MYPES de otras empresas no deben superar el máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) de ventad en un año, quiere decir que toda empresa debe tenr en cuenta un nivel de ventas superior a las 150 UIT, pero no mas de 1700UIT.

Por otro lado, Herrera (2011), menciona que la Micro y Pequeña Empresa Es 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 las actividades de extradición, así como

transformación con la producción y comercialización de bienes o prestación de servicios que las Mypes se puedan desarrollar dentro de un contexto social, por ello como base fundamental un gerente o dueño de la empresa debe tener en cuenta como va ser constituida su empresa para que se desarrolle en el mercado.

Sin embargo la Ley N°28015, se precisa como Micro y Pequeña asociación a la unidad monetaria constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial observada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, innovación, producción, comercialización de bienes o beneficios de mercados.

Martínez (2019). en su libro generalmente se resalta los siguientes elementos característicos: que están consignados donde toda organización debe tener en cuenta como principal la administración la incidencia, la actividad no intensiva en capital los recursos financieros con escasos la tecnología entre otros.

Clasificación de MYPES por actividad

Por otro lado, Jiménez (2014), las Mypes se organizan de acuerdo a las siguientes acciones:

Minerías: a incompatibilidad de otras actividades, la minería se organiza más en gran escala que en pequeña escala.

Industria tiene una mayor complejidad tecnológica y permite organizar la producción en distintas escalas. Es decir, existen espacios tamaños como según el contexto.

Servicios no personales:

El sector de mercancías no personales es muy complejo tecnológicamente y los se prestan en diversos niveles, habiendo espacio de tamaño.

Ferretería

Ferretería (2018), menciona que el establecimiento donde se expenden articulo para el mantenimiento y reparación de edificaciones, como herramientas, materiales, pinturas, artículos tuberías se encuentran en las ferreterías son de mayor importancia ya que al contar con distintos materiales deben ser acorde de los clientes y se sientan satisfechos del producto que va adquirir para ellos la empresa debe garantizar la calidad de servicio cumpliendo con los protocolos de seguridad para que el cliente se sienta garantizado y seguro.

2.3. Marco conceptual

Gestión

La gestión es un juego de consensos y transformaciones que implica a toda la institución junto con sus integrantes (Huergo, 2012, pag.4)

Calidad

Es aquel que cumple las expectativas del cliente, es conveniente que el producto sobrepase ligeramente las expectativas; es la forma que dará sorprendido su lealtad hacia el producto del cliente (Nebrera, 201.pag. 9).

Atención

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga producto en un lugar adecuado (Escudero, 2015, pag.8).

Cliente

Es la persona física o jurídica que realiza la compra de un producto, servicio o idea a cambio de dinero (Escudero, 2015, p.8)

Empresa

Es aquel entidad que mediante la organización proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de los objetivos (García, 2018, p.10).

III. HIPÓTESIS

El objetivo esencial en los estudios descriptivos es recopilar información que no requiere hipótesis, en cambio en estudios analíticos precisan de hipótesis que permitan establecer como base para las pruebas estadísticas (Tejada, 2022).

La presente investigación: propuesta de mejora en atención de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021. No se utilizó la hipótesis por tratarse de una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

El tipo de investigación que se desarrolló fue cuantitativo, porque está orientado a explorar o describir conceptos (Hernández, 2014).

Nivel de la investigación de las tesis

El nivel de investigación del siguiente trabajo fue descriptivo porque permitió describir las características, la variable de la población elegida porque pretendió medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables (Hernández, 2024).

El diseño de la investigación del siguiente trabajo fue no experimental, transversal porque, es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlo (Hernández, 2014).

4.2. El universo y muestra

Población

Se utilizó una población de 05 trabajadores de la ferretería Multiservicios El Abuelo Feliz en la ciudad de Huaraz, 2021

Muestra

Se utilizó una muestra de 05 trabajadores de la ferretería Multiservicios El Abuelo Feliz en la ciudad de Huaraz 2021.

4.3. Definición y operacionalización de variable

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEMS | FUENTE | ESCALA VALORATIVA |
|---------------------|---|---|--------------------------|------------------------------|--|--------------|--|
| ATENCIÓN AL CLIENTE | la atención al cliente busca satisfacer las necesidades del público objetivo por la cual en las micro y pequeñas empresas deben utilizar como estrategia para mejorar continuamente la atención al cliente y se pueda decir que la sociedad actualmente necesita personas capacitadas y con experiencias con la atención al cliente de calidad, para que así las empresas tengan mayor acogida de clientes y a la vez sean clientes fieles dentro de la organización (Figueroa, 2016). | La atención al cliente será medido por las expectativas del cliente, calidad percibida, fidelidad del cliente y quejas del cliente (Ticona, 2020). | Expectativas del cliente | Producto | ¿Estas conforme con el producto que ofreces en tu ferretería? | Trabajadores | |
| | | | | Servicio | ¿La calidad de servicio es favorable dentro de su ferretería Multiservicios El Abuelo Feliz? | | |
| | | | Calidad percibida | Personalización | ¿La atención brindada es personalizada hacia los clientes? | | |
| | | | | Fiabilidad | ¿Los colaboradores son fieles al momento de brindar el servicio? | | |
| | | | Fidelidad del cliente | Satisfacción | ¿El cliente se siente satisfecho con el producto que adquiere en su ferretería? | | |
| | | | | Buen servicio | ¿El retorno de los clientes al a ferretería es por el buen servicio? | | |
| | | | Quejas del cliente | Escuchar | ¿Los colaboradores escuchan con atención los pedidos de los clientes? | | |
| | | | | solución | ¿Las quejas de los clientes son resueltos en el momento inmediato en su ferretería? | | |
| GESTION DE CALIDAD | Las estrategias se han convertido en la competitividad con la gestión de calidad que permite alcanzar posiciones en el contexto social plasmado en estrategias de integración en los sistemas laborales(Camisión, 2016). | La gestión de calidad será medido por enfoque al cliente, gestión de procesos, calidad de servicio y gestión de proveedores(Ticona,2020) | Enfoque al cliente | Mejora continua | ¿Se incrementa la calidad de servicio al cliente con la mejora continua? | Trabajadores | Likert 1.Totalmente desacuerdo 2.En desacuerdo 3.Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 3.De acuerdo 4.Totalmente de acuerdo |
| | | | | Satisfacción | ¿Cree usted que conoce el comportamiento del público objetivo? | | |
| | | | Gestión de procesos | Gestión y mejora de procesos | ¿Existe mecanismo para añadir el valor agregado y mejorar los procesos? | | |
| | | | | Herramientas de calidad | ¿Aplica las herramientas de calidad en su negocio? | | |
| | | | Calidad de servicio | Innovación | ¿Para innovar los servicios brindados admite las sugerencias del cliente? | | |
| | | | | Gestión de información | ¿Generan ideas y calidad de información al motivar la comunicación interna? | | |
| | | | Gestión de proveedores | Benchmarking | ¿Realizan comparaciones o benchmarking de buenas prácticas con otras empresas? | | |
| | | | | Selección | ¿Aplican protocolos en base a calidad y precio? | | |

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas:

Para la presenta investigación se utilizó la técnica de las encuestas porque mediante el cuestionario se recopiló datos sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información (Hernández, 2014).

Instrumentos:

Para la siguiente investigación se utilizó el cuestionario como instrumento, porque servirá recolectar datos (Hernández, 2014)

4.5. Plan de análisis

Para el análisis de los datos encuestados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo, que se aplicó una técnica de encuesta cuestionario para examinar los logros (resultados) se utilizó en programa de Excel, Work, PDF., PowerPoint, servicios Antiplagio (Turniting).

Se utilizó el programa de Excel para poder generar los cuadros, figuras y las tabulaciones correspondientes.

4.6. Matriz de consistencia

| PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO FERRETERÍA, CASO MULTISERVICIOS EL ABUELO FELIZ, HUARAZ, 2021 | | | | | |
|--|---|---|---|--|---|
| ENUNCIADO | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES | METODOLOGÍA | PLAN DE ANÁLISIS |
| <p>¿Cuál es la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021?</p> | <p align="center"><u>OBJETIVO GENERAL</u></p> <p>Establecer una propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021.</p> <p align="center"><u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Describir las características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021. 2. Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021. 3. Elaborar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021. | <p align="center"><u>HIPÓTESIS GENERAL</u></p> <p>El objetivo esencial en los estudios descriptivos es recopilada de información que no requiere hipótesis, en cambio en estudios analíticos precisan de hipótesis que permitan establecer como base para las pruebas estadísticas (Tejada, 2020).</p> | <p align="center"><u>VARIABLES</u></p> <p>-Atención al cliente. -Gestión de calidad.</p> | <p>TIPO: Cuantitativo</p> <p>NIVEL: Descriptivo</p> <p>DISEÑO: No Experimental-transversal</p> <p>POBLACIÓN Y MUESTRA</p> <p>Población: 5 trabajadores</p> <p>Muestra: 5 trabajadores</p> <p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS: Encuestas Cuestionarios</p> | <p>Se utilizó los programas de: -Microsoft Excel -Microsoft Word -PowerPoint -Adobe Acrobat - Turniting</p> |

Fuente: Elaboración propia.

4.7. Principios éticos

La presente investigación se rige por los principios éticos del listado en el código de ética versión 04 de la ULADECH Católica (2021), que garantizan la protección y el respeto a los derechos fundamentales de las personas, así como la confiabilidad y la privacidad, cumpliendo las reglas de no causar daño y maximizar los beneficios.

Protección a las personas

El bienestar y seguridad de las personas es el fin supremo de toda investigación, que se deben proteger sus derechos fundamentales si se encuentra en situación de vulnerabilidad.

Las personas en toda la investigación es el fin y no el medio, por lo que necesita cierto grado de protección en la investigación va garantizar la protección de las personas involucradas en la investigación respetando la dignidad la confiabilidad y la privacidad de cada uno de ellos esto significa la participación voluntaria e informada por la cual se desarrollará la aplicación de un protocolo de consentimiento informado (ver anexo N° 4) el cual será firmado por los representantes que componen la muestra de estudio, a través de este documento se recopilara la firma de los representantes y se dará a conocer el propósito de la investigación. Además de recolectar la firma del consentimiento del gerente se informará el propósito de la investigación en cuál es la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en la empresa caso Multiservicio el Abuelo Feliz, así como que en caso deseen detener su participación o abstenerse contestar a una pregunta estarán en la libertad de hacerlo, asimismo se les dará a conocer que la información obtenida está disponible para futuras investigación y derivados de esta. Por la cual en cuestionario estará dirigido a

los representantes de la empresa, no participarán menores y no habrá de solicitar autorización para encuestar a los colaboradores ya que quienes componen la muestra son los representantes de la empresa.

Libre participación y derecho a estar informado

Las personas que participan en las actividades de investigación tienen el derecho de estar bien informado sobre los propósitos y fines de la investigación que se va a desarrollar y tienen la libertad de elegir al participar por voluntad propia.

Las personas involucradas en la investigación tienen el derecho de estar debidamente informados acerca de la finalidad y el propósito de la misma, así tiene la libertad de participar en ella por voluntad propia es decir el uso del consentimiento informado previo a la recolección de información dará fe de que cada persona esté de acuerdo con participar en el estudio, además se le informara de que en caso tengan alguna duda tienen la libertad de consultarla al investigador para evitar cualquier contratiempo.

Beneficencia y no-maleficencia

Toda investigación debe tener un balance positivo y justificado para asegurar el cuidado de la vida y el bienestar de las personas que participan en la investigación, en tal sentido la conducta del investigador no se debe causar daño ni disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Garantiza el bienestar de las personas que participan en las investigaciones, en este sentido la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales no causar daño en todo momento se procurara el beneficio de quienes componen la muestra de estudio sin poner en riesgo los derechos de estos.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad

Toda investigación debe respetar la dignidad de los animales, el cuidado del medio ambiente y las plantas por encima de los fines científicos; y se deben tomar medidas para evitar y planificar acciones para disminuir los efectos adversos.

Garantizar la protección del medio ambiente y de los animales que se encuentren involucrados en las investigaciones, para lo cual debe tomar medidas para disminuir los posibles daños y maximizar los beneficios, la presente investigación no abarcará el estudio de animales no plantas, no se declaran posibles daños ni beneficios para esto; la muestra del estudio se compondrá por los representantes de la empresa.

Justicia

El investigador debe priorizar la justicia y el bien común antes que el interés personal, así como ejercer un juicio razonable y asegurarse que las limitaciones de su conocimiento capacidades no den lugar a prácticas injustas; y trabajar equitativamente a quienes participan en los procesos como los procedimientos y servicios asociados a la investigación y pueden acceder a los resultados del proyecto de investigación.

Los participantes serán informados del derecho que tienen para acceder a los resultados publicados, en caso deseen hacerlo, una vez que estos se encuentren listos a través del medio que lo requieran (correos, eventos de divulgación y similares) además el trato que se dará a los representantes será por igual en consideración e información que requieran. El investigador debe ejercer un juicio razonable y tomar precauciones necesarias para asegurar riesgos y limitaciones de sus capacidades y conocimiento no den lugar o toleren practicas injustas a la vez el investigador está obligado a tratar equivalentemente a quienes participan en los proceso, procedimientos y servicios asociados a la investigación.

Integridad científica

El investigador tiene que evitar el engaño en todos los aspectos de la investigación; evaluar y declarar los daños, riesgos y beneficios que puedan afectar a quienes participan en la investigación asimismo el investigador debe proceder con rigor científico asegurando la validez de sus métodos, fuentes y datos.

Se considera de manera permanente que la identidad de los participantes es anónima y confidencial por la cual también serán informados. Al no ser necesario el uso de equipos electrónicos, mecánicos, médicos entre otros, no existirá necesidad de establecer protocolos que guíen su uso; también se informara que los datos recopilados están guardados en una computadora personal del investigador y podrán ser consultados por un periodo de cinco años luego de la cual serán eliminados. Al trabajar la integridad se debe extender a sus actividades de enseñanza y su ejercicio profesional en la función de las normas deontológicas de su profesión que se puedan afectar a quien participan en una investigación asimismo se deberá mantener la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectarle curso de un estudio.

En este sentido los resultados que se obtendrán mediante la encuesta se mantendrán en anonimato respetando la privacidad de los datos de las ferreterías en la ciudad de Huaraz.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021

| Característica atención al cliente | N | % |
|---|---|--------|
| Estas conforme con el producto que ofreces en tu ferretería | | |
| Totalmente desacuerdo | 0 | 0.00 |
| En desacuerdo | 1 | 20.00 |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 1 | 20.00 |
| De acuerdo | 3 | 60.00 |
| Totalmente de acuerdo | 0 | 0.00 |
| Total | 5 | 100.00 |
| La calidad de servicio es favorable dentro de su ferretería Multiservicios El Abuelo Feliz | | |
| Totalmente desacuerdo | 0 | 0.00 |
| En desacuerdo | 0 | 0.00 |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 1 | 20.00 |
| De acuerdo | 3 | 60.00 |
| Totalmente de acuerdo | 1 | 20.00 |
| Total | 5 | 100.00 |
| La atención brindada es personalizada hacia los clientes | | |
| Totalmente desacuerdo | 0 | 0.00 |
| En desacuerdo | 0 | 0.00 |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 1 | 20.00 |
| De acuerdo | 1 | 20.00 |
| Totalmente de acuerdo | 3 | 60.00 |
| Total | 5 | 100.00 |
| Los colaboradores sin fieles al momento de brindar el servicio | | |
| Totalmente desacuerdo | 0 | 0.00 |
| En desacuerdo | 0 | 0.00 |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 3 | 60.00 |
| De acuerdo | 0 | 0.00 |
| Totalmente de acuerdo | 2 | 40.00 |
| Total | 5 | 100.00 |

Continúa...

Tabla 1

Características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021

| | | |
|---|---|--------|
| El cliente se siente satisfecho con el producto que adquiere en su ferretería | | |
| Totalmente desacuerdo | 0 | 0.00 |
| En desacuerdo | 0 | 0.00 |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 0 | 0.00 |
| De acuerdo | 4 | 80.00 |
| Totalmente de acuerdo | 1 | 20.00 |
| Total | 5 | 100.00 |
| El retorno de los clientes a la ferretería es por el buen servicio | | |
| Totalmente desacuerdo | 0 | 0.00 |
| En desacuerdo | 0 | 0.00 |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 0 | 0.00 |
| De acuerdo | 4 | 80.00 |
| Totalmente de acuerdo | 1 | 20.00 |
| Total | 5 | 100.00 |
| Los colaboradores escuchan con atención los pedidos de los clientes | | |
| Totalmente desacuerdo | 0 | 0.00 |
| En desacuerdo | 0 | 0.00 |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 0 | 0.00 |
| De acuerdo | 5 | 100.00 |
| Totalmente de acuerdo | 0 | 0.00 |
| Total | 5 | 100.00 |
| Las quejas de los clientes son resueltos en el momento inmediato en su empresa | | |
| Totalmente desacuerdo | 0 | 0.00 |
| En desacuerdo | 0 | 0.00 |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 0 | 0.00 |
| De acuerdo | 4 | 80.00 |
| Totalmente de acuerdo | 1 | 20.00 |
| Total | 5 | 100.00 |

Nota: datos obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores de las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021

Tabla 2

Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021

| Característica gestión de calidad | N | % |
|---|----------|---------------|
| Se incrementa la calidad de servicio al cliente con la mejora continua | | |
| Totalmente desacuerdo | 0 | 0.00 |
| En desacuerdo | 0 | 0.00 |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 1 | 20.00 |
| De acuerdo | 4 | 80.00 |
| Totalmente de acuerdo | 0 | 0.00 |
| Total | 5 | 100.00 |
| Cree usted que conoce el comportamiento del público objetivo | | |
| Totalmente desacuerdo | 0 | 0.00 |
| En desacuerdo | 1 | 20.00 |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 2 | 40.00 |
| De acuerdo | 2 | 40.00 |
| Totalmente de acuerdo | 0 | 0.00 |
| Total | 5 | 100.00 |
| Existe mecanismo para añadir el valor agregado y mejorar los procesos | | |
| Totalmente desacuerdo | 0 | 0.00 |
| En desacuerdo | 3 | 60.00 |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 1 | 20.00 |
| De acuerdo | 1 | 20.00 |
| Totalmente de acuerdo | 0 | 0.00 |
| Total | 5 | 100.00 |
| Aplican las herramientas de calidad en su negocio | | |
| Totalmente desacuerdo | 2 | 40.00 |
| En desacuerdo | 0 | 0.00 |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 1 | 20.00 |
| De acuerdo | 2 | 40.00 |
| Totalmente de acuerdo | 0 | 0.00 |
| Total | 5 | 100.00 |

Continúa.....

Tabla 2

Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021

| | | |
|---|---|--------|
| Para innovar los servicios brindados admite las sugerencias del cliente | | |
| Totalmente desacuerdo | 0 | 0.00 |
| En desacuerdo | 0 | 0.00 |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 1 | 20.00 |
| De acuerdo | 4 | 80.00 |
| Totalmente de acuerdo | 0 | 0.00 |
| Total | 5 | 100.00 |
| Generan ideas y calidad de información al motivar la comunicación | | |
| Totalmente desacuerdo | 1 | 20.00 |
| En desacuerdo | 1 | 20.00 |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 0 | 0.00 |
| De acuerdo | 3 | 60.00 |
| Totalmente de acuerdo | 0 | 0.00 |
| Total | 5 | 100.00 |
| Realizan comparaciones o benchmarking de buenas prácticas con otras empresas | | |
| Totalmente desacuerdo | 0 | 0.00 |
| En desacuerdo | 2 | 40.00 |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 0 | 0.00 |
| De acuerdo | 3 | 60.00 |
| Totalmente e acuerdo | 0 | 0.00 |
| Total | 5 | 100.00 |
| Aplican protocolos en base a calidad y precio | | |
| Totalmente desacuerdo | 0 | 0.00 |
| En desacuerdo | 0 | 0.00 |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 2 | 40.00 |
| De acuerdo | 3 | 60.00 |
| Totalmente de acuerdo | 0 | 0.00 |
| Total | 5 | 100.00 |

Nota. Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores de las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021

Tabla 3

Propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021

| INDICADORES | PROBLEMAS | PROBLEMAS ENCONTRADOS | CONSECUENCIAS DEL PROBLEMA | ACCIONES DE MEJORA | RESPONSABLE |
|--------------|---|--|--|--|-----------------------------|
| Satisfacción | El 40% los representantes no están de acuerdo con el comportamiento público en su empresa | Comportamiento de los representantes en la atención al cliente con la calidad de servicio. | -Baja calidad de servicio en la atención al cliente. -Personal desactualizado. -Poco interés en el trabajo en equipo | -Mejorar la calidad de servicio en la atención al cliente. -Brindar productos a la necesidad del cliente en el momento adecuado. Motivar a su personal con incentivos para un buen desempeño del personal en la empresa. | Propietario o representante |
| Solución | El 55% los clientes no son atendidos en su momento que los productos que desean adquirir | Atención al cliente no son resueltas en el momento de su reclamo | Deserción de personal. No son capacitados sobre temas de atención al cliente el personal que trabaja en la empresa. | -Mejorar con la atención a las quejas y reclamos en el momento que se presente, y se sientan satisfecho el cliente. -Brindar capacitaciones relacionadas a la atención al clientes, como parte fundamental en la empresa para una buena imagen de la empresa. | Recursos propios |

5.2. Análisis de los resultados

Tabla 1. Características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, caso multiservicios el abuelo feliz, Huaraz, 2021

Con respecto al indicador están conforme con el producto que ofrece en su ferretería el 60% están de acuerdo coincide con Albornoz (2019), que el 60% están de acuerdo y con León (2019), el 50% ofrecen sus productos en el establecimiento. Se demuestra que la mayoría de los empresarios están conformes con los productos que ofrecen en su empresa.

En relación a los clientes se sienten satisfecho con el producto que adquiere en su ferretería el 80% están de acuerdo, coincide con Ticona (2020), el 67% si están de acuerdo con los productos que ofrecen en su ferretería, en comparación de Meléndez (2019), infiere en forma similar y significativa que están de acuerdo con el producto que ofrecen, en contraste de Leyva (2019), que el 48% están en desacuerdo. Se demuestra que la mayoría de las empresas los clientes se sienten satisfechos por los productos que adquieren.

El 80% están de acuerdo que el retorno de los clientes a la ferretería es por el buen servicio, coincide con Ticona (2020), el 53% confirmaron que siempre retornan a la empresa, Pereda (2018), el 77% regresan los clientes por el buen servicio, corroborando con coronel (2018), el 66% regresan los clientes por el excelente servicio. Esto demuestra que la mayoría de los clientes son fidelizados por la calidad de servicio, buena atención entre ellos la calidad y precio.

Con respecto al indicador los colaboradores escuchan con atención los pedidos de los clientes el 100% están de acuerdo, contrasta Ticona (2020), el 47% confirman que siempre atiende bien los pedidos a los clientes, analógicamente se infiere con Rioja

(2019), en una magnitud significativa atienden a los clientes de acuerdo a sus pedidos. Esto nos demuestra que es importante que las MYPES atiendan los productos y servicios de acuerdo a los productos que van a llevar los clientes.

En cuanto las quejas de los clientes son resueltas en el momento inmediato en su empresa el 80% están de acuerdo, Ticona (2020), el 60% menciona que siempre al momento de presentar una queja brindan una solución inmediata, corroborando con Melendez (2019), se infiere en una magnitud significativa realizan inmediatamente la solución del cliente. Esto nos permite deducir la importancia de solucionar las quejas de los clientes garantiza la satisfacción y la calidad de servicio de la empresa.

Con el indicador la atención brindada es personalizada hacia el cliente el 60% están totalmente de acuerdo, coincide con Marín, Sanabria & Sánchez (2019) precisan que el 55% que siempre existe cordialidad en la ferretería y Picay & Parra (2020), quien describe que 67,19% de las MYPES se enfocan en un segmento de mercado. Para Hoyos (2016), la personalización del servicio es la manera en la que se muestra genuino interés por el cliente, así, este se siente parte de la empresa y es capaz de defenderla cuando se ve amenazada. Con los resultados se puede decir que la mayoría de los representantes brindan una atención personalizada, se puede indicar que, si estos representantes brindan una atención personalizada, se puede indicar que, si estos representantes brindan una atención personalizada, se puede indicar que, si estos representantes mantienen el interés por los clientes, en el futuro habrán conseguido un gran grupo de consumidores que se identifican con el servicio personalizado.

En cuanto a los colaboradores son fieles al momento de brindar el servicio el 60% están ni de acuerdo, ni en desacuerdo Aspilcueta (2018) coincide con Valladolid (2021), el 65% los trabajadores son fieles en la empresa. Esto demuestra que los

representante al momento de seleccionar su personal tienen en cuenta la calidad de servicio a los clientes.

Tabla 2. Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, Multiservicios el abuelo feliz, Huaraz, 2021.

Respecto a la calidad de servicio al cliente con la mejora continua el 80% están de acuerdo el resultado contrasta con Marin, Sanabria & Sánchez (2019), indicando que el 46% trabajan con la mejora continua en la atención al cliente con Oviedo (2020), quien precisa que 53,8% están totalmente de acuerdo. Esto demuestra que la mayoría de los gerentes trabajan con la calidad de servicio hacia los clientes con la mejora continua.

En cuanto al comportamiento público el 40% están ni de acuerdo, ni en desacuerdo, coincidiendo con Huaman (2018), que señala que el 44% trabajan con el comportamiento objetivo contrastando con Izaguirre (2018), que indica que el 28.6% están de acuerdo. Esto demuestra que la mayoría de las empresas no tienen en cuenta el comportamiento público.

Respecto al indicador añade el valor agregado u mejora los procesos el 60% están en desacuerdo, así con Coronel (2018), el 45% describe la mejora de procesos y Pincay & Parra (2020), el 50% están de acuerdo. Esto demuestra que la mayoría no añade el valor agregado y mejora continua en los productos de los productos.

El 40% están de acuerdo que aplican las herramientas de calidad en su negocio coincide con Aspilcueta (2018) que indica el 45% utilizan herramientas de calidad en su empresa. Huaman (2018), hace mención que las herramientas de calidad existen en diferentes formas que no siempre se consideran. Como se pueda notar, que las herramientas de calidad los representantes de las empresas lo tienen en cuenta es decir

sol o desarrollan de manera empírica o teóricamente, sin embargo complementar representaría una oportunidad al crecimiento de la empresa.

Para el indicador innovar los servicios brindados admite las sugerencias del cliente el 80% están de acuerdo, contrasta Ticona 2020), el 40% manifestó que casi siempre que, si para innovar los servicios brindados admite sugerencias del cliente, concordando con Valladolid (2021), relacionado a la innovación de servicios admite sugerencias del cliente. Esto demuestra que los emprendedores afirman que la innovación es relevante a las sugerencias del cliente, por la cual garantiza la calidad del servicio y satisfacción al cliente.

Respecto al indicador generan ideas y calidad de información al motivar la comunicación interna el 60% están de acuerdo, contrasta Ticona (2020), el 40% manifestó que casi siempre generan idea y calidad de información al motivar comunicación interna, concordante con Leyva (2019), con la misma magnitud, en relación a la generación de ideas y calidad de información. Corroborando con Albornoz (2019), sobre la importancia de generación de ideas y la calidad de información. Esto demuestra que los representantes aumentan en sus experiencias como aporte en la conducción de sus negocios.

Con el indicador realizan comparaciones o benchmarking de buenas prácticas con otras empresas el 60% están de acuerdo, lo encontrado tiene similitud con Pincay & Parra (2020) indica que aplica gestión de calidad para la atención de sus clientes. Así se confirma que la mayoría relativa de las empresas ponen en práctica lo que planifican, y esto concuerda con Valladolid (2021), ya que describe la ejecución de actividades planificadas como el medio por el cual se puedan llegar a cumplir los

objetivos que persigue la entidad. La mayoría de los empresarios ponen en práctica lo que planifican debido a que entienden que es la única manera dar movimiento constante a su negocio, así va de acuerdo con lo que se detalla la teoría, si los representantes mantienen constante la aplicación de los que se planifica podrán obtener experiencia en el desarrollo de buenas prácticas que permitirá a estas empresas tener notoriedad y se conviertan en representantes del rubro.

En relación aplican protocolos en base a calidad y precio el 60% están de acuerdo, respecto al indicador están conforme con el producto que ofreces en tu ferretería el 60% está de acuerdo se relaciona con Leon (2019) coincide con Coronel (2018) el 55% están de conforme con el producto. Esto nos demuestra que la empresa brinda calidad de productos al os clientes.

VI. CONCLUSIONES

-La mayoría de los resultados se ve deficiencia en cuanto a la variable atención al cliente esto nos lleva a determinar una propuesta de mejora en atención al cliente, a través de capacitaciones como charlas para la formación del personal, incentivos al personal se concluye también la calidad de respuesta que es regular por lo que no se informa adecuadamente en el tiempo que se lleva a los servicios, hay demora en el servicio se debe la poca cantidad de colaboradores de atención en la ferretería.

-La mayoría no desarrolla en cuanto a la gestión de calidad la cual el cliente es parte fundamental de un negocio considerado esencial, por lo que la finalidad de su negocio es generar rentabilidad. Para ello se ofrece servicios que respondan en la satisfacción del usuario también la ferretería debe mejorar los puntos críticos encontrados.

-Se establece en el plan de mejora enfocar en las debilidades de la investigación de cada uno de estudio que corresponde a la variable gestión de calidad y en cuanto a la atención al cliente que busca mejorar las fases en la atención cliente.

VII. RECOMENDACIONES

- Trabajar sobre temas de atención al cliente y gestión de calidad para que las MYPES permitan e incentiven a sus trabajadores a participar de capacitaciones y charlas, además a reforzar a todos los nuevos trabajadores curso de introducción, por de esa manera obtendrán muchos beneficios como mejorar el rendimiento a los trabajadores y facilitar el aprendizaje de los ingresantes con respecto a las funciones que deben desempeñar dentro de organización.
- Orientar a los representantes para que desarrollen las habilidades y competencias de sus trabajadores para contar con el personal altamente calificado y posicionarse un lugar en el mercado competitivo.
- Capacitar al gerente de la empresa constantemente sobre temas de gestión de calidad para luego implementar en el negocio las herramientas también una cartera de proveedores responsables que estén atentos en la entrada y salida de los productos para evitar el escases de los productos que más demanda tiene.
- Implementar estrategias para brindar promociones y publicaciones porque es esencial para ganar a los clientes ya que la empresa no es muy conocida así mismo se debe trabajar con amabilidad y calidad de servicio.

PLAN DE MEJORA

1. Datos generales

- **Nombre o razón social** : Multiservicios el abuelo Feliz E.I.R.L

- **Giro de la empresa** : Servicios
- **Dirección** : Jr. Cabana – Huaraz
- **Nombre del representante:** Edgar Depaz Ropa

- **Historia**

La ferretería Multiservicios El Abuelo Feliz es una micro y pequeña empresa que se dedica al servicio y a la venta de diferentes productos tales como cemento, fierros, accesorios, tubos, alambre entre otros. Está enfocado en satisfacer las necesidades del cliente en su contexto social y ser diferente por la calidad de servicio con la competencia.

2. Misión

Brindar productos de calidad satisfaciendo las necesidades al cliente, garantizando seguridad y atención inmediata asimismo mantener colaboradores eficientes para una buena atención al cliente.

3. Visión

Ser una empresa reconocida dentro del mercado competitivo por la calidad de servicio con buenos productos y buscar sus necesidades de los clientes de esa manera tener clientes fieles conservando la buena relación.

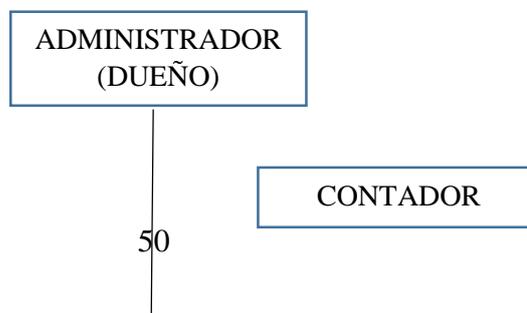
4. Objetivos

Realizar distintas estrategias que permitan que las micro y pequeñas empresas sigan desarrollándose dentro del mercado.

5. Productos y/o servicios

- Productos de construcción
- Accesorios de instalaciones sanitarias
- Herramientas para todo uso

6. Organigrama





Descripción de sus funciones

| | |
|------------------|---|
| Cargo | Administrador (dueño) |
| Perfil | Estudios técnicos Conocimiento básico de administración y capacidad del liderazgo. |
| Funciones | Supervisar al personal Dirigir las responsabilidades al personal Toma de decisiones |

| | |
|------------------|---|
| Cargo | Contador |
| Perfil | Estudios universitarios en contabilidad |
| Funciones | Manejar la contabilidad de la empresa Encargado de la planilla de los trabajadores |

| | |
|------------------|---|
| Cargo | Cajero |
| Perfil | Estudios técnicos Conocimiento en caja |
| Funciones | Registrar el pago de los productos vendidos Realizar boletas, facturas, notas de crédito |

| | |
|--|--------------|
| | Cuadrar caja |
|--|--------------|

| | |
|------------------|--|
| Cargo | Vendedores |
| Perfil | <p>Conocimiento básico de la atención al cliente</p> <p>Carismático con los clientes</p> <p>Facilidad de expresión</p> |
| Funciones | <p>Ofrecer a los clientes los productos</p> <p>Garantizar la satisfacción del cliente</p> <p>averiguar las necesidades del cliente</p> <p>realizar proformas</p> |

| | |
|------------------|--|
| Cargo | Almacén |
| Perfil | <p>Estudios técnicos</p> <p>Conocimiento de inventarios</p> |
| Funciones | <p>Registrar el pago de los productos vendidos</p> <p>Realizar boletas, facturas, notas de crédito</p> <p>Cuadrar caja</p> |

| | |
|------------------|---|
| Cargo | Recursos humanos |
| Perfil | <p>Estudios universitarios en administración o contabilidad</p> <p>Conocimiento de planilla</p> |
| Funciones | <p>Contratación y selección del personal</p> <p>Evaluar el desempeño de los trabajadores</p> |

7. Diagnostico general

| | | |
|---|---|---|
| ANALISIS FODA | OPORTUNIDADES 1. Demanda de nuevos clientes 2. Mayor publicidad 3. Demanda de productos | AMENAZAS 1. Inseguridad ciudadana 2. Competencia directa 3. Crisis económica |
| FORTALEZAS 1.-Precios accesibles para los clientes. 2.-Espacios adecuados para recibir a los clientes. 3.-Solución rápida a la necesidad de los clientes. | ESTRATEGIAS FO Promocionar descuentos para fortalecer la preferencia de los clientes. Implementar campañas para ofrecer productos nuevos y ganar publicidad. | ESTRATEGIAS FA Implementar cámaras de vigilancia. Establecer presupuestos para gestionar la capacitación de todo el personal. |
| DEBILIDADES 1.-Espacio deficiente para el acopio de mercadería. 2.- Personal no comprometido. 3.-Falta de capacitaciones al personal. | ESTRATEGIAS DO Implementar páginas web o redes sociales para la obtención de nuevos clientes. Fortalecer con capacitaciones en la atención al cliente. | ESTRATEGIAS DA Implementar espacios adecuados para ordenar los productos. Potencializar y capacitar el manejo de la tics al personal para un buen desempeño. |

8. Indicadores de una buena gestión

| | |
|--------------------|---|
| Indicadores | Evaluación de los indicadores dentro de la MYPE |
|--------------------|---|

| | |
|-------------------------------------|--|
| Gestión de calidad | Deben capacitarse ya que tienen poco conocimiento del tema y de esa manera implementarlo en sus negocios. |
| Las personas son | Influye en la confianza que les brinda los dueños a sus trabajadores que no se comprometen completamente a mejorar |
| Dificultades de trabajadores | Cuando el representante desea mejorar en la implementación de capacitar al personal por lo cual no es muy colaborativo |
| Técnicas de rendimiento | Cuando el representante debe enfocarse más en realizar evaluaciones de esa manera pueda desarrollar a su personal es decir plasmar a su personal de trabajo. |

9. Problemas

| Indicadores | Problema | Surgimiento del problema |
|--------------------|-----------------|---------------------------------|
| | | |

| | | |
|-------------------------------------|--|---|
| Gestión de calidad | Falta de conocimiento del tema por parte de los representantes de la MYPE | Los representantes tienen estudios superiores, pero no tiene el conocimiento completo de gestión de calidad |
| Las personas son | Los trabajadores no se comprometen para el desarrollo y crecimiento de la MYPE | Los representantes les dan demasiada confianza a sus familiares para tomar decisiones. |
| Dificultades de trabajadores | Poca iniciativa de todo el personal para la implementación de la gestión de calidad. | La falta de incentivo al personal para que se comprometan totalmente desarrollar las estrategias de los representantes para mejorar como empresa. |
| Técnicas de rendimiento | El representante solo utiliza la observación para evaluar a su personal. | Los representantes no conocen otras técnicas para medir el rendimiento de su personal. |

10. Establecer soluciones

Establecer acciones de mejora

| Indicadores | Problema | Acciones de mejora |
|-------------------------------------|--|---|
| Gestión de calidad | Falta de conocimiento del tema por parte de los representantes de la MYPE | Destinar presupuesto para la implementación de charlas, capacitaciones y talleres de acuerdo al tema gestión de calidad para que la MYPE se desarrolle con mejores opciones. |
| Las personas son | Los trabajadores no se comprometen para el desarrollo y crecimiento de la MYPE | Comprometer a los trabajadores para su desarrolla laboral. |
| Dificultades de trabajadores | Poca iniciativa de todo el personal para la implementación de la gestión de calidad. | Motivar al personal mediante incentivos para que se comprometan a desarrollarse personalmente y de esa manera se identifique con la MYPE y buscar gestiones por bien de la empresa. |
| Técnicas de rendimiento | El representante solo utiliza la observación para evaluar a su personal. | Realizar dinámicas y evaluaciones para medir al personal como se está desarrollando su desempeño dentro de la empresa. |

11. Recursos para la implantación de las estrategias

| N° | Acciones de mejora a llevar a cabo | Dificultades | Plazo | Impacto | Priorización |
|-----------|--|--|--------------|--|---|
| 1 | Motivar a los representantes a recibir capacitaciones, charlas, talleres de gestión de calidad y atención al cliente para ayudar a mejorar la empresa. | Los representantes no conocen los términos | 3 meses | Conocer del tema para mejorar y tomar buenas decisiones | Recibir y aprender sobre los temas a tratar. |
| 2 | Incentivar a los familiares a comprometerse más con la empresa para mejorar en la atención que se brinda a los clientes | Confianza entre los dueños y trabajadores | 3 meses | Que los trabajadores se comprometan a desarrollarse laboralmente | Que los trabajadores se comprometan a participar en los talleres y capacitaciones así como las charlas. |
| 3 | Motivar a los trabajadores para realizar cambios en cuanto a lo aprendido de las capacitaciones. | Poca iniciativa para la implementación de nuevas estrategias | 6 meses | Incentivar e motivar a los trabajadores para un buen desempeño dentro de la empresa utilizando | Incentivos salariales, motivación en recibir capacitaciones para su desarrollo de desempeño. |

| | | | | | |
|---|---|--|---------|--|---|
| | | | | estrategias aprendidas. | |
| 4 | Realizar dinámicas, actividades y evaluaciones para que el personal participe y observe su rendimiento de su desempeño. | los representantes utilizan solo las técnicas de la observación para evaluar a sus trabajadores. | 6 meses | Brindar un mejor ambiente de clima laboral y trabajen en equipo. | Clientes satisfechos al resolver sus dudas o inquietudes. |

12. Cronograma de actividades

| N° | Estrategias | Inicio | Termino | Enero | | | | Febrero | | | | Marzo | | | | Abril | | | |
|----|---|------------|------------|-------|---|---|---|---------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|
| | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Destinar presupuesto para la implementación de charlas, capacitaciones y talleres de acuerdo al tema gestión de calidad para que la MYPE se desarrolle con mejores opciones. | 01/02/2023 | 31/05/2023 | | | | X | | | | X | | | | X | | | | X |
| 2 | • Comprometer a los trabajadores para su desarrolla laboral. | 01/02/2023 | 31/05/2023 | | | | X | | | | X | | | | X | | | | X |
| 3 | • Motivar al personal mediante incentivos para que se comprometan a desarrollarse personalmente y de esa manera se identifique con la MYPE y buscar gestiones por bien de la empresa. | 01/02/2023 | 31/05/2023 | | | | X | | | | X | | | | X | | | | X |
| 4 | • Realizar dinámicas y evaluaciones para medir al personal como se está desarrollando su desempeño dentro de la empresa. | 01/02/2023 | 31/05/2023 | | | | X | | | | X | | | | X | | | | X |

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albornoz, J. (2019). *PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO FERRETERÍAS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO – 2019*. Huánuco. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/24724/GESTION_CALIDAD_MYPE_ALBORNOZ_CRISTOBAL_JOHON.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Aspilcueta, I. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018*. Provincia Santa - Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/17194/ATENCION_CALIDAD_CLIENTE_ASPILCUETA_%20QUINONES_ISAAC_%20FERNANDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- C., P. Y. (2020). *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras*. Revista Científica- La ciencia. Obtenido de <Downloads/Dialnet-GestionDeLaCalidadEnElServicioAlClienteDeLasPYMES-7539747.pdf>
- Camisón, C. (2016). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN S.A.
- Choy, E. (2010). *Competitividad de las micro y pequeñas empresas (MYPES) ante el tratado de libre comercio(TLC)*. Revista de la Facultad de Ciencias

Contables, 17(33). Obtenido de file:///C:/Users/ROSITA/Downloads/148-Article%20Text-592-1-10-20120308.pdf

Coronel, X. (2018). *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro salón spa, distrito de Iquitos, año 2018*. Distrito - Iquito, Pucallpa. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10427>

Figuerola, C. (2016). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote*. Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8223/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_FIGUEROA_RODRIGUEZ_CARLOS_ALBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Forellat, M. (2014). *Un problema que afecta a la calidad de los servicios*. México: Empresa Emprendedora. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-02892014000200011&script=sci_abstract

García, A. (2018). *Empresa e Iniciativa Emprendedora*. España. Obtenido de https://www.e-ducalia.com/archivo/eie-anajuliana-muestra-pdf_val.pdf

Hernandez, R. (2014). *Metodología de la Investigación (6ta. ed.)*. Obtenido de https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Herrera, B. ((Febrero de 2011)). *"Análisis estructural de las MYPEs y PYMEs"*. Quipukamayoc, 18, 1-89. Obtenido de

file:///C:/Users/usuario/Downloads/3706-Texto%20del%20art%C3%ADculo-12533-1-10-20140303.pdf

Huaman, E. (2018). *Gestión de Calidad y su influencia en los beneficios de las Mypes del Sector Servicio– Rubro Salón de Belleza, Urbanización Santo Domingo, Distrito De Carabayllo, Lima 2018*. Distrito Carabayllo, Lima. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11205>

Jiménez, L. (2014). *Clasificación de las Mypes por actividad*. Lima: Instituto de Investigación el Pacifico. Obtenido de

file:///C:/Users/ROSITA/Downloads/Dialnet-

ImportanciaDeLaMicroPequeñasYMedianasEmpresasEnEID-5157875.pdf

Leon, M. (2019). *propuesta de mejora en Atención al Cliente como factor relevante en la Gestión de Calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta Minorista de Artículos de Ferretería, Avenida Enrique Meiggs del distrito de chimbote, 2019*. Chimbote. Obtenido de <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/29390>

Leyva, P. (2019). *Gestión de calidad con el uso de la tecnología de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Casma, 2018*. Casma - Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10187>

López. (2018). *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, 2018*. Guallaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>

Martinez, P. (2019). *Características de las Micro y Pequeñas Empresas*. Perú.

Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mypes-2020.pdf>

Mejía, T. (2016). *PROPUESTA PARA MEJORAR EL SERVICIO AL LCIETE DE*

LAS EMPRESAS DE FERRETERÍAS Y TLAPALERIA DE LA HEROICA

CIUDAD DE HUAJUAPAN DE LEÓN, OAXACA, PARA IMPULSAR SU

COMPETIVIDAD. Huajuapan. Obtenido de

[file:///C:/Users/ROSITA/Downloads/GESTION_EMPRESA_YACUPOMA_INOCENTE_CLINTON_SANJENIS%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ROSITA/Downloads/GESTION_EMPRESA_YACUPOMA_INOCENTE_CLINTON_SANJENIS%20(1).pdf)

Melendres, D. (2019). *Gestión de calidad y estrategias de marketing de las*

ferreterías de Ayabaca, año 2019. Ayabaca-Sullana. Obtenido de

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14823>

Melendres, D. (2019). *Gestión de calidad y estrategias de marketing de las*

ferreterías de Ayabaca, año 2019. Ayabaca- Sullana. Obtenido de

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14823>

ONU. (2020). *El impacto del COVID-19 en América Latina y el Caribe*. Julio.

Obtenido de [https://peru.un.org/sites/default/files/2020-](https://peru.un.org/sites/default/files/2020-07/SG%20Policy%20brief%20COVID%20LAC%20%28Spanish%29_10%20July_0.pdf)

[07/SG%20Policy%20brief%20COVID%20LAC%20%28Spanish%29_10%2](https://peru.un.org/sites/default/files/2020-07/SG%20Policy%20brief%20COVID%20LAC%20%28Spanish%29_10%20July_0.pdf)

[0July_0.pdf](https://peru.un.org/sites/default/files/2020-07/SG%20Policy%20brief%20COVID%20LAC%20%28Spanish%29_10%20July_0.pdf)

Palomo, M. (2014). *Atención al cliente*. España: Ediciones Paraninfo, S.A.

Paz, J. (2020). *Gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MYPE rubro*

Restaurante en el Centro de Chulucanas, Año 2020. Chulucanas. Obtenido de

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/16950>

- Pereda, J. (2018). *La gestión de calidad y el uso del marketing en la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del distrito de Querecotillo, año 2018*. Querecotillo - Sullana. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/16119>
- Perú, C. d. (2013). *Ley N° 30056- Ley que modifica leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial (publicado el 2 de julio de 2013*. Lima: Diario el Peruano.
- Pincay, & Parra. (2020). *GESTIÓN DE LA CLAIIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS PYMES COMERCIALIZADORAS. UNA MIRADA EN ECUADOR*. Ecuador. Obtenido de <file:///C:/Users/ROSITA/Downloads/Dialnet-GestionDeLaCalidadEnElServicioAlClienteDeLasPYMES-7539747.pdf>
- Postigo, S. & Tamborini, M. (2017). *La Internacionalización de las PyMEs Latinoamericanas y su Proyección en Europa*. Obtenido de https://eulacfoundation.org/es/system/files/eu_lac_pymes.pdf
- Ríos, M. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Restaurantes ubicados en el MALL Plaza Trujillo, año 2019*. Trujillo. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11673>
- Rodrigues, N. (2020). *Pymes en España: cuántas hay, qué tipos existen y ejemplos*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-espana>

- Sánchez, A. (2017). *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa, 2017*. Zacapa, Guatemala. Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- Sanchez, S. (2017). *Propuesta de Mejora para un Centro de Distribución Ferretero, con base en la Gestión de Procesos. Arequipa*. Arequipa. Obtenido de file:///C:/Users/ROSITA/Downloads/S%C3%81NCHEZ_MONTESINOS_STE_FER.pdf
- Taipe, H. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial, rubro ferreterías, distrito de Satipo, año 2017*. Pucallpa. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4879>
- Tejada, M. (2020). *MANUAL DE INVESTIGACIONES CON FINES DE GRADUACIÓN Y TITULACIÓN*. Obtenido de https://monterrico.edu.pe/wp-content/uploads/2022/08/Manual-Investigaciones-con-fines-de-graduacio%CC%81n-y-titulacio%CC%81n_EESPPM_2021.pdf
- Ticona, J. (2020). *PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO SALONES DE BELLEZA DE LA CIUDAD DE TINGO MARÍA, 2020*. Tingo María - Lima. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/21496>
- ULADECH, C. (2021). *Código de Ética para la Investigación*. Chimbote. Obtenido de <https://web2020.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2020/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v004.pdf>

Valladolid, R. (2021). , *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el rubro ferreterías: Caso ferretería Canchanya S.A.C provincia de Satipo, 2021*. Satipo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/29680>

Yzaguirre, E. (2018). *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*. Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9872>

ANEXOS

Anexo 1: cronograma

| CRONOGRAMA DE INVESTIGACIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|--|------------|---|---|---|-------------|---|---|---|--------------|---|---|---|-------------|---|---|---|
| N° | Actividades | Año 2021 | | | | | | | | Año 2022 | | | | | | | |
| | | Semestre I | | | | Semestre II | | | | Semestre III | | | | Semestre IV | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Elaboración de la tesis. | X | X | X | X | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Revisión de la tesis por el Jurado de Investigación. | X | X | X | X | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Aprobación de la tesis por el Jurado de Investigación. | X | X | X | X | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Exposición de la tesis al Jurado de Investigación o Docente Tutor. | X | X | X | X | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Mejora del marco teórico. | X | X | X | X | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Redacción de la revisión de la literatura. | | | | | X | X | X | X | | | | | | | | |
| 7 | Elaboración del consentimiento informado. | | | | | X | X | X | X | | | | | | | | |
| 8 | Ejecución de la metodología. | | | | | X | X | X | X | | | | | | | | |
| 9 | Mejoramiento de los resultados de la investigación. | | | | | | | | | X | X | X | X | | | | |
| 10 | Conclusiones y recomendaciones. | | | | | | | | | X | X | X | X | | | | |
| 11 | Redacción del pre informe de Investigación. | | | | | | | | | X | X | X | X | | | | |
| 12 | Redacción del informe final. | | | | | | | | | | | | | X | X | X | X |
| 13 | Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación. | | | | | | | | | | | | | X | X | X | X |
| 14 | Presentación de ponencia en eventos científicos. | | | | | | | | | | | | | X | X | X | X |
| 15 | Redacción de artículo científico. | | | | | | | | | | | | | X | X | X | X |

Anexo 2 presupuesto

| Presupuesto desembolsable (estudiante) | | | |
|--|-------|------------|-------------|
| Categoría | Base | % o número | Total (S/) |
| Suministros | | | |
| - Impresiones | | | |
| - Fotocopias | | | |
| - Empastado | 20.00 | 3 | 60.00 |
| - Papel bond A4 | 22.00 | 1 | 22.00 |
| - Lapiceros | 2.50 | 3 | 7.50 |
| Servicios | | | |
| - Internet | 69.00 | 2 | 138.00 |
| - Uso de turnitin | 50.00 | 2 | 100.00 |
| Sub total | | | 327.50 |
| Gastos de viaje | | | |
| - Pasajes para recolectar información | 2.00 | 12 | 24.00 |
| Sub total | | | 24.00 |
| Total de presupuesto desembolsable | | | 351.50 |
| Presupuesto no desembolsable universidad | | | |
| Categoría | Base | % o número | Total (S/) |
| Servicios | | | |
| - Uso de internet (laboratorio de aprendizaje digital – LAD). | 30.00 | 4 | 120.00 |
| - Búsqueda de información en base de datos. | 35.00 | 2 | 70.00 |
| - Soporte informático (módulo de investigación del ERP University – MOIC). | 40.00 | 4 | 160.00 |
| - Publicación del artículo en el repositorio institucional | 50.00 | 1 | 50.00 |
| Sub total | | | 400.00 |
| Total de presupuesto no desembolsable | 63.00 | 4 | 252.00 |
| Total (S/) | | | 1003.50 |

Anexo 3: razón social

The screenshot shows a web browser window with several tabs open. The active tab is titled 'SUNAT - Consulta RUC'. The address bar shows the URL 'e-consultaruc.sunat.gob.pe/cl-ti-itmrconsruc/jcrS00Alias'. Below the browser window, the page content is visible, starting with the title 'Consulta RUC' and a 'Volver' button. The main content is a table titled 'Resultado de la Búsqueda' containing the following information:

| Resultado de la Búsqueda | | | |
|---------------------------------|---|---------------------------------|-----------------------|
| Número de RUC: | 20571179408 - MULTISERVICIOS EL ABUELO FELIZ E.I.R.L. | | |
| Tipo Contribuyente: | EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA | | |
| Nombre Comercial: | - | | |
| Fecha de Inscripción: | 27/09/2011 | Fecha de Inicio de Actividades: | 01/10/2011 |
| Estado del Contribuyente: | ACTIVO | | |
| Condición del Contribuyente: | HABIDO | | |
| Domicilio Fiscal: | JR. CABANA NRO. 382 BAR. PEDREGAL BAJO (SUM.52806650 - LETRERO ABUELO FELIZ) ANCASH - HUARAZ - HUARAZ | | |
| Sistema Emisión de Comprobante: | MANUAL | Actividad Comercio Exterior: | IMPORTADOR/EXPORTADOR |
| Sistema Contabilidad: | MANUAL | | |
| Actividad(es) Económica(s): | | | |

The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with the date '03/06/2021' and time '07:09 a.m.'.

Anexo 4: consentimiento



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021 y es dirigido por Fuentes Marzano Rosa Elizabeth estudiante, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, caso Multiservicios El Abuelo Feliz, Huaraz, 2021.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de una copia digital o por el celular 988958304. Si desea, también podrá escribir al correo 1211172039@ucladach.pe o fuentesmarzano1984@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Rosa Elizabeth Fuentes Marzano

Fecha: 19/09/2021

Correo electrónico: fuentesmarzano1984@gmail.com

Firma del participante: Edgar Luis Doraz Ropa

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]

Anexo 5 cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **PROPUESTS DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO FERRETERÍA, CASO MULTISERVICIOS EL ABUELO FELIZ, HUARAZ,2021.**

El proyecto de trabajo de investigación es para optar el título profesional de licenciado en administración. **Instrucciones:** la información de forma confidencial, que se utilizará solo con fines académicos, usted deberá responder de acuerdo a la escala brindada, gracias por su participación. **Escala: Likert**

- Totalmente desacuerdo 1
- En desacuerdo 2
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 3
- De acuerdo 4
- Totalmente de acuerdo 5

| GESTIÓN DE CALIDAD | Escala de Likert | | | | |
|---|------------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Enfoque en el cliente | | | | | |
| ¿Se incrementa la calidad de servicio al cliente con la mejora continua? | | | | | |
| ¿Cree usted que conoce el comportamiento del público objetivo? | | | | | |
| Gestión de procesos | | | | | |
| ¿Existe mecanismo para añadir el valor agregado y mejorar los procesos? | | | | | |
| ¿Aplican las herramientas de calidad en su negocio? | | | | | |
| Calidad de servicio | | | | | |
| ¿Para innovar los servicios brindados admite las sugerencias del cliente? | | | | | |

| | | | | | |
|--|------------------|----------|----------|----------|----------|
| ¿Generar ideas y calidad de información al motivar la comunicación? | | | | | |
| Gestión de proveedores | | | | | |
| ¿Realizan comparaciones o benchmarking de buena practicas con otras empresas? | | | | | |
| ¿Aplican protocolos en base a calidad y precio? | | | | | |
| ATENCIÓN AL CLIENTE | Escala de Likert | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Expectativas del cliente | | | | | |
| ¿Estas conforme con el producto que ofrece en su ferretería? | | | | | |
| ¿La calidad de servicio es favorable dentro de su ferretería Multiservicios el Abuelo Feliz? | | | | | |
| Calidad percibida | | | | | |
| ¿La atención brindada es personalizada hacia los clientes? | | | | | |
| ¿Los colaboradores son fieles al momento de brindar el servicio? | | | | | |
| Fidelidad del cliente | | | | | |
| ¿El cliente se siente satisfecho con el producto que adquiere en su ferretería? | | | | | |
| ¿El retorno de los clientes a la ferretería es por el buen servicio? | | | | | |
| Quejas del cliente | | | | | |
| ¿Los colaboradores escuchan con atención los pedidos de los clientes? | | | | | |
| ¿Las quejas de los clientes son resueltas en el momento inmediato en su empresa? | | | | | |

Fuente: elaboración propia

Observaciones:.....
.....

Anexo 6: Validación de juicio de expertos

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): CASTILÓN MATOS, OVIDIO
 1.2. Grado Académico: MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN
 1.3. Puesto: LC. ADMINISTRACIÓN
 1.4. Institución donde labora: ULADECH GATELUX
 1.5. Cargo que desempeña: COORDINADOR DE CARRERA
 1.6. Designación del instrumento: ENCUESTA
 1.7. Autor del instrumento: ROSA ELIZABETH FUENTES MARINO
 1.8. Centro ADMINISTRACIÓN

II. VALIDACIÓN:

Ítem correspondientes al instrumento | GESTIÓN DE CALIDAD

| N° de ítem | Validez de contenido ¿El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable? | | Validez de constructo ¿El ítem contribuye a medir el indicador planteado? | | Validez de criterio ¿El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas? | | Observaciones |
|---------------------------------|---|----|--|----|--|----|---------------|
| | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| Dimensión 3: Enfoque al cliente | | | | | | | |
| Muestra | | | | | | | |

Ítem correspondientes al instrumento | ATENCIÓN AL CLIENTE

| N° de ítem | Validez de contenido ¿El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable? | | Validez de constructo ¿El ítem contribuye a medir el indicador planteado? | | Validez de criterio ¿El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas? | | Observaciones |
|------------|---|----|--|----|--|----|---------------|
| | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| Muestra | | | | | | | |

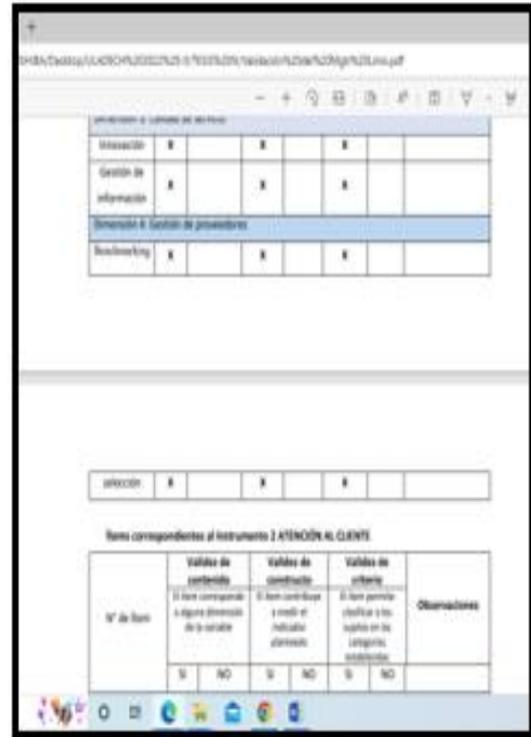
| | | | | | | | |
|-------------------------------------|---|--|---|--|---|--|--|
| Satisfacción | X | | X | | X | | |
| Buen servicio | X | | X | | X | | |
| Dimensión 4: Quejas de los clientes | | | | | | | |
| Escucha | X | | X | | X | | |
| Solución | X | | X | | X | | |

Otras observaciones generales: El cuestionario es consistente con las dimensiones e indicadores.



CASTILÓN MATOS OVIDIO JULIAN
 CMI N° 15421219

Nota: se adjunta el proyecto de investigación



D:\HIBA\Desktop\ULADECH\2022\2022-11\TESIS\2020\Validacion\2020\Agri\20Limo.pdf

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellido y nombres del informante (Experto): MIGUEL ANGE LIMO VÁSQUEZ
 1.2. Grado Académico: MAGISTER
 1.3. Profesión: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
 1.4. Institución donde labora: ULADECH
 1.5. Cargo que desempeña: DOCENTE
 1.6. Denominación del instrumento: ENCUESTA
 1.7. Autor del instrumento: ROSA ELIZABETH FUENTES MARADAO
 1.8. Carrera: ADMINISTRACIÓN

II. VALUACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1 GESTIÓN DE CIUDADES

| N° de ítem | Validez de contenido | | Validez de constructo | | Validez de criterio | | Observaciones |
|---|---|----|-----------------------|---|---------------------|----|---------------|
| | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable | Si | NO | El ítem contribuye a medir el indicador planteado | Si | NO | |
| Dimensión 1: Entregar al cliente | | | | | | | |
| Mejora | X | | | X | | | |

D:\HIBA\Desktop\ULADECH\2022\2022-11\TESIS\2020\Validacion\2020\Agri\20Limo.pdf

| Dimensión 2: Cumplimiento del rol | | | | | | | |
|--|---|--|--|---|--|--|--|
| Innovación | X | | | X | | | |
| Gestión de información | X | | | X | | | |
| Dimensión 4: Gestión de proveedores | | | | | | | |
| Resourcing | X | | | X | | | |

| | | | | | | | |
|--------------|---|--|--|---|--|--|--|
| satisfacción | X | | | X | | | |
|--------------|---|--|--|---|--|--|--|

Ítems correspondientes al Instrumento 2 ATENCIÓN AL CLIENTE

| N° de ítem | Validez de contenido | | Validez de constructo | | Validez de criterio | | Observaciones |
|---|---|----|-----------------------|---|---------------------|----|---------------|
| | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable | Si | NO | El ítem contribuye a medir el indicador planteado | Si | NO | |
| Dimensión 1: Entregar al cliente | | | | | | | |
| Mejora | X | | | X | | | |

D:\HIBA\Desktop\ULADECH\2022\2022-11\TESIS\2020\Validacion\2020\Agri\20Limo.pdf

| | | | | | | | |
|--|---|--|--|---|--|--|--|
| satisfacción | X | | | X | | | |
| Buen servicio | X | | | X | | | |
| Dimensión 4: Quejas de los clientes | | | | | | | |
| escucha | X | | | X | | | |
| solución | X | | | X | | | |

Otras observaciones generales: El cuestionario es consistente con las dimensiones e indicadores.


 Lima Vásquez Miguel Ángel
 DNI N° 18215927
 CIAD N° 04926

Anexo 7 : Confiabilidad

Cronbach usando excel - FUENTES MARZANO - Excel

ESTUDIANTE: FUENTES MARZANO ROSA ELIZABETH

| SUJETO | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | TOTAL |
|----------|------|------|------|------|------|-----|------|------|------|-----|------|------|------|------|-----|------|-------|
| 1 | 4 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 63 |
| 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 64 |
| 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 64 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 53 |
| 5 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 46 |
| SUMA | 19 | 16 | 13 | 13 | 19 | 15 | 16 | 18 | 17 | 20 | 22 | 19 | 21 | 21 | 20 | 21 | |
| VARIANZA | 0.16 | 0.56 | 0.64 | 1.84 | 0.16 | 1.6 | 0.96 | 0.24 | 0.64 | 0.4 | 0.64 | 0.96 | 0.16 | 0.16 | 0 | 0.16 | 53.2 |

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

α : Alfa de Cronbach
 k : Número de ítems
 V_i : Varianza de cada ítem
 V_t : Varianza del total

| | |
|----------|-------------|
| k | 16 |
| Vi | 9.28 |
| Vt | 53.2 |
| α | 0.880601504 |

INTERPRETACIÓN:

Según los resultados con la fórmula Alfa de Cronbach demuestra que existe una alta confiabilidad con el instrumento de recolección de datos con 0.8 según el análisis de consistencia.

| ITEMS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------|---|---|---|---|---|
| Totalmente de acuerdo | | | | | |
| En desacuerdo | | | | | |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | | | | | |
| De acuerdo | | | | | |
| Totalmente de acuerdo | | | | | |

Hoja1

12:39 a. m. 05/09/2022

Anexo 8: Declaración Jurada

DECLARACIÓN JURADA

Yo, ROSA ELIZABETH FUENTES MARZANO, identificado (a) con DNI 42569499 código de estudiante 1211172039 de la Escuela profesional de Administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Declaro bajo juramento que:

Los datos presentados en los resultados de la investigación son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Los resultados fueron obtenidos de los representantes de las micro y pequeñas empresas quienes participaron en la encuesta en forma voluntaria para realizar la investigación titulada: **PROPUESTA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO FERRETERÍA, CASO MULTISERVICIOS EL ABUELO FELIZ, HUARAZ, 2021**

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la investigación y no presenta ningún conflicto de intereses. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a tercero, de cualquier daño que pudiera ocasionar tanto a LA UNIVERSIDAD como a terceros, por el incumplimiento de lo declarado. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados de incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del Trabajo de investigación.

De identificarse plagio, falsificación o manipulación de datos en la investigación asumo las consecuencias y sanciones que mi acción se deriven sometiéndose a la normatividad vigente de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Lugar y fecha: Huaraz, 02 de enero del 2023

ROSA ELIZABETH FUENTES MARZANO

42569499

Anexo 9.

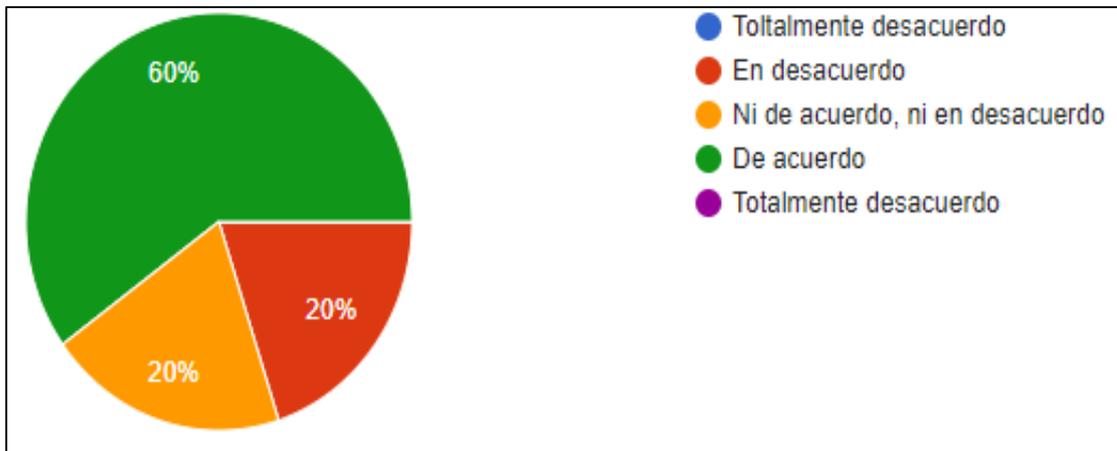


Figura 1. Estas conforme con el producto que ofreces en tu ferretería

Fuente. Tabla 1

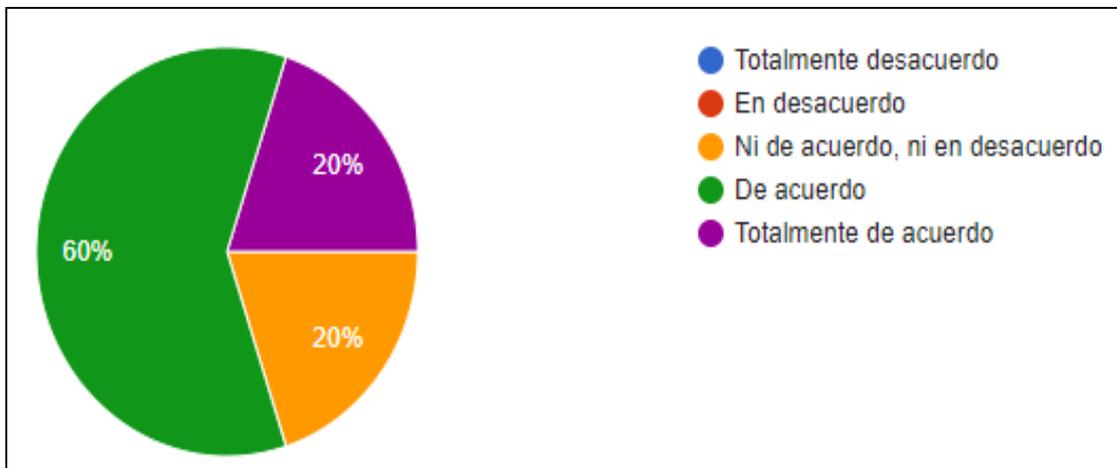


Figura 2. Calidad de servicio es favorable dentro de su ferretería Multiservicios El Abuelo Feliz

Fuente. Tabla 1.

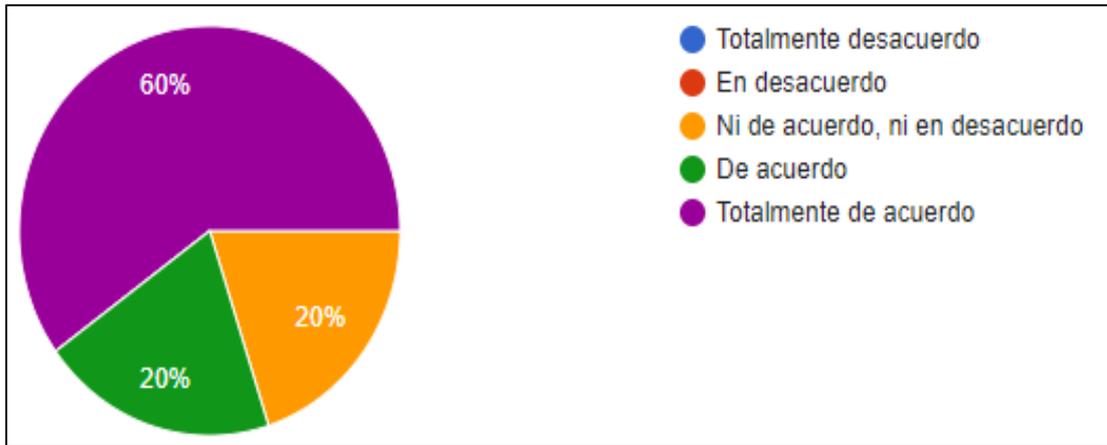


Figura 3. La atención brindada es personalizada hacia los clientes.

Fuente. Tabla 1.

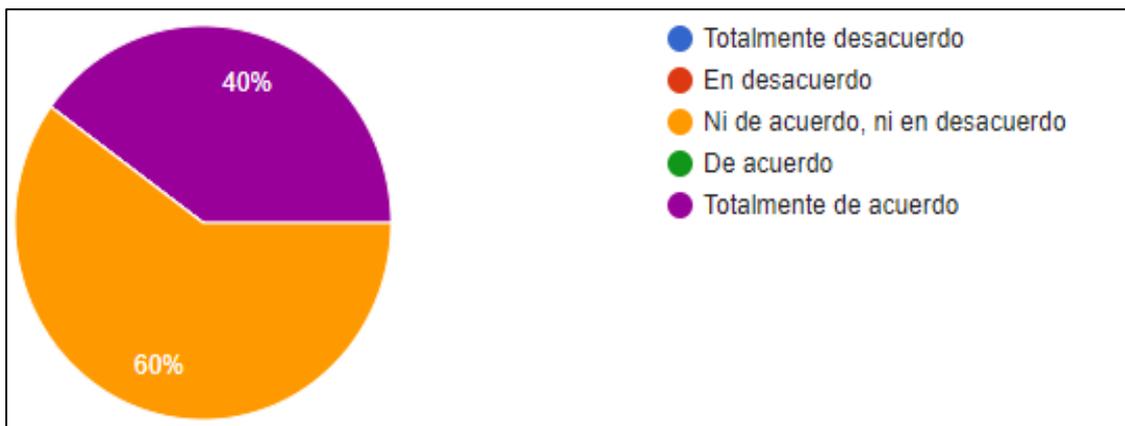


Figura 4. Colaboradores son fieles al momento de brindar servicio

Fuente tabla 1.

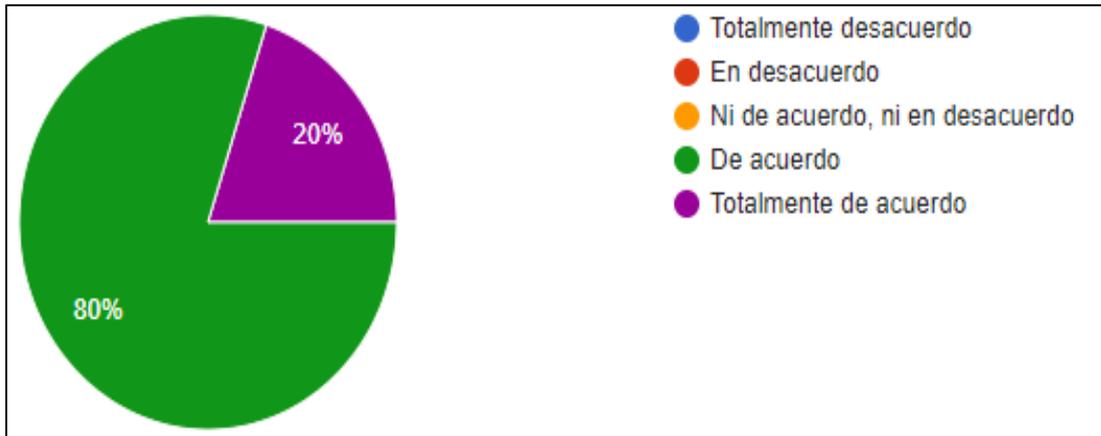


Figura 5. Cliente se siente satisfecho con el producto que adquiere en su ferretería

Fuente. Tabla 1.

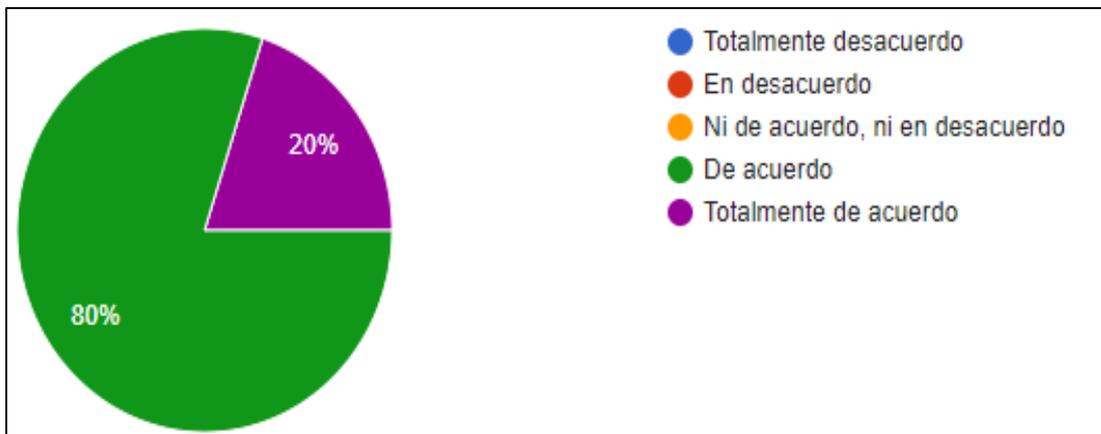


Figura 6. Retorno de los clientes a la ferretería es por el buen servicio.

Fuente. Tabla 1.

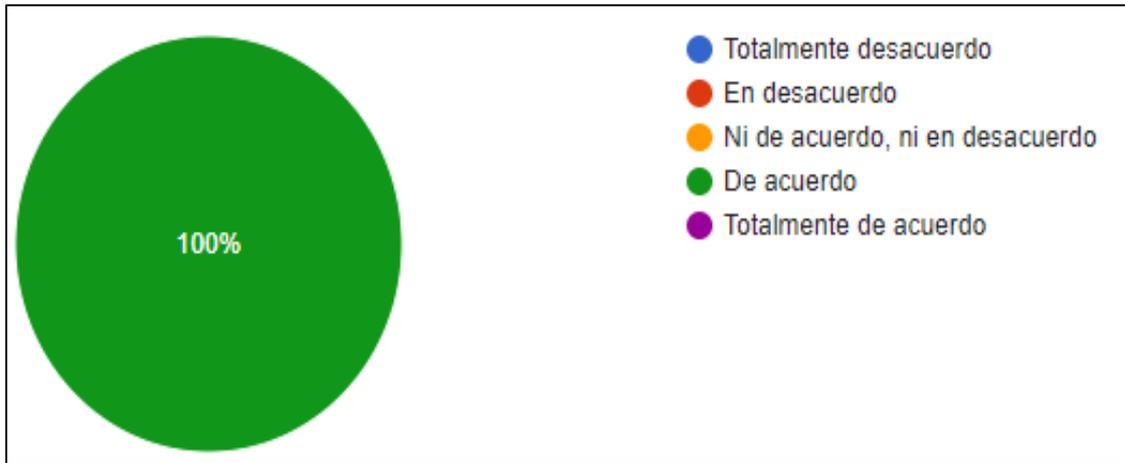


Figura 7. Colaboradores escuchan con atención los pedidos de los clientes.

Fuente. Tabla 1

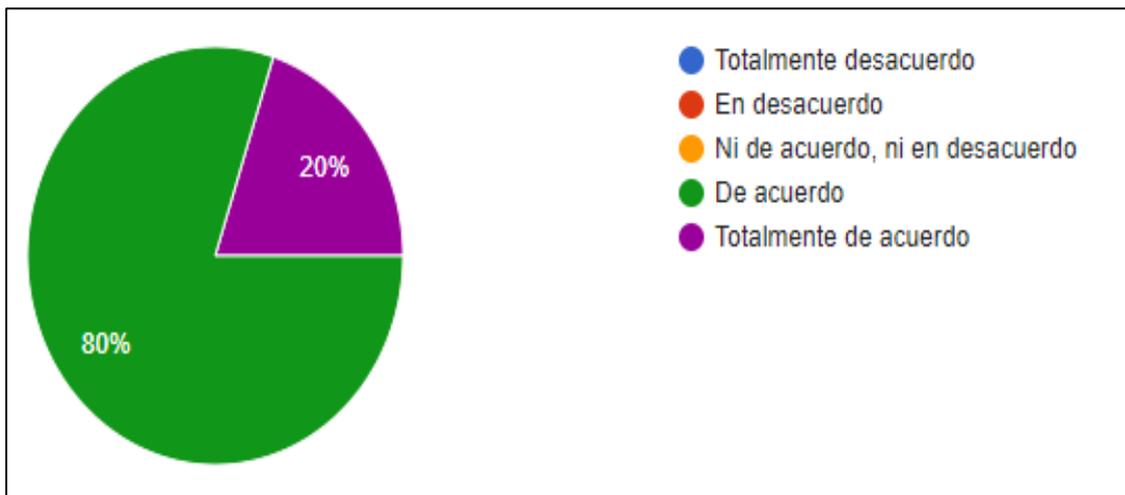


Figura 8. Quejas de los clientes son resueltas en el momento inmediato en su empresa.

Fuente. Tabla 1.

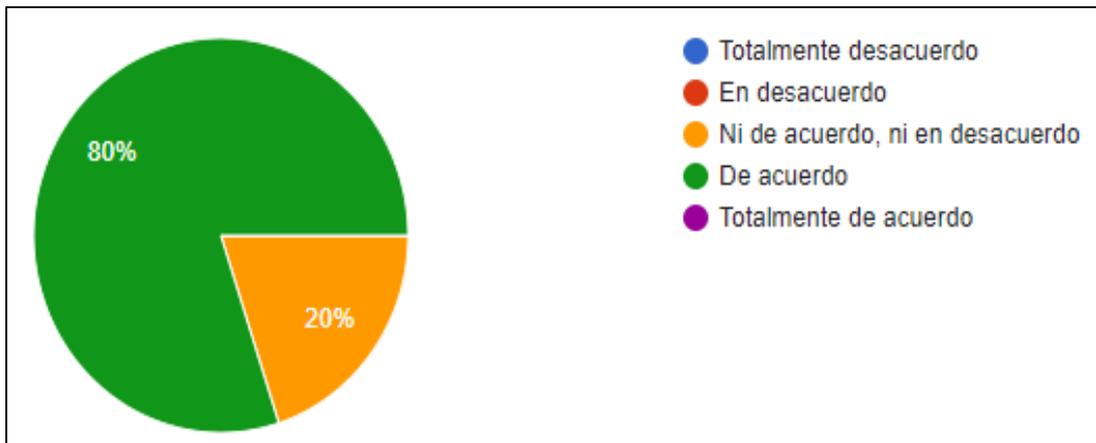


Figura 9. Se incrementa la calidad de servicio al cliente con la mejora continua
 Fuente. Tabla 2.

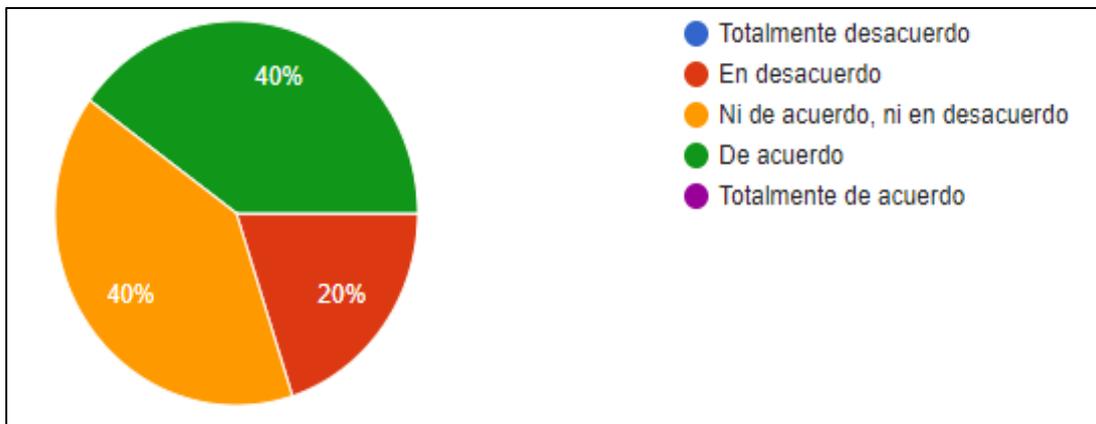


Figura 10. Conoce el comportamiento del público objetivo.
 Fuente. Tabla 2.

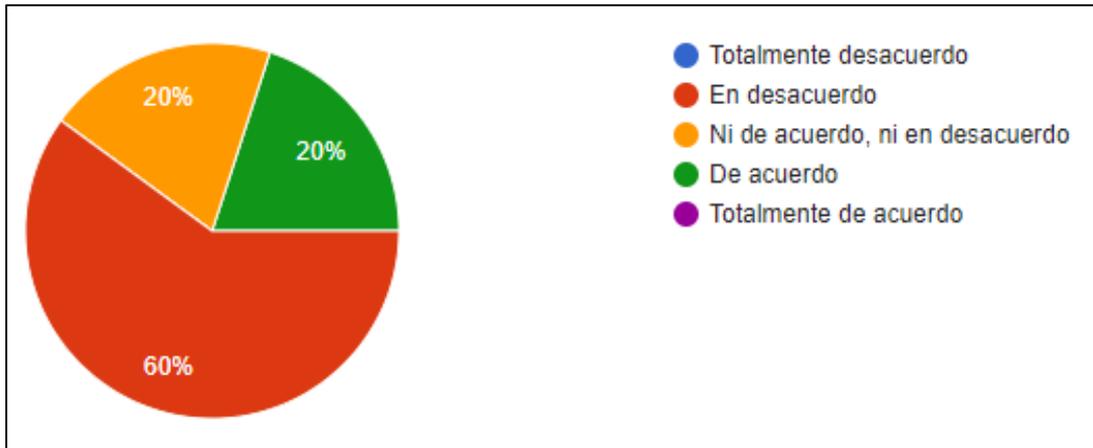


Figura 11. Mecanismo para añadir el valor agregado y mejorar los procesos.

Fuente. Tabla 2.

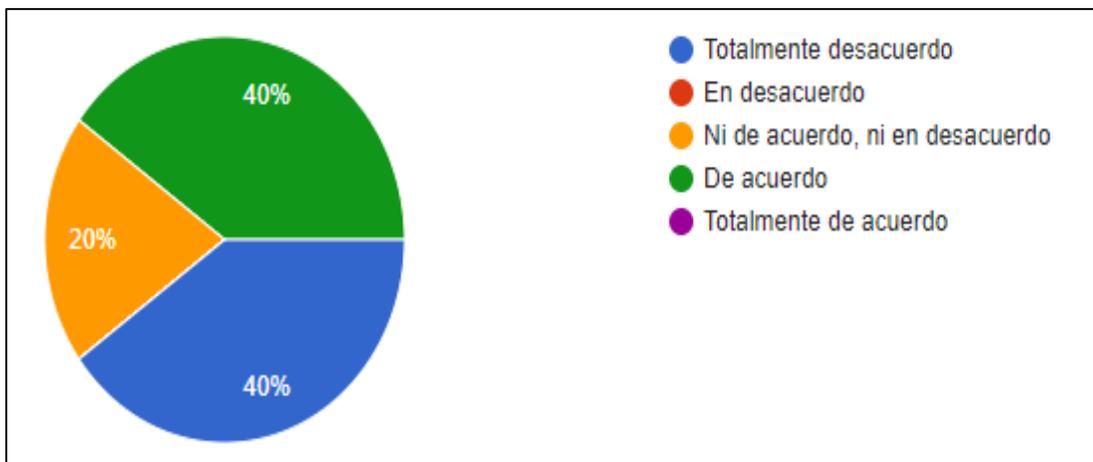


Figura 12. Aplican las herramientas de calidad para su negocio

Fuente. Tabla 2.

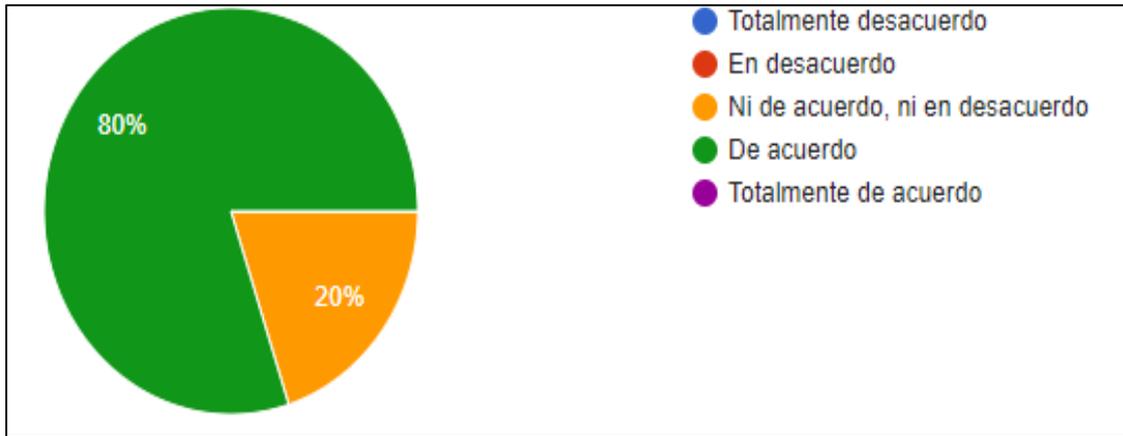


Figura 13. Los servicios brindados admiten las sugerencias del cliente.

Fuente. Tabla 2.

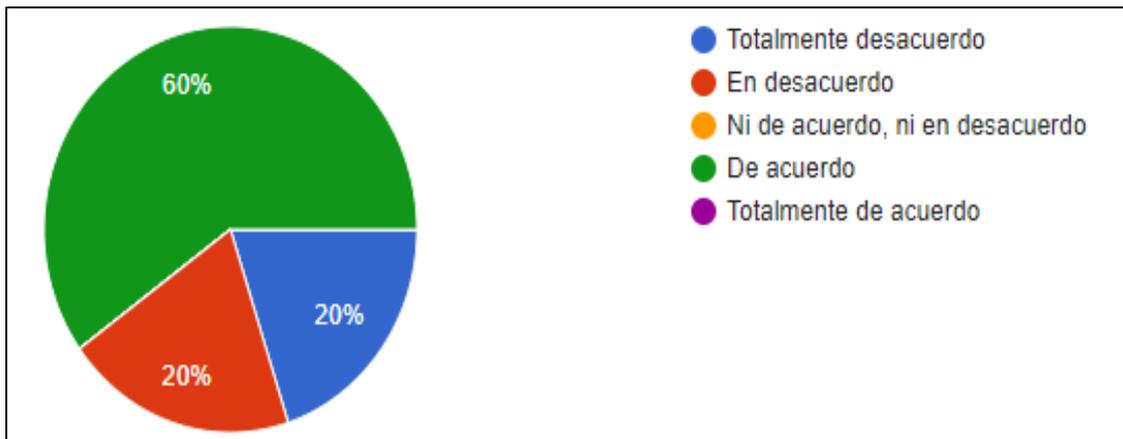


Figura 14. Genera ideas y calidad de información al motivar la comunicación interna.

Fuente. Tabla 2.

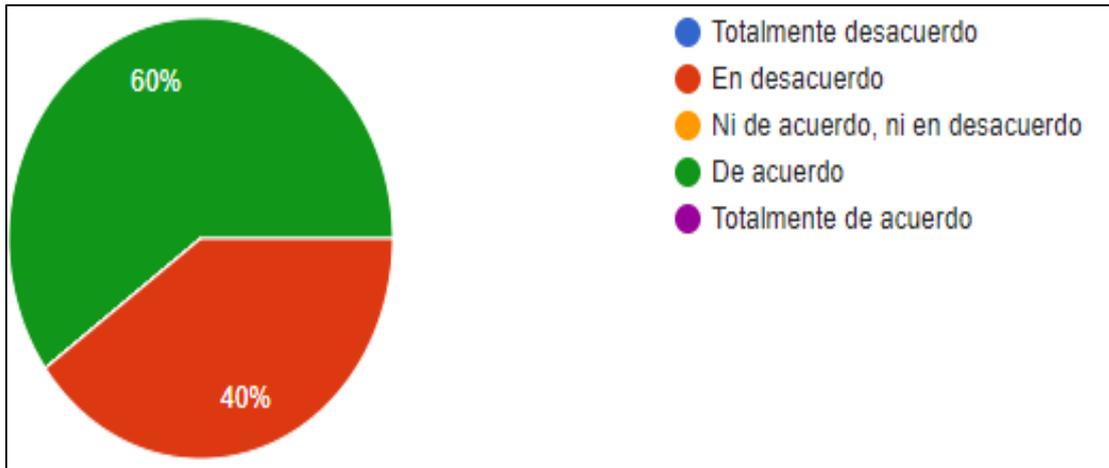


Figura 15. Realizan comparaciones o benchmarking de buenas prácticas con otras.

Fuente. Tabla 2.

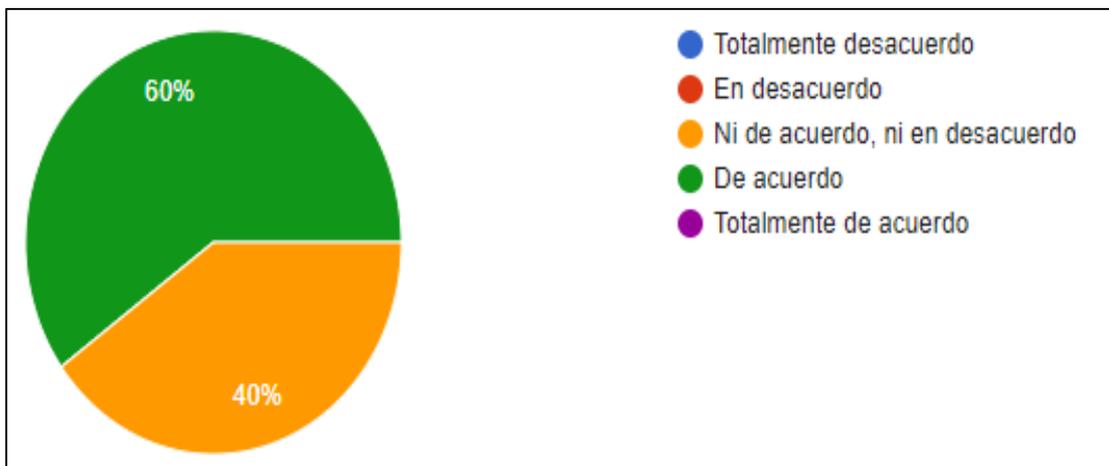


Figura 16. Aplican protocolo en base a calidad y precio

Fuente. Tabla 2.

TESIS

INFORME DE ORIGINALIDAD

15%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

15%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo