



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN  
LA MYPE COMERCIAL TORRES JUNIOR 2 DEL  
DISTRITO DE SULLANA AÑO 2019**

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

**AUTORA:**

**NOELIA CALLE CULQUICONDOR**

**ORCID: 0000-0002-4962-6886**

**DOCENTE:**

**MGTR. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS**

**ORCID:0000-0002-5868-2441**

**SULLANA – PERÚ**

**2020**

**Equipo de Trabajo**

**AUTORA:**

NOELIA CALLE CULQUICONDOR

ORCID: 0000-0002-4962-6886

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,  
Sullana, Perú.

**ASESOR:**

Mgtr. RAMOS ROSAS CARLOS DAVID

**ORCID: 0000-0002-5868-2441**

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

**JURADO:**

Mgtr. VICTOR HUGO VILELA VARGAS

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Mgtr. MARIA DEL CARMEN ROSILLO DE PURIZACA

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Mgtr. GUSTAVO ALFONSO ZURITA RAMOS

ORCID: 0000-0001-9605-9071

## Hoja de Firma del Jurado y Asesor

Mgr. Vilela Vargas Víctor Hugo

Presidente

Mgr. Rosillo de Purizaca María del Carmen

Miembro

Mgr. Zurita Ramos Gustavo Alfonso

Miembro

Mgr. Ramos Rosas Carlos David

Asesor

## **Hoja de Agradecimiento y/o dedicatoria**

### **Agradecimiento**

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presente también agradezco a la universidad “ULADECH” por haberme aceptado ser parte de ella, así como también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante.

Agradezco también a mi Asesor Mgtr. Carlos David Ramos por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y sus conocimientos, así como también haber tenido paciencia para guiarme.

Y para finalizar, también agradezco al dueño de la mype comercial Torre Junior 2 por haberme brindado el permiso necesario para realizar la investigación en su mype.

## **Dedicatoria**

Dedicado a Dios por protegerme y cuidar de mi familia además de guiar mi camino de igual manera dedicado a mis amigos y personas especiales en mi vida, en especial dedicado a mis padres quienes me enseñaron que debo salir adelante a pesar de los obstáculos que se presenten en el camino ya que por ser la fuente de inspiración y motivación para superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor.

## Resumen

La presente investigación tuvo como título *Gestión de calidad y atención al cliente en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019*; cuyo objetivo general fue: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019. La metodología empleada fue de tipo descriptivo, de nivel cuantitativo con un diseño no experimental de corte transversal, en el cual se estableció como población a los 5 trabajadores de la mype y sus clientes; y como muestra 5 trabajadores y 68 clientes; se estableció un cuestionario estructurado de 22 preguntas en escala de Likert. Los principales resultados fueron: El 60% de los colaboradores encuestados respondieron que la mype siempre se preocupa en comprender las necesidades de sus clientes, el 60% respondieron que siempre se toma en cuenta la mejora continua como objetivo permanente; el 47.06% de los clientes encuestados respondieron que siempre están dispuestos a recomendar la mype a sus conocidos, el 47.06% respondieron el servicio ofrecido por la mype siempre es el esperado. Finalmente se concluyó que la mype comercial Torres Junior 2 emplea la mayoría de los principios de la gestión de calidad, se pudo identificar cuatro beneficios para la mype, en cuanto a la atención al cliente, cuenta con cinco beneficios que le ayudan a mejorar su reputación, imagen y rentabilidad; así mismo, se describieron los factores de la atención al cliente, la calidad, los procedimientos y los recursos.

**Palabras claves:** Atención al cliente, gestión de calidad, mype, tienda de ropa.

### Abstract

The title of this research was Quality management and customer service in the Torres Junior 2 Commercial mype of the Sullana district in 2019; whose general objective was: To determine the characteristics of quality management and customer service in the mype *Comercial Torres Junior 2* of the Sullana district in 2019. The methodology used was descriptive, quantitative level with a non-experimental cross-sectional design, in which the 5 workers of the mype and their clients were established as a population; and as shown by 5 workers and 68 clients; A structured questionnaire with 22 questions on a Likert scale was established. The main results were: 60% of the collaborators surveyed answered that mype always cares about understanding the needs of its clients, 60% answered that continuous improvement is always taken into account as a permanent objective; 47.06% of the surveyed clients responded that they are always willing to recommend mype to their acquaintances, 47.06% responded that the service offered by mype is always as expected. Finally, it was concluded that the commercial mype Torres Junior 2 uses most of the principles of quality management, it was possible to identify four benefits for the mype, in terms of customer service, it has five benefits that help it improve its reputation, image and profitability.

**Keywords:** Customer service, quality management, mype, clothing store.

## Contenido

Titulo.....	i
Equipo de Trabajo.....	ii
Hoja de Firma del Jurado y Asesor.....	iii
Hoja de Agradecimiento y/o dedicatoria .....	iv
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Contenido.....	viii
Índice de tablas, figuras y cuadros .....	xi
Índice de tablas.....	xi
Índice de Figuras .....	xii
I. Introducción.....	1
II. Revisión de la literatura .....	12
2.1 Antecedentes de la investigación .....	12
2.1.1 Antecedentes de gestión de calidad.....	12
Internacionales.....	12
Nacionales.....	12
Regionales.....	16
2.1.2 Antecedentes de atención al cliente.....	18
Internacionales.....	18
Nacionales.....	19



Regionales.....	20
2.2 Bases Teóricas.....	23
2.2.1 Gestión de Calidad .....	23
Concepto de calidad.....	23
Los principios de la gestion de calidad.....	24
Beneficios que aporta la gestión de calidad.....	26
2.2.2 Atención al cliente .....	27
Concepto de atención al cliente.....	27
Beneficios que se logran a través de la atención al cliente.....	27
Factores de la atención al cliente .....	28
III. Hipótesis .....	31
IV. Metodología.....	32
4.1 Diseño de la investigación .....	32
4.2 La población y muestra .....	33
4.2.1 Población .....	33
4.2.2 Muestra .....	34
4.3 Matriz de definición y operacionalización de las variables .....	36
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
4.4.1 Técnicas .....	39
4.4.2 Instrumentos .....	39
4.5 Plan de análisis.....	40

4.6 Matriz de consistencia.....	41
4.7 Principios éticos .....	42
V. Resultados .....	43
5.1 Resultados .....	43
5.1.1 Gestión de calidad .....	43
5.1.2 Atención al Cliente .....	55
5.2 Análisis de resultados.....	65
5.2.1 Gestión de Calidad .....	65
5.2.2 Atención al Cliente .....	68
VI. Conclusiones.....	72
Referencias bibliográficas.....	74
Anexos .....	87
Anexo 1. Cronograma de actividades .....	87
Anexo 2. Presupuesto.....	88
Anexo 3. Instrumento de recolección de datos .....	89
Anexo 4. Consentimiento informado .....	93
Anexo 5. Libro de códigos .....	94
Anexo 6. Fiabilidad del cuestionario .....	98
Anexo 7. Validación del cuestionario .....	101

## Índice de tablas, figuras y cuadros

### Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> ¿Considera que se comprenden las necesidades de los clientes para satisfacerlos? .....	43
<b>Tabla 2.</b> ¿Considera que se mantiene un ambiente donde todos los trabajadores pueden involucrarse en el logro de los objetivos? .....	44
<b>Tabla 3.</b> ¿Considera que lo motivan de la mejor manera? .....	45
<b>Tabla 4.</b> ¿Considera que la mype cuenta con procesos que se interrelacionan?.....	46
<b>Tabla 5.</b> ¿Considera que la mype identifica, comprende y gestiona los procesos como un sistema? .....	47
<b>Tabla 6.</b> ¿Considera que la mejora continua es un objetivo permanente para la mype?.....	48
<b>Tabla 7.</b> ¿Las decisiones son tomadas luego de un análisis detallado de los datos disponibles? .....	49
<b>Tabla 8.</b> ¿Considera que la mype cuenta con relaciones beneficiosas con sus proveedores? .....	50
<b>Figura 8.</b> Gráfico de barras sobre las relaciones beneficiosas que dispone la mype	50
<b>Tabla 9.</b> ¿Considera que la mype genera una mayor eficiencia para el logro de los objetivos?.....	51
<b>Tabla 10.</b> ¿Cree que es necesario que los trabajadores estén motivados para lograr un mejor rendimiento? .....	52

<b>Tabla 11.</b> ¿Considera que se pueden identificar las mejoras necesarias que requiere la mype?.....	53
<b>Tabla 12.</b> ¿Considera que la mype cuenta con buenos estándares de calidad?.....	54
<b>Tabla 13.</b> ¿Usted volvería a consumir en esta mype?.....	55
<b>Tabla 14.</b> ¿Recomendaría esta mype a sus conocidos?.....	56
<b>Tabla 15.</b> ¿Considera que se ofrece un valor agregado en la mype? .....	57
<b>Tabla 16.</b> ¿Se interesa por conocer el resto de los servicios brindados por la mype? .....	58
<b>Tabla 17.</b> ¿Considera que la mype tiene una buena reputación en el mercado?.....	59
<b>Tabla 18.</b> ¿Considera que los productos de la mype se diferencian de los de la competencia? .....	60
<b>Tabla 19.</b> ¿Tiene alguna queja o disconformidad en cuanto a los servicios ofrecidos por la mype?.....	61
<b>Tabla 20.</b> ¿El servicio o producto brindado es el esperado?.....	62
<b>Tabla 21.</b> ¿Considera que se ofrece una buena atención al cliente? .....	63
<b>Tabla 22.</b> ¿Considera que la mype cuenta con un buen equipo de atención al cliente?.....	64

### Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Gráfico de barra sobre la comprensión de las necesidades de los clientes	43
<b>Figura 2.</b> Gráfico de barras sobre el involucramiento de los trabajadores en el logro de objetivos .....	44
<b>Figura 3.</b> Gráfico de barras sobre la motivación del personal .....	45

<b>Figura 4.</b> Gráfico de barra sobre la interrelación de los procesos en la mype.....	46
<b>Figura 5.</b> Gráfico de barra sobre la identificación, comprensión y gestión de los procesos como un sistema.....	47
<b>Figura 6.</b> Gráfico de barra sobre la mejora continua como objetivo permanente.....	48
<b>Figura 7.</b> Gráfico de barra sobre la toma de decisiones luego de realizar un análisis detallado de los datos disponibles.....	49
<b>Figura 9.</b> Gráfico de barra sobre el aumento de eficiencia en el logro de sus objetivos.....	51
<b>Figura 10.</b> Gráfico de barra sobre la necesidad de una motivación para brindar un rendimiento .....	52
<b>Figura 11.</b> Gráfico de barra sobre la identificación de mejoras necesarias que se requieren en la mype.....	53
<b>Figura 12.</b> Gráfico de barra sobre la disposición de estándares de calidad en la mype .....	54
<b>Figura 13.</b> Gráfico de barra sobre la disposición de recurrencia en la compra.....	55
<b>Figura 14.</b> Gráfico de barra sobre la disposición a recomendar la mype .....	56
<b>Figura 15.</b> Gráfico de barra sobre la frecuencia de ofrecimiento de un valor agregado .....	57
<b>Figura 16.</b> Gráfico de barras sobre el interés de conocer los demás servicios ofrecidos.....	58
<b>Figura 17.</b> Gráfico de barras sobre la frecuencia en que la mype muestra una buena reputación en el mercado .....	59

<b>Figura 18.</b> Gráfico de barras sobre la frecuencia de diferenciación en los productos respecto a la competencia .....	60
<b>Figura 19.</b> Gráfico de barras sobre la frecuencia de quejas o disconformidades en el servicio que se ofrece.....	61
<b>Figura 20.</b> Gráfico de barras sobre si el servicio ofrecido por la mype es el esperado .....	62
<b>Figura 21.</b> Gráfico de barras sobre la frecuencia de mostrar una atencion adecuada	63
<b>Figura 22.</b> Gráfico de barras sobre la frecuencia en la que se encuentra un buen equipo de atencion al cliente.....	64

## **I. Introducción**

Hoy en día las empresas necesitan tener planes y algunas estrategias, las cuales les permitan enfrentarse a las constantes variaciones en el mercado. Vivimos en un mundo muy globalizado, donde las empresas y las nuevas inversiones que ingresan al mundo del mercado para poder sobrevivir y poder desarrollarse, necesitan o deben orientar sus esfuerzos a ofrecer servicios de un valor agregado o generar nuevas formas de poder comercializar dicho producto, hacia distribuidoras que estén accesibles a los compradores, pero sin dejar de mencionar un requisito principal que es la calidad de él producto que se va a brindar y los niveles del precio para el mayor consumo. Ante estos importantes requisitos, debemos enfocarnos a las oportunidades para crear nuevas empresas que contemplen esta idea de negocio para que sea una base fundamental para poder ingresar al mercado y así tener mayores ventajas laborales y poder aprovecharlas al máximo. Las variables ya mencionadas que se utilizaron en esta investigación fueron de suma importancia, ya que son elementos claves para el éxito de una empresa contribuyendo para el crecimiento de las mypes que hoy en día son la bases indispensables para empezar a construir un negocio que satisfice necesidades, por ello se debe permitir con la enseñanza del proceso y poder observar un emprendimiento para así poder obtener una excelente calidad del producto a comercializar, además mediante la gestión de calidad permite a la mype tener buena imagen, conjuntamente con una buena atención al cliente que servirá de una herramienta de ayuda para así tener contacto con el vendedor y comprador.

Vivimos una época en la que la moda tiene una presencia inusitada en la sociedad. Solo hay que abrir una revista o sentarnos delante del televisor para darnos cuenta de que las marcas de moda lo inundan todo con sus mensajes. Leader Summaries

(2003-2009) menciona que no se puede infravalorar la importancia de la moda en la sociedad actual: aparte de su relevancia económica, la ropa y los accesorios son la expresión de cómo nos sentimos, de cómo nos vemos a nosotros mismos y de cómo nos gustaría que nos trataran los demás. Hoy en día, son muy pocos ya los que todavía piensan que el marketing por sí solo es capaz de influir en las decisiones de compra de los consumidores. Estos quieren saber qué hay detrás de una marca y muchas veces es simplemente una cuestión de valor: la mejor calidad por el mejor precio. (Leader Summaries, 2003-2009)

Gente de todas las partes del mundo se siente atraída por unas pocas marcas de ropa cuyas tiendas están en las calles más caras de las principales ciudades del mundo (Paris, Londres, Milán, New York son algunas de esas ciudades) entre ellas Gucci, Chanel, Louis Vuitton, Armani, Prada, Versace, Fendi, Valentino, Marc Jacobs y Christian Dior.

En Perú, “cada vez hay más tiendas por departamento en nuestro país. Las principales cadenas están incrementando la penetración del formato de tiendas por departamento a nivel nacional, haciendo énfasis en provincias que responden ante los estímulos del mercado, como Piura” (Mallorca de lujo, 2017). La mayoría de los ingresos de estas cadenas comerciales provienen de las ventas de artículos de moda; es decir, prendas de vestir, calzado, accesorios y perfumería. A pesar de que llegan nuevas tiendas a nuestra región, como H & M el año pasado, las “de siempre” se mantienen entre nosotros.

Entre las tiendas de ropa que se encuentran en nuestro país, marcas que se han ganado un lugar en este mundo muy competitivo, tenemos las siguientes: Saga Falabella, Ripley y Oeschle.



En la actualidad las micro y pequeñas empresas (mype) juegan un papel importante en el desarrollo social y económico de toda nación, al ser la mayor fuente generadora de empleo y agente dinamizador del mercado, por lo que en un país donde la falta de empleo es uno de los problemas de mayor consideración resulta indispensable meditar sobre cuál es la función principal del Estado, para brindar el apoyo y oportunidades necesarias de modo que continúen cumpliendo su papel principal con éxito.

Actualmente las tiendas de ropa que existen en la provincia de Sullana son las siguientes: Topitop, Diverxia, Él.

Mediante el análisis PESTEL se pretendió conocer cómo están a nivel político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal ya que es un análisis que permitirá entender el entorno de la empresa como se desenvuelven y como se ve afectado por este entorno que determina muchas cosas.

En lo político se ve afectado con los cambios que se dan generalmente en la política comercial, o de comercio exterior, ya que tiene efectos sobre los ingresos del Estado y, de esta forma, sobre el gasto que éste mismo hace, etc. La tienda se ve afectado de muchas formas en lo económico se ve afectado el negocio por la falta de empleo, el PBI per cápita que se produce actualmente, con lo que se debe medir los gastos por parte de los consumidores y establecer sus prioridades, el salario mínimo y el alto costo de los diversos productos. En lo social de una manera positiva ya que la moda cada vez está generando un impacto a toda la sociedad y esto provoca mayor incremento económico, mayormente en el sector de los jóvenes, los cuales son mucho más susceptibles a seguir las tendencias de la moda. En lo tecnológico se ve afectado de una forma positiva ya que ayuda a que la tienda sea reconocida a nivel nacional

utilizando la publicidad, tarjetas de presentación, redes sociales que son de gran influencia sin dudas la tecnología es un aliado si lo sabes aprovechar. Por otra parte, en lo ecológico se debe mencionar que sin dudas el factor ecológico se está tomando la importancia que se necesitaba, las distintas mypes se deben adaptar a las diferentes políticas que protegen el medio ambiente, actualmente se emplean diferentes tipos de bolsas ecológicas, además de pagar un impuesto si se utilizan las que no son ecológicas; en lo legal cumple con todos los requisitos establecidos por la ley, al poseer RUC y ser una mype legalmente constituida.

Para realizar un mejor análisis se ha realizado un análisis de las fuerzas competitivas como las 5 fuerzas de Porter. El cual se detalla a continuación:

#### 1. Poder de negociación del cliente

En cuanto al poder de negociación que poseen los clientes, se puede afirmar que es alto, debido a que existe una gran competencia en el mercado de este rubro, así mismo son los clientes quienes deciden donde comprar sus prendas de vestir, buscando la mejor relación entre calidad y precio.

#### 2. Poder de negociación del proveedor

El proveedor posee un poder de negociación medio ya que existen distintos proveedores dispuestos a abastecer de mercadería los distintos puestos, porque significa que no tienen tanto poder de negociación, algunas mypes optan por abastecerse ellas mismas, lo cual requiere de un taller de confección a su disposición, por lo cual se hace mucho más rentable contar con este tipo de abastecimiento.

### 3. Amenaza de nuevos competidores

La rentabilidad es un factor que hace atractiva el sector, por lo que se espera que siempre haya un número importante de nuevas empresas que intentan ingresar al rubro y mucho más en la actualidad, ya que no solo es necesario contar con una tienda física para poder vender tus productos, sino que ahora es mucho más fácil la comercialización a través de las redes sociales y páginas de internet, con lo cual se reduce costos y aumenta la rentabilidad. Así mismo, existen muchas personas que han decidido incursionar en este rubro, por lo que se espera que vaya en aumento constante con el transcurrir de los años.

### 4. Amenaza de productos o servicios sustitutos

La amenaza de productos sustitutos siempre es alta, estos están disponibles en el mercado, para reemplazar y satisfacer necesidades que el mercado no llega a cubrir. Como se mencionó en el punto anterior, la competencia es alta y debido a esto, ésta amenaza de productos sustitutos también lo es.

### 5. Rivalidad entre los competidores existentes

La competencia en el rubro de tiendas de ropa es demasiado amplia, debido a que siempre se ésta buscando ganar clientes fieles, recurriendo a diversas tácticas en cuanto a promoción de precios y a publicidad. Existen varios competidores locales, y franquicias nacionales, que son rivales fuertes por su condición financiera y que buscan constantemente ganar presencia en el mercado local.

La investigación asignó como enunciado del problema: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019? para ello se ha previsto como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019. Lo que conlleva a los objetivos específicos: Identificar los principios de la gestión de calidad en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019; Describir los beneficios que aporta la gestión de calidad en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019; Describir los beneficios que se logran a través de la atención al cliente en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019; Identificar los factores de la atención al cliente en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019.

Del mismo modo la investigación se justificó de acuerdo a la línea de investigación de que este proyecto es muy importante, ya que es un requisito para la obtención de grados académicos, que nos va a servir de gran ayuda en el desarrollo de nuestra carrera universitaria, a través de esta investigación que está bien estructurada por que maneja una serie de requisitos para así poder llevar a cabo dicha investigación. Además, la investigación se justifica que el estudio es importante, ya que permite conocer el nivel exploratorio y descriptivo de la gestión de calidad y atención al cliente en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019. En el nivel personal es muy importante ya que nos va a permitir poder tener una base sólida la cual será de gran motivación, e importancia en nuestra carrera profesional, ya que es un requisito fundamental para los inicios de proyecto y poder poner en práctica nuestras habilidades de investigación pues influyen mucho en nuestra formación

profesional ya que es una previa preparación para cuando realicemos nuestra tesis, de tal manera que debemos demostrar mucha responsabilidad y compromiso al momento de realizarlos. Justificación Social: esta investigación se justifica socialmente porque nos permite poder saber e informar a los usuarios que gozan de este servicio lo importante de la gestión de calidad y atención al cliente en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019 brindando una buena calidad del producto y sobre todo una buena atención al cliente.

Justificación Profesional: esto se justifica ya que nos permitirá obtener el grado de bachiller en administración, así mismo tener más información sobre lo que vamos a investigar y que será de gran importancia en nuestra carrera profesional para nuestro proyecto de investigación. Justificación académica: en este se justifica como una investigación de guía que tendrá nuestro proyecto que será elaborado con información académica y para ello dará realce a nuestro proyecto de investigación que ya ha sido mencionado. Justificación Institucional: esta justificación servirá a dicha mype ya que se estudiará a profundidad sobre las variables de la gestión de calidad y atención al cliente en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019. Justificación metodológica: esta metodología nos podrá ayudar a obtener información importante y muy clara, para así poder dar con éxitos resultados acerca de la gestión de calidad y atención al cliente en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019

En cuanto al marco metodológico, se puede mencionar que se utilizó una investigación de tipo cuantitativa, fue de nivel descriptivo según Torres (2006) menciona que la investigación descriptiva son los procedimientos investigativos más utilizados por los principiantes en los trabajos de grado, en los pregrados, las maestrías,

son estudio de carácter descriptivo; el diseño de la investigación fue no experimental ya que, según Jaramillo & Ramírez (2006) la investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se da en su contexto natural para después analizarlos.

La población según Hernández & Mendoza (2018) es el conjunto de todos los individuos que tienen común alguna característica observable y en lo que desea estudiar un determinado fenómeno. En la presente investigación la población en estudio estuvo conformada por dos poblaciones, la primera fue finita, la cual estuvo conformada por los 5 trabajadores de la mype y la segunda población fue infinita ya que se desconocía quiénes eran los clientes de dicha mype. En cuanto a la muestra fue de 5 trabajadores y de 68 clientes de la mype comercial Torres Junior 2. La técnica empleada en la investigación fue de la encuesta y se utilizó el instrumento del cuestionario, el cual estuvo estructurado por 22 preguntas divididas en dos partes de acuerdo a las variables en investigación.

Los principales resultados encontrados en la investigación fueron:

El 60% respondieron que la mype siempre se preocupa en comprender las necesidades de sus clientes; el 60% de los colaboradores respondieron que casi siempre se mantiene un ambiente donde todos los trabajadores pueden involucrarse en el logro de los objetivos; el 60.00% respondieron que siempre se toma en cuenta la mejora continua como objetivo permanente; el 60% respondieron que la mype siempre toma decisiones luego de un análisis detallado de los datos disponibles. El 60% de los colaboradores encuestados respondieron que la mype siempre genera mayor eficiencia para el logro de sus objetivos; el 60% respondieron que solo algunas veces se logran

identificar las mejoras necesarias que se requieren en la mype; el 60% respondieron que casi siempre la mype cuenta con altos estándares de calidad.

Según la atención al cliente se pudo obtener que, el 47.06% respondieron que siempre están dispuestos a recomendar la mype a sus conocidos; el 41.18% respondieron que la mype siempre muestra una buena reputación en el mercado; el 41.18% respondieron que solo algunas veces tienen quejas o disconformidades en el servicio ofrecido por la mype; el 47.06% respondieron que el servicio ofrecido por la mype siempre es el esperado; el 41.18% respondieron que siempre se ofrece una buena atención al cliente; el 41.18% respondieron que la mype siempre cuenta con un buen equipo de atención al cliente.

Finalmente, se llegó a las siguientes conclusiones:

Respecto al primer objetivo específico, se puede describir que la mype comercial Torres Junior 2 emplea la mayoría de los principios de la gestión de calidad, el principal principio que pone en práctica es la mejora continua, ya que es un objetivo permanente dentro de la mype; así mismo, se toma las decisiones en base a hechos, luego de realizar un análisis detallado de los datos disponibles; por otra parte, los clientes también son parte fundamental, por lo cual la gestión se orienta hacia su satisfacción mediante la comprensión de sus necesidades; en cuanto al liderazgo empleado en la mype, se puede mencionar que casi siempre se mantiene un ambiente donde todos los trabajadores pueden involucrarse en el logro de objetivos; así mismo, mencionan que se les motiva de la mejor manera para obtener un mejor rendimiento; además, cuenta con relaciones mutuamente beneficiosas con sus proveedores; sin embargo, la mayoría de trabajadores consideran que no cuentan con procesos que se

interrelacionen, tampoco tienen conocimientos de que se gestione los procesos como un sistema.

En cuanto a los beneficios que aporta la gestión de calidad, se pudo identificar cuatro beneficios para la mype, se genera una mayor eficiencia respecto al logro de objetivos; así mismo, se estimula la moral de los empleados, con el fin de obtener el máximo rendimiento de los mismos; se obtiene niveles más altos de satisfacción, debido a que se cuenta con altos estándares de calidad; finalmente, solo algunas veces se logra una mejora en la gestión de procesos, ya que solo en algunas ocasiones se logra identificar las mejoras necesarias que requiere la mype, es un aspecto que se puede mejorar.

Respecto al tercer objetivo específico, se pudo identificar los beneficios que se logran a través de la atención al cliente en la mype comercial Torres Junior 2; se genera una mayor lealtad en los clientes, ya que ellos mismos mencionan que siempre volverían a consumir en la mype y la recomendarían con sus conocidos; además, se logra obtener una mejor imagen y reputación en el mercado; así mismo, se reducen las quejas o reclamos, ya que solo en algunas ocasiones se producen; la mayoría de sus clientes menciona que se ofrece un valor agregado, lo que favorece en el incremento de sus ventas y su rentabilidad; así mismo, se logra marcar una clara diferenciación respecto a sus competidores; sin embargo solo algunas veces se genera un interés en los demás servicios o productos que se ofrecen en la mype, lo cual no favorece en la predisposición para su adquisición.

En cuanto al cuarto objetivo específico se pudo describir los factores de atención al cliente que intervienen en la mype, los cuales son tres, la calidad del servicio o producto es el principal, en el cual la mayoría de los clientes mencionó que



siempre se ofrece el esperado, logrando su satisfacción; así mismo, los procedimientos para ofrecer el servicio son los correctos, y se ofrece una buena atención; finalmente la mype comercial Torres Junior 2 cuenta con los recursos necesarios para ofrecer una atención de calidad, así lo demuestran su equipo de atención y sus instalaciones.

## II. Revisión de la literatura

### 2.1 Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1 Antecedentes de gestión de calidad

##### **Internacionales.**

Silva (2015) en su investigación titulada *Sistema de gestión de calidad en los servicios y su incidencia en las ventas de la Compañía “Gerizim cia. Ltda.” de la ciudad de Ambato*; tuvo como objetivo analizar como incide la carencia de un sistema de Gestión de la Calidad en el volumen de ventas de la compañía. El enfoque de la investigación fue cualitativo, cuya modalidad básica se apoyó en una investigación documental bibliográfica y de campo, y el nivel o tipo de investigación fue exploratoria, correlacional y descriptiva. Las técnicas utilizadas fueron: la observación con su instrumento la ficha de observación, la encuesta con su instrumento el cuestionario y la entrevista. Mediante los resultados obtenidos se estableció las conclusiones y recomendaciones que implican la elaboración de un SGC como alternativa de solución a los problemas detectados. La propuesta de la elaboración de un Sistema de Gestión de Calidad en el que se define misión, visión y objetivos de calidad, además de realizar el manual de calidad con los procedimientos estandarizados y necesarios para mejorar la calidad, tiene como propósito describir la estructura, operación, medición y mejoramiento continuo de la compañía.

##### **Nacionales.**

Rosales (2018) en su trabajo de investigación titulado *Gestión de calidad con el uso de benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el Centro Comercial Chic Galerías en el*

*distrito de Chimbote, 2016*; estableció como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en el Centro Comercial en el Distrito de Chimbote 2016. La investigación fue de diseño no experimental, transversal – descriptivo, para poder obtener la información se trabajó con una población muestral de 15 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas cerradas, dando así los siguientes resultados. El 60% de los representantes del rubro de tienda de ropa para damas tienen edades entre 18 a 30 años. El 80% de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas son de género femenino. El 100% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 01 a 05 empleados. El 60% de los empleados que laboran en las micro y pequeñas empresas son personas no familiares. El 46,7% de las micro y pequeñas empresas mide el rendimiento del personal con la evaluación. El 93,3% de las micro y pequeñas empresas comprende que la Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 46,7% de las micro y pequeñas empresas no conoce el término Benchmarking respectivamente. El 86,6% de las micro y pequeñas empresas encuestadas opinan que es primordial el Benchmarking cuando las organizaciones desean incursionar.

Alvarado (2018) en su investigación titulada *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las mypes del sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017*; cuyo objetivo general fue: Describir la caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las mypes, sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017. La investigación fue de tipo descriptivo, nivel de investigación es cuantitativo y el diseño

de la investigación es no experimental, para lo cual se utilizó que había una población de doce tiendas comerciales de ropa para damas a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado a través de la técnica de la encuesta. Obteniéndose como resultados: El 75% de los encuestados respondieron que consideran que la empresa brinda una buena formación a sus empleados; el 42% considera que la gestión de calidad le ayuda a lograr sus objetivos; el 48% considera que la atención brindada es buena; el 50% califica de regular la actitud del personal; el 47% considera que satisface sus necesidades; el 65% califica de regular las atenciones de las quejas y reclamos que se realizan. Finalmente, se concluyó mediante la encuesta aplicada a los clientes que la formación que las empresas de tiendas de ropa para damas les brinda a cada uno de sus empleados es buena esto quiere decir que las empresas se preocupan el que sus empleados se sientan cómodos al trabajar en aquellas sobre todo que lleguen a satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes y puedan llegar a cumplir cada uno de sus objetivos con la finalidad de mejorar la formación de las empresas, dando como resultado una buena productividad y sobre todo competencia en el mercado, además manifestaron que el horario de atención al público es bueno, también manifestaron que los costos que brindan estas empresas son buenos donde permiten satisfacer las necesidades de los clientes con un bajo costo, por consiguiente manifestaron que las técnicas de calidad que utiliza la empresa es buena.

Díaz (2019) en su trabajo de investigación titulado gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, casco urbano, distrito de Chimbote, 2018; cuyo objetivo general fue: Determinar las principales características la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para

damas, casco urbano, distrito de Chimbote, 2018. La investigación fue de diseño no experimental - transversal para el recojo de la información se escogió una población muestral de 44 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados. El 50.00% de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad. El 84.09% son de género femenino. El 56.82% tiene grado de instrucción superior no universitaria. El 59.09% tienen en el rubro entre 4 a 6 años. El 86.36% cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores. El 38.64% tienen cierto conocimiento sobre el termino gestión de calidad. El 34.09% utilizan la atención al cliente herramienta de gestión. El 100.00% conocen el termino atención al cliente. El 93.18% consideran que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento. El 38.64% utilizan la comunicación como herramienta de servicio al cliente. El 43.18% consideran como factor importante en el servicio son es la rapidez en el servicio. El 100.00% respondieron que si brindan una buena atención al cliente; y finalmente llegando a la conclusión: La mayoría de las micro y pequeñas empresas aplican gestión de calidad en atención al cliente, considerando que la rapidez en el servicio al cliente es primordial para lograr la fidelización de clientes.

Ruiz (2019) en su investigación titulada *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, venta de ropa y accesorios, distrito de Callería, año 2018*; cuyo objetivo fue: Determinar la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, venta de ropa y accesorios, distrito de Callería, año 2018. La metodología de investigación fue mixta: cuantitativa y cualitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, descriptiva y correlacional. Usando la técnica de encuesta y un cuestionario estructurado de 22 preguntas se entrevistó a los microempresarios encontrando que el 65,4% son de

género femenino. Estos negocios se caracterizan por ser establecimientos de poca dimensión (tamaño); emplean de “1 a 4 colaboradores”; carecen de organigrama y manual de organización y funciones. Esta falta afecta el nivel de comunicación y la claridad de las jerarquías y funciones entre los miembros de la organización. Respecto a gestión de calidad: el 61,5% no tienen misión y visión; tampoco usan herramientas administrativas y carecen de un plan de gestión. Es decir, no tienen el soporte estratégico para implementar estrategias de mejora continua. Respecto a atención al cliente: la investigación muestra que las mypes tienen un enfoque práctico en el cliente y se evidencia en la infraestructura que poseen, pero son débiles en el conocimiento y aplicación de técnicas, por ejemplo, la mayoría no tiene un protocolo para recepcionar las sugerencias y reclamos del cliente. Finalmente, es necesario difundir entre las mypes las mejores prácticas en atención al cliente como evaluar al personal la actitud de servicio, capacitar y obtener la retroalimentación del cliente.

### **Regionales.**

Masias (2016) en su trabajo de investigación el cual tuvo como título *Formalización y gestión de calidad de las mype comerciales, rubro ropa del mercado central de Talara (Piura), año 2016*; cuya investigación tuvo como objetivo general: Identificar los factores que caracterizan a la formalización y gestión de calidad en las mype comerciales rubro ropa del mercado central de Talara (Piura), año 2016. El tipo de la investigación fue descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental transversal. Se acudió a las unidades de análisis constituidas por las mypes del rubro comercio de ropa. Para la variable formalización la población fue de 15 y una muestra de 28 personas encuestadas; siendo los principales resultados: el 85.7% su régimen de constitución es simplificado, el 85.7% utilizan las boletas, el 53.6% cuentan con una

licencia municipal provisional, el 100% no cuentan con registros de contabilidad, el 32.1% su razón de formalizar es de contar con un registro legal de su empresa, el 100% no están registradas e registro legal de su empresa, el 100% no están registradas en SUNARP. Para la variable gestión de calidad la población fue de 47 clientes, siendo los principales resultados: El 74.5% de clientes no tienen conocimiento de gestión de calidad, el 87.2% si recibieron del personal un trato amable y respetuoso, el 46.8% prefieren encontrar buena atención en una tienda, el 42.6% la calidad del producto les motivó realizar su compra, el 80.85% si recomendarían la empresa a otras personas

Yacila (2018) en su investigación titulada *Características de la gestión de calidad y atención al cliente del comercial Ortiz del distrito de Sullana, año 2018* tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente del comercial Ortiz del distrito de Sullana, año 2018. El tipo de investigación fue cuantitativo de nivel descriptivo con un diseño no experimental de corte transversal. La población para el estudio estuvo conformada por 20 individuos para la variable gestión de calidad y 121 para la variable atención al cliente, quienes se les aplicó un cuestionario, utilizando la técnica de la encuesta. Dando con los principales resultados sobre la calidad, cuales fueron: el 45% señalaron que cumple las expectativas del cliente, el 40% señalaron que usan motivación al personal, el 40% señalaron que están satisfechos por los resultados obtenidos, el 41% señalaron que los clientes establecen preguntas respecto al producto, el 37% señalaron que recurren a empresas de prestigio, el 41% señalaron que los clientes fieles reclaman un buen servicio, señalaron que los clientes fieles reclaman un buen servicio, el 50% señalaron que los clientes tienen buen trato al personal, el 38% señalaron que los clientes reclaman para que los atiendan, el 42% señalaron que están de acuerdo en

recibir más información, el 50% señalaron que los clientes recurren empresas de más confianza, el 38% señalaron que los clientes utilizan un lenguaje adecuado. En conclusión, las empresas hoy en día están preocupándose por ofrecer productos y servicios de calidad, también una adecuada atención para los clientes.

Domínguez (2019) en su trabajo de investigación titulado *Caracterización de competitividad y atención al cliente en mypes rubro ropa para damas en el mercado Juan Velasco Alvarado, Piura 2017*; estableció como objetivo determinar las características de competitividad y atención al cliente de las mype rubro ropa para damas en el mercado Juan Velasco Alvarado, Piura 2017. Se usó la metodología tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, corte transversal, agrupando los resultados de acuerdo a cada variable. De acuerdo a las encuestas aplicadas a los clientes se determinó que las mype si aplican estrategias competitivas tales como el liderazgo en costos y la diferenciación. Con respecto a los elementos de competitividad se identificó que las mype aplican la innovación en los productos y la proactividad de los colaboradores, así mismo las estrategias de atención al cliente que usan en mayor porcentaje es la rapidez de atención y la amabilidad y finalmente los beneficios que obtiene las mype al brinda una buena atención al cliente es la lealtad y la difusión gratuita.

### ***2.1.2 Antecedentes de atención al cliente***

#### **Internacionales.**

Cruz (2015) La presente investigación titulada *Servicio y atención al cliente en la comercializadora de textiles - Unitex de la cabecera departamental de Huehuetenango*; con el objetivo de determinar cómo se brinda el servicio y atención



al cliente en la empresa comercializadora de textiles Unitex de la cabecera departamental de Huehuetenango, así como identificar el nivel de satisfacción que brinda al consumidor para luego buscar alternativas de solución a las limitantes encontradas. La investigación es de tipo descriptivo, además contiene información bibliográfica y de campo relacionada con el tema de estudio. Los instrumentos de recopilación de datos incluyeron cuestionarios y guías de entrevista, que fueron dirigidos a tres tipos de sujetos: clientes reales, empleados y gerente general de la comercializadora de textiles Unitex. Al finalizar el proceso de investigación, se determinó que la empresa necesita un mejoramiento en el servicio y atención al cliente, quienes no solo buscan un producto, sino también ser atendidos de manera eficiente, por tal razón; se deben implementar acciones que eleven los niveles de satisfacción del cliente y le permitan a la empresa cumplir con sus expectativas. En conclusión, el nivel de servicio al cliente ofrecido en la empresa comercializadora de textiles Unitex es aceptable pero no óptimo, ya que para ello se debe garantizar la aplicación de elementos de importancia, tales como la satisfacción, expectativas y ambiente e instalaciones agradables

### **Nacionales.**

Díaz (2019) en su trabajo de investigación titulado *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, casco urbano, distrito de Chimbote, 2018*; cuyo objetivo general fue: Determinar las principales características la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, casco urbano, distrito de Chimbote, 2018. La investigación fue de diseño no experimental - transversal para el recojo de la información se escogió una población

muestral de 44 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados. El 50.00% de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad. El 84.09% son de género femenino. El 56.82% tiene grado de instrucción superior no universitaria. El 59.09% tienen en el rubro entre 4 a 6 años. El 86.36% cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores. El 38.64% tienen cierto conocimiento sobre el termino gestión de calidad. El 34.09% utilizan la atención al cliente herramienta de gestión. El 100.00% conocen el termino atención al cliente. El 93.18% consideran que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento. El 38.64% utilizan la comunicación como herramienta de servicio al cliente. El 43.18% consideran como factor importante en el servicio son es la rapidez en el servicio. El 100.00% respondieron que si brindan una buena atención al cliente. Conclusión: La mayoría de las micro y pequeñas empresas aplican Gestión de calidad en atención al cliente, considerando que la rapidez en el servicio al cliente es primordial para lograr la fidelización de clientes.

### **Regionales.**

Benites (2020) en su trabajo de investigación titulado *Caracterización de la capacitación y atención al cliente en las mype comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central distrito Catacaos - Piura, año 2017*; cuyo objetivo general fue: Determinar las características de la capacitación y atención al cliente en las mype comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central distrito Catacaos - Piura, año 2018, se utilizó una metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptiva, diseño no experimental y de corte transversal, para el recojo de datos se trabajó respectivamente 5 mype, con una población para la variable capacitación de 9 trabajadores que incluye 5 propietarios y variable atención al cliente

infinita 384 clientes, concluyendo las características con respecto a capacitación el 100% si es necesaria la capacitación en su área de trabajo y necesitan varias capacitaciones, el 100% no cuenta con equipos necesarios, por lo tanto los empresarios deben brindar capacitaciones a sus colaboradores, para contar con un personal altamente calificado, así mismo las características que tiene la atención al cliente el 96% nunca ha tenido quejas sobre la atención y el 94% considera que la experiencia de compra es una opción para apreciar los productos, para llegar a la excelencia, se requiere de capacitaciones y orientaciones que debe incluir una buena atención al cliente.

Holguín (2018) el desarrollo del trabajo de tesis se denomina: Caracterización de la capacitación y la atención al cliente en las mypes del rubro comercialización de calzado del mercado modelo central de Piura, año 2018. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la capacitación y atención al cliente en las mypes del rubro comercialización de calzado del mercado modelo central de Piura, año 2018. El tipo de investigación fue descriptiva, nivel cuantitativo, con diseño no experimental y de corte transversal. La población de carácter finita para la variable capacitación e infinita para la atención al cliente, siendo los resultados de la muestra obtenidos, para la capacitación 18 trabajadores, y 67 clientes en el caso de atención al cliente, utilizando la técnica de la encuesta, con el instrumento cuestionario. Luego de las aplicaciones de análisis de los resultados, concluyendo que los principios fundamentales de la capacitación son el crecimiento del personal, la confianza generada en el cliente, el nivel organizacional; las técnicas de capacitación de mayor aplicación es la transmisión de películas y los estudios programados por los propios trabajadores; relacionado a la atención al cliente les brinda oferta de valor mediante el

precio y la calidad de los productos y finalmente en las claves de atención mayormente utilizan la cortesía de los trabajadores, la concertación de venta y la empatía.

Yacila (2018) en su investigación titulada *Características de la gestión de calidad y atención al cliente del comercial Ortiz del distrito de Sullana, año 2018* tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente del comercial Ortiz del distrito de Sullana, año 2018. El tipo de investigación fue cuantitativo de nivel descriptivo con un diseño no experimental de corte transversal. La población para el estudio estuvo conformada por 20 individuos para la variable gestión de calidad y 121 para la variable atención al cliente, quienes se les aplicó un cuestionario, utilizando la técnica de la encuesta. Dando con los principales resultados sobre la calidad, cuales fueron: el 45% señalaron que cumple las expectativas del cliente, el 40% señalaron que usan motivación al personal, el 40% señalaron que están satisfechos por los resultados obtenidos, el 41% señalaron que los clientes establecen preguntas respecto al producto, el 37% señalaron que recurren a empresas de prestigio, el 41% señalaron que los clientes fieles reclaman un buen servicio, señalaron que los clientes fieles reclaman un buen servicio, el 50% señalaron que los clientes tienen buen trato al personal, el 38% señalaron que los clientes reclaman para que los atiendan, el 42% señalaron que están de acuerdo en recibir más información, el 50% señalaron que los clientes recurren empresas de más confianza, el 38% señalaron que los clientes utilizan un lenguaje adecuado. En conclusión, las empresas hoy en día están preocupándose por ofrecer productos y servicios de calidad, también una adecuada atención para los clientes.

## 2.2 Bases Teóricas

### 2.2.1 *Gestión de Calidad*

#### **Concepto de calidad**

Gallego (2006) menciona que la gestión de calidad “representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas”. Mientras que, Carreño (2016) menciona que “la gestión es la acción o efecto de realizar actividades para lograr la consecución de un negocio, trámite o la satisfacción una necesidad cualquiera” (p. 16).

Por otra parte, Durán (2014) afirma que gestión de calidad se entiende como el “conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad; además sería el modo en que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función de calidad con vistas de su mejora”. La gestión de calidad irá encaminada a gestionar los procesos de una empresa, basándose en la calidad y permitirá obtener el máximo de ventajas competitivas y la satisfacción de los clientes que son los receptores de un producto o servicio que proviene de proceso productivo (Arbós, 2012)

Así mismo, la calidad se puede definir como el “conjunto de aspectos y características de un producto o servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades de los clientes, es decir, se proporciona calidad cuando se iguala o supera las expectativas de los consumidores” (Calidad en el servicio al cliente, 2006).

### **Los principios de la gestión de calidad.**

Se han identificado ocho principios de la calidad que pueden ser utilizados por la alta dirección, con el fin de conducir a la organización hacia una mejora del desempeño (Rey, 2006).

***La gestión orientada al cliente.*** Las organizaciones dependen de sus clientes y, por lo tanto, deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los mismos, satisfacer sus requisitos y esforzarse en sobrepasar sus expectativas y los beneficios de este principio son el aumento de los beneficios y cuota de mercado a través de una respuesta rápida de la flexibilidad necesaria entre las oportunidades del mercado y la mejora de la fidelidad del cliente. (Rey, 2006)

***Liderazgo de la dirección.*** Rey (2006) menciona que los líderes unifican la finalidad y la dirección de la organización. Deben crear y mantener un ambiente interno, en el que el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en la consecución de los objetivos de la organización. Las ventajas de este principio son la evaluación e implementación integradas en las actividades y la comprensión de los objetivos de la empresa y motivación para alcanzarlos por parte del personal.

***Participación del personal.*** Rey (2006) menciona que “el personal es a todos los niveles “la esencia de la organización y su total implicación posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de dicha organización”. Los beneficios de la participación son el personal motivado y comprometido con la organización; personal motivador y creativo para promover y alcanzar los objetivos.

***Gestión orientada a procesos.*** Rey (2006) menciona que es “cualquier actividad, o conjunto de actividades, que utiliza recursos para transformar elementos

de entrada en resultados puede considerarse un proceso y para que las organizaciones operen de manera eficaz, tienen que identificar y gestionar numerosos procesos interrelacionados”. Este principio posibilita la reducción de los costes y los tiempos, mejora los resultados, su consistencia y predictibilidad.

***Enfoque de sistema para la gestión.*** Rey (2006) lo conceptualiza como “la identificación, comprensión y gestión de los procesos interrelacionados como un sistema, que contribuyen a la eficacia y eficiencia en el logro de objetivos y estrategias”.

***Mejora continua.*** “La mejora continua del desempeño global de la organización deberá ser un objetivo permanente de esta, es decir incrementar la probabilidad de aumentar la satisfacción de los clientes y de otras partes interesadas”. Su beneficio es mejorar en las capacidades de la organización aumentando de esta forma la ventaja competitiva y la flexibilidad para reaccionar rápidamente ante las oportunidades. (Rey, 2006)

***Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones.*** “Las decisiones tomadas por la organización deben basarse en el análisis detallado de los datos y la información precisa y fiable; los datos, así como los métodos de análisis, deben ser accesibles a todos aquellos miembros que los soliciten” (Rey, 2006). Los beneficios que acarrea son decisiones tomadas en base a una información y el aumento de las capacidades para revisar, cuestionar y cambiar las decisiones.

***Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor.*** Rey (2006) menciona que las relaciones con el proveedor “son muy importantes como herramientas de respuesta de mercados cambiantes, debe haber confianza mutua que permita

comunicaciones claras”. Sus beneficios son aumentar la capacidad de crear valor para ambas partes y la optimización de costes y recursos.

### **Beneficios que aporta la gestión de calidad**

Molina (2018) afirma que los principales beneficios de contar con un sistema de gestión de calidad son los siguientes:

***Generar mayor eficiencia.*** Las empresas con una gestión de calidad adecuada tienen el objetivo de “maximizar la eficiencia y la calidad de sus procesos y establecen pautas para ser seguidas por todos los empleados con el fin de llevar a cabo procesos comerciales y capacitaciones más sencillas y menos agotadoras en términos de tiempo o dinero” (Molina, 2018).

***Estimula la moral de los empleados.*** El tener las funciones claras y definidas, los sistemas de capacitación establecidos, así como una clara comprensión de cómo los roles de los colaboradores afectan la calidad y el éxito del negocio, son propios del enfoque de un SGC, el cual busca que los empleados estén motivados y satisfechos con el fin de lograr un mejor rendimiento en la organización. (Molina, 2018)

***Mejora la gestión de procesos.*** Al aplicar una correcta gestión de calidad, “los directivos podrán identificar las mejoras necesarias para el negocio, ello mediante un sistema de documentación y análisis (procedimiento cuidadosamente planificado e implementado) que garantiza la toma de decisiones correctas para el negocio y la eliminación de los riesgos”. (Molina, 2018)

***Ofrece niveles más altos de satisfacción del cliente.*** La gestión de calidad se basa en el principio de mejora continua. El estándar permite a las empresas identificar los productos de calidad y cómo deben satisfacerse las necesidades de los clientes. Así,



proporciona a las empresas el marco para revisar periódicamente si se satisfacen estas necesidades, con el objetivo de una mejora continua. (Molina, 2018)

Los beneficios se pueden decir que se ven reflejados en los resultados positivos a mediano y largo plazo en una empresa y es ahí donde radica la importancia de implementarlo, más allá de que constituya un reto perfeccionar los procesos para cumplirlo. (Molina, 2018)

### ***2.2.2 Atención al cliente***

#### **Concepto de atención al cliente.**

Según Blanco (2013) atención al cliente es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerla, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por lo tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes. Mientras que, para Almestar (2017) en su investigación el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

#### **Beneficios que se logran a través de la atención al cliente**

Artware (2017) los beneficios que se logran a través de la atención al cliente son los siguientes:

***Mayor lealtad de los consumidores.*** Los clientes satisfechos vuelven a consumir y recomendar los productos cuando alcanzan y superan sus expectativas.

*Incremento de las ventas y la rentabilidad.* Todo valor agregado incrementa la rentabilidad del producto y una buena aceptación influye directamente en el precio final del producto.

*Disposición para comprar.* Un cliente satisfecho se interesa en conocer el resto de los servicios prestados, teniendo una confianza ya adquirida por la alta aceptación que obtuvo en la empresa.

*Más clientes nuevos.* Un cliente satisfecho es indirectamente un potencial vendedor a través de su buena experiencia personal en la adquisición de nuestros servicios.

*Mejor imagen y reputación de la empresa.* Una buena aceptación implica estar en el top ranking de las empresas que prestan mejor servicio.

*Una clara diferenciación de la empresa respecto a sus competidores.* Aunque sean productos y servicios similares a los de los competidores, los clientes los perciben como diferentes e, incluso, como únicos.

*Menos quejas y reclamaciones.* En consecuencia, menores gastos ocasionados por su gestión: Es una consecuencia directa de la buena aceptación, implica menos recursos dedicados posteriores a la venta del servicio.

### **Factores de la atención al cliente**

El gran reto que tienen hoy en día todas las organizaciones es conseguir que el cliente o ciudadano en el caso de las administraciones se sientan satisfechos y que sus necesidades estén cubiertas. “La fidelización y calidad en la atención a clientes y usuarios es una mezcla de 3 factores o elementos que unidos conforman el éxito y que,

si uno solo de ellos falla, el usuario percibirá que la ciudad del servicio no es más apropiada”. (Casal, 2014)

Estos Factores de la atención al cliente son los siguientes:

**El servicio o producto:** Tendemos a pensar que el servicio al cliente es más un añadido al producto que algo esencial que supone una diferencia y dirime la decisión a nuestro favor para un porcentaje cada vez mayor de consumidores (Pymes y Autonomos, 2014)

**Los procedimientos:** El proceso de atención al cliente es “el conjunto de actividades que realizamos desde que recibimos el primer contacto de un usuario hasta que resolvemos su consulta y nos despedimos de él, ordenado según las distintas fases que atravesaremos a lo largo de todo el procedimiento” (IMS, 2018).

La atención al usuario es uno de los aspectos básicos en cualquier empresa, y que un servicio deficiente puede suponer la pérdida de un gran número de clientes y una dañina fuente de publicidad negativa.

**Recursos:** La gran mayoría de empresas tienen bien establecidos los procedimientos y estrategias de marketing, “pero muchas veces descuidan a los vendedores que son los últimos, quienes tienen el contacto con el cliente y por ende, la responsabilidad de captar clientes y realizar ventas efectivas depende mucho del vendedor”. (Neyra, 2006)

### ***Servicio al cliente***

La idea fundamental es crear y comunicar un análisis de clientes o clientes potenciales explícitos y claros, considerando las necesidades y comportamiento de los

clientes y ofreciendo explicaciones claras a la forma en que las empresas podrán satisfacer y ajustarse ese comportamiento. (Bund, 2006)

Couso (2005) menciona que el servicio al cliente “no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para la existencia de la empresa y construye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso”. El servicio al cliente es algo que podemos mejorar si queremos hacerlo.

La percepción global del cliente es la valoración que se hace con respecto a nuestra empresa comparada con otras y los elementos que la componen son los elementos tangibles y elementos intangibles (Couso, 2005).

Torres (2006) menciona que el diseño del servicio que se realiza debe satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, además de garantizar la competitividad de la empresa de forma tal que pueda permanecer en el mercado. Las empresas deben reducir la diferencia entre la realidad de su oferta (productos o servicios) y las necesidades y preferencias del cliente, el servicio se les brinda no aun cliente indistinto sino a una persona (o grupo) específico y como tal debe tratarse. Esto permite la personalización de la atención a los clientes que los hace sentirse especiales; la política de atención al cliente va acompañada de una política de calidad.

Torres (2006) la calidad en la atención al cliente debe sustentarse en políticas, normas y procedimientos que involucra a todas las personas de la empresa. Así cada empresa desarrolla su propia estrategia de calidad de servicios teniendo en cuenta el sector en el que opera y el tipo de negocio que desarrolla.

### III. Hipótesis

La investigación no contó con una hipótesis ya que fue de tipo descriptivo y no experimental tal como lo menciona Hernández & Mendoza (2018) en su libro de *metodología de la investigación*, esto significa, que solo se obtuvieron las características de cada variable sin interceder en su entorno natural.

Hernández & Mendoza (2018) mencionan que cuando se realiza una investigación descriptiva no se registra hipótesis, ya que los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis; por lo tanto, al ser esta investigación de estudio de carácter descriptiva no se especifica la hipótesis.

## IV. Metodología

### 4.1 Diseño de la investigación

El tipo de investigación empleada fue cuantitativo según González (2006) afirma que una investigación cuantitativa tiene características que se pueden mencionar como:

- Parte generalmente de un problema bien definido por el investigador
- Parte de objetivos claramente por el investigador
- Se utilizan técnicas estadísticas muy estructuradas para el análisis de la información
- Utiliza instrumentos para la recolección de información y medición estructuradas

La investigación fue de nivel descriptivo según Torres (2006) menciona que la investigación descriptiva son los procedimientos investigativos más utilizados por los principiantes en los trabajos de grado, en los pregrados, las maestrías, son estudio de carácter descriptivo.

La investigación de nivel descriptivo se guía por las preguntas de investigación que se formula el investigador, cuando se plantean las hipótesis en los estudios descriptivos, estas se formulan a nivel descriptivo y se prueban dichas hipótesis. Así mismo, soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental.

El diseño de la investigación fue no experimental ya que, según Jaramillo & Ramírez (2006) la investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, lo que hacemos en la investigación no

experimental es observar fenómenos tal y como se da en su contexto natural para después analizarlos.

No hay manipulación intencional ni asignación al azar, la investigación no experimental es investigación sistemática y empírica en las que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido, en algunas ocasiones la investigación se centra en analizar cuál es el nivel de diversas variables en un momento dado, o bien el cual es la relación entre un conjunto de variables en un punto en el tiempo.



Dónde:

M1: Muestra

O: Variables

## 4.2 La población y muestra

### 4.2.1 Población

La población según Hernández & Mendoza (2018) es el conjunto de todos los individuos que tienen común alguna característica observable y en lo que desea estudiar un determinado fenómeno. Constituye pues el conjunto completo de individuos a los cuales se referirán las conclusiones del estudio (p. 198 – 199).

En la presente investigación la población en estudio estuvo conformada por dos poblaciones, la primera fue finita, la cual estuvo conformada por los 5 trabajadores

de la mype y la segunda población fue infinita ya que se desconocía quiénes eran los clientes de dicha mype.

#### 4.2.2 Muestra

La muestra es la parte de la población que se selecciona de la cual realmente se obtiene información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuaran la medición y la observación de las variables objeto de estudio (Hernández & Mendoza, 2018, p.200).

La muestra orientada a la primera variable estuvo constituida por una muestra censal, ya que se tomó como referencia a todos los trabajadores de la mype.

Para calcular la segunda muestra se empleó la siguiente formula:

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

Datos:

Z = 1.645 (Nivel de confianza = 90%)

P= 50% = 0.5 (probabilidad positiva de respuesta)

Q= 50% = 0.5 (probabilidad negativa de respuesta)

E= 10% = 0.10 (margen de error aceptado)

$$n = \frac{1.645^2 * 0.5 * 0.5}{0.1^2}$$

$$n = \frac{2.7060 * 0.5 * 0.5}{0.01}$$



$$n = \frac{0.6765062}{0.01}$$

$$n = 67.65062$$

$$n = 68 \text{ clientes.}$$

Dando como resultado que la segunda muestra estuvo conformada por 68 clientes de la mype Comercial Torres Junior 2.

M1: 5 Trabajadores de la mype comercial Torres Junior 2.

M2: 68 Clientes de la mype comercial Torres Junior 2.

### 4.3 Matriz de definición y operacionalización de las variables

**Cuadro 1.** Matriz de definición y operacionalización de la gestión de calidad

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Instrumento
<b>Gestión de calidad</b>	Los principios de la gestión de calidad	La gestión orientada al cliente	¿Considera que se comprenden las necesidades de los clientes para satisfacerlos?	CUESTIONARIO
		Liderazgo de la dirección	¿Considera que se mantiene un ambiente donde todos los trabajadores pueden involucrarse en el logro de los objetivos?	
		Participación del personal	¿Considera que lo motivan de la mejor manera?	
		Gestión orientada a procesos	¿Considera que la mype cuenta con procesos que se interrelacionan?	
		Enfoque de sistema para la gestión	¿Considera que la mype identifica, comprende y gestiona los procesos como un sistema?	
		Mejora continua	¿Considera que la mejora continua es un objetivo permanente para la mype?	
		Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones	¿Las decisiones son tomadas luego de un análisis detallado de los datos disponibles?	
		Relaciones mutuamente beneficioso con el proveedor	¿Considera que la mype cuenta con relaciones beneficiosas con sus proveedores?	

	Los beneficios que aporta una gestión de calidad	Generar mayor eficiencia	¿Considera que la mype genera una mayor eficiencia para el logro de los objetivos?	
		Estimula la moral de los empleados	¿Cree que es necesario que los trabajadores estén motivados para lograr un mejor rendimiento?	
		Mejora la gestión de procesos	¿Considera que se pueden identificar las mejoras necesarias que requiere la mype?	
		Niveles más altos de satisfacción	¿Considera que la mype cuenta con buenos estándares de calidad?	

Fuente. Elaboración propia

**Cuadro 2.** Matriz de definición y operacionalización de la atención al cliente

<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Ítem</b>	<b>Instrumento</b>
<b>Atención al Cliente</b>	Beneficios que se logran a través de la atención al cliente	Mayor lealtad de los consumidores	¿Usted volvería a consumir en esta mype? ¿Recomendaría esta mype a sus conocidos?	<b>CUESTIONARIO</b>
		Incremento de las ventas y la rentabilidad	¿Considera que se ofrece un valor agregado en la mype?	
		Disposición para comprar otros servicios o productos	¿Se interesa por conocer el resto de los servicios brindados por la mype?	
		Mejor imagen y reputación de la empresa	¿Considera que la mype tiene una buena reputación en el mercado?	
		Una clara diferenciación	¿Considera que los productos de la mype se diferencian de los de la competencia?	
		Menos quejas y reclamos	¿Tiene alguna queja o disconformidad en cuanto a los servicios ofrecidos por la mype?	
	Factores de atención al cliente	El servicio o producto	¿El servicio o producto brindado es el esperado?	
		Los procedimientos	¿Considera que se ofrece una buena atención al cliente?	
		Recursos	¿Considera que la mype cuenta con un buen equipo de atención al cliente?	

Fuente. Elaboración propia

## **4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **4.4.1 Técnicas**

Martín (2011) una encuesta es sin duda la metodología de investigación más utilizada. De un modo reducido, se puede señalar que la metodología actual de la encuesta pasa por diferentes etapas centradas de campo de cuestionario y de muestra, hasta llegar a la actual de la metodología de la encuesta resulta interesante esquematizar este desarrollo porque permite adivinar una metodología siempre en constantes cambios e identificar temas y aspectos recurrentes. Es esencialmente una técnica recogida de información con una filosofía subyacente.

En una primera etapa, la encuesta:

- Utiliza cuestionario básicamente con preguntas en escala de likert.
- Recoge información objetiva.

Para el desarrollo de esta investigación se aplicó la técnica de la encuesta la cual estuvo dirigida a los trabajadores y clientes.

### **4.4.2 Instrumentos**

Abascal & Esteban (2005) un cuestionario contiene la información determinada con los objetivos de la investigación que se debe realizar, que pueden ser medir comportamientos, actitudes u opiniones. Los cuestionarios los puedes cumplimentar las mismas personas que proporcionan información. Estos cuestionarios tienen que ser perfectamente diseñados: correcta y claramente redactados

Para el recojo de la información se aplicó dos cuestionarios que estuvieron conformados por 12 y 10 preguntas respectivamente, desarrollado de acuerdo a las

variables acerca de gestión de calidad y atención al cliente, que se les aplicó a los trabajadores y clientes de la mype.

#### **4.5 Plan de análisis**

En esta investigación se utilizó el análisis descriptivo de los datos que se obtuvieron de la encuesta y cuestionario aplicados a los trabajadores y clientes de la mype

Mediante estos resultados se obtuvo una tabulación, se procesaron mediante gráficos estadísticos, recolectada la información se hizo un procedimiento en un programa Microsoft Excel.

Posteriormente se analizaron los datos mediante el programa estadístico SPSS vs. 25, obteniendo una buena fiabilidad, luego se procedió a revisar los resultados mediante una discusión con los cuales se consiguieron establecer las conclusiones generales.

## 4.6 Matriz de consistencia

Cuadro 3. Matriz de consistencia

Planteamiento del problema	Objetivos	VARIABLES	Universo y muestra	Diseño	Instrumento
¿Cuáles son las características de la Gestión de calidad y atención al cliente en la mype comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019?	<p>General:</p> <p>Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019.</p> <p>Específicos:</p> <p>1.- Identificar los principios de la gestión de calidad en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019.</p> <p>2.- Describir los beneficios que aporta la gestión de calidad en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019.</p> <p>3.- Describir los beneficios que se logran a través de la atención al cliente en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019.</p> <p>4.- Identificar los factores de la atención al cliente en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019.</p>	<p>GESTIÓN DE CALIDAD</p> <p>Y</p> <p>ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p><b>La población:</b></p> <p>P1: 5 Trabajadores de la mype Comercial Torres Junior 2.</p> <p>P2: Conformada por todos los clientes de la mype</p> <p><b>La muestra:</b></p> <p>M1: 5 Trabajadores de la mype Comercial Torres Junior 2</p> <p>M2: 68 clientes de la mype.</p>	<p>Tipo de Investigación: Cuantitativo</p> <p>Nivel de Investigación: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental</p>	<p>C</p> <p>U</p> <p>E</p> <p>S</p> <p>T</p> <p>I</p> <p>O</p> <p>N</p> <p>A</p> <p>R</p> <p>I</p> <p>O</p>

Fuente. Elaboración propia

#### 4.7 Principios éticos

En la investigación se tomaron como referencia los siguientes principios:

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

**Libre participación y derecho a estar informado.** - Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia. En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica. (Uladech, 2019)

**Beneficencia no maleficencia.** - Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios. (Uladech, 2019)

**Integridad científica.** - La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados. (Uladech, 2019)



## V. Resultados

### 5.1 Resultados

#### 5.1.1 Gestión de calidad

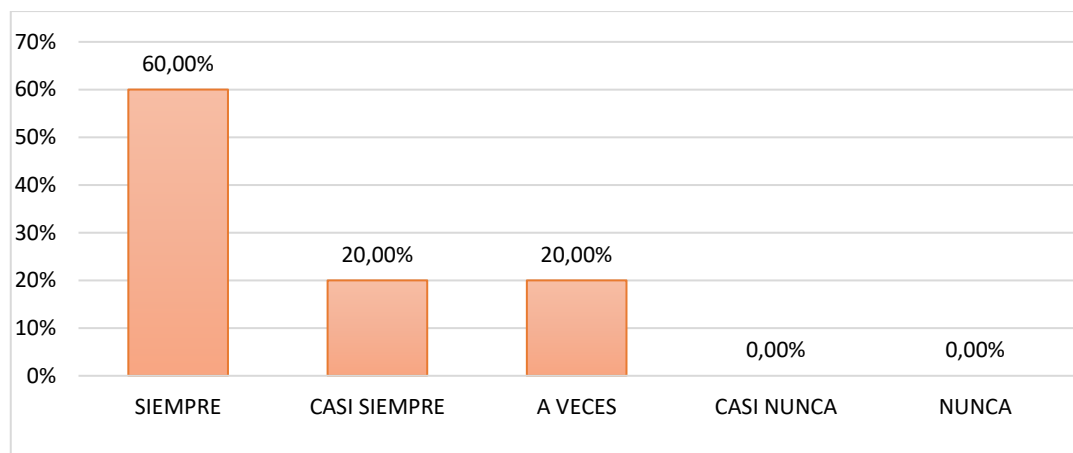
**Primer Objetivo específico:** Identificar los principios de la gestión de calidad en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019.

**Tabla 1.**

*¿Considera que se comprenden las necesidades de los clientes para satisfacerlos?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	3	60.00%
Casi siempre	1	20.00%
Algunas veces	1	20.00%
Casi nunca	0	0.00%
Nunca	0	0.00%
Total	5	100.00%

*Fuente. Cuestionario aplicado a los trabajadores*



**Figura 1.** Gráfico de barra sobre la comprensión de las necesidades de los clientes

#### Interpretación:

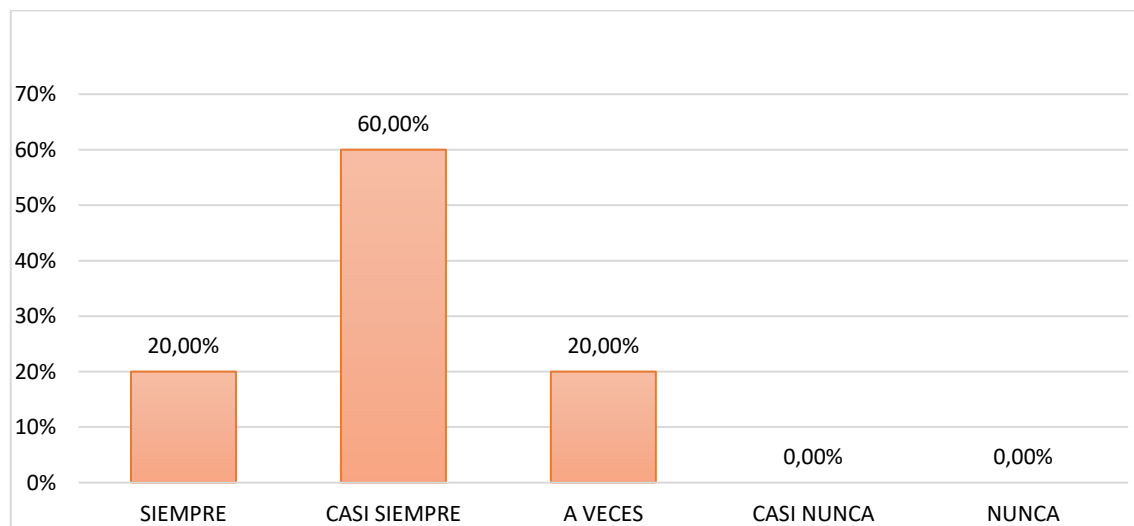
Según la tabla 1, del total de colaboradores encuestados, el 60% respondieron que la mype siempre se preocupa en comprender las necesidades de sus clientes; el 20% respondió que solo algunas veces y el 20% respondió que casi siempre.

**Tabla 2.**

*¿Considera que se mantiene un ambiente donde todos los trabajadores pueden involucrarse en el logro de los objetivos?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	1	20.00%
Casi siempre	3	60.00%
A veces	1	20.00%
Casi nunca	0	0.00%
Nunca	0	0.00%
Total	5	100.00%

*Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores*



**Figura 2.** *Gráfico de barras sobre el involucramiento de los trabajadores en el logro de objetivos*

### **Interpretación:**

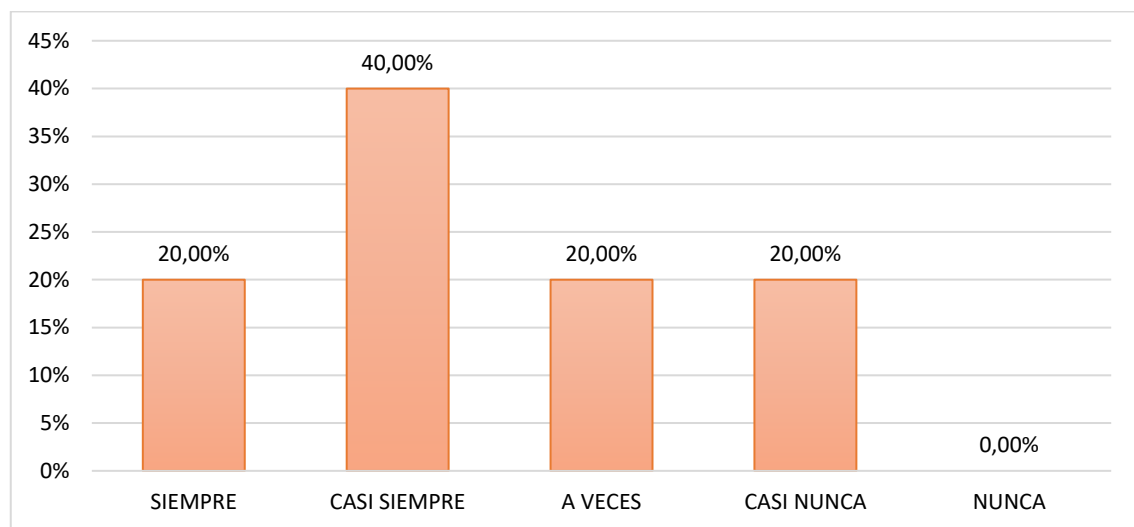
Según la tabla 2 evidencia que, del total de encuestados, el 60% de los colaboradores respondieron que casi siempre se mantiene un ambiente donde todos los trabajadores pueden involucrarse en el logro de los objetivos; el 20% respondió que siempre y el otro 20% respondió que solo algunas veces se mantiene un ambiente donde todos los trabajadores pueden involucrarse en el logro de los objetivos.

**Tabla 3.**

*¿Considera que lo motivan de la mejor manera?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	1	20.00%
Casi siempre	2	40.00%
A veces	1	40.00%
Casi nunca	1	0.00%
Nunca	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores*



**Figura 3.** *Gráfico de barras sobre la motivación del personal*

### **Interpretación:**

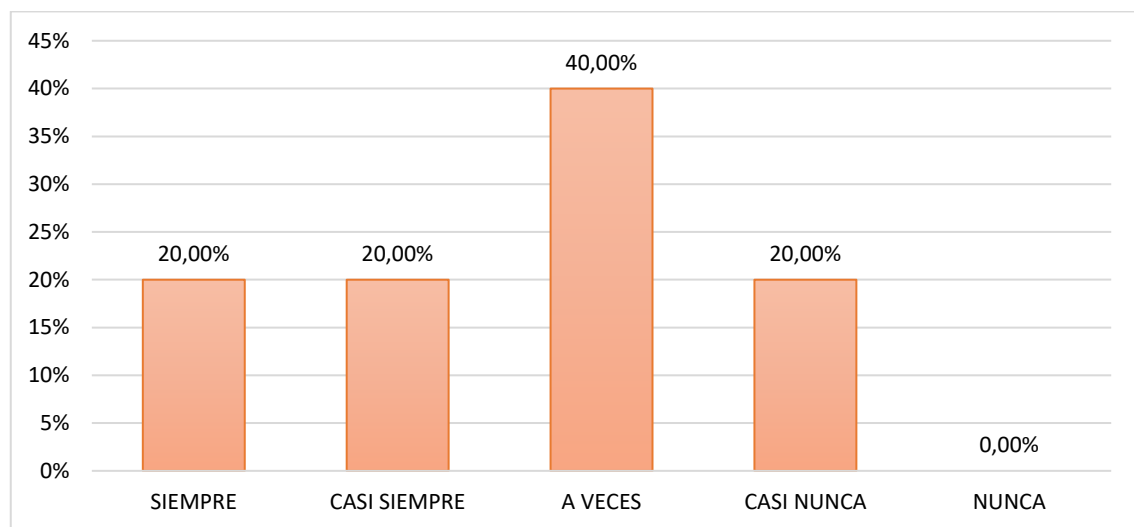
Según la tabla 3, del total de trabajadores encuestados el 40% respondió que casi siempre lo motivan de la mejor manera; el 20% respondió que siempre se le motiva; el 20% respondió que solo algunas veces y el 20% respondió casi nunca.

**Tabla 4.**

*¿Considera que la mype cuenta con procesos que se interrelacionan?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	1	20.00%
Casi siempre	1	20.00%
A veces	2	40.00%
Casi nunca	1	20.00%
Nunca	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores*



**Figura 4.** *Gráfico de barra sobre la interrelación de los procesos en la mype*

#### **Interpretación:**

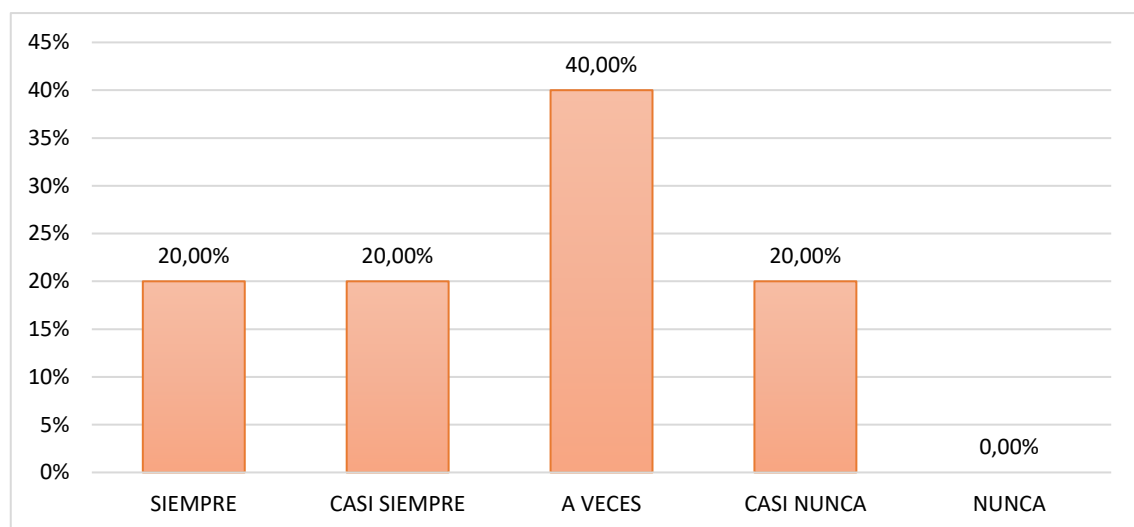
Según la tabla 4, del total de colaboradores encuestados el 40% respondieron que solo algunas veces se interrelacionan los procesos; el 20% respondió que siempre; otro 20% respondió que casi siempre y el último 20% respondió que casi nunca se interrelacionan los procesos en la mype.

**Tabla 5.**

*¿Considera que la mype identifica, comprende y gestiona los procesos como un sistema?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	1	20.00%
Casi siempre	1	20.00%
A veces	2	40.00%
Casi nunca	1	20.00%
Nunca	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores*



**Figura 5.** *Gráfico de barra sobre la identificación, comprensión y gestión de los procesos como un sistema*

### **Interpretación:**

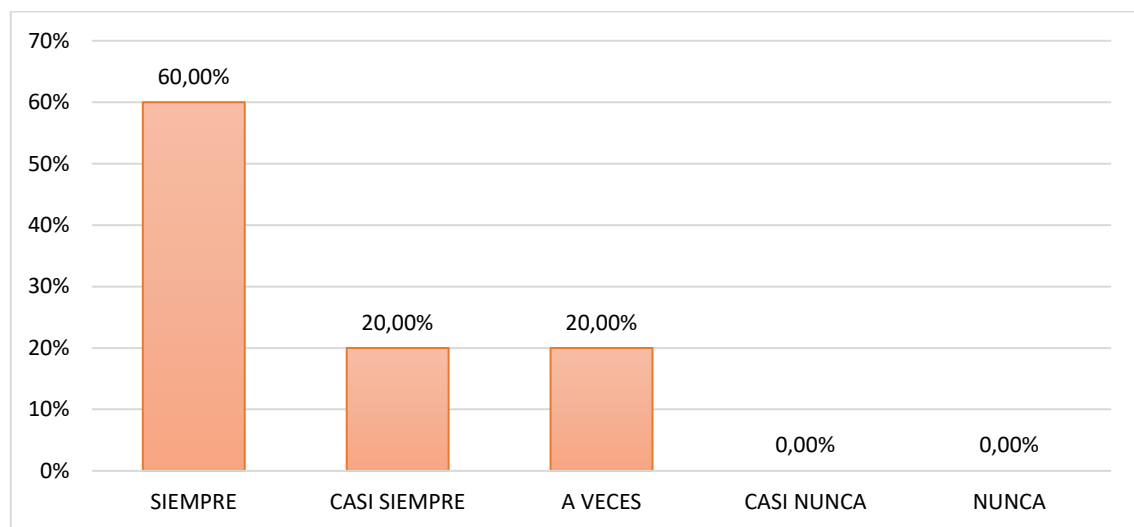
Según la tabla 5, del total de colaboradores encuestados, el 40% respondieron que solo algunas veces la mype identifica, comprende y gestiona los procesos como un sistema; mientras que un 20% respondió que siempre; otro 20% respondió que casi siempre; y el último 20% respondió que casi nunca.

**Tabla 6.**

*¿Considera que la mejora continua es un objetivo permanente para la mype?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	3	60.00%
Casi siempre	1	20.00%
Algunas veces	1	20.00%
Casi nunca	0	0.00%
Nunca	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores*



**Figura 6.** *Gráfico de barra sobre la mejora continua como objetivo permanente*

### **Interpretación:**

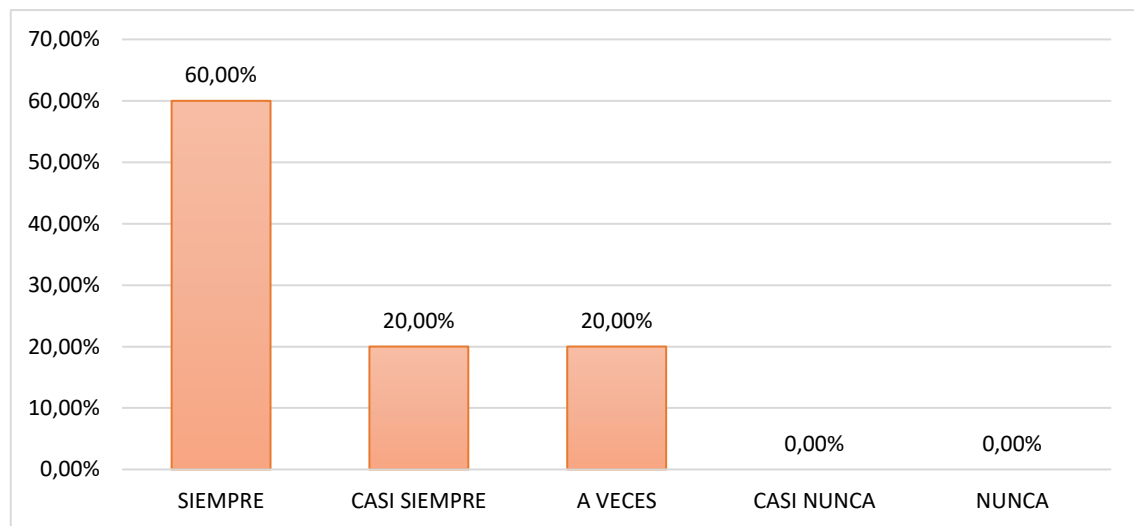
Según la tabla 6, del total de colaboradores encuestados, el 60.00% respondieron que siempre se toma en cuenta la mejora continua como objetivo permanente; el 20.00% respondió casi siempre y otro 20.00% respondió que solo algunas veces.

**Tabla 7.**

*¿Las decisiones son tomadas luego de un análisis detallado de los datos disponibles?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	3	60.00%
Casi siempre	1	20.00%
A veces	1	20.00%
Casi nunca	0	0.00%
Nunca	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores*



**Figura 7.** Gráfico de barra sobre la toma de decisiones luego de realizar un análisis detallado de los datos disponibles

### **Interpretación:**

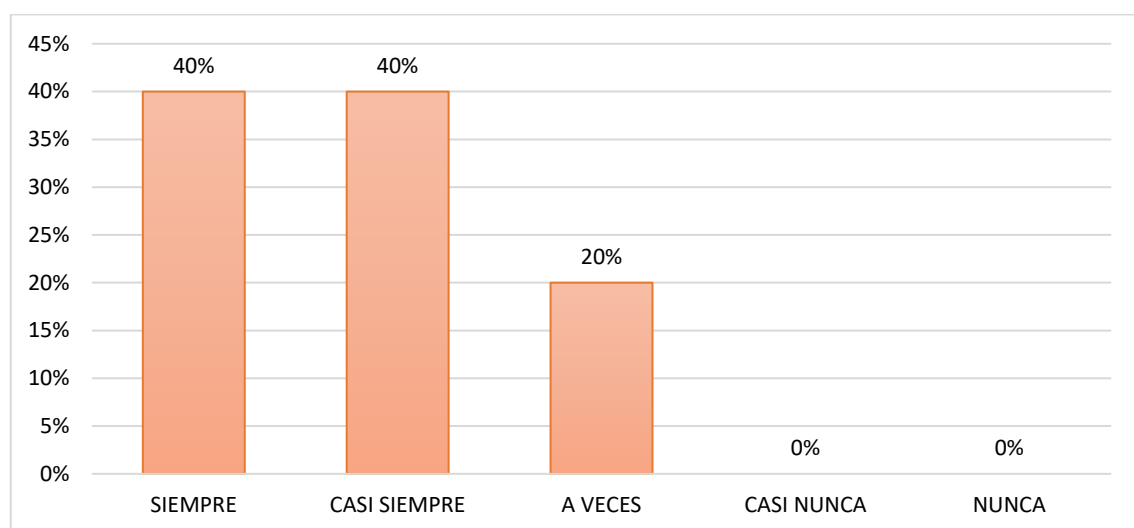
Según la tabla 7, del total de colaboradores encuestados, el 60% respondieron que la mype siempre toma decisiones luego de un análisis detallado de los datos disponibles; el 20% respondió que casi siempre y el otro 20% respondió que solo algunas veces.

**Tabla 8.**

*¿Considera que la mype cuenta con relaciones beneficiosas con sus proveedores?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	2	40.00%
Casi siempre	2	40.00%
A veces	1	20.00%
Casi nunca	0	0.00%
Nunca	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores*



**Figura 8.** Gráfico de barras sobre las relaciones beneficiosas que dispone la mype

#### **Interpretación:**

Según la tabla y grafica 8 evidencia la cantidad total de encuestados, el 40% de los colaboradores encuestados respondieron que siempre la empresa conoce muy bien las expectativas que tienen los clientes; el 40% respondió casi siempre y el 20% respondió que solo algunas veces.



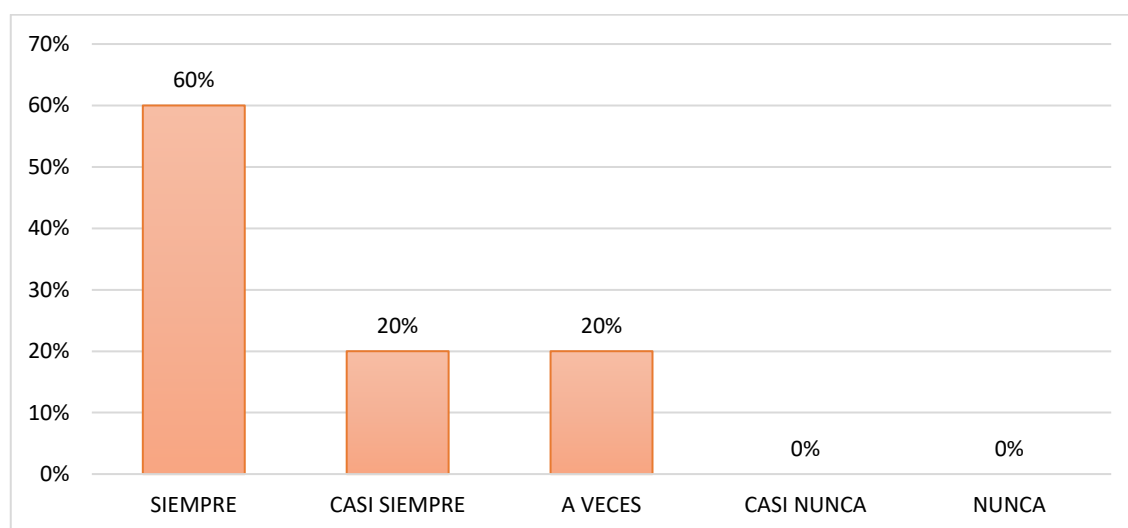
**Segundo objetivo específico:** Describir los beneficios que aporta la gestión de calidad en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019.

**Tabla 9.**

*¿Considera que la mype genera una mayor eficiencia para el logro de los objetivos?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	3	60.00%
Casi siempre	1	20.00%
A veces	1	20.00%
Casi nunca	0	0.00%
Nunca	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores*



**Figura 9.** Gráfico de barra sobre el aumento de eficiencia en el logro de sus objetivos

**Interpretación:**

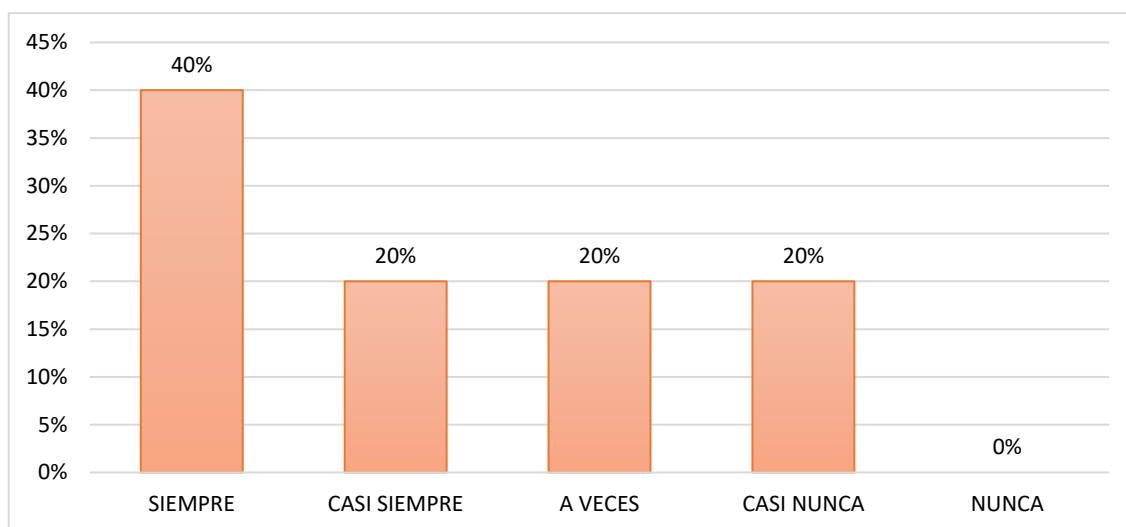
Según la tabla 9, evidencia la cantidad total de encuestados, el 60% de los colaboradores encuestados respondieron que la mype siempre genera mayor eficiencia para el logro de sus objetivos; el 20% respondió casi siempre y el 20% respondió que solo algunas veces.

**Tabla 10.**

*¿Cree que es necesario que los trabajadores estén motivados para lograr un mejor rendimiento?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	2	40.00%
Casi siempre	1	20.00%
A veces	1	20.00%
Casi nunca	1	20.00%
Nunca	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores*



**Figura 10.** *Gráfico de barra sobre la necesidad de una motivación para brindar un rendimiento*

### **Interpretación:**

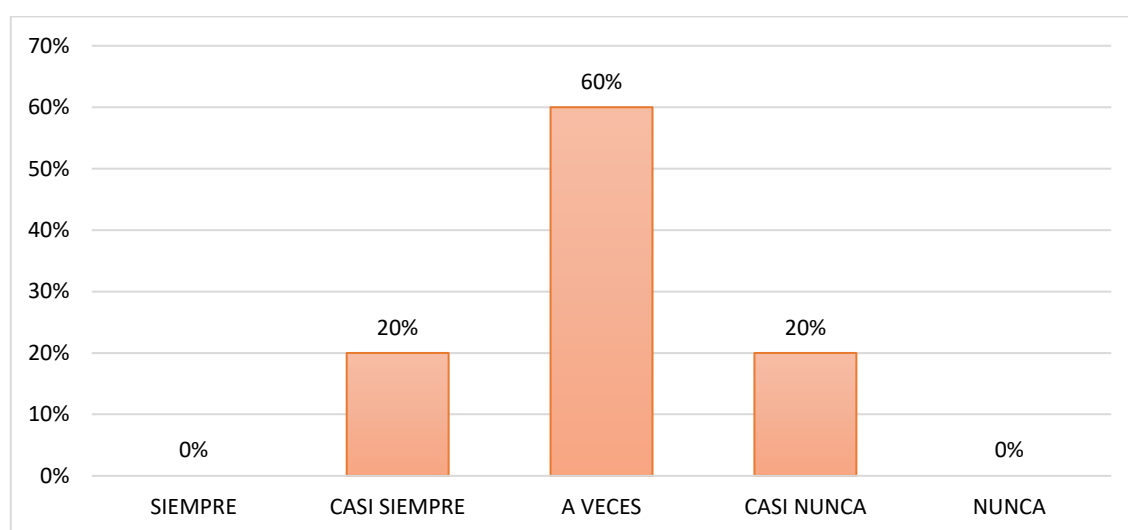
Según la tabla 10 del total de encuestados, el 40% respondieron que siempre es necesario que los empleados estén motivados para brindar un mejor rendimiento; el 20% respondió casi siempre; el 20% respondió que solo algunas veces y el último 20% respondió que casi nunca.

**Tabla 11.**

*¿Considera que se pueden identificar las mejoras necesarias que requiere la mype?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	1	20.00%
A veces	3	60.00%
Casi nunca	1	20.00%
Nunca	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores*



**Figura 11.** *Gráfico de barra sobre la identificación de mejoras necesarias que se requieren en la mype*

### **Interpretación:**

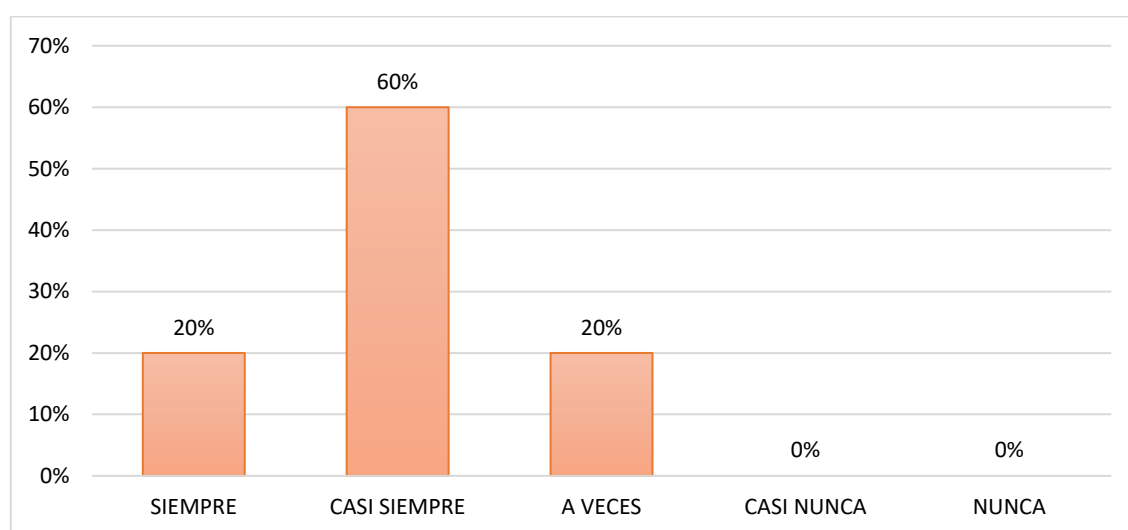
Según la tabla 11, del total de colaboradores encuestados, el 60% respondieron que solo algunas veces se logran identificar las mejoras necesarias que se requieren en la mype; el 20% respondió que casi siempre y el otro 20% respondió que casi nunca.

**Tabla 12.**

*¿Considera que la mype cuenta con buenos estándares de calidad?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	1	20.00%
Casi siempre	3	60.00%
A veces	1	20.00%
Casi nunca	0	0.00%
Nunca	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores*



**Figura 12.** *Gráfico de barra sobre la disposición de estándares de calidad en la mype*

### **Interpretación:**

Según la tabla 12, del total de colaboradores encuestados, el 60% respondieron que casi siempre la mype cuenta con altos estándares de calidad; el 20% respondieron que siempre cuentan con altos estándares y el 20% respondió que solo algunas veces.

### 5.1.2 Atención al Cliente

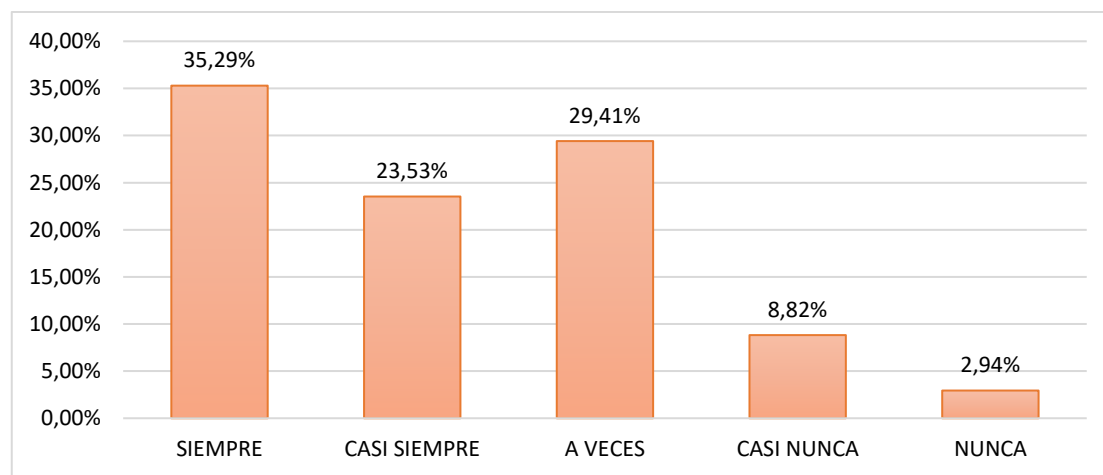
**Tercer objetivo específico:** Describir los beneficios que se logran a través de la atención al cliente en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019.

**Tabla 13.**

*¿Usted volvería a consumir en esta mype?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	24	35.29%
Casi siempre	16	23.53%
A veces	20	29.41%
Casi nunca	6	8.82%
Nunca	2	2.94%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes*



**Figura 13.** Gráfico de barra sobre la disposición de recurrencia en la compra

#### **Interpretación:**

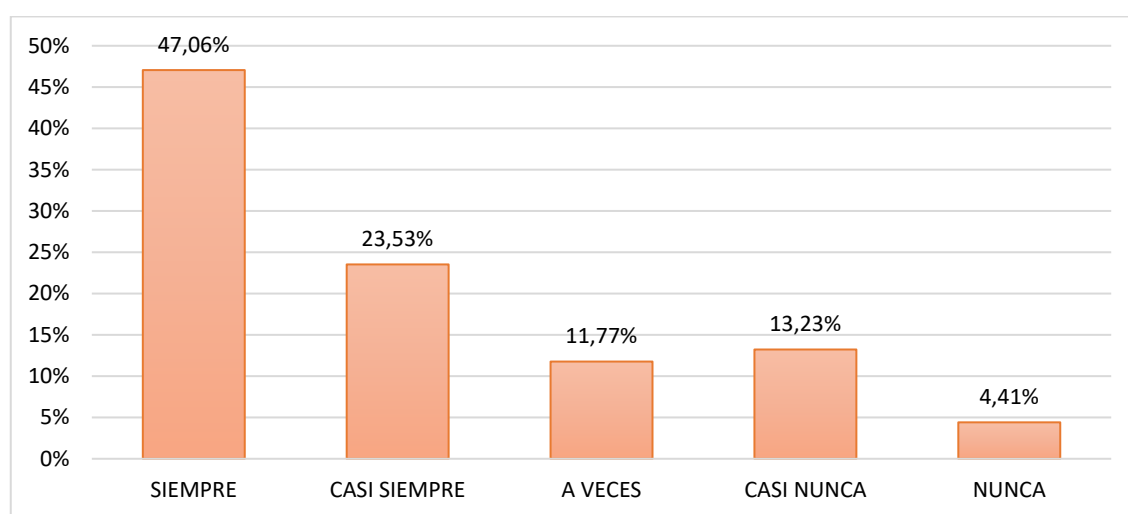
Según la tabla 13, del total de clientes encuestados, el 35.29% mencionó que siempre volvería a la mype realizar una nueva compra; el 29.41% respondió que solo algunas veces volvería; el 23.53% respondió que casi siempre; el 8.82% respondió que casi nunca y el 2.94% respondió que nunca.

**Tabla 14.**

*¿Recomendaría esta mype a sus conocidos?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	32	47.06%
Casi siempre	16	23.53%
A veces	8	11.77%
Casi nunca	9	13.23%
Nunca	3	4.41%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes*



**Figura 14.** Gráfico de barra sobre la disposición a recomendar la mype

### **Interpretación:**

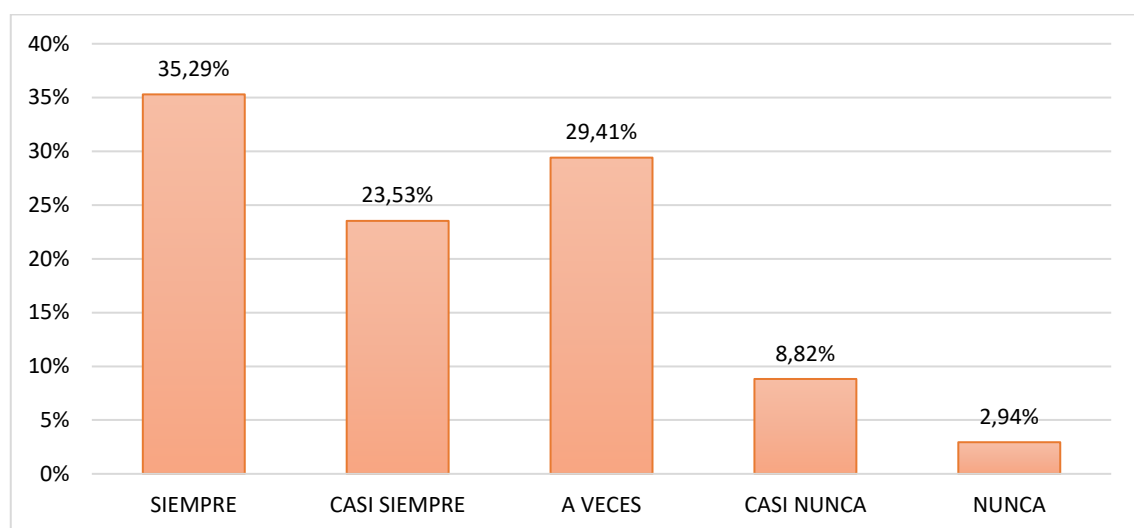
Según la tabla 14, del total de clientes encuestados, el 47.06% respondieron que siempre están dispuestos a recomendar la mype a sus conocidos; el 23.53% respondió que casi siempre; el 13.23% respondió que casi nunca recomendaría la mype; el 11.77% respondió que solo algunas veces y el 4.41% respondió que nunca recomendaría a la mype con sus conocidos.

**Tabla 15.**

*¿Considera que se ofrece un valor agregado en la mype?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	24	35.29%
Casi siempre	16	23.53%
A veces	20	29.41%
Casi nunca	6	8.82%
Nunca	2	2.94%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes*



**Figura 15.** *Gráfico de barra sobre la frecuencia de ofrecimiento de un valor agregado*

### **Interpretación:**

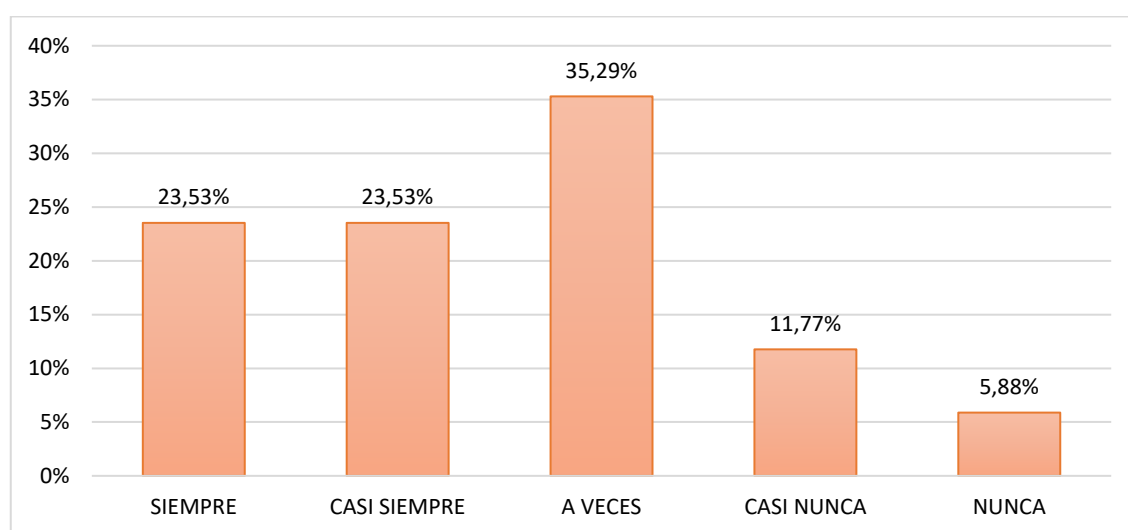
Según la tabla 15, del total de clientes encuestados, el 35.29% respondió que siempre se ofrece un valor agregado; el 29.41% respondió que solo algunas veces se ofrece un valor agregado; el 23.53% respondió que casi siempre; el 8.82% respondió que casi nunca se ofrece un valor agregado y el 2.94% respondió que nunca se ofrece un valor agregado.

**Tabla 16.**

*¿Se interesa por conocer el resto de los servicios brindados por la mype?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	16	23.53%
Casi siempre	16	23.53%
A veces	24	35.29%
Casi nunca	8	11.77%
Nunca	4	5.88%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes*



**Figura 16.** *Gráfico de barras sobre el interés de conocer los demás servicios ofrecidos*

### **Interpretación:**

Según la tabla 16, del total de clientes encuestados, el 35.29% respondieron que solo algunas veces muestran interés en conocer los demás servicios ofrecidos por la mype; el 23.52% mencionó que siempre; otro 23.53% respondió que casi siempre se interesa en conocer los demás servicios; el 11.77% respondió que casi nunca muestra interés y el 5.88% respondió que nunca se interesa en conocer los demás servicios ofrecidos por la mype.

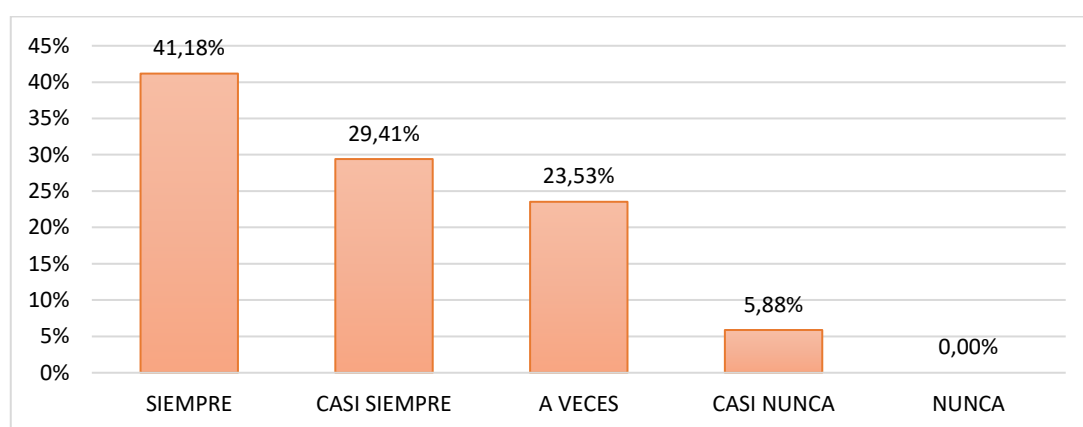


**Tabla 17.**

*¿Considera que la mype tiene una buena reputación en el mercado?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	28	41.18%
Casi siempre	20	29.41%
A veces	16	23.53%
Casi nunca	4	5.88%
Nunca	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes*



**Figura 17.** *Gráfico de barras sobre la frecuencia en que la mype muestra una buena reputación en el mercado*

### **Interpretación:**

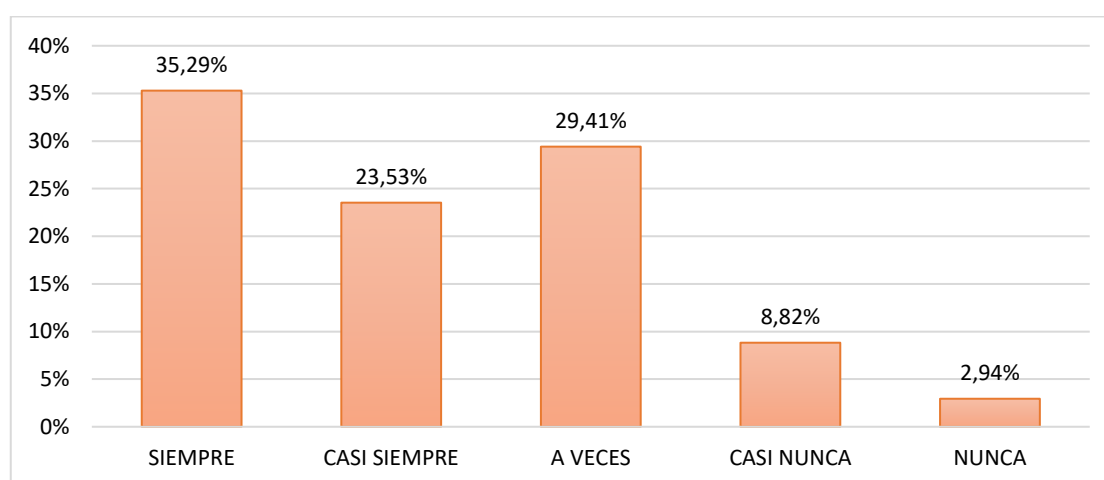
Según la tabla 17, del total de clientes encuestados, el 41.18% respondieron que la mype siempre muestra una buena reputación en el mercado; 29.41% respondió que casi siempre muestra una buena reputación; el 23.53% respondió que solo algunas veces y el 5.88% respondió que casi nunca muestra una buena reputación en el mercado.

**Tabla 18.**

*¿Considera que los productos de la mype se diferencian de los de la competencia?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	24	35.29%
Casi siempre	16	23.53%
A veces	20	29.41%
Casi nunca	6	8.82%
Nunca	2	2.94%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes*



**Figura 18.** *Gráfico de barras sobre la frecuencia de diferenciación en los productos respecto a la competencia*

### **Interpretación:**

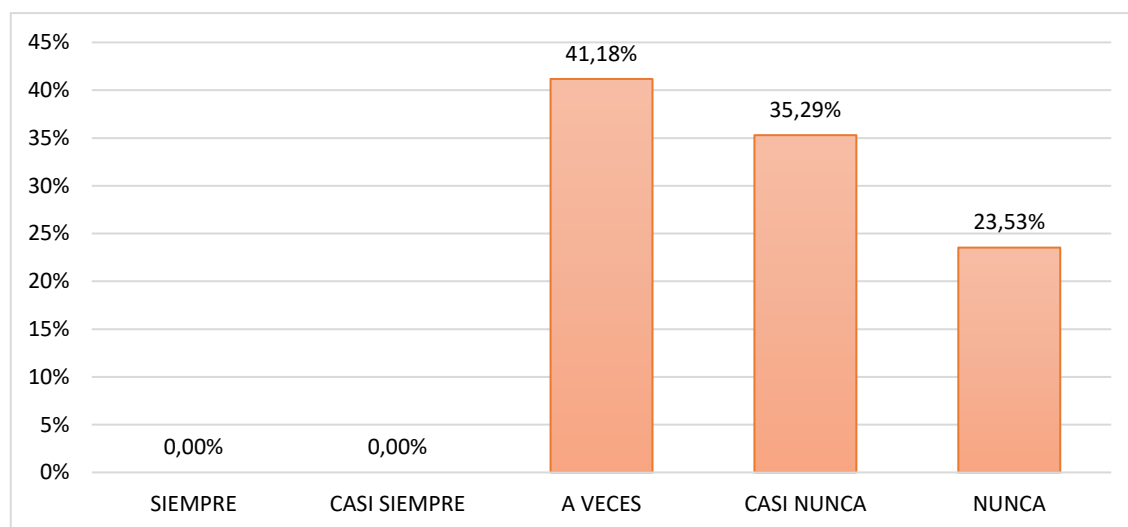
Según la tabla 18, del total de clientes encuestados, el 35.29% respondieron que siempre se diferencian los productos de la mype de las demás mypes; 29.41% respondió que solo algunas veces se diferencia; el 23.53% respondió que casi siempre se diferencian los productos; el 8.82% respondió que casi nunca y el 2.94% respondió que nunca se diferencian sus productos.

**Tabla 19.**

*¿Tiene alguna queja o disconformidad en cuanto a los servicios ofrecidos por la mype?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	0	0.00%
A veces	28	41.18%
Casi nunca	24	35.29%
Nunca	16	23.53%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes*



**Figura 19.** *Gráfico de barras sobre la frecuencia de quejas o disconformidades en el servicio que se ofrece*

### **Interpretación:**

Según la tabla 19, del total de clientes encuestados, el 41.18% respondieron que solo algunas veces tienen quejas o disconformidades en el servicio ofrecido por la mype; 35.29% respondió que casi nunca presenta quejas o disconformidades y el 23.53% respondió que nunca presenta quejas o disconformidades.

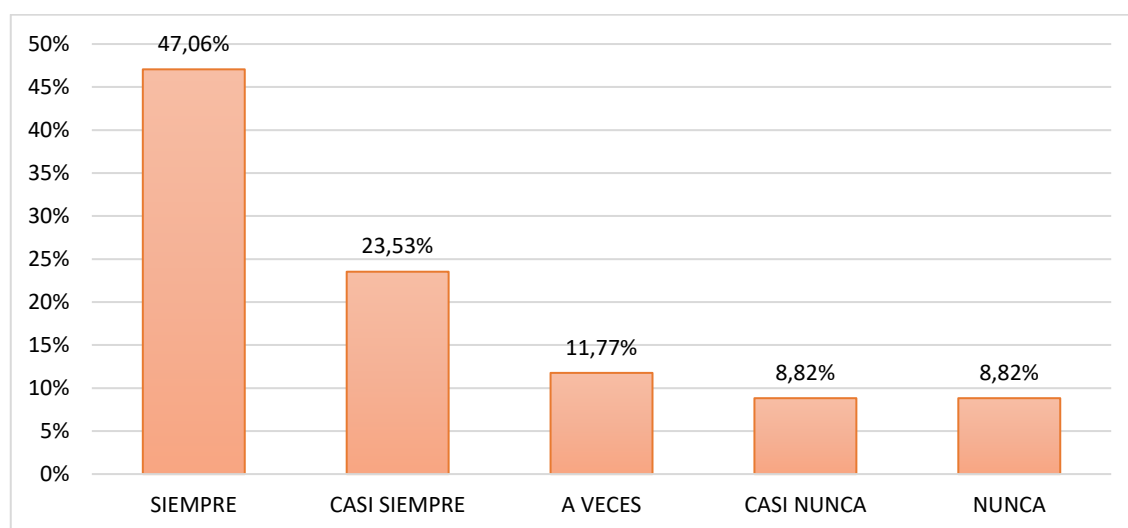
**Cuarto objetivo específico:** Identificar los factores de la atención al cliente en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019.

**Tabla 20.**

*¿El servicio o producto brindado es el esperado?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	32	47.06%
Casi siempre	16	23.53%
A veces	8	11.77%
Casi nunca	6	8.82%
Nunca	6	8.82%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes*



**Figura 20.** Gráfico de barras sobre si el servicio ofrecido por la mype es el esperado

### **Interpretación:**

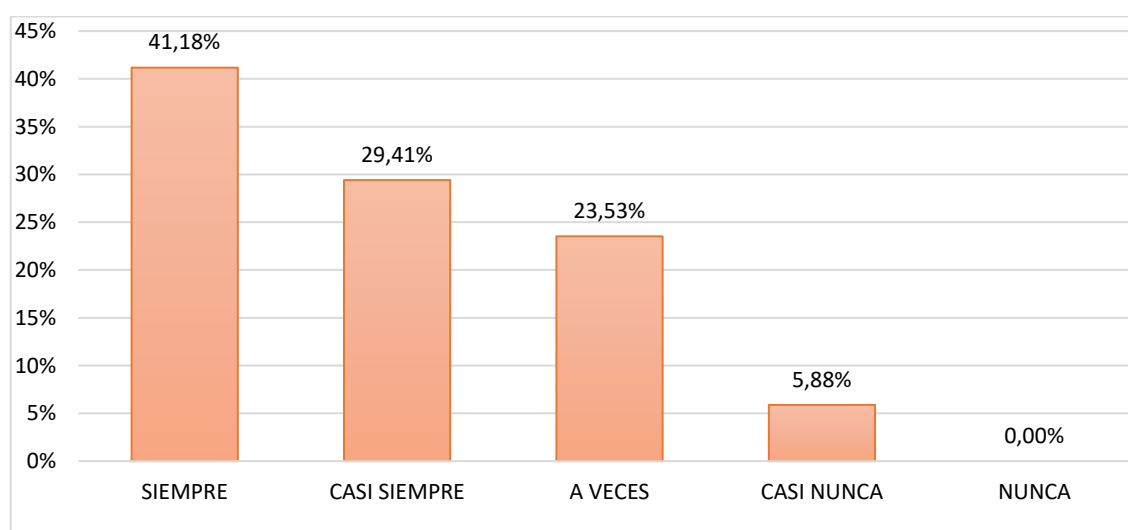
Según la tabla 20 del total de clientes encuestados, el 47.06% respondieron que el servicio ofrecido por la mype siempre es el esperado; el 23.53% respondió que casi siempre es el esperado; el 11.77% respondió que solo algunas veces es el servicio esperado; el 8.82% respondió que casi nunca y el otro 8.82% respondió que el servicio ofrecido nunca es el esperado.

**Tabla 21.**

*¿Considera que se ofrece una buena atención al cliente?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	28	41.18%
Casi siempre	20	29.41%
Algunas veces	16	23.53%
Casi nunca	4	5.88%
Nunca	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes*



**Figura 21.** Gráfico de barras sobre la frecuencia de mostrar una atención adecuada

### **Interpretación:**

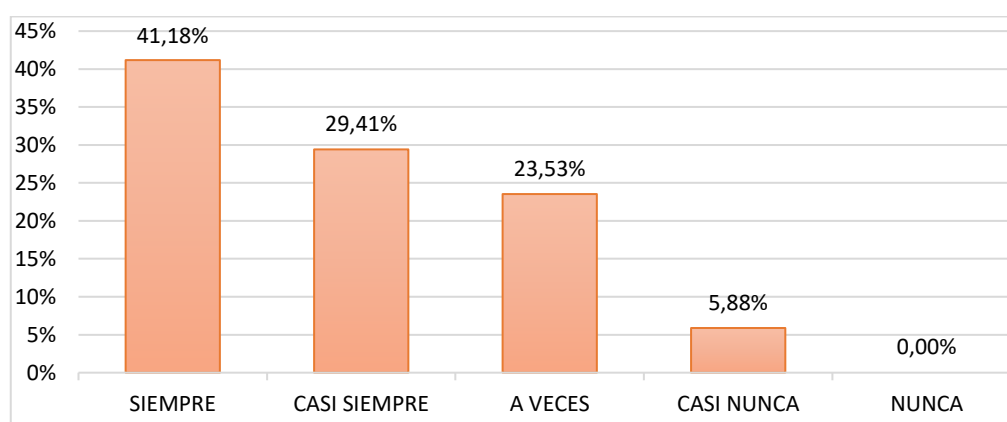
Según la tabla 21 del total de clientes encuestados, el 41.18% respondieron que siempre se ofrece una buena atención al cliente; el 29.41% respondió que casi siempre; el 23.53% respondió que solo algunas veces y el 5.88% respondió que casi nunca se ofrece una buena atención al cliente.

**Tabla 22.**

*¿Considera que la mype cuenta con un buen equipo de atención al cliente?*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	28	41.18%
Casi siempre	20	29.41%
A veces	16	23.53%
Casi nunca	4	5.88%
Nunca	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes*



**Figura 22.** *Gráfico de barras sobre la frecuencia en la que se encuentra un buen equipo de atención al cliente*

### **Interpretación:**

Según la tabla 22, del total de clientes encuestados, el 41.18% respondieron que la mype siempre cuenta con un buen equipo de atención al cliente; 29.41% respondió que casi siempre; el 23.53% respondió que solo algunas veces y el 5,88% respondió que casi nunca cuenta con un buen equipo de atención al cliente.

## 5.2 Análisis de resultados

### 5.2.1 *Gestión de Calidad*

**Primer objetivo específico:** Identificar los principios de la gestión de calidad en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019.

En la tabla 1 se observa que el 60% de los colaboradores encuestados respondieron que la mype siempre se preocupa en comprender las necesidades de sus clientes; dicho resultado coincide con la teoría de Rey (2006) el cual menciona que “las organizaciones dependen de sus clientes y, por lo tanto, deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los mismos, satisfacer sus requisitos y esforzarse en sobrepasar sus expectativas”.

En la tabla 2 se observa que el 60% de los colaboradores encuestados respondieron que casi siempre se mantiene un ambiente donde todos los trabajadores pueden involucrarse en el logro de los objetivos; este resultado se ve respaldado por la teoría de Rey (2006) el cual menciona que “los líderes unifican la finalidad y la dirección de la organización. Deben crear y mantener un ambiente interno, en el que el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en la consecución de los objetivos de la organización”.

En la tabla 3 se observa que el 40% de los colaboradores encuestados respondieron que casi siempre lo motivan de la mejor manera; este resultado concuerda con la teoría de Rey (2006) quien menciona que “los líderes unifican la finalidad y la dirección de la organización. Deben crear y mantener un ambiente interno, en el que el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en la consecución de los objetivos de la organización”.

En la tabla 4 se observa que el 40% de los colaboradores encuestados respondieron que solo algunas veces se interrelacionan los procesos; este resultado coincide con la teoría de Rey (2006) el cual menciona que la gestión orientada en procesos puede considerarse como “cualquier actividad, o conjunto de actividades, que utilizan recursos para transformar elementos de entrada en resultados puede considerarse un proceso y para que las organizaciones operen de manera eficaz, tienen que identificar y gestionar numerosos procesos interrelacionados”

En la tabla 5 se observa que el 40% de los colaboradores encuestados respondieron que solo algunas veces la mype identifica, comprende y gestiona los procesos como un sistema, esto se contrasta con la teoría de Rey (2006) quien conceptualiza el enfoque de sistema para la gestión como “la identificación, comprensión y gestión de los procesos interrelacionados como un sistema, que contribuyen a la eficacia y eficiencia en el logro de objetivos y estrategias”.

En la tabla 6 se observa que el 60% de los colaboradores encuestados respondieron que siempre se toma en cuenta la mejora continua como objetivo permanente; este resultado contrasta con la teoría de Rey (2006) quien menciona que “la mejora continua del desempeño global de la organización deberá ser un objetivo permanente de esta, es decir incrementar la probabilidad de aumentar la satisfacción de los clientes y de otras partes interesadas”.

En la tabla 7 se observa que el 60% de los colaboradores encuestados respondieron que la mype siempre toma decisiones luego de un análisis detallado de los datos disponibles; esto se contrasta con la teoría de Rey (2006) quien menciona



que “las decisiones tomadas por la organización deben basarse en el análisis detallado de los datos y la información precisa y fiable”.

En la tabla 8 se observa que el 40% de los colaboradores encuestados respondieron que siempre la empresa conoce muy bien las expectativas que tienen los clientes; esto se contrasta con la teoría de Rey (2006) quien menciona que las relaciones con el proveedor “son muy importantes como herramientas de respuesta de mercados cambiantes y debe haber confianza mutua que permita comunicaciones claras”.

**Segundo objetivo específico:** Describir los beneficios que aporta la gestión de calidad en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019.

En la tabla 9 se observa que el 60% de los colaboradores encuestados respondieron que siempre la empresa genera mayor eficiencia para el logro de sus objetivos; esto se contrasta con el resultado de Rosales (2018) en el cual el 93,3% de las micro y pequeñas empresas comprende que la Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio; así mismo, coincide con la teoría de Molina (2018) el cual menciona que las empresas con una gestión de calidad adecuada tienen el objetivo de “maximizar la eficiencia y la calidad de sus procesos y establecen pautas para ser seguidas por todos los empleados con el fin de llevar a cabo procesos comerciales y capacitaciones más sencillas y menos agotadoras en términos de tiempo o dinero”.

En la tabla 10 se observa que el 40% de los colaboradores encuestados respondieron que siempre es necesario que los empleados estén motivados para brindar un mejor rendimiento; esto se contrasta en la teoría de Molina (2018) el cual menciona

que “se debe buscar que los empleados estén motivados y satisfechos con el fin de lograr un mejor rendimiento en la organización”.

En la tabla 11 se observa que el 60% de los colaboradores encuestados respondieron que solo algunas veces se logran identificar las mejoras necesarias que se requieren en la mype; esto se contrasta con la teoría de Molina (2018) el cual afirma que al aplicar una correcta gestión de calidad, “los directivos podrán identificar las mejoras necesarias para el negocio, ello mediante un sistema de documentación y análisis (procedimiento cuidadosamente planificado e implementado) que garantiza la toma de decisiones correctas para el negocio y la eliminación de los riesgos”. Así mismo, coincide con los resultados de ...

En la tabla 12 se observa que el 60% de los colaboradores encuestados respondieron que casi siempre la mype cuenta con altos estándares de calidad; este resultado se contrasta con el encontrado por Masias (2016) el 42.6% la calidad del producto les motivó realizar su compra; además, contrasta con la teoría de Molina (2018) quien menciona que “la gestión de calidad se basa en el principio de mejora continua y el estándar de calidad en sus productos permite a las empresas identificar los productos de calidad y cómo se deben satisfacer las necesidades de los clientes”.

### ***5.2.2 Atención al Cliente***

**Tercer objetivo específico:** Describir los beneficios que se logran a través de la atención al cliente en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019.

En la tabla 13 se observa que el 35.29% de los clientes encuestados respondieron que siempre volvería a la mype realizar una nueva compra en la mype;

esto se contrasta con la teoría de Artware (2017) el cual menciona que uno de los beneficios que se genera al emplear una adecuada atención al cliente es la mayor lealtad de los consumidores, ya que vuelven a consumir y recomiendan los productos cuando se alcanzan o superan sus expectativas.

En la tabla 14 se observa que el 47.06% de los clientes encuestados respondieron que siempre están dispuestos a recomendar la mype a sus conocidos; dicho resultado coincide con el encontrado por Masias (2016) en el cual menciona que el 80.85% si recomendarían la empresa a otras personas; así mismo, contrasta con la teoría de Artware (2017) el cual menciona que uno de los beneficios que se genera al emplear una adecuada atención al cliente es la mayor lealtad de los consumidores, ya que vuelven a consumir y recomiendan los productos cuando se alcanzan o superan sus expectativas.

En la tabla 15 se observa que el 35.29% de clientes encuestados respondieron que siempre se ofrece un valor agregado; esto se contrasta en la teoría de Artware (2017) el cual menciona que si se utiliza un valor agregado se incrementan las ventas, lo cual genera un buen beneficio para la mype.

En la tabla 16 se observa que el 35.29% de clientes encuestados respondieron que solo algunas veces muestran interés en conocer los demás servicios ofrecidos por la mype, esto se ve contrastado en la teoría de Artware (2017) quien menciona que un cliente satisfecho se interesa en conocer el resto de servicios prestados, teniendo una confianza ya adquirida por la alta aceptación que obtuvo en la empresa.

En la tabla 17 se observa que el 41.18% de clientes encuestados respondieron que la mype siempre muestra una buena reputación en el mercado; este resultado

contrasta con la teoría de Artware (2017) quien afirma que una buena aceptación implica estar en el top ranking de las empresas que prestan mejor servicio, lo cual genera el beneficio de mejorar la imagen y reputación de la mype.

En la tabla 18 se observa que el 35.29% de clientes encuestados respondieron que siempre se diferencian los productos de la mype de las demás mypes. Esto se contrasta con la teoría de Artware (2017) “una clara diferenciación de la empresa respecto a sus competidores, aunque sean productos y servicios similares a los de los competidores, los clientes los perciben como diferentes e, incluso, como únicos”.

En la tabla 19 se observa que el 41.18% de clientes encuestados respondieron que solo algunas veces tienen quejas o disconformidades en el servicio ofrecido por la mype; este resultado coincide con el de Benites (2020) el cual menciona que el 96% nunca ha tenido quejas sobre la atención; así mismo, contrasta con la teoría de Artware (2017) el cual afirma que un beneficio generado por una buena atención al cliente es que se generan menos quejas y reclamaciones, en consecuencia, menores gastos ocasionados por su gestión; implica menos recursos dedicados posteriores a la venta del servicio.

**Cuarto objetivo específico:** Identificar los factores de la atención al cliente en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana año 2019.

En la tabla 20 se observa que el 47.06% de clientes encuestados respondieron el servicio ofrecido por la mype siempre es el esperado; dicho resultado contrasta con la teoría de Pymes y Autónomos (2014) el cual menciona que el servicio de atención es algo esencial que supone una diferencia y dirige la decisión a nuestro favor para un porcentaje cada vez mayor de consumidores.

En la tabla 21 se observa que el 41.18% de clientes encuestados respondieron que siempre se ofrece una buena atención al cliente; dicho resultado contrasta con la teoría de IMS (2018) “la atención al usuario es uno de los aspectos básicos en cualquier empresa, y que un servicio deficiente puede suponer la pérdida de un gran número de clientes”.

En la tabla 22 se observa que el 41.18% de clientes encuestados respondieron que siempre cuenta con un buen equipo de atención al cliente; 29.41% respondió que casi siempre; dicho resultado contrasta con la teoría de Neyra (2006) quien menciona que “muchas veces descuidan a los vendedores, y son ellos quienes tienen el contacto con el cliente y, por ende, la responsabilidad de captar clientes y realizar ventas efectivas, lo cual depende mucho del vendedor”.

## VI. Conclusiones

Respecto al primer objetivo específico, se puede describir que la mype comercial Torres Junior 2 emplea la mayoría de los principios de la gestión de calidad, el principal principio que pone en práctica es la mejora continua, ya que es un objetivo permanente dentro de la mype; así mismo, se toma las decisiones en base a hechos, luego de realizar un análisis detallado de los datos disponibles; por otra parte, los clientes también son parte fundamental, por lo cual la gestión se orienta hacia su satisfacción mediante la comprensión de sus necesidades; en cuanto al liderazgo empleado en la mype, se puede mencionar que casi siempre se mantiene un ambiente donde todos los trabajadores pueden involucrarse en el logro de objetivos; así mismo, mencionan que se les motiva de la mejor manera para obtener un mejor rendimiento; además, cuenta con relaciones mutuamente beneficiosas con sus proveedores; sin embargo, la mayoría de trabajadores consideran que no cuentan con procesos que se interrelacionen, tampoco tienen conocimientos de que se gestione los procesos como un sistema, lo cual se debe mejorar en un corto plazo, dando a conocer los procesos que se realizan a sus colaboradores para que posean un conocimiento adecuado de sus funciones.

En cuanto a los beneficios que aporta la gestión de calidad, se pudo identificar cuatro beneficios para la mype, se genera una mayor eficiencia respecto al logro de objetivos; así mismo, se estimula la moral de los empleados, con el fin de obtener el máximo rendimiento de los mismos; se obtiene niveles más altos de satisfacción, debido a que se cuenta con altos estándares de calidad; finalmente, solo algunas veces se logra una mejora en la gestión de procesos, ya que solo en algunas ocasiones se logra identificar las mejoras necesarias que requiere la mype, es un aspecto que se

puede mejorar; con lo que se concluye que la mype obtiene buenos beneficios por aplicar una adecuada gestión de calidad.

Respecto al tercer objetivo específico, se pudo identificar los beneficios que se logran a través de la atención al cliente en la mype comercial Torres Junior 2; se genera una mayor lealtad en los clientes, ya que ellos mismos mencionan que siempre volverían a consumir en la mype y la recomendarían con sus conocidos; además, se logra obtener una mejor imagen y reputación en el mercado; así mismo, se reducen las quejas o reclamos, ya que solo en algunas ocasiones se producen; la mayoría de sus clientes menciona que se ofrece un valor agregado, lo que favorece en el incremento de sus ventas y su rentabilidad; así mismo, se logra marcar una clara diferenciación respecto a sus competidores; sin embargo solo algunas veces se genera un interés en los demás servicios o productos que se ofrecen en la mype, lo cual no favorece en la predisposición para su adquisición.

En cuanto al cuarto objetivo específico se pudo describir los factores de atención al cliente que intervienen en la mype, los cuales son tres, la calidad del servicio o producto es el principal, en el cual la mayoría de los clientes mencionó que siempre se ofrece el esperado, logrando su satisfacción; así mismo, los procedimientos para ofrecer el servicio son los correctos, y se ofrece una buena atención; finalmente la mype comercial Torres Junior 2 cuenta con los recursos necesarios para ofrecer una atención de calidad, así lo demuestran su equipo de atención y sus instalaciones; sin embargo, se debe buscar una mejora continua en la atención al cliente para que la fidelización de los clientes se mantenga y poder lograr una satisfacción plena de las necesidades de los clientes.

## Referencias bibliográficas

- Aliaga Romero, G. (30 de mayo de 2015). *Diario Gestion*.
- ISO 9001. (2015). *Los 7 principios de la gestion de calidad*.
- Suárez Gil, P., & Lorenzo , J. A. (2011). *El plan de analisis*. Austria: Programa MFyC.
- (ISO 9001-2005). (2010). malaga: vertice.
- Abascal, E., & Esteban, I. G. (2005). *análisis de encuesta*. (G. Garcia, Ed.) Madrid, España : Ediciones ESIC.
- Abascal, R. f. (2004 ). *como se hace un plan estrategico:teoria del marketing estrategico* (4 edicion ed.). Madrid , España : ESIC.
- Agurto Alcas, L. (2015). *Perfil de la gestión del dominio monitoreo y evaluación de tecnologías de información y comunicación (tic) en la empresa bananera Apbosmam en el distrito de Marcavelica-Sullana-Piura en el año 2015*. sullana: universidad catolica los angeles de chimbote.
- Altuzarra Toscano, M. (2015). *Atencion al Cliente*. HE Revista Digiatl.
- Ambulay Morante, K. D. (2016). *CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEDICADAS A LA VENTA DE CALZADO UBICADAS EN EL CENTRO DE SULLANA, AÑO 2016*. sullana-peru.
- Arbós, L. C. (2012). *Gestión De La Calidad Total*. Madrid: Días de Santos. Obtenido de



<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3175155&query=gestion%2Bde%2Bcalidad>

Artware . (25 de Marzo de 2017). *Artware*. Recuperado el 23 de Junio de 2019, de Artware : <http://artwaresolution.com/10-beneficios-de-una-buena-atencion-al-cliente/>

Bañeras Gomes, J. (11 de junio de 2014). *El Blog de IMF Business School* . Obtenido de <http://www.imf-formacion.com/blog/corporativo/calidad/la-importancia-de-la-calidad-en-la-gestion-empresarial/>

Brown, A. (s.f.). *gestion de atencion al cliente* (Dias de santos ed.).

Bund, B. (2006). *De fuera hacia dentro: cómo crear una organización basada en el cliente para obtener resultados decisivos*. McGraw-Hill Interamericana.

Camison, C., Cruz, S., & Gonzales, T. (2006). *Gestion de la calidad: conceptos, fundametos, modeos y sistemas*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S. A.

Carmen Fuentelsaz Gallego, M. T. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Barcelona : Edicions Univers. Barcelona.

Casal, J. P. (2014). *Manual de atención a clientes y usuarios*. Barcelona, España : PROFIT.

Cegarra Sanches, J. (2004). *Metodologia de la investigacion cientifica y metodologica*. Madrid: Diaz de Santos.

Chinchayan Olazo, I. R. (2008). *Diseño del sistema de gestión de calidad basado en los requisitos de la norma ISO 9001:2008 para la asociación de pescadores*

*artesanales Playa Blanca- Sechura*. sechura: universidad nacional de piura.

Obtenido de <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/834>

Chulle, K. S. (2018). *Caracterización gestión de calidad y capacitación en las Mype comerciales rubro confecciones, ropa para niños mercado modelo de Piura, año 2018*. Piura: Universida Catolica Los Angeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3588>

CORI CHOQUE, E. I. (2009). *Definicion de diseño de investigacion, investigacion de campo y documental Grupo N°1*. Caracas: República Bolivariana de Venezuela.

Cortés, J. M. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. ICB.

Couso, R. P. (2005). *Servicio al cliente: La comunicacion y la calidad del servicio en la atencion del cliente* (primera ed.). Madrid , España : editorial S.L.

Cruz Medina, I. R. (s,f). Importancia de la calidad. *El buzón de pacioli*, 4.

CRÚZ, W. A. (2015). *"SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA COMERCIALIZADORA DE TEXTILES -UNITEX DE LA CABECERA DEPARTAMENTAL DE HUEHUETENANGO."*. HUEHUETENANGO: Universidad Rafael Landivar.

DECRETO SUPREMO N° 029-2004-MINCETUR. (s.f.).

Descals, A. M. (2006). *Comportamiento del consumidor* (primera edicion ed.). Barcelona: UOC.

Domínguez, T. S., Lema, D. G., & Biachi, G. G. (2013). *EL USO DE LAS TIC EN LA PYME Y SU RELACIÓN CON EL RENDIMIENTO*. España: XVIII

CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURIA ADMINISTRACIÓN  
E INFORMÁTICA.

- Donoso Alberca, N. M., & Zamudio de León, J. A. (2016). *ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE COMERCIALIZACION QUE INTERVIENEN EN LA EXPORTACION DE BANANO ORGANICO EN EL PERU POR EL PERIODO DE 2013 AL 2016*. LIMA: UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE.
- Duran, M. U. (2014). *Gestion de Calidad*. Madrid: Diaz de Santos. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=hoRIEGdLGxIC&oi=fnd&pg=PP11&dq=Gesti%C3%B3n+de+calidad+se+entiende+como+el+conjunto+de+caminos+mediante+los+cuales+se+consigue+la+calidad%3B+adem%C3%A1s+ser%C3%ADa+el+modo+en+que+la+direcci%C3%B3n+planifica+e>
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de marketing: teoría y experiencia*. Buenos Aires, Argentina: Granica S.A.
- El proceso de atención al cliente e integra IMS . (6 de Septiembre de 2018). *El proceso de atención al cliente e integra IMS* . Recuperado el 23 de Junio de 2019, de El proceso de atención al cliente e integra IMS : <https://integriaims.com/proceso-de-atencion-al-cliente/>
- Elizabeth, M. V. (2016). *FORMALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES, RUBRO ROPA DEL MERCADO CENTRAL DE TALARA (PIURA), AÑO 2016*. Talara: Univerdsidad Catolica Los Angeles De Chimbote. Obtenido de

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1019/FORMALIZACION\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_MASIAS\\_VILCHEZ\\_MARIA\\_ELIZABETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1019/FORMALIZACION_GESTION_DE_CALIDAD_MASIAS_VILCHEZ_MARIA_ELIZABETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Escobar, E. A. (2015). *“BAR RESTAURANTE MUNDO TUERCA”*. Chile :  
Universidad de Chile.

Escuela Europea de Management. (01 de julio de 2016). *google*. Obtenido de  
<http://www.escuelamanagement.eu/direccion-general-2/7-ventajas-de-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad>

ESQUIVEL INFANTE, S. M. (2015). *CARACTERIZACION DEL CLIMA ORGANIZACIONAL COMO HERRAMIENTA DE GESTION DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS-RUBRO HOTELES DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2015*. CHIMBOTE - PERU: INFORME DE TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE MAESTRO EN ADMINISTRACION.

ESTRADA, E. E. (2017). *CARACTERISTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) EN LA COOPERATIVA AGRARIA APPBOSA, DISTRITO DE MARCAVELICA, PROVINCIA DE SULLANA. AÑO 2017*.  
sullana: UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE .

Estrada, W. C. (2018). *CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y FORMALIZACIÓN DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS COMERCIALES RUBRO ABARROTOS DEL MERCADILLO DEL*

*DISTRITO DE BELLAVISTA, SULLANA AÑO 2018*. Sullana: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

Fernández, A., & Esteban, E. G. (2005). *análisis de encuesta*. madrid: ESIC.

FERRES, N. J. (2016). *PLAN DE NEGOCIO: CADENA DE TIENDAS DE ROPA "MOLTMACA"*. Santiago: Universidad de Chile.

FLORES, S. I. (2017). *GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y MARKETING INTERNO EN EL DESARROLLO DE VENTAJAS COMPETITIVAS EN EL SECTOR HOTELERO – HUANUCO 2017*. Huanuco: universidad catlica los angeles de chimbote.

Gallego, C. F., Isern, M. T., & Segura, A. M. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. BARCELONA: UNIVERSITAT DE BARCELONA.

Gallego, I. Á. (2006). *Introducción a la Calidad*. España: ideaspropias. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=Og6K9F8X8rUC&pg=PT9&dq=concepto+de+calidad&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjWs\\_jRgoDjAhUnHbkGHdpZDK4Q6AEIKDA#v=onepage&q=concepto%20de%20calidad&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=Og6K9F8X8rUC&pg=PT9&dq=concepto+de+calidad&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjWs_jRgoDjAhUnHbkGHdpZDK4Q6AEIKDA#v=onepage&q=concepto%20de%20calidad&f=false)

Gallejo, A. (2006). *Cálculo del tamaño*. Barcelona: España .

GALLO, D. A. (2017). *"CARACTERIZACIÓN DE LA GESTION DE CALIDAD CON EL USO DEL MARKETING EN EL RESTAURANTE "PERLA DEL CHIRA", DEL DISTRITO DE MARCAVELICA, PROVINCIA DE SULLANA, AÑO 2017"*. Sulana: universidad catolica los angeles de chimbote.

- García, M. L., & Sánchez, B. T. (2013). *El uso de las tecnologías de información y comunicación TIC en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyME) industriales mexicanas*. Venezuela: Universidad del Zulia.
- Gómez, M. G. (2004). *“MODELO DE SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE CON APOYO*. Chile: universidad de Chile.
- González, H. D. (2006). *Metodología de la investigación: Propuesta, anteproyecto y proyecto* (quinta ed., Vol. II). Bogotá, Colombia : Edciciones ECOE.
- GRAU, O. H. (2017). *CARACTERIZACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN Y MARKETING EN EL DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA RUBRO RADIO EN EL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2017*. Sullana: universidad catolica los angeles de chimbote.
- Guerra Bonilla, L. D. (2014). *La importancia del Marketing en las Empresas. Vision Empresarial*.
- Hernandes, Fernandes, & Baptista. (s.f.). *Metodologia de la investigacion*. Mc. Graw hill.
- Holguín, R. C. (2018). *CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL RUBRO COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO DEL MERCADO MODELO CENTRAL DE PIURA, AÑO 2018*. Piura: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- HUAMÁN, K. V. (2018). *CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS MYPE DEL RUBRO LIBRERÍAS DEL*

*MERCADO MODELO CENTRAL DE PIURA, AÑO 2018.* Piura: universidad catolica los angeles de chimote.

Ibanez, P., & Garcia, G. (2009). *Informatica/ Computer Science, Volume 1* (primera edicion ed.). mexico: CENGAGE.

Icart Iserm, M. T., Fuentelzas Callego, C., & Pulpon Segura, A. m. (2006).

*Elaboracion y prestacion de un proyecto de investigacion y una tesina.*

Barcelona: Universidad de Barcelora.

Ildefonso Grande Esteban, E. A. (2013). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial.* Madrid .

Indira, V. F. (2012). *Estrategias de Enseñanza con uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación para favorecer el Aprendizaje Significativo .*

COLOMBIA: TECNOLOGICO DE MONTERREY. Obtenido de

[https://repositorio.itesm.mx/bitstream/handle/11285/571114/DocsTec\\_12099. ;jsessionid=8DE62299157578BF30F1D00808CD9E51?sequence=1](https://repositorio.itesm.mx/bitstream/handle/11285/571114/DocsTec_12099. ;jsessionid=8DE62299157578BF30F1D00808CD9E51?sequence=1)

jaime reviera camino, r. A. (2000). *conducta del consumidor:estrategias y tacticas aplicadas al marketing.* madrid .

Jaramillo, I. D., & Ramirez, R. D. (2006). *Método y conocimiento: metodología de la investigación : investigación.* Colombia: UNIVERSIDAD EAFIT.

José, R. V. (2016). *Gestión de calidad con el uso de benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Chic galerías en el distrito de Chimbote, 2016.*

Chimbote: Universidad Catolica Los Angeles De Chimbote. Obtenido de

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8302>

Kluter, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.

Koehlin, J. J. (11 de Junio de 2019). Piura: noticias, historia, atractivos turísticos y absolutamente todo sobre la región. *El Comercio*, pág. 28. Obtenido de <https://elcomercio.pe/peru/piura/piura-noticias-region-mapa-ubicacion-provincias-distritos-lugares-turisticos-festividades-historia-clima-altura-poblacion-turismo-peru-nnda-nnlt-644142>

Kotle, P. (1999). *El marketing según Kotler: cómo crear, ganar y dominar los mercados* (Paidós Iberica S.A ed.).

La calidad en el servicio al cliente. (2006). *La calidad en el servicio al cliente*.

Mexico: Vértice. Obtenido de

<https://books.google.com.pe/books?id=M5yGtQ5m4yAC&printsec=frontcover&dq=calidad&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi9vo6ShYDjAhX3H7kGHQYdC10Q6AEILTAB#v=onepage&q=autor&f=false>

lascano, S. j., & castro, K. e. (2013). *diseño de un sistema de calidad para la mejora continua aplicando las normas ISO 9001-2010 en la hacienda bananera "jose" ubicada en el rcto. convento chico-parroquia caracol-canton babahoyo - provincia de los rios*. EUROPA: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO.

Leader Summaries . (28 de Marzo de 2003-2009). *Biblioteca de libros empresariales resumidos* . Recuperado el 12 de Junio de 2019, de Marcas de Moda : <https://www.leadersummaries.com/ver-resumen/marcas-de-moda>



Luna, J. P. (2015). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA INSTALACIÓN DE UN TALLER DE CONFECCIÓN TEXTIL DE JEANS PARA DAMAS EN LA CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2015*. Sullana: Universidad Nacional De Piura. Obtenido de <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/357/ADM-ZAP-LUN-14.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Mallorca de lujo . (12 de Noviembre de 2017). *Las 10 marcas de ropa mas caras y prestigiosas del mundo* . Recuperado el 12 de Junio de 2019, de Las 10 marcas de ropa mas caras y prestigiosas del mundo : [https://www.mallorcadelujo.com/marcas-ropa-caras-mundo/?fbclid=IwAR14jF175YvHG3yIGKCYzEutvvDUFyS55\\_jCj019IadoOVnIFbnYGLF36tA](https://www.mallorcadelujo.com/marcas-ropa-caras-mundo/?fbclid=IwAR14jF175YvHG3yIGKCYzEutvvDUFyS55_jCj019IadoOVnIFbnYGLF36tA)

MARCHAN LOPEZ, R. C. ( 2015 ). “*EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL HOTEL “FEIJOO” DE LA CIUDAD DE TUMBES, UTILIZANDO ESTÁNDARES DERIVADOS DE LAS BUENAS PRÁCTICAS, EN EL AÑO 2014*”. TUMBES – PERÚ: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .

Martín, F. A. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica* (segunda ed.). Madrid, España : Centro de Investigaciones Sociologicas .

Martínez M., A. (s.f.). *Niveles de investigacion* .

Martínez, I. J. (2005 ). *La comunicación en el punto de venta: estrategias de comunicación en el* (primera edicion ed.). Madrid , España : ESIC Editorial.

- MATELUNA, V. D., LEAY, I. M., & ESCUDERO, G. S. (2015). *PLAN DE NEGOCIOS RESTAURANTE JAPONÉS EXPRESS THE GOHAN BAR*. Chile: UNIVERSIDAD DE CHILE.
- Mateus, C. L. (2006). *Atención al cliente y gestión de reclamaciones*. Madrid : Graficas Marcar , S.A .
- MIJA, D. N., & CUEVA, D. N. (2012). *INFLUENCIA DEL USO DEL SOFTWARE EDUCATIVO EDILIM EN EL LOGRO DE LA CAPACIDAD DE COMPRENSION LECTORA EN LOS ALUMNOS POZO AYABACA 2011-2012*. AYABACA: UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA.
- Molina, A. d. (2018 de enero de 2018). *Beneficios de implementar un sistema de gestión de calidad*. Obtenido de esan.edu.pe:  
<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/beneficios-de-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Nebrera Herrera, J. (s,f). *Introducción a la calidad*. 5° Ingeniería Industrial.
- Neyra, C. (18 de Abril de 2006). *Elementos del servicio al cliente*. . Recuperado el 23 de Junio de 2019, de Elementos del servicio al cliente:  
<https://www.gestiopolis.com/elementos-del-servicio-al-cliente/>
- Pamies, D. S. (s.f.). *de la calidad y servicio a la fidelidad del cliente* (2004 ed.).
- Puente, Á. M. (2004 ). *Gestión por categorías: una integración eficiente entre fabricantes y distribuciones* (primera edicion ed.). (C. iglesias, Ed.) España: Netbiblo.
- Pymes y Autonomos . (7 de julio de 2014). *Pymes y Autonomos*. Recuperado el 23 de Junio de 2019, de Pymes y Autonomos:

www.pymesyautonomos.com/marketing-y-comercial/el-servicio-al-cliente-sera-mas-importante-que-el-producto

QUISPE, M. N. (2018). *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO VENTA MINORISTA DE PRODUCTOS TEXTILES (BOUTIQUES) DEL DISTRITO DE HUARAZ, 2016*. Huaraz: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

Rey, S. L. (2005). *Implantación de un sistema de calidad: los diferentes sistemas de calidad*. ideas propias.

Rey, S. L. (2006). *Implantación de un sistema de calidad: Los diferentes sistemas de calidad existentes en la organización*. España: ideas propias. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=qdv2lr9yr3wC&pg=PA36&dq=principios+de+gesti%C3%B3n+de+calidad&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjQ887cl4DjAhUbF7kGHS0tDTUQ6AEIOTAD#v=onepage&q=principios%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad&f=false>

Sánchez, J. M. (2017). *Sistemas de Gestión de Calidad (Iso 9001:2015)* (primera edición ed.). Málaga- España: ICB.

Torres, V. C. (2006). *Calidad Total en la Atención Al Cliente* (primera ed.). España, España : IdeasPropias.

Trinidad, L. V. (2017). *Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las Mypes, sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de*

*Tumbes, 2017.* Tumbes: Universidad Catolica Los Angeles De Chimbote.

Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3451>

Velasco, J. A. (1994). *Gestión de la calidad empresarial: calidad en los servicios y atención al cliente.* Madrid, España: ESIC.

Vilchez, M. E. (2017). *Formalización y Gestión de Calidad de las mype comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara (Piura), año 2016.* Piura: Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote.

wikilibros. (enero de 23 de 2018). *wikilibros.* Obtenido de Debido a esta rica variedad y a la armonía de su sabor y los alimentos empleados, la gastronomía peruana es constantemente premiada internacionalmente y sus chefs suelen obtener a menudo medallas que los distinguen.

Yacila, S. L. (2018). *CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DEL NEGOCIO ORTIZ DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018.* Sullana: Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote.

ZANCHES, B. F. (s.f.). *LAS MYPES EN EL PERU: SU IMPORTANCIA Y PROPUESTA TRIBUTARIA.*

## Anexos

## Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2019								Año 2020							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura						X										
7	Elaboración del consentimiento informado							X									
8	Ejecución de la metodología								X								
9	Resultados de la investigación									X	X						
10	Conclusiones y recomendaciones										X	X					
11	Redacción del pre - informe de investigación											X	X				
12	Redacción del informe final												X	X			
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														X		
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															X	
15	Redacción de artículo científico														X	X	X

## Anexo 2. Presupuesto

<b>Presupuesto desembolsable (Estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
Impresiones	0.10	100	10.00
Fotocopias	0.05	300	15.00
Empastado	25.00	2	50.00
Papel bond A-4 (500 hojas)	11.00	1	11.00
Lapiceros	2.50	4	10.00
<b>Servicios</b>			
Uso de internet	50.00	16	800.00
Uso de TURNITIN	50.00	2	100.00
<b>Sub total</b>			
<b>Gastos de viaje</b>			
Pasajes para recolectar información	6.00	10	60.00
Equipo de encuestadores	30.00	4	120.00
<b>Sub total</b>			1,176.00
<b>Total, de presupuesto desembolsable</b>			1,176.00
<b>Presupuesto no desembolsable (Universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
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 de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
<b>Sub total</b>			400.00
<b>Recurso humano</b>			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
<b>Sub total</b>			252.00
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			652.00
<b>Total (S/.)</b>			1,828.00

### Anexo 3. Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

#### CUESTIONARIO DIRIGIDO AL PERSONAL Y PROPIETARIO

A continuación, se presenta un conjunto de preguntas que tiene por objetivo la recopilación de información, que presenta fines relativamente académicos, en este caso la realización de mi tesis universitaria. Considerando a la tienda de ropa de damas, Distrito Sullana. Como la seleccionada para dicho trabajo; esperando contar con sincero apoyo.

El cuestionario tiene por objetivo: Determinar las características de la gestión de calidad en la organización y atención al cliente de la MYPE, rubro venta de ropas de damas del distrito de Sullana, 2018.

MARQUE CON X LA RESPUESTA QUE CREA CONVENIENTE.

Nº	Pregunta	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
<b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>						
1	¿La MYPE comprende las necesidades actuales para satisfacer a los clientes?					
2	¿Esta MYPE mantiene un ambiente donde los clientes puedan involucrarse totalmente?					

3	¿Cree que la MYPE cuenta con personal motivado y comprometido para atender a los clientes?					
4	¿Esta MYPE realiza cambios constantemente que operen de manera eficaz?					
5	¿Considera que la MYPE realiza estrategias innovadoras que permita alcanzar los resultados deseados?					
6	¿Cree que la MYPE satisface con todas las necesidades del cliente?					
7	¿Las decisiones de esta MYPE son accesibles de acuerdo lo q desean los clientes?					
8	¿Cree que la MYPE conoce muy bien las expectativas que tienen los clientes?					
9	¿La MYPE genera mayor eficiencia para el logro de los objetivos?					
10	¿cree que es necesario que los empleados estén motivados para recibir una buena atención?					
11	¿Cree que este negocio es digno y de confianza para establecer en al ámbito comercial internacional?					
12	¿La MYPE realiza cambios, mejoras y eliminación de riesgos de costos para la buena satisfacción de los clientes?					
13	¿Cree que la MYPE brinda un producto de buena calidad y que satisfacen las necesidades del cliente?					





UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS CLIENTES**

A continuación, se presenta un conjunto de preguntas que tiene por objetivo la recopilación de información, que presenta fines relativamente académicos, en este caso la realización de mi tesis universitaria. Considerando a la tienda de ropa de damas, Distrito Sullana. Como la seleccionada para dicho trabajo; esperando contar con sincero apoyo.

El cuestionario tiene por objetivo: Determinar las características de la gestión de calidad en la organización y atención al cliente de la MYPE, rubro venta de ropas de damas del distrito de Sullana, 2018.

**MARQUE CON X LA RESPUESTA QUE CREA CONVENIENTE.**


Nº	Pregunta	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>						
1	¿Los clientes satisfechos vuelven a consumir y recomendar los productos demostrando lealtad y superan sus expectativas?					
2	¿El producto y el servicio brindado generan un incremento de ventas y rentabilidad?					

3	¿La MYPE genera un alto nivel de ventas?					
4	¿Un cliente satisfecho se interesa por conocer el resto de servicios brindados para disponer a comprar el producto, teniendo una confianza por la empresa?					
5	¿La MYPE se esmera por tener nuevos clientes que genere un potencial dentro de la empresa?					
6	¿Una buena imagen implica estar en el top ranking de las empresas que prestan mejor servicio?					
7	¿El servicio o producto brindado es el esperado?					
8	¿Los procesos están ligados directamente con la realización del producto y/o la prestación de servicios?					
9	¿La MYPE cuenta con equipos que permitan llevar a cabo la producción y/o la prestación de servicio?					

**Muchas gracias por su colaboración**

**Sullana – Octubre del 2019**

#### Anexo 4. Consentimiento informado



### PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo, 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 "Gestión de calidad y atención al cliente en la mype Comercial Torres Junior 2 en Sullana, año 2019" y es dirigido por Noelia Calle Culquicondor, identificada con DNI: 75569135 investigadora de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la mype Comercial Torres Junior 2 en Sullana, año 2019.

Para ello, se le invita a formar parte de la presente investigación, es necesario mencionar que su participación es completamente voluntaria y anónima. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. 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 correo, whatsApp u cualquier otro medio electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo [Calleculquicondor@gmail.com](mailto:Calleculquicondor@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.

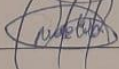
**Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:**

Nombre: Priscilla del Pilar Torres Merino

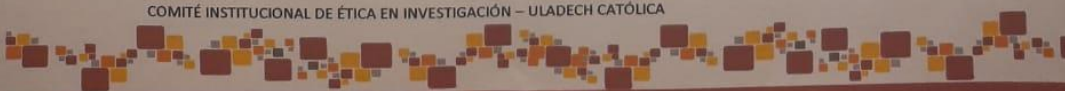
Fecha: 02/09/2020

Correo electrónico: pilytodis@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador: 

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



## Anexo 5. Libro de códigos

### Gestión de calidad

	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8	Pregunta 9	Pregunta 10	Pregunta 11	Pregunta 12
Trabajador 1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2
Trabajador 2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Trabajador 3	1	2	4	4	4	1	1	2	1	4	4	2
Trabajador 4	1	2	2	3	3	1	1	1	1	1	3	3
Trabajador 5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1

### Atención al cliente

	Pregunta 13	Pregunta 14	Pregunta 15	Pregunta 16	Pregunta 17	Pregunta 18	Pregunta 19	Pregunta 20	Pregunta 21	Pregunta 22
Cliente 1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1
Cliente 2	1	1	1	4	1	1	4	1	1	1
Cliente 3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
Cliente 4	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1
Cliente 5	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1
Cliente 6	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2

Cliente 7	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2
Cliente 8	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1
Cliente 9	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
Cliente 10	3	1	3	3	1	3	3	1	1	1
Cliente 11	3	1	3	3	3	3	5	1	3	3
Cliente 12	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
Cliente 13	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2
Cliente 14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Cliente 15	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
Cliente 16	3	4	3	3	2	3	5	4	2	2
Cliente 17	5	5	5	5	3	5	5	5	3	3
Cliente 18	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1
Cliente 19	1	1	1	4	1	1	4	1	1	1
Cliente 20	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
Cliente 21	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1
Cliente 22	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1
Cliente 23	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2
Cliente 24	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2
Cliente 25	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1
Cliente 26	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
Cliente 27	3	1	3	3	1	3	3	1	1	1
Cliente 28	3	1	3	3	3	3	5	1	3	3
Cliente 29	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
Cliente 30	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2
Cliente 31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Cliente 32	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3

Cliente 33	3	4	3	3	2	3	5	4	2	2
Cliente 34	5	5	5	5	3	5	5	5	3	3
Cliente 35	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1
Cliente 36	1	1	1	4	1	1	4	1	1	1
Cliente 37	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
Cliente 38	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1
Cliente 39	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1
Cliente 40	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2
Cliente 41	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2
Cliente 42	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1
Cliente 43	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
Cliente 44	3	1	3	3	1	3	3	1	1	1
Cliente 45	3	1	3	3	3	3	5	1	3	3
Cliente 46	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
Cliente 47	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2
Cliente 48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Cliente 49	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
Cliente 50	3	4	3	3	2	3	5	4	2	2
Cliente 51	5	5	5	5	3	5	5	5	3	3
Cliente 52	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1
Cliente 53	1	1	1	4	1	1	4	1	1	1
Cliente 54	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
Cliente 55	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1
Cliente 56	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1
Cliente 57	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2
Cliente 58	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2

Cliente 59	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1
Cliente 60	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
Cliente 61	3	1	3	3	1	3	3	1	1	1
Cliente 62	3	1	3	3	3	3	5	1	3	3
Cliente 63	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
Cliente 64	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2
Cliente 65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Cliente 66	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
Cliente 67	3	4	3	3	2	3	5	4	2	2
Cliente 68	5	5	5	5	3	5	5	5	3	3

## Anexo 6. Fiabilidad del cuestionario

### ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD

**Mg. Lic.** Carlos David Ramos Rosas.

**ESPECIALIDAD:** Licenciado en Administración de empresas

**COLEGIATURA:** 3509

**Validez y confiabilidad:**

Para evaluar el instrumento en su validez y confiabilidad se realizó una prueba piloto, a fin de garantizar la calidad de los datos. El instrumento se aplicó a 73 personas con el fin de explorar sobre la claridad y comprensión de las preguntas

**Validez:** el instrumento que midió la Gestión de calidad y Atención al Cliente en la mype Comercial Torres Junior 2 del Distrito de Sullana Año 2019; fue validado por expertos que acreditan experiencia en el área, para emitir los juicios y modificar la redacción del texto para que sea comprensible por el entrevistado

**Confiabilidad:** la confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico sttistical Packge for the Social Sciences (SPSS9 versión 25. Dando el siguiente resultado.

  
-----  
MG. ADM. EMP. Carlos David Ramos Rosas  
DOCENTE TUTOR ULADECH  
CLAD 03509



## FIABILIDAD DE GESTIÓN DE CALIDAD

### *Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	Nº de Preguntas
,869	12

### *Estadísticas de total de elemento*

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	23,4000	46,300	,567	,858
P2	23,0000	45,000	,896	,843
P3	22,6000	40,800	,817	,838
P4	22,4000	42,300	,701	,848
P5	22,4000	42,300	,701	,848
P6	23,4000	46,300	,567	,858
P7	23,4000	46,300	,567	,858
P8	23,2000	43,700	,868	,841
P9	23,4000	46,300	,567	,858
P10	22,8000	39,700	,767	,842
P11	22,0000	51,500	,197	,876
P12	23,0000	60,500	-,636	,909

  
 .....  
 MG. ADM. EMP. Carlos David Ramos Rosas  
 DOCENTE TUTOR ULADECH  
 CLAD 03509

### FIABILIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE

#### *Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	Nº de Preguntas
,962	10

#### *Estadísticas de total de elemento*

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P13	20,7647	69,198	,948	,953
P14	20,9412	69,549	,847	,957
P15	20,7647	69,198	,948	,953
P16	20,4706	72,969	,751	,961
P17	21,0588	73,967	,875	,956
P18	20,7647	69,198	,948	,953
P19	19,1765	83,013	,377	,971
P20	20,9412	69,549	,847	,957
P21	21,0588	73,967	,875	,956
P22	21,0588	73,967	,875	,956

  
 M.G. ADM. EMP. Carlos David Ramos Rosas  
 DOCENTE TUTOR ULADECH  
 CLAD 03509

**Anexo 7. Validación del cuestionario****CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, **Elizabeth Dinamina Zapata Castro**, identificado con DNI **03561030**, con el grado de **Magíster en Administración**.


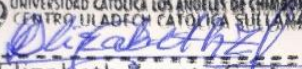
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: **CUESTIONARIO**, elaborado por el estudiante **CALLE CULQUICONDOR NOELIA**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MYPE COMERCIAL TORRES JUNIOR 2 DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2019** que se encuentra realizando.

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

Sullana, 22 de octubre 2020.



Ítems relacionados <b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1° OE Describir los principios de la gestión de calidad en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana, año 2019.								
¿Considera que se comprenden las necesidades de los clientes para satisfacerlos?	X			X		X		X
¿Considera que se mantiene un ambiente donde todos los trabajadores pueden involucrarse en el logro de los objetivos?	X			X		X		X
¿Considera que lo motivan de la mejor manera?	X			X		X		X
¿Considera que la mype cuenta con procesos que se interrelacionan?	X			X		X		X
¿Considera que la mype identifica, comprende y gestiona los procesos como un sistema?	X			X		X		X
¿Considera que la mejora continua es un objetivo permanente para la mype?	X			X		X		X
¿Las decisiones son tomadas luego de un análisis detallado de los datos disponibles?	X			X		X		X
¿Considera que la mype cuenta con relaciones beneficiosas con sus proveedores?	X			X		X		X


 UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBORAZO  
 CENTRO ULADECH CATOLICA SULLANA  
  
 Mgtr. Elizabeth Zapata Castro  
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACION

2° OE Identificar los beneficios que aporta la gestión de calidad en la MYPE Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana, año 2019								
¿Considera que la mype genera una mayor eficiencia para el logro de los objetivos?	X			X		X		X
¿Cree que es necesario que los trabajadores estén motivados para lograr un mejor rendimiento?	X			X		X		X
¿Considera que se pueden identificar las mejoras necesarias que requiere la mype?	X			X		X		X
¿Considera que la mype cuenta con buenos estándares de calidad?	X			X		X		X

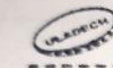
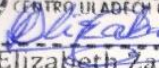


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE  
CENTRO ULADECH CATÓLICA SULLANA  
Mgtr. Elizabeth Zapata Casero  
COORD ESC PROF ADMINISTRACION

Escaneado con CamScanner

FIRMA DEL EVALUADOR

Ítems relacionados  ATENCION AL CLIENTE	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
3° OE Describir los beneficios que se logran a través de la atención al cliente en la MYPE Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana, año 2019.								
¿Usted volvería a consumir en esta mype?	X			X		X		X
¿Recomendaría esta mype a sus conocidos?	X			X		X		X
¿Considera que se ofrece un valor agregado en la mype?	X			X		X		X
¿Se interesa por conocer el resto de los servicios brindados por la mype?	X			X		X		X
¿Considera que la mype tiene una buena reputación en el mercado?	X			X		X		X
¿Considera que los productos de la mype se diferencian de los de la competencia?	X			X		X		X
¿Tiene alguna queja o disconformidad en cuanto a los servicios ofrecidos por la mype?	X			X		X		X
4° OE Identificar los factores de la atención al cliente en la MYPE Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana, año 2018.								
¿El servicio o producto brindado es el esperado?	X			X		X		X
¿Considera que se ofrece una buena atención al cliente?	X			X		X		X
¿Considera que la mype cuenta con un buen equipo de atención al cliente?	X			X		X		X


 UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE  
 CENTRO ULADECH CATÓLICA SULLANA  
  
 Mgtr. Elizabeth Zapata Casero  
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, CASTILLO MÁRQUEZ WILMER FERMIN identificado con DNI **02820631**, con el grado de Magister en ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: **CUESTIONARIO**, elaborado por el estudiante **CALLE CULQUICONDOR NOELIA**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:

**GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MYPE COMERCIAL TORRES JUNIOR 2 DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2019** que se encuentra realizando.

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

Sullana, 22 de octubre 2020.



Mag. Wilmer Fermin Castillo Márquez  
LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CLAD - 01846  
LIC. EN CIENCIAS SOCIALES  
CPPc. 0439221

Ítems relacionados <b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1° OE Describir los principios de la gestión de calidad en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana, año 2019.								
¿Considera que se comprenden las necesidades de los clientes para satisfacerlos?	X			X		X		X
¿Considera que se mantiene un ambiente donde todos los trabajadores pueden involucrarse en el logro de los objetivos?	X			X		X		X
¿Considera que lo motivan de la mejor manera?	X			X		X		X
¿Considera que la mype cuenta con procesos que se interrelacionan?	X			X		X		X
¿Considera que la mype identifica, comprende y gestiona los procesos como un sistema?	X			X		X		X
¿Considera que la mejora continua es un objetivo permanente para la mype?	X			X		X		X
¿Las decisiones son tomadas luego de un análisis detallado de los datos disponibles?	X			X		X		X
¿Considera que la mype cuenta con relaciones beneficiosas con sus proveedores?	X			X		X		X

  
 Mag. Wilmer Fermin Castillo Márquez  
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
 CLAD - 01846  
 LIC. EN CIENCIAS SOCIALES  
 CPP. 0439221



2° OE Identificar los beneficios que aporta la gestión de calidad en la MYPE Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana, año 2019								
¿Considera que la mype genera una mayor eficiencia para el logro de los objetivos?	X			X		X		X
¿Cree que es necesario que los trabajadores estén motivados para lograr un mejor rendimiento?	X			X		X		X
¿Considera que se pueden identificar las mejoras necesarias que requiere la mype?	X			X		X		X
¿Considera que la mype cuenta con buenos estándares de calidad?	X			X		X		X

  
 Mag. Wilmer Fermin Castillo Márquez  
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
 CLAD - 01846  
 LIC. EN CIENCIAS SOCIALES  
 CPPe. 0439221

Ítems relacionados  ATENCION AL CLIENTE	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
3° OE Describir los beneficios que se logran a través de la atención al cliente en la MYPE Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana, año 2019.								
¿Usted volvería a consumir en esta mype?	X			X		X		X
¿Recomendaría esta mype a sus conocidos?	X			X		X		X
¿Considera que se ofrece un valor agregado en la mype?	X			X		X		X
¿Se interesa por conocer el resto de los servicios brindados por la mype?	X			X		X		X
¿Considera que la mype tiene una buena reputación en el mercado?	X			X		X		X
¿Considera que los productos de la mype se diferencian de los de la competencia?	X			X		X		X
¿Tiene alguna queja o disconformidad en cuanto a los servicios ofrecidos por la mype?	X			X		X		X
4° OE Identificar los factores de la atención al cliente en la MYPE Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana, año 2018.								
¿El servicio o producto brindado es el esperado?	X			X		X		X
¿Considera que se ofrece una buena atención al cliente?	X			X		X		X
¿Considera que la mype cuenta con un buen equipo de atención al cliente?	X			X		X		X

  
 Mag. Wilmer Fermín Castillo Márquez  
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
 CIAD - 01846  
 LIC. EN CIENCIAS SOCIALES  
 CPe. 0439221

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **SOSA ORELLANA CRISTIHAN**, identificado con DNI **00373944**, con el grado de **Magíster en mención de Finanzas**.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: **CUESTIONARIO**, elaborado por el estudiante **CALLE CULQUICONDOR NOELIA**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MYPE COMERCIAL TORRES JUNIOR 2 DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2019** que se encuentra realizando.

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

Sullana, 22 de octubre 2020.



**Mgr. Lic. Adm. CRISTIHAN SOSA ORELLANA**  
**NÚMERO DE COLEGIATURA 007338**  
**MAESTRO EN FINANZAS**

Ítems relacionados <b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1° OE Describir los principios de la gestión de calidad en la mype Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana, año 2019.								
¿Considera que se comprenden las necesidades de los clientes para satisfacerlos?	X			X		X		X
¿Considera que se mantiene un ambiente donde todos los trabajadores pueden involucrarse en el logro de los objetivos?	X			X		X		X
¿Considera que lo motivan de la mejor manera?	X			X		X		X
¿Considera que la mype cuenta con procesos que se interrelacionan?	X			X		X		X
¿Considera que la mype identifica, comprende y gestiona los procesos como un sistema?	X			X		X		X
¿Considera que la mejora continua es un objetivo permanente para la mype?	X			X		X		X
¿Las decisiones son tomadas luego de un análisis detallado de los datos disponibles?	X			X		X		X
¿Considera que la mype cuenta con relaciones beneficiosas con sus proveedores?	X			X		X		X

  
**Mgtr. Lic. Adm. CRISTIAN SOSA ORELLANA**  
**NÚMERO DE COLEGIATURA 007336**  
**MAESTRO EN FINANZAS**

2° OE Identificar los beneficios que aporta la gestión de calidad en la MYPE Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana, año 2019								
¿Considera que la mype genera una mayor eficiencia para el logro de los objetivos?	X			X		X		X
¿Cree que es necesario que los trabajadores estén motivados para lograr un mejor rendimiento?	X			X		X		X
¿Considera que se pueden identificar las mejoras necesarias que requiere la mype?	X			X		X		X
¿Considera que la mype cuenta con buenos estándares de calidad?	X			X		X		X



**Mgr. Lic. Adm. CRISTIAN SOSA ORELLANA**  
 NÚMERO DE COLEGIATURA 007338,  
 MAESTRO EN FINANZAS

Ítems relacionados  ATENCION AL CLIENTE	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
3° OE Describir los beneficios que se logran a través de la atención al cliente en la MYPE Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana, año 2019.								
¿Usted volvería a consumir en esta mype?	X			X		X		X
¿Recomendaría esta mype a sus conocidos?	X			X		X		X
¿Considera que se ofrece un valor agregado en la mype?	X			X		X		X
¿Se interesa por conocer el resto de los servicios brindados por la mype?	X			X		X		X
¿Considera que la mype tiene una buena reputación en el mercado?	X			X		X		X
¿Considera que los productos de la mype se diferencian de los de la competencia?	X			X		X		X
¿Tiene alguna queja o disconformidad en cuanto a los servicios ofrecidos por la mype?	X			X		X		X
4° OE Identificar los factores de la atención al cliente en la MYPE Comercial Torres Junior 2 del distrito de Sullana, año 2018.								
¿El servicio o producto brindado es el esperado?	X			X		X		X
¿Considera que se ofrece una buena atención al cliente?	X			X		X		X
¿Considera que la mype cuenta con un buen equipo de atención al cliente?	X			X		X		X

  
**Mgr. Lic. Adm. CRISTIAN SOSA ORELLANA**  
 NÚMERO DE COLEGIATURA 007335,  
 MAESTRO EN FINANZAS