

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE**  
**ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN  
LOS GRIFOS DE LA CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2020**

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

**AUTOR**

**ROBLES QUISPE JHELEN GISELA**  
ORCID: 0000-0002-5472-8748

**ASESOR**

**Mgtr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA**  
ORCID: 0000-0001-9618-6177

**SULLANA – PERÚ**

**2023**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Robles Quispe, Jhelen Gisela

ORCID: 0000-0002-5472-8748

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Sullana, Perú

### **ASESOR**

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de ciencias e ingeniería , Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

### **JURADO**

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000 – 0001 – 6176 – 191X

Mgtr. Rosillo De Purizaca, Maria Del Carmen

ORCID: 0000 - 0003 – 2177 – 5676

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000 – 0002 – 7575 – 3571

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000-0001-6176-191X

**Presidente**

Mgtr. Rosillo De Purizaca, Maria Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

**Miembro**

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

**Miembro**

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por darme la vida y permitirme seguir adelante con mis proyectos. A mis padres por cada uno de sus esfuerzos y buenos consejos que son mi base para desarrollarme como persona y profesional. Al docente de Tesis IV, por compartir sus conocimientos que me ayudan a realizar el presente informe de tesis.

**JHELEN GISELA ROBLES QUISPE.**

## **DEDICATORIA**

A mis padres por su amor incondicional, y ser aquellas personas que en todo momento están brindándome su apoyo. A todos mis familiares, y personas que de cualquier forma siempre se hacen presente en mi vida, dando muestra de verdadera amistad y compañía.

**JHELEN GISELA ROBLES QUISPE.**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

1. Carátula.....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Jurado evaluador y asesor.....	iii
4. Agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Índice de contenido.....	vi
6. Índice de tablas y figuras.....	viii
7. Resumen y abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	8
2.1. Antecedentes.....	8
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	17
III. HIPÓTESIS.....	28
IV. METODOLOGÍA.....	29
4.1. Diseño de la investigación.....	29
4.2. Población y muestra.....	30
4.3. Definición y operacionalización de variables.....	32
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	36
4.5. Plan de análisis.....	36
4.6. Matriz de consistencia.....	38
4.7. Principios éticos.....	40
V. RESULTADOS.....	40
5.1. Resultados.....	41
5.2. Análisis de resultados.....	48
IV. CONCLUSIONES.....	54
VII. RECOMENDACIONES.....	56
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	84
ANEXOS.....	91
Anexo 1: Cronograma de actividades.....	91
Anexo 2: Presupuesto.....	92
Anexo 4: Consentimiento informado.....	93
Anexo 5: Análisis de fiabilidad.....	97

Anexo 06: Validación de instrumento de recolección de datos .....	99
Anexo 7: Instrumento de recolección de datos.....	109

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los principios de gestión de calidad en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020. ....	41
Tabla 2. Características de los elementos de gestión de calidad en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020. ....	42
Tabla 3. Características de la atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.....	44
Tabla 4. Características de los principios de la atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020. ....	45
Tabla 5. Propuesta de mejora de la gestión de calidad para la atención al cliente en los grifos de Sullana, 2020. ....	46

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Se tiene como prioridad al cliente .....	111
Figura 2. Liderazgo que se ejerce en la empresa es el correcto .....	111
Figura 3. Compromiso del personal con el nivel de calidad.....	112
Figura 4. Ajuste de detalles para mejorar la calidad.....	112
Figura 5. Toma de decisiones con argumentos solidos .....	113
Figura 6. Equipo de trabajo inspira confianza al cliente.....	113
Figura 7. Evaluación del nivel de competitividad .....	114
Figura 8. Capacitación del personal para mejorar su capacidad de respuesta .....	114
Figura 9. Uso de la tecnología para mejorar acceso a la información de la empresa .....	115
Figura 10. Se trata de entender las necesidades del cliente .....	115
Figura 11. Facilidad para ser cortés con el cliente.....	116
Figura 12. Buena comunicación entre el personal .....	116
Figura 13. Plan para mitigar riesgos y brindar seguridad .....	117
Figura 14. Buen estado de la infraestructura .....	117
Figura 15. Trato diferente de los demás grifos .....	118
Figura 16. El personal conoce realmente las necesidades de los clientes.....	118
Figura 17. Esfuerzo del personal es por brindar un buen servicio al cliente .....	119
Figura 18. Se siente fidelizado con la empresa.....	119
Figura 19. Contactó con la empresa a través de medios digitales .....	120
Figura 20. El personal se preocupa para solucionar hechos relevantes .....	120
Figura 21. La atención es oportuna.....	121
Figura 22. La atención al cliente es permanente.....	121
Figura 23. Trato flexible de acuerdo al comportamiento del cliente .....	122
Figura 24. Atención eficaz y eficiente .....	122

## RESUMEN

En el presente estudio se tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de Calidad y atención al cliente en los Grifos de la Ciudad de Sullana, año 2020. Para su desarrollo se utilizó la metodología de tipo cuantitativa, de nivel descriptiva, de diseño no experimental. La población estuvo conformada por 14 grifos de la ciudad de Sullana. La técnica aplicada en la recolección de datos fue la encuesta, y como instrumento, el cuestionario. Obteniéndose los siguientes resultados: el 71.43% siempre tienen como prioridad a los clientes, el 50% algunas veces se toman decisiones con argumentos sólidos, el 57.14% indica que casi nunca se evalúa el nivel de competitividad, el 78.57% asegura que siempre existe buena comunicación entre el personal, y el 72.10% responde que siempre el personal se preocupa para solucionar hechos relevantes. Se concluye que, en la empresa en estudio se requiere introducir mejoras que le permitan desarrollar una gestión de calidad, manteniendo al personal capacitado y cumpliendo sus funciones de manera eficiente, asimismo, aplicar estrategias en el área de atención con el propósito de fidelizar a los clientes para lo cual se propuso otorgar descuentos y promociones.

**Palabras claves:** Atención al cliente, gestión de calidad, grifos.

## **ABSTRACT**

In the present study, the general objective was: Determine the characteristics of Quality Management and customer service in the Faucets of the City of Sullana, year 2020. For its development, the quantitative, descriptive level, non-design methodology was used. experimental. The population consisted of 14 taps from the city of Sullana. The technique applied in data collection was the survey, and as an instrument, the questionnaire. Obtaining the following results: 71.43% always have customers as a priority, 50% sometimes make decisions with solid arguments, 57.14% indicate that the level of competitiveness is almost never evaluated, 78.57% assure that there is always good communication between the staff, and 72.10% respond that the staff always cares to solve relevant facts. It is concluded that, in the company under study, it is necessary to introduce improvements that allow it to develop quality management, keeping trained personnel and fulfilling their functions efficiently, as well as applying strategies in the service area with the purpose of retaining customers. customers for which it was proposed to grant discounts and promotions.

Keywords: Customer service, quality management, faucets.

## **I. INTRODUCCIÓN**

La presente investigación tuvo como finalidad mostrar las características de gestión de calidad y atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana; cuyo tema de estudio se encuentra comprendido dentro de la línea de investigación gestión de calidad, de la carrera profesional de administración.

Actualmente la gestión de calidad es un tema muy importante para las empresas, ya que señala las acciones a seguir para lograr una mejor calidad y de esa manera hacerle frente a la competencia. De acuerdo con Cortés (2017) la gestión de calidad se puede definir como “el conjunto de actividades de la función general de la dirección que determinan la política de la calidad, los objetivos y las responsabilidades y se implantan por medios tales como la planificación, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y la mejora de la calidad en el marco del sistema de la calidad”.

Por su parte, Lacalle (2020) indica que al término “calidad” se le debe entender como el conjunto de cualidades químicas o físicas que muestra un determinado material o elemento, y que hacen que sea adecuado su fin.

En ese sentido se puede considerar que la gestión de calidad es una serie de actividades orientadas a lograr un servicio de calidad con el propósito de alcanzar la satisfacción del cliente, y con ello, lograr mejores resultados.

Por otro lado, en cuanto a la atención al cliente Carvajal, Ormeño & Sanz (2019) argumenta que los clientes son más exigentes, y ya no se interesan simplemente en el precio y la calidad del bien o servicio, sino que se fijan en factores como la comodidad al realizar la compra, la eficacia, y el buen trato. Para López (2020) la atención al cliente no es una herramienta exclusiva de las empresas privadas o

públicas, sino que, todas las empresas están en la necesidad de cuidar a sus usuarios atendiéndolos de la mejor manera.

Asimismo, respecto a los grifos, estos son negocios que requieren de mayor cuidado en la gestión que realiza su personal, toda vez que se trata de manipular productos peligrosos, por cuanto se deben cumplir todas las normas de seguridad establecidas por las entidades competentes. Osinerming en el año 2019 señaló en un informe que, de 255 grifos que había supervisado, 97 de ellos fueron clausurados temporalmente por no cumplir con las normal que le corresponden al sector hidrocarburos (Castillo, 2019).

A nivel mundial, la producción de crudo tuvo un aumento del 1% en el año 2021 luego de sufrir un desplome del 7.4% en el 2020. En el contexto de la recuperación económica mundial, con el incremento de las tasas de vacunación contra la COVID-19 y el levantamiento de las restricciones relativas a la pandemia, la demanda de petróleo tuvo un incremento rápido frente a la oferta. Consecuentemente a ello, los precios internacionales del petróleo se incrementaron casi un 70% en el 2021. En Estados Unidos, que representó el 17% de la producción mundial, aumentó en un 1.3%. Rusia se presentó como el segundo mayor productor de crudo a nivel mundial, superando a la producción de Arabia Saudita en torno al 1.5%. En otros datos, la producción de producción se intensificó en Oriente Medio (+1.6%), encabezada por Irán con un incremento del 17.6% a pesar de las sanciones, como también en América del Norte (+2.5%), Canadá (+5.9%). Por el contrario, en América Latina siguió en declive (-0.5%), principalmente en Brasil con -1.1% y en África (-5.3%), destacando la reducción drástica del 11.4% en Nigeria. (Enerdata, 2022)

En cuanto a la gestión de calidad, en el mundo existe un total de 883,521 empresas certificadas en el estándar internacional ISO 9001, esto de acuerdo con la encuesta Survey hasta el 31 de diciembre de 2019; dicha cantidad representa unas 4,857 empresas más en relación con el año 2018. Asimismo, la ISO 9001 “requisitos para Sistema de Gestión de calidad”, es la más implementadas, por ser la más conocida y las buenas prácticas de calidad. Las empresas toman la decisión estratégica de iniciar con la implementación de este sistema frente al resto, por sus beneficios de estandarización de los procesos, organización, visibilidad y alcanzar la satisfacción de los clientes. (R & D Consulting, 2020)

A nivel nacional, nuestro país es la nación con la menor cantidad de empresas certificadas en gestión de calidad. En la actualidad se tiene a un total de 1329 empresas con certificación de calidad ISO (ISO 9001 e ISO 14001), de un total de 1,382,899 de empresas que existen según SUNAT. Cabe mencionar que las ISO mencionadas, son modelos de gestión que permiten a las empresas administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios. (Instituto Nacional de Calidad, 2021)

En la región Piura, los grifos tienen gran demanda por el considerable tráfico que existe en esta zona, sin embargo, también es cierto que el mercado es altamente competitivo, por lo cual las empresas hacen el mayor esfuerzo por brindar más que servicio, ofrecen calidad; esto quedó demostrado en una investigación a cargo de Coronado (2017) donde la gestión de calidad fue percibida como muy buena.

En Sullana, se desarrolló una investigación relacionada con la atención a los clientes, a cargo de Rentería (2022) centrándose en la empresa Business Plus EIRL, en la cual su función es atender a los clientes de forma inmediata está caracterizada por contar con el personal capacitado deben ser empáticos amables capaz de escuchar

para emitir una respuesta inmediata para lograr satisfacer a los clientes , pero aun así no se ha logrado la satisfacción plena del cliente ya que no se cuenta con un personal capacitado que les brinde seguridad al momento de adquirir el producto.

Para mejor claridad del contexto en el que desarrollan sus actividades los grifos, se realizó el análisis PESTEL, encontrando lo siguiente:

En cuanto en el factor Político en los últimos años la política peruana se ha visto envuelta de confrontaciones entre los poderes más importantes del Estado como lo son el ejecutivo y el legislativo. Dichas pugnas han afectado no solo la tranquilidad de los ciudadanos, sino que, ha generado mucha preocupación en el sector empresarial, toda vez que, ante el ruido político, las inversiones disminuyen afectando la economía peruana. Otro hecho que ha motivado la desconfianza de la población en relación a sus autoridades, son los casos de corrupción, en lo cual se han visto involucrado ex presidentes y altos funcionarios.

También decimos que Factor económico en el Perú, al igual que muchos otros países del mundo, su economía se ha visto duramente golpeada luego de la presencia y propagación del Covid-19, cuya enfermedad ha sido denominada por la Organización mundial de la Salud (OMS) como pandemia mundial. El cierre de los negocios y la inmovilización social obligatoria para evitar el contagio ha propiciado la poca generación de ingresos. Se estima que la economía peruana caería hasta un 13.9%, considerándose como la tasa más alta del último siglo. Sin embargo, antes de la pandemia, el rubro de hidrocarburos líquidos, ha contribuido de manera importante con el desarrollo del país desde los inicios de la era republicana Osinerming, 2017).

En el factor social, tenemos que señalar que, estamos frente a una población que guarda respeto y valor por el legado de sus antepasados, es por ello que muchas empresas recurren a decorar sus locales con detalles relacionados con antiguas culturas y/o religiones para de alguna manera captar la atención de los clientes. Por otro lado, también debemos mencionar sobre el comportamiento actual del comprador. Se dice que con la presencia de la pandemia mundial Covid-19, los compradores han optado por adquirir sus productos online, sin embargo, este no es el caso de los grifos, ya que por lo general el combustible se le echa directamente al vehículo, pero, de igual manera estos negocios muchas veces hacen uso de la red social para promocionar a la empresa, y eso, porque conocen que la tecnología ya está al alcance de la mayor parte de la población (El Peruano, 2021).

En cuanto al Factor tecnológico, el uso de herramientas tecnológicas ya es un hecho en casi todas las empresas, porque, permite brindar un servicio con mayor eficacia y eficiencia. Se considera que la tecnología puede ayudar a las empresas a aumentar la estabilidad de sus negocios, mejorando la eficacia de sus procesos y posicionando a la organización en un clima innovador con la capacidad de adaptarse a un futuro incierto (Datatec, 2018).

En el Factor ecológico: Los grifos al igual que otros negocios, y que la comunidad en general, se encuentran en la responsabilidad de velar por un ambiente limpio y libre de contaminación. Además, a nivel nacional como internacional, existen normas en favor del cuidado del planeta. En el Perú, una de las últimas y muy importante norma para mitigar los altos índices de contaminación, se promulgó la Ley N° 30884 que regula el plástico de un solo uso como también de recipientes o envases descartables (Ministerio del Ambiente, 2019).

En cuanto al Factor legal: Los grifos se regulan bajo la normativa legal vigente de constitución de empresas, como también las emitidas por el sector al que corresponden como es el Osinerming, principalmente la Ley N° 26221 "*Ley Orgánica que norma las actividades de hidrocarburos en el territorio nacional*".

Por lo anterior se ha hecho necesario formular la siguiente interrogante: ¿Cuáles son las características de la Gestión de Calidad y atención al cliente en los Grifos de la Ciudad de Sullana, año 2020? Frente a ello se propuso como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de Calidad y atención al cliente en los Grifos de la Ciudad de Sullana, año 2020. Y los objetivos específicos fueron:

Identificar las características de los principios de gestión de calidad en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020. Detallar las características de los elementos de gestión de calidad en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020. Describir las características de la atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020. Identificar las características de los principios de la atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020. Elaborar una propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.

La realización de la investigación se justificó porque es un tema de interés social, ya que beneficiará principalmente a los empresarios de los grifos de la ciudad de Sullana teniendo como justificación teórica encontrar todas las muestras y las fuentes de información correctas para saber la calidad y atención al cliente en los grifos porque en un futuro será la base para las próximas variables de estudio.

Para su desarrollo se utilizó el diseño de investigación no experimental, transversal, descriptivo de propuesta. La población estuvo conformada por los grifos

de la ciudad de Sullana, siendo la muestra de 14 grifos. La técnica aplicada en la recolección de datos fue la encuesta, y como instrumento, el cuestionario conteniendo 24 preguntas.

Los principales resultados fueron: el 71.43% siempre tienen como prioridad a los clientes, el 50% algunas veces se toman decisiones con argumentos sólidos, el 57.14% indica que casi nunca se evalúa el nivel de competitividad, el 78.57% asegura que siempre existe buena comunicación entre el personal, y el 72.10% responde que siempre el personal se preocupa para solucionar hechos relevantes. Se concluye que, en la empresa en estudio se requiere introducir mejoras que le permitan desarrollar una gestión de calidad, manteniendo al personal capacitado y cumpliendo sus funciones de manera eficiente, asimismo, aplicar estrategias en el área de atención con el propósito de fidelizar a los clientes para lo cual se propuso otorgar descuentos y promociones.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes**

#### **Antecedentes Internacionales**

##### **Variable 1. Gestión de calidad**

Pinkay y Parra (2020) en su artículo *Gestión de calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador*, se propusieron como objetivo general: Analizar la gestión de calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras en Ecuador. La metodología desarrollada fue bajo el paradigma cualitativo, método inductivo, utilizando la revisión documental – descriptiva. La muestra estuvo constituida por 13 estudios. Los resultados obtenidos fueron: no se emplean sistemas de gestión de calidad, y los métodos de evaluación del servicio son poco fidedignos. Finalmente se concluye que, las MYPES constituyen piezas fundamentales para el crecimiento económico que deben ser acompañados de un proceso de formación constante que apunte hacia las mejoras de los factores internos.

Armendariz et al (2022) en su tesis *La metodología SCRUM en el sistema de gestión de calidad en una empresa de manufactura de grifería*, se propuso como objetivo general: analizar la factibilidad de la metodología SCRUM en el sistema de gestión de calidad en la producción de grifería en una empresa ecuatoriana, para garantizar que el producto cumple con las políticas de la entidad. Utilizó la metodología cualitativa de nivel descriptivo, la misma que detalla concepciones de la aplicación de SCRUM en los sistemas de gestión de calidad y los procesos industriales para la producción de grifería. Los resultados indican que la gestión de calidad en la

empresa permite cumplir con los objetivos que se plantea logrando satisfacer requisitos de los clientes y fortalece a la organización. Además, la implementación de la metodología SCRUM en el sistema de gestión de calidad de la empresa manufacturera de grifería, permite combatir las falencias que se presentan en los procesos. Por lo tanto, se concluye que existe una relación entre la gestión de calidad y SCRUM ya que ambas buscan un mismo objetivo.

### **Variable 2. Atención al cliente**

Chilan (2018) en su tesis *Diseño de un modelo de servicio para la atención a los clientes minoristas ubicados en la zona norte de Quito, para la empresa arca Ecuador S.A dedicada a la comercialización de combustible*, se propuso como objetivo general: diseñar un modelo de servicio para la atención a los clientes minoristas ubicados en la zona norte de Quito, para la empresa arca Ecuador S.A dedicada a la comercialización de combustible. La metodología utilizada es con enfoque cualitativo, descriptivo, observacional y la herramienta utilizada fue el censo para actualizar y levantar información de acuerdo a los parámetros comerciales que gestiona el área comercial. Con los resultados encontrados se implementó el proyecto que inicia con la elaboración de un cronograma de actividades, rediseño de rutas, asignación de personal, elaboración de carpetas operativas, mesas de trabajo y lanzamiento del modelo. Concluyó que, la marca depende del poder adquisitivo de los consumidores y para aquello debe estar empleados para generar recursos económicos, contrarrestar a las políticas restrictivas que emite el gobierno de turno, la competencia, productos sustitutos que a diario se introduce en el mercado.

## **Antecedentes Nacionales**

### **Variable 1. Gestión de calidad**

Tello (2020) presentó su tesis: *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro estaciones de servicio-grifos, distrito de Chimbote, 2018*, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, se propuso como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro estaciones de servicio – grifo, distrito de Chimbote, 2018. La metodología utilizada fue la experimental – transversal. La muestra estuvo conformada por 15 micro y pequeñas empresas. En la recolección de datos se aplicó la técnica de encuesta, y como instrumento, el cuestionario. Encontrándose como resultado que en su mayoría el representante de grifos desconoce sobre el término gestión de calidad (60%), y además el% no conoce sobre las técnicas de gestión de calidad, sin embargo, de aquellos que sí aplican técnicas de gestión de calidad, el 50% utilizó la técnica de puntuación mediante la cual es posible medir el rendimiento de los trabajadores. Finalmente concluye que, algunas de las gerencias en las estaciones de servicio están involucrados en el buen rendimiento en lo que se refiere a la atención al cliente, y la mayoría siempre están precavidos a las aspiraciones al cliente en el futuro.

Rodríguez (2020) en su tesis *Gestión de calidad y el clima organizacional en la empresa grifo Racing E.I.R.L., distrito de Amarilis, provincia y región de Huánuco, 2020*, para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad católica Los Ángeles de Chimbote, se propuso como objetivo general: Determinar el grado de relación entre la gestión de calidad y clima organizacional en la empresa

Grifo Racing EIRL, distrito de Amarilis, provincia y región Huánuco 2020. Se utilizó la metodología cuantitativa, de nivel correlacional, y diseño no experimental. La población estuvo constituida por 20 trabajadores de la Empresa Grifo Racing, a quienes se les aplicó la técnica de encuesta, y como instrumento de recolección de datos, el cuestionario. Los resultados encontrados indican que existen deficiencias por mejorar, ya que el 30% respondió que no siempre existe una buena comunicación entre el personal, asimismo no se está capacitando a los trabajadores por lo cual no realizan un trabajo eficiente; no obstante, la empresa recurre a otorgar incentivos laborales de acuerdo al desempeño de cada trabajador. Concluyendo que, la relación es significativa entre la gestión de calidad y el clima organizacional en la empresa, de acuerdo con la correlación de Pearson con el coeficiente positivo alto de 0.970.

Curo (2020) en su tesis *Relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en el grifo Llochegua, Ayacucho – 2018*, para obtener el título profesional de licenciada en administración y negocios internacionales, en la Universidad Peruana Unión, se propuso como objetivo general: Determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa Grifos Llochegua, Ayacucho – 2018. Utilizó la metodología de tipo correlacional, diseño no experimental y transversal. La población estuvo conformada por los clientes de la empresa, tomándose como muestra a 246 personas. En la recolección de datos se aplicó la técnica de encuesta a través de su instrumento el cuestionario. El principal resultado obtenido fue el reporte de un coeficiente de Rho de Spearman de 0.515, lo que indica una relación directa y positiva, y un p valor igual a 0.000 que expresa que es altamente significativa. Concluyéndose que, existe una relación lineal y positiva, es decir, si la calidad de servicio se incrementa, también se incrementará la satisfacción del cliente o viceversa.

Gamarra y Sánchez (2019) presentaron la tesis: *Gestión de la calidad y productividad de los grifos Semar S.A.C. en Trujillo, periodo 2019*, para optar el título profesional de licenciado en administración en la Universidad César Vallejo. Tuvo como objetivo general: Determinar la relación entre la gestión de la calidad y la productividad de los grifos Semar S.A.C. en Trujillo, periodo 2019. Desarrolló la metodología no experimental y diseño transversal correlacional. La muestra estuvo conformada por 46 trabajadores y 5 administradores de la empresa. En la recolección de datos se aplicaron las técnicas de encuesta y observación. Obteniéndose como resultado que en la empresa Semar S.A.C la gestión de calidad es percibida como buena en un 67.4%, mientras que el 32.6% simplemente la considera como regular. Concluyéndose que, existe una correlación directa, de grado moderado y altamente significativa entre la gestión de calidad y la productividad.

#### **Variable 2. Atención al cliente**

García (2018) presentó su tesis *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, estaciones de servicios, distrito de Iquitos, 2018*, para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Se propuso como objetivo general: Determinar la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio, Estaciones de Servicio, distrito de Iquitos, año 2018. La metodología utilizada es la que corresponde al tipo de investigación cuantitativa, nivel descriptiva, diseño no experimental y transversal. La encuesta fue utilizada como técnica de recolección de datos, y como instrumento de investigación, el cuestionario. Los resultados indican que principalmente los gerentes de las empresas son quienes asumen el compromiso de alcanzar la calidad (63.6%) para lo cual el 72.7% estableció su misión, visión y

valores, además de sentirse capaces de liderar las estrategias de atención al cliente. Finalmente concluye que, en su mayoría de las personas que dirigen las microempresas están al tanto del conocimientos y desarrollo empresarial, haciendo uso de técnicas y herramientas.

Linares (2017) en su tesis *Influencia de la gestión de calidad de servicio en la fidelización del cliente en la micro y pequeña empresa del sector servicio rubro servicentro: caso empresa Ortiz S.R.L. en la ciudad de Huaraz, 2017*, para optar el grado académico de maestro en administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, se propuso como objetivo general: Conocer a influencia de la gestión de calidad de servicio en la fidelización del cliente en la micro y pequeña empresa del sector servicio rubro servicentro: caso empresa Ortiz S.R.L. en la ciudad de Huaraz en el 2017. La metodología desarrollada fue de tipo descriptivo – correlacional, de diseño no experimental y transversal, de nivel básico. La muestra estuvo constituida por 54 clientes. En la recolección de datos se aplicó el cuestionario como instrumento. Encontrándose como resultado que la empresa en estudio se centra en el cliente, de tal manera que los identifica de inmediato al notar su presencia (87.4%) y al atenderlos logra cumplir con las expectativas (43.2%), sin embargo no siempre se puede darles una respuesta inmediata (85.2%), generando cierto desconcierto en el cliente. Concluyendo que, se pudo conocer la influencia de la gestión de calidad de servicios en la fidelización del cliente en la micro y pequeña empresa del sector servicio rubro servicentro.

Sánchez (2018) presentó su tesis: *Estrategias de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente en la estación “Grifo Sport”, La Victoria*, para obtener el título profesional de licenciada en administración en la Universidad César

Vallejo. Tuvo como objetivo general: Aplicar las estrategias de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente en la estación “Grifo Sport”, La Victoria, Chiclayo – 2018. La investigación desarrollada fue de tipo experimental con diseño pre experimental. La muestra estuvo constituida por 265 clientes. Y para la recolección de datos se aplicó la técnica de encuesta a través del instrumento el cuestionario. Encontrándose como resultado que la empresa presenta una serie de deficiencias en aspectos importantes para el cliente como es la falta de higiene y pulcritud (43%), escasa seguridad en sus instalaciones (45%), y un nivel bajo en el uso de equipos modernos y tecnológicos (40%). Concluyéndose que las estrategias generaron un cambio positivo en la satisfacción de los clientes del establecimiento.

Méndez (2018) en su tesis *Calidad de servicio y la fidelización de los clientes del grifo COGECO en Chimbote – 2018*, para optar el título profesional de administración en la Universidad César Vallejo, se propuso como objetivo general: Determinar la relación entre la calidad de servicio y la fidelización de los clientes del grifo Cogeco Chimbote – 2018. El método utilizado fue de diseño no experimental de tipo transversal. La muestra estuvo constituida por 384 clientes. En la recolección de datos se aplicó el cuestionario. Los resultados encontrados indicaron que la calidad en su evaluación general es calificada por el 51% como regular, sin embargo, en su dimensión de fiabilidad el 55% la consideró como mala. Finalmente concluyó que, existe una relación positiva y altamente significativa.

### **Antecedentes Regionales y locales**

#### **Variable 1. Gestión de calidad**

Velásquez (2017) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las mypes del sector servicio rubro grifos ubicados en la provincia*

*de Sullana año 2016*, para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, se propuso como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPE del servicio, rubro grifos ubicados en la provincia de Sullana año 2016. Utilizó la metodología de tipo cuantitativa – descriptiva. La muestra estuvo constituida por 09 microempresas, a cuyos clientes se les aplicó un cuestionario como instrumento de recolección de datos. En relación a la gestión de calidad se obtuvo como resultado que los grifos de la provincia de Sullana no cuentan con un sistema de calidad (56%), no obstante, el 78% sí utiliza factores como la buena atención que le permite brindar servicios de calidad debido a que el personal tiene habilidades y atributos al momento de atender (67%). Concluyendo que, las principales características de la gestión de calidad son que, no cuentan con un sistema para comprobar la calidad del combustible, no se tiene conocimiento de lo que trata un sistema de calidad, ni cómo utilizar dicha herramienta.

Coronado (2017) presentó su tesis: *Percepción sobre calidad del servicio y satisfacción del cliente en autoservicio Primax, grifo Mega, Piura, año 2016*, para optar el título de licenciado en ciencias administrativas, en la Universidad Nacional de Piura. Tuvo como objetivo general: Determinar el nivel de percepción sobre la calidad del servicio y sobre satisfacción del cliente en Autoservicio Primax, grifo Mega, Piura, año 2016. La metodología utilizada fue la que corresponde al tipo de investigación cualitativa, cuantitativa, descriptiva y transversal. La muestra estuvo constituida por 191 clientes. Para la recolección de datos se utilizó el SrvPerf con 5 dimensiones. Obteniéndose los siguientes resultados: la dimensión sobre bienes materiales o tangibles tuvo una valoración de 4.356 siendo de buena calidad, la dimensión

fiabilidad tuvo una puntuación de 3.7749 de buena calidad, la dimensión responsabilidad del servicio obtuvo 4.1021 que equivale a buena calidad, y la dimensión de empatía tuvo valoración de 4.1414 equivalente a muy buena calidad. Concluyendo que la percepción indica que el servicio es de muy buena calidad y se tiene mucha satisfacción.

### **Variable 2. Atención al cliente**

Rentería (2022) presentó su tesis *Calidad de servicio y atención al cliente en la empresa Business Plus EIRL en el distrito de Sullana, año 2019*, cuyo objetivo general fue: describir las características de la calidad del servicio y atención al cliente en la empresa Business Plus E.I.R.L en el distrito de Sullana año 2019. Utilizó el diseño de investigación no experimental – transversal – descriptivo – de propuesta. Aplicó la técnica de encuesta a una muestra de 200 clientes para ambas variables a través de un cuestionario. Los principales resultados fueron que, la empresa cuenta con equipos de apariencia moderna y atractiva (71.5%), el 69% consideró que el personal de la empresa siempre tiene conocimiento para responder sus dudas y consultas, y el 68% consideró que el personal de la empresa siempre comunica cuando se concluye el servicio. Concluyó que los clientes tienen una buena percepción respecto a la calidad del servicio y la atención que se les brinda en Busines Plus E.I.R.L

Escobar (2020) en su tesis *Caracterización de la atención al cliente y la competitividad en las mype rubro estaciones de servicio del distrito de Chulucanas – Piura, año 2018*, para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, se propuso como objetivo general: Determinar las características de la atención al cliente y la competitividad en las mype rubro estaciones de servicio del distrito de Chulucanas –

Piura, año 2018. La metodología utilizada fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, y diseño no experimental de corte transversal. La población estuvo constituida por 5 mype con un con un total de 175 clientes y 5 propietarios en conjunto. La técnica aplicada en la recolección de datos fue la encuesta. Los resultados indicaron que las estaciones de servicio sí tienen características de brindar un buena atención al cliente basándose en la fiabilidad generada al cumplir el servicio tal como la presentan en la publicidad (76%), tener elementos tangibles adecuados (76%), y por las cualidades positivas que demuestra al personal al momento de atender (57.71%). Concluyendo finalmente que, las características principales de la atención al cliente son la empatía e implementación de elementos tangibles y se conocen las necesidades de los clientes.

## **2.2. Bases teóricas de la investigación**

### **Variable 1. Gestión de calidad**

Según Cortés (2017) La gestión de calidad se trata del conjunto de actividades relacionadas con la función general de la dirección, la misma que tiene como responsabilidad la definición de la política de calidad, objetivos y responsabilidades que se implantan a través de la planificación, el control de la calidad, el aseguramiento de calidad y la mejora de la calidad.

Es un conjunto de métodos útiles de forma aleatoria, puntual y coyuntural para diferentes aspectos del proceso administrativo. También se utiliza para describir un sistema que relaciona un conjunto de variables relevantes para la puesta en práctica de una serie de principios, prácticas y técnicas para la mejora de la calidad. Se ha convertido actualmente en la condición necesaria para cualquier estrategia Dirigida hacia el éxito competitivo de la empresa. El aumento incesante del nivel de exigencia del consumidor, junto a la explosión de competencia de nuevos países comparativas

en costos y la creciente complejidad de productos, procesos, sistemas y organizaciones son algunas las causas que hacen de la calidad un factor determinante para la competitividad y la supervivencia de la empresa moderna (Durán, 1992)

### **Dimensión 1. Principios de la gestión de calidad**

Según Gabarró (2022) los principios de gestión de calidad se encuentran relacionados con aquella empresa moderna que consiga sostenerse en el mercado, crecer y desarrollarse para alcanzar el éxito. Al implantarse la norma ISO 9001, para que le sea de utilidad el certificado, los principios deben significar la mejora de la organización.

#### **Indicadores**

##### **- Enfoque al cliente**

Según Quiñones (2018) Las empresas dependen de sus clientes, y por lo tanto deben comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer todos los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder a las expectativas de los empleados. Organización debe tener claro que las necesidades de sus clientes no son estáticas, sino dinámica por lo que van cambiando a lo largo del tiempo, además de ser los clientes cada vez más exigentes y cada vez se encuentran más informados. La organización no sólo ha de esforzarse por conocer las necesidades y expectativas de sus clientes, sino que ha de ofrecerle diferentes soluciones mediante los productos y los servicios, y gestionarlas e intentar superar las expectativas día a día. Liderazgo

##### **- Participación del personal**

Según Gehisy (2010) Los principios de la administración de personal son perceptos que se utilizan con el propósito de guiar u orientar las múltiples acciones

que atañen a la dirección y motivación de los recursos humanos dentro de las distintas entidades para los propios fines.

- **Sistemas de gestión de la calidad con enfoque al cliente**

Según Peresson (2007) La calidad final de un producto o servicio, tal como se suministra a un cliente, se deriva o depende totalmente de la “calidad interna” con la que se generó. Esto significa que la calidad se construye a través de todos los pasos que intervienen en la prestación del servicio. Cuando entre las metas de una organización esta el garantizar la calidad de sus productos o servicios, se debe asegurar el trabajo y el compromiso del personal para lograr la calidad interna, la cual se traduce en la máxima eficiencia y efectividad en todas las actividades internas. Cada persona al hacer su trabajo funciona o se desempeña a la vez como cliente y proveedor.

- **Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas**

Camisón, Cruz, & González (1999). El conjunto de acciones que una organización lleva a cabo con la misión de administrar un negocio o solucionar un asunto. En cuanto a calidad, es una propiedad positiva que implica superioridad respecto a sus similares.

Estos dos conceptos se combinan en los procesos empresariales u organizacionales para denominar gestión de calidad a un aspecto fundamental de la actividad empresarial con el fin de satisfacer más que eficientemente a los clientes.

- **Mejora continua de la calidad en los procesos**

Sanchez (2005) nos dice en su libro que La satisfacción del cliente, se basa en su percepción de la calidad y está influenciada por las acciones que tome una organización. Estas acciones se deben derivarse de indicadores que evalúan la calidad de los procesos y productos que generan y que contribuyen a su mejora. Es importante

establecer un sistema de gestión para la calidad que este claramente orientado a los procesos y a la mejora continua. Pues, las organizaciones lograrán el liderazgo en la medida que tengan la habilidad para mantener la excelencia de sus procesos y se comprometan con el constante desarrollo de sus objetivos, siempre orientados a la satisfacción de sus clientes.

- **Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones**

Cualquier actividad de gestión implica emplear unos recursos existentes para alcanzar unos objetivos. Para establecer estos objetivos es necesario conocer la situación de partida, con todo el detalle posible, basándonos en unos indicadores que podamos medir posteriormente para verificar que se han alcanzado las metas planteadas. En el camino de la mejora continua las organizaciones deben tomar sus decisiones analizando datos fiables y representativos de su desempeño en el área de la calidad (Gómez, 2009) .

**Dimensión 2. Elementos de Gestión de calidad**

Para Calderón (2019) la importancia de la atención al cliente es lograr llegar a nuestros clientes con una importante venta promocional, la oferta, descuentos, y todo apoyo que se brinda al cliente en el desarrollo de nuevas estrategias con el fin de reducir los costos de inventario y prever contingencias que no resulten ser perjudiciales para la empresa ni para el cliente. Según Vásquez (2017) si se requiere lograr la satisfacción del cliente a través de la gestión de calidad, esta debería comprender los siguientes elementos:

## **Indicadores**

### **- Seguridad:**

Jiménez (2011) es una forma muy importante para que el cliente se sienta en total confianza así como que esto califique a la empresa como competitiva y que se preocupe por el bienestar de sus clientes y ellos quieran regresar otro día.

### **.Comunicación:**

Según Román (2005) nos dice que mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje entendible y claro. Es por ello que las empresas han de poner empeño en la comunicación y publicidad en este mundo globalizado una empresa conectada en red tiene una mayor capacidad de respuesta y es más inteligente a la hora de captar clientes por lo tanto proporciona una calidad de servicio superior.

### **- Cortesía:**

Según Díaz (2009) hace referencia a la atención, amabilidad, respeto y simpatía del trabajador ya que si les proporcionamos un excelente trato y brindamos una gran atención ellos querrán volver a nuestra empresa. Por ende, la cortesía es vital para un mejor perfeccionamiento en la atención ya que logra un comportamiento humano de buena costumbre, que se trata de la demostración de los trabajadores que manifiesta afecto, respeto o atención hacia los clientes, por lo tanto, es una expresión de las buenas maneras.

### **- Competencia:**

Según Navas (2015) dice que es vital que todos los trabajadores cuenten con los conocimientos del servicio que brinda la organización. Por ende, este es un aspecto muy estimado y valorado por los clientes: nada se consigue con tener los mejores productos si la atención entregada es deficiente.

- **Capacidad de respuesta:**

Según Semo (2007) nos dice que es la forma en que un trabajador se dispone atender al cliente con el fin de ayudar otorgando un servicio rápido pertinente, es así que los colaboradores deben estar al tanto de las dificultades o inquietud que se puede presentar ante los clientes, para estar siempre adelante innovando para retroalimentar las dudas de nuestros clientes.

- **Fiabilidad:**

Según Figueroa (2010) nos dice habilidad de ejecutar una buena atención desde la primera vez que se esté brindando el servicio de forma cuidadosa para hacer sentir la confianza al cliente ya que los clientes buscan ser escuchado, además se debe cumplir con el tiempo de espera. Asimismo, Molina (2017) sostiene que se refiere a la probabilidad de buen funcionamiento de algo.

- **Empatía:**

Peiró (2020) define a la empatía como la capacidad que tiene la persona para tomar la posición de la otra y comprender sus acciones, pensamientos y comportamientos.

- **Accesibilidad:**

Para Peiró (2020) se trata de la cualidad de aquello que se pueda entender como accesible; entendiéndose por accesible a lo que es de comprensión o entendimiento sencillo. En ese sentido indica que ha de utilizarse el término “accesible” para mencionar al nivel o grado en el que todo ser humano, muy aparte de su condición física o de sus facultades cognitivas puede utilizar una cosa, disfrutar de un servicio o utilizar su infraestructura.

- **Elementos tangibles:**

Del Pino (2018) explica que se trata de un concepto que sirve para mencionar a todo aquello material y que puede ser percibido con alguno de los cinco sentidos. Es decir, algo tangible es lo que se puede sentir con el tacto o que puede ser seguido con la vista.

## **Variable 2. Atención al cliente**

Según Escudero (2015) dice que es el conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas para ofrecer un suministrador para que el cliente obtenga el producto en el lugar y momento adecuados, se asegure el uso correcto del mismo, y satisfaga las necesidades y/o expectativas, como consecuencia del precio y la imagen de la empresa.

Prieto (2007) El tener buena atención al cliente es importante, depende que la empresa que el cliente este satisfecho con su atención es una buena oportunidad, razón necesaria para el trabajo que se ejecutara en la empresa ya que es la persona que acude para satisfacer sus necesidades en terminados bienes y servicios consistiendo en forma rentable para ambos.

### **Dimensión 1. Características de la atención al cliente:**

Ortega (2022) considera que el éxito de una empresa va a depender mucho de los clientes y sus experiencias con la empresa. Afirma que, una mala experiencia del cliente hará que este se vaya a la competencia, por el contrario, si la experiencia es buena, lo más seguro es que quiera volver. Por lo tanto, cree que la atención al cliente debe integrar todos los aspectos de la experiencia del cliente, es decir, incluyendo el servicio posventa, la asistencia al cliente, la ayuda, el mantenimiento, entre otras acciones de marketing dirigidas a fidelizar a los clientes.

### **Indicadores**

De acuerdo con Arenal (2019) la atención al cliente debe tener en cuenta las siguientes características:

- **Diferenciación:** Se debe señalar que el mercado competitivo actual ofrece bienes y servicios cada vez más similares y a precios parecidos para cada segmento de consumidores.
- **Conocimiento de las necesidades y expectativas de los clientes:** Resulta importante conocer con profundidades lo que necesitan los clientes para en ello orientar los esfuerzos con tal de satisfacer sus expectativas de manera que perciban como mínimo aquello que esperaban recibir a cambio de dinero y que encuentren en el mercado aquellos productos o servicios que realmente cumplan sus requerimientos.
- **Flexibilidad y mejora continua:** Sugiere que las empresas deben estar preparadas para adaptarse a posibles cambios en su rubro y a las necesidades que aumentan por parte de los clientes. En ese sentido, el personal que está en contacto directo con el cliente debe tener la formación y capacitación para dicha labor.
- **Orientación al trabajo y al cliente:** Toda actividad que implique la atención directa al cliente son parte de un componente técnico propio del trabajo desempeñado con un componente humano que se deriva del trato directo con personas. Una adecuada atención al cliente debe mezclar ambos: saber hacer y saber estar.
- **Plantearse como meta la atención al cliente la fidelización:** Resulta más rentable y complicada de retener a los clientes actuales que captar nuevos clientes. Para el logro de la fidelización de los clientes hay que buscar nuevos valores relacionados

al producto para que éstos puedan sentirse satisfechos e infravalores otras variables como puede ser el precio, la distancia que son recordados por la competencias.

- **Canales digitales:** El aumento de los equipos dedicados a la atención al cliente en las redes sociales, los foros y comunidades permiten la optimización y la eficiencia del servicio. Actualmente los clientes exigen rapidez por ello es que se deben gestionar las respuestas en tiempos reducidos, necesitando para ello los canales digitales (p.9)

## **Dimensión 2. Principios de atención al cliente**

Ortiz (2020) menciona que los principios de atención al cliente son aquellos que permiten a un negocio dar respuesta de una forma más óptima en términos de precisión, velocidad, accesibilidad, transparencia y eficiencia. También los considera como la clave para construir una cultura sólida para el éxito de la empresa. Sin embargo, también sostiene que, si bien es cierto cada organización está en la libertad de centrar sus actividades de servicio en más o menos principios, los empresarios que se familiarizan con dichos pilares permiten una excelente experiencia con los clientes, de tal forma que conducen hacia el éxito empresarial.

### **Indicadores**

Según López (2020) son principios de atención al cliente los siguientes:

- a. **Relevante:** Sostiene que la gestión en atención al cliente requiere de dar respuestas precisas en relación de las diferentes situaciones y problemas que se presenten en el desempeño de la actividad. Es decir, ha de dar respuesta exacta a las demandas que se proponen.
- b. **Oportuna:** La gestión del cliente también implica estar preparados para responder de manera inmediata a la problemática planteada. En caso de que

el servicio demore, la espera puede ser motivo de mayor insatisfacción para el cliente.

- c. **Permanente:** El servicio al cliente debe estar en todo momento, y con la disposición a responder a toda queja y reclamo. Debe estar siempre activo para no tener pérdidas de tiempo que deriva de la inactividad.
- d. **Flexible:** La atención al cliente debe contar con sus propios recursos y la experiencia debe hacer posible que la gestión se adapte a cada situación concreta para dar una solución oportuna y relevante.
- e. **Eficaz y eficiente:** Resulta necesario que la prestación del servicio tenga como objetivo la satisfacción de los clientes o consumidores (p.9).

#### **2.2.3.1. Experiencias de la atención al cliente**

Según Ramires y Zegarra (2008) Esta experiencia del cliente es muy importante porque aquí el cliente decide si va a comprar ese producto si le esta satisfaciendo su necesidad ya que cada cliente tiene diferente modo de pensar y actuar aquí el empresario conocerá si su producto esta cumpliendo con las políticas de calidad.

**El comportamiento del cliente:** según Leon G. Schiffman (2005) nos dice que hace referencia al contexto social en el que se encuentre el cliente a la hora buscar, comprar o utilizar un servicio u producto teniendo en cuenta sus gustos y preferencias de cada cliente.

- a) **La percepción del cliente:** según Mejía (2009) nos dice que Los clientes cuentan con mucha información en la mente que llega a través de los sentidos asimismo genera y crea un concepto de lo que ve o percibe en base a sus experiencias, es así que las empresas se enfocan no solo en el producto sino también en la atención y sobre todo tienen en cuenta que es lo que mira el

cliente a su alrededor, generando emociones positivas o negativas, por lo tanto el cliente se fija en los pequeños detalles de una organización así que deben ser creativos en la publicidad para cautivarlos y posicionarnos en la mente del cliente.

**b) Las emociones de los clientes:** según Pardo (2018) nos dice que influyen en las decisiones cotidianas y, por mucho que nos esforcemos, no logramos encontrar la lógica que se esconde detrás de un sentimiento, es muy confuso esta experiencia ya que muchos de los clientes pueden adquirir el servicio o producto solo para satisfacer su ánimo que está sintiendo en ese momento.

### **III. HIPÓTESIS**

En la presente investigación no corresponde la formulación de hipótesis porque el estudio solo se ha limitado en describir la Gestión de calidad y atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020. Laura,( 2015) especifica que se caracteriza por señalar la presencia de ciertos hechos o fenómenos en la población objeto de estudio lo cual comenta que no en todas las investigaciones descriptivas se formulan hipótesis ya que consiste solo de mencionar las características de la situación problemática.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Diseño de la investigación**

La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo – de propuesta.

#### **No experimental**

Según Montano (2019) nos dice que es aquella en la que no se controlan ni manipulan las variables de estudio. para desarrollar la investigación, se debe estudiar el ambiente natural, obteniendo datos directamente para analizarlos. En el caso de esta investigación, no se ha introdujo ninguna modificación en los resultados obtenidos, es decir, el problema ha sido plasmado tal como se presentó en los grifos de la ciudad de Sullana.

#### **Transversal**

Para Coll (2020) el estudio transversal es un tipo de investigación observacional centrado en analizar datos de diferentes variables sobre una determinada población de muestra, recopiladas en un periodo de tiempo. En el caso de la investigación se utilizó el diseño transversal porque la toma de datos corresponde a un solo momento, es decir, no se buscó mayor información que la plasmada en esta investigación.

#### **Descriptiva**

La investigación de nivel descriptiva Shuttleworth (2009) dice que es un método científico que implica observar y describir la investigación en un nivel descriptivo, su propósito del investigador es describir situaciones y eventos, es decir cómo es y se manifiesta el determinado fenómeno, buscando especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno

que sea sometido a análisis. Descriptiva ya que solo se limitó a describir las principales características de las variables: gestión de calidad y atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana.

#### **4.2. Población y muestra.**

##### **De propuesta**

Según Bolivia (2017) la propuesta es la meta final de investigación, con la cual se busca estructurar de manera específica la respuesta o solución al problema que originó el estudio y expresa lo planificado. En este caso se propusieron las mejoras que le permitirán a los grifos mejorar sus resultados.

##### **Población**

Carrasco (2009) señala que la población es el conjunto de elementos-personas, objetos, sistemas, sucesos, entre otros-finitos e infinitos, a los pertenece la población y la muestra de estudio en estrecha relación con las variables y el fragmento problemático de la realidad, que es materia de investigación.

Para la presente investigación la población estuvo constituida de acuerdo a lo siguiente

**P1:** Para la variable gestión de calidad se consideró al personal del grifo, siendo una población finita ya que se conoció el número exacto del personal.

**P2:** Para la variable atención al cliente se consideró a los clientes de los grifos de la ciudad de Sullana, siendo una población infinita ya que se desconoce el número exacto de clientes, se necesita de la fórmula estadística.

##### **Muestra:**

Según Cerda (2003) nos dice que es una parte de la población que reúne todas las condiciones o características de la población, de manera que sea posible, pero sin perder exactitud.

M1: para la variable de la gestión de calidad se realizó la encuesta a 14 personas los cuales están conformados por el personal que estuvo dispuesto a desarrollar el cuestionario.

M2: para la variable de atención al cliente estuvo conformada por 68 clientes de acuerdo a la formula correspondiente para poblaciones infinitas

$$\text{Fórmula: } n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{E^2}$$

Dónde: según Arias (2006)

n: es el tamaño de la muestra que se quiere encontrar

Z= Es la desviación del valor medio que aceptamos para lograr el nivel de confianza deseado.

E= Margen de error que admitido

P= es la proporción esperada

$$Q = 1 - P$$

**Donde:**

n= Tamaño de la muestra = 1.65

p= probabilidad de acierto = 0.5

q= 0,50 probabilidad de error

e= margen de error, 10

Z= 1.65 límite de confianza

$$n = \frac{1.65^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.10^2}$$

$$n = \frac{2.7225 \cdot 0.25}{1}$$

$$n = 0.680625$$

$$n = 68$$

$$n = 0.680625 \quad n = 68$$

### 4.3. Definición y operacionalización de variables

Variabl e	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala de medición	Instrument o
Gestión de calidad	Conjunto de actividades de la función general de la dirección que determinan la política de la calidad, los objetivos y las responsabilidades y se implantan por medios tales como la planificación, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y la mejora de la calidad en el marco del sistema de la calidad” (Cortés, 2017).	Evaluar la gestión de calidad y sus procesos correctos que permitan resultados favorables a la micro y pequeñas empresas. Lacalle (2020)	Principio	Enfoque a las partes interesadas	¿Se tiene como prioridad al cliente?	Trabajadores	Nominal	Cuestionari o
				Liderazgo	¿El liderazgo que se ejerce en la empresa es el correcto?			
				Compromiso de las personas	¿Existe compromiso del personal con el nivel de calidad?			
				La mejora continua	¿Se realizan ajuste de detalles con el fin de mejorar la calidad?			
				Toma de decisiones	¿La toma de decisiones se basa en argumentos sólidos?			
			Elementos	Fiabilidad	¿El equipo de trabajo inspira confianza al cliente?			

				Competencia	¿Se evalúa el nivel de competitividad?			
				Capacidad de respuesta	¿Se capacita al personal con el fin de mejorar su capacidad de respuesta?			
				Accesibilidad	¿Su empresa utiliza la tecnología con el fin de mejorar el acceso a la información?			
				Empatía	¿El personal siempre trata de entender las necesidades del cliente?			
				Cortesía	¿Los trabajadores demuestran facilidad para ser cortés con el cliente?			
				Comunicación	¿Existe una buena comunicación entre el personal?			
				Seguridad	¿Se tiene un plan para mitigar riesgos y brindar seguridad?			

				Elementos tangibles	¿La infraestructura de su negocio se encuentra en buen estado?		
Atención al cliente	López (2020) la atención al cliente no es una herramienta exclusiva de las empresas privadas o públicas, sino que, todas las empresas están en la necesidad de cuidar a sus usuarios atendiéndolos de la mejor manera.	Evaluar la atención a los clientes en los diferentes tipos de empresas. Prieto (2007)	Características	Diferenciación	¿Se le brinda un trato diferente de los demás grifos?	Clientes	Nominal
				Necesidades y expectativas	El personal conoce en realidad las necesidades del cliente?		
				Orientación al trabajo y al cliente	¿Considera que el esfuerzo del personal es por brindar un buen servicio al cliente?		
				Fidelización	¿Se siente fidelizado con la empresa?		
				Canales digitales	¿Se contactó con la empresa a través de medios digitales?		
			Principios	Relevante	¿El personal se preocupa para		

					solucionar hechos relevantes?			
				Oportuna	¿La atención que se le brinda es oportuna?			
				Permanente	¿La atención al cliente es permanente?			
				Flexible	¿El trato es flexible de acuerdo al comportamiento del cliente?			
				Eficaz y eficiente	¿La atención que se le brinda es eficaz y eficiente?			

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

##### **Técnicas**

Según Manrique (2008) nos dice que la encuesta estuvo constituida por una serie de preguntas que están dirigidas a una porción representativa de una población y tiene como finalidad averiguar estados de opinión, actitudes o comportamientos de las personas estudiadas.

##### **Instrumento**

El instrumento que se utilizó en esta investigación fue el cuestionario de acuerdo con Menses (2016) es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente y organizada, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con la planificación. En el presente caso se elaboraron dos cuestionarios: el primero conteniendo 14 preguntas sobre gestión de calidad y estuvo dirigido a los propietarios y trabajadores de los grifos de la ciudad de Sullana, y el segundo cuestionario contuvo 10 preguntas relacionadas con la atención al cliente, y fue aplicado a los clientes de los grifos de Sullana.

#### **4.5. Plan de análisis**

Rain (2021) señala que un plan de análisis de datos es un mapa ruta sobre cómo organizar y analizar los datos de tu encuesta. Asimismo, el plan de análisis consiste en la explicación de las técnicas de organización y clasificación de los datos que se van a utilizar. Para poder desarrollar esta investigación se recurrió a programas informática , como el Mendeley gestor bibliográficas , Microsoft Word 2016 contribuyo a la redacción ,turnitin para el porcentaje de similitud y la parte estadística a Microsoft Excel 2016 y el programa SPSS para el procesamiento de datos de acuerdo al tipo cuantitativo , con un nivel descriptivo respectivamente, con la presentación en tablas

y gráficas, además del análisis estadístico, con el cual se llegó a realizar la discusión con los diferentes autores en la investigación tanto de antecedentes y bases teóricas, con él se pudo llegar a las siguientes conclusiones, para poder brindar una información concreta con el cual los empresarios podrían mejorar, además sirve de base para otras investigaciones. Finalmente se utilizó el programa de PDF para el trabajo final y el programa de POWER POINT para la sustentación del trabajo.

#### 4.6. Matriz de consistencia

Título	Enunciado	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Plan de análisis
Gestión de Calidad y atención al cliente en los Grifos de la Ciudad de Sullana, año 2020	¿Cuáles son las características de la Gestión de Calidad y atención al cliente en los Grifos de la Ciudad de Sullana, año 2020?	<p><b>Objetivo general</b> Determinar las características de la Gestión de Calidad y atención al cliente en los Grifos de la Ciudad de Sullana, año 2020.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar las características de los principios de gestión de calidad en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.</li> <li>• Detallar las características de los elementos de gestión de calidad en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.</li> <li>• Describir las características de la atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.</li> <li>• Identificar las características de los principios de la atención al cliente en los</li> </ul>	En esta investigación no se planteó hipótesis por ser descriptiva Laura, ( 2015)	Variable 1. Gestión de calidad  Variable 2. atención al cliente	<p><b>Tipo:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Nivel:</b> Descriptivo</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental-transversal- de propuesta</p>	<p><b>Población</b></p> <p><b>P1:</b> 14 trabajadores.</p> <p><b>P2:</b> Infinita de clientes</p> <p><b>Muestra</b></p> <p><b>M1:</b> 14 trabajadores.</p> <p><b>M2:</b> 68 clientes</p>	<p><b>Técnica:</b> encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> cuestionario</p>	Se utilizaron los programas informáticos: - Word - Pdf - Excel - Power point - Turnitin

		<p>grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Elaborar una propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.</li></ul>							
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

#### 4.7. Principios éticos

La ética debe ser aplicada en todas las etapas de la investigación desde la planificación y la realización hasta la evaluación del proyecto de investigación, por lo tanto, en la presente investigación, según el código de ética para la investigación (versión 002) de la (ULADECH,2016) indica que los principios éticos que se tuvieron en cuenta en la presente investigación fueron:

**Protección a las personas.** - Se respetó a las personas, y no se obligó a llenar las encuestas si es que no estaban de acuerdo, solamente se incluyeron a las personas que estuvieron dispuestos a brindar información, además no ha sido divulgada su identidad.

**Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad.** - Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños; en ese sentido, se utilizaron hojas de papel boom reciclado.

**Libre participación y derecho a estar informado.** - En toda investigación se contó con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica. Se solicitó permiso al propietario de los grifos en el distrito de Sullana, para realizar la presente investigación, con la finalidad que brinden la información adecuada y poder tener conclusiones específicas de acuerdo a las variables de estudio.

**Beneficencia y no maleficencia.** - En la presente investigación no se obligó, ni maltrató de ninguna forma a los propietarios y colaboradores de las empresas en investigación. Se trató de la mejor manera y con palabras adecuadas.

**Justicia.** - A los colaboradores se les trató con equidad y justicia, no se realizaron comentarios maliciosos o fuera de lugar, para no causar inconvenientes, además en la investigación no se manipularon los datos adquiridos durante la encuesta.

**Integridad científica.** - Se respetaron los derechos de autor, colocando las citas bibliográficas de acuerdo a las Normas APA.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

**Tabla 1**

Características de los principios de gestión de calidad en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.

Características de los principios de la gestión de calidad	N	%
<b>Se tiene como prioridad al cliente</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	2	14.29
Casi siempre	2	14.29
Siempre	10	71.43
Total	14	100.00
<b>Liderazgo que se ejerce en la empresa</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	3	21.43
Casi siempre	5	35.71
Siempre	6	42.86
Total	14	100.00
<b>Compromiso del personal con el nivel de calidad</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	0	0.00
Casi siempre	2	14.29
Siempre	12	85.71
Total	14	100.00
<b>Ajuste de detalles para mejorar la calidad</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	5	35.71
A veces	4	28.57
Casi siempre	2	14.29
Siempre	3	21.43
Total	14	100.00
<b>Toma de decisiones con argumentos sólidos</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	7	50.00
Casi siempre	6	42.86
Siempre	1	7.14
Total	14	100.00

*Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado al personal de los grifos de la ciudad de Sullana, 2020.*

**Tabla 2**

Características de los elementos de gestión de calidad en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.

Características de los elementos de la gestión de calidad	N	%
<b>Equipo de trabajo inspira confianza al cliente</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	2	14.29
Casi siempre	3	21.43
Siempre	9	64.29
Total	14	100.00
<b>Evaluación del nivel de competitividad</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	8	57.14
A veces	4	28.57
Casi siempre	2	14.29
Siempre	0	0.00
Total	14	100.00
<b>Capacitación del personal para mejorar su capacidad de respuesta</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	6	42.86
A veces	5	35.71
Casi siempre	3	21.43
Siempre	0	0.00
Total	14	100.00
<b>Uso de la tecnología para mejorar acceso a la información de la empresa</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	2	14.29
Casi siempre	3	21.43
Siempre	9	64.29
Total	14	100.00
<b>Se trata de entender las necesidades del cliente</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	0	0.00
Casi siempre	3	21.43
Siempre	11	78.57
Total	14	100.00

*Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado al personal de los grifos de la ciudad de Sullana, 2020.*

**Tabla 2**

Características de los elementos de gestión de calidad en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.

Características de los elementos de la gestión de calidad	N	%
<b>Facilidad para ser cortés con el cliente</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	1	7.14
Casi siempre	3	21.43
Siempre	10	71.43
Total	14	100.00
<b>Buena comunicación entre el personal</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	1	7.14
Casi siempre	2	14.29
Siempre	11	78.57
Total	14	100.00
<b>Plan para mitigar riesgos y brindar seguridad</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	12	85.71
A veces	2	14.29
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	14	100.00
<b>Buen estado de la infraestructura</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	0	0.00
Casi siempre	2	14.29
Siempre	12	85.71
Total	14	100.00

*Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado al personal de los grifos de la ciudad de Sullana, 2020.*

**Tabla 3**

Características de la atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.

Características de la atención al cliente	N	%
<b>Trato diferente de los demás grifos</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	5	7.35
Casi siempre	24	35.29
Siempre	39	57.35
Total	68	100.00
<b>El personal conoce realmente las necesidades de los clientes</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	17	25.00
Casi siempre	31	45.59
Siempre	20	29.41
Total	68	100.00
<b>Esfuerzo del personal es por brindar un buen servicio al cliente</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	6	8.82
A veces	11	16.18
Casi siempre	22	32.35
Siempre	29	42.65
Total	68	100.00
<b>Se siente fidelizado con la empresa</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	22	32.35
A veces	11	16.18
Casi siempre	21	30.88
Siempre	14	20.59
Total	68	100.00
<b>Contacto con la empresa a través de medios digitales</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	22	32.35
A veces	24	35.29
Casi siempre	14	20.59
Siempre	8	11.76
Total	68	100.00

*Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes de los grifos de la ciudad de Sullana, 2020.*

**Tabla 4**

Características de los principios de la atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.

Características de los principios de la atención al cliente	N	%
<b>El personal se preocupa para solucionar hechos relevantes</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	7	10.29
Casi siempre	12	17.65
Siempre	49	72.06
Total	68	100.00
<b>La atención es oportuna</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	10	14.71
Casi siempre	13	19.12
Siempre	45	66.18
Total	68	100.00
<b>La atención al cliente es permanente</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	1	1.47
A veces	9	13.24
Casi siempre	22	32.35
Siempre	36	52.94
Total	68	100.00
<b>Trato flexible de acuerdo al comportamiento del cliente</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	8	11.76
Casi siempre	21	30.88
Siempre	39	57.35
Total	68	100.00
<b>Atención eficaz y eficiente</b>		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	11	16.18
A veces	13	19.12
Casi siempre	15	22.06
Siempre	29	42.65
Total	68	100.00

*Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes de los grifos de la ciudad de Sullana, 2020.*

**Tabla 5**

*Propuesta de mejora de la gestión de calidad para la atención al cliente en los grifos de Sullana, 2020.*

<b>Indicadores</b>	<b>Problema</b>	<b>Causas del problema</b>	<b>Consecuencias del problema</b>	<b>Acción de mejora</b>	<b>Responsable</b>	<b>Presupuesto</b>
Mejora continua	El 35.71% de personal indican que casi nunca se realizan ajustes que permitan mejorar la calidad	No se han identificado las deficiencias que permita realizar los ajustes necesarios para mejorar la calidad	- Servicio de baja calidad - Clientes insatisfechos - Pérdida de clientes	Elaborar un listado de deficiencias por mejorar en la empresa	Gerencia	S/. 1.200
Toma de decisiones	El 50% responde que algunas veces toman decisiones basadas en argumentos sólidos	No se tiene información actualizada con la cual se puedan sustentar las decisiones tomadas	- Decisiones erradas - Fracaso en los planes - Personal confundido por las malas decisiones	Actualizar la información con el apoyo de las diferentes áreas de la empresa	Administración y contabilidad	S/. 1.500
Competencia	El 57.14% de personal indica que casi nunca se evalúa el nivel de competitividad	No se ha establecido un plan de evaluación a los trabajadores que permita conocer su nivel de competencia	- Bajo rendimiento de los trabajadores - Falta de compromiso por parte de los trabajadores	- Elaborar un plan de evaluación del desempeño de los trabajadores	Administrador y recursos humanos	S/. 5.000
Capacidad de respuesta	El 42.86% de personal responden que casi nunca se les capacita para que mejoren su capacidad de respuesta	No existe la preocupación por capacitar al personal	- Servicio de mala calidad - Bajo rendimiento - Clientes insatisfechos	Elaborar un programa de capacitación de los proveedores	Administrador y recursos humanos	S/. 8.000
Seguridad	El 85.71% de personal menciona	No se tienen identificados los	- Accidentes - Pérdidas	Elaborar un plan para mitigar	Administrador	S/. 1.500

	que en la empresa casi nunca se tiene un plan para mitigar riesgos y brindar seguridad.	riesgos a los que se expone la empresa		riesgos y brindar seguridad		
Fidelización	El 32.35% de clientes casi nunca se siente fidelizado con la empresa	No se han introducido estrategias para fidelizar al cliente	- Clientes optan por adquirir el producto en la competencia - Bajo nivel de ventas	Aplicar estrategias como el otorgamiento de descuentos y promociones a los clientes	Administrador y personal de ventas	S/. 1.000
Canales digitales	El 32.35% casi nunca tiene contacto con la empresa a través de canales digitales	No se han activado cuentas en redes sociales a nombre de la empresa	- Se le va a dificultar posicionar su marca en el mercado - A los clientes les resultará complicado ubicarlo	Implementar las cuentas en redes sociales	Encargado de marketing	S/. 1.000

## 5.2. Análisis de resultados

### **Tabla 1. Características de los principios de gestión de calidad en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.**

Se tiene como prioridad al cliente: El 71.43% responde que sí es prioridad para la empresa el cliente, lo cual se entiende que se está cumpliendo con el enfoque al cliente, del cual Gonzáles (2016) En su libro *Sistema de gestión de calidad*: señala que es la misión y objetivo principal de toda organización lograr la satisfacción del cliente, e incluso en entes estatales o sociales.

Liderazgo que se ejerce en la empresa: El 42.86% asegura que en los grifos se ejerce un buen liderazgo, coincidiendo con García (2018) en su tesis titulada *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las pymes del sector servicios, estaciones de servicios, distrito de Iquitos, 2018* obtuvo que, el 63.6% señala que las gerencias de los grifos propician y lideran una experiencia agradable de atención al cliente. Sobre el liderazgo Gonzáles (2016) en su libro *sistema de gestión de calidad* indica que consiste en el establecimiento de una unidad de propósito, como también la misión y visión de objetivos, sin embargo, lo más importante, es la motivación que ejerce sobre su equipo de trabajo.

Compromiso del personal con el nivel de calidad: El 85.71% de personal aseguran estar comprometidos con el nivel de calidad que se espera alcanzar en la empresa, coincidiendo de esta manera con García (2018) quien en su tesis titulada *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, estaciones de servicios, distrito de Iquitos, 2018* obtuvo que el 63.6% de encuestados asegura que la gerencia se muestra comprometida con la calidad. Respecto del compromiso del personal, Gonzáles (2016) En su libro *Sistema de gestión de calidad* considera que el personal es un factor esencial del éxito o fracaso de los objetivos de la organización, por ello, es vital que se haga partícipe a todo el equipo de trabajo.

Ajuste de detalles para mejorar la calidad: El 35.71% de personal indica que no es común realizar ajustes de forma permanente con el fin de mejorar, lo cual coincide con

García (2018) en su tesis titulada *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, estaciones de servicios, distrito de Iquitos, 2018* en cuya investigación obtuvo que, el 45.5% de gerencias han invertido en equipamiento para mejorar el servicio. Por su parte, Gonzáles (2016) en su libro *Sistema de gestión de calidad* : compara a la mejora de las organizaciones con el avance científico y tecnológico, a los que señala son el fruto de ir mejorando de forma permanente.

Toma de decisiones con argumentos sólidos: La mitad del personal responde que los representantes de los negocios si toman decisiones con argumentos sólidos. En ese sentido, Gonzáles (2016) en su libro *Sistema de gestion de calidad* : señala que por lo general los gerentes toman decisiones basándose en la intuición y en la experiencia, sin embargo, sugiere que estas deben estar basadas en hechos reales y datos ciertos.

**Tabla 2. Características de los elementos de gestión de calidad en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.**

Equipo de trabajo inspira confianza al cliente: El 64.29% de personal sí considera que el equipo de trabajo inspira confianza en el cliente. Molina (2017) menciona sobre la fiabilidad como un elemento de la gestión de calidad que hace referencia a la probabilidad de buen funcionamiento de algo.

Evaluación del nivel de competitividad: El 57.14% responde que casi nunca se evalúa el nivel de competitividad, lo que no coincide con el resultado obtenido por García (2018) en su tesis titulada *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, estaciones de servicios, distrito de Iquitos, 2018* donde el 81.8% responde que se hace uso de herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial. Respecto a la competencia Molina (2017) menciona que se trata de la aptitud o capacidad para llevar a cabo una tarea.

Capacitación del personal para mejorar su capacidad de respuesta: El 42.86% reconoce que en los negocios casi nunca los capacita con lo cual podrían mejorar su

capacidad de respuesta, coincidiendo de esta manera con Rodríguez (2020) *Gestión de calidad y el clima organizacional en la empresa grifo Racing E.I.R.L., distrito de Amarilis, provincia y región de Huánuco, 2020* donde el 30% indicó que casi nunca se capacita al personal con el fin de que se vuelvan más eficientes en sus funciones. Sobre la capacidad de respuesta, Molina (2017) sostiene que se trata de la rapidez en la prestación del servicio.

Uso de la tecnología para mejorar acceso a la información de la empresa: El 64.29% responde que siempre se hace uso de la tecnología con el fin de mejorar el acceso a la información de la empresa, coincide con García (2018) en cuya investigación obtuvo que el 45.5% utiliza la radio como medio de comunicación para llegar al cliente. Molina (2017) índice que la accesibilidad consiste en incluir a todas las personas, son que existan barreras físicas, sensoriales y comunicativas.

Se trata de entender las necesidades del cliente: El 78.57% indica que siempre se trata de entender las necesidades del cliente, lo cual coincide con el resultado de Escobar (2020) donde el 86.86% de encuestados responde que los trabajadores de grifos muestran empatía al brindar el servicio. Sobre la empatía Molina (2017) dice que es la capacidad que se tiene para lograr ponerse en el lugar de otra persona.

Facilidad para ser cortés con el cliente: Más de la mitad de encuestados, el 71.43% señalan que sí les resulta fácil ser cortés con el cliente. De la cortesía, Molina (2017) sostiene que es el comportamiento afable y atento o acto en el cual se practica la atención y cordialidad hacia los demás.

Buena comunicación entre el personal: El 78.57% del personal de los grifos responden que en sus negocios sí existe una buena comunicación entre el personal de la empresa, lo cual no coincide con Rodríguez (2020) *Gestión de calidad y el clima organizacional en la empresa grifo Racing E.I.R.L., distrito de Amarilis, provincia y región de Huánuco, 2020* en cuya investigación obtuvo que el 30% indicó que casi nunca existe en los grifos una comunicación asertiva entre todos sus colaboradores. Molina (2017) señala lo

importante que es mantener al cliente informado respecto a cualquier asunto relacionado con el servicio que brinda la empresa.

Plan para mitigar riesgos y brindar seguridad: El 85.71% señala que casi nunca se tiene un plan que permita reducir riesgos y brinde seguridad. Molina (2017) establece hasta tres tipos de seguridad que toda empresa debe considerar, y son: física, económica y de datos personales.

Buen estado de la infraestructura: El 85.71% de personal encuestados asegura que la infraestructura de la empresa se encuentra en buenas condiciones, lo cual coincide con Escobar (2020) en cuya investigación obtuvo como resultado que, el 60% de encuestados indicó que en los grifos de Chulucanas si existen elementos tangibles adecuados. Finalmente, Molina (2017) indica a los elementos tangibles también como uno de los elementos de la gestión de calidad, y aquí comprende a todo lo que las personas pueden ver y palpar.

**Tabla 3. Características de la atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.**

Trato diferente de los demás grifos: El 57.35% opina que el trato en los grifos siempre es diferente al recibido en otras empresas de diferente rubro, coincidiendo con uno de los resultados de Escobar (2020) donde el 42.29% de clientes encuestados consideran que los personales de los grifos poseen cualidades necesarias para la atención al cliente.

El personal conocer realmente las necesidades de los clientes: El 45.59% de clientes responde que en los grifos el personal casi siempre conoce las necesidades del cliente, coincidiendo de esta manera con Escobar (2020) en cuya investigación obtuvo entre sus resultados que, el 72% de encuestados señala que la organización sí conoce las necesidades de los clientes.

Esfuerzo del personal es por brindar un buen servicio al cliente: El 42.65% percibe que el esfuerzo del personal de los grifos es con el fin de brindar un buen servicio al cliente.

El 32.35% de clientes encuestados dice no sentirse fidelizado con los grifos, coincidiendo con Escobar (2020) en cuya investigación obtuvo como resultado que el 30.90% de empresas no aplica tácticas que le permitan conservar al cliente.

Se siente fidelizado con la empresa: Según la tabla 19 y figura 19 se muestra que 35.29% de clientes responde que los clientes algunas veces se contactan con los grifos haciendo uso de medios digitales.

**Tabla 4. Características de los principios de la atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.**

El personal se preocupa para solucionar hechos relevantes: El 72.06% percibe que el personal de los grifos sí se preocupa por atender hechos relevantes. López (2020) En su libro *Atención al cliente, consumidor y usuario* señala que uno de los principios en la atención al cliente es lo relevante, es decir, considera que la atención al cliente debe responder correctamente a las diferentes situaciones, es decir, se trata de dar una respuesta exacta y precisa.

La atención es oportuna: El 66.18% de clientes encuestados asegura que la atención recibida es oportuna. Respecto a la oportunidad en que se debe atender, López (2020) en su libro *Atención al cliente, consumidor y usuario* señala que, la respuesta debe ser de manera inmediata a la problemática que se presente.

La atención al cliente es permanente: El 52.94% responde que la atención en los grifos es permanente, coincidiendo de esta manera con Escobar (2020) en cuya investigación obtuvo que el 70.86% de clientes indicó que en los grifos siempre es el personal está a su disposición. Otro principio que menciona López (2020) en su libro *Atención al cliente, consumidor y usuario* es el de la permanencia del servicio, y sobre ello, indica que, la gestión con los clientes debe estar preparada para todo tipo de consulta, duda o queja, e incluso, el área de atención al cliente debe contar con personal exclusivo para las funciones que le competen.

Trato flexible de acuerdo al comportamiento del cliente: El 57.35% de clientes responde que siempre el trato del personal de los grifos es flexible y de acuerdo al comportamiento del cliente, coincidiendo de esta manera con García (2018) en su tesis titulada *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, estaciones de servicios, distrito de Iquitos, 2018* se obtuvo que, el 100% indica que se comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente. López (2020) en su libro *Atención al cliente, consumidor y usuario* menciona que el contar con recursos propios y personal específico en el área de atención al cliente, hará posible el cumplimiento referido a la flexibilidad, ya que permitirá adaptarse a cada problemática en concreto.

Atención eficaz y eficiente: El 42.65% responde que la atención en los grifos es eficaz y eficiente, coincidiendo con el resultado de Rodríguez (2020) en su tesis *Gestión de calidad y el clima organizacional en la empresa grifo Racing E.I.R.L., distrito de Amarilis, provincia y región de Huánuco, 2020* donde el 35% respondió que a veces se realiza un trabajo con eficiencia. López (2020) en su libro *Atención al cliente, consumidor y usuario* considera que la atención al cliente debe estar orientada en la satisfacción del mismo, por lo tanto, esta debe realizarse con eficacia y eficiencia

## VI. CONCLUSIONES

Respecto al cumplimiento de los principios de gestión de calidad se identificó que en los grifos se da cumplimiento a principios de gestión de calidad como lo es el enfoque al cliente que tiene que ver con la satisfacción de sus necesidades. Se hace presente también el liderazgo, al cual se le considera como bueno en estos negocios. El personal juega un rol muy importante en la empresa y en el cumplimiento de sus propósitos por ello, estos están comprometidos con la organización. Además, los grifos siempre están tratando de mejorar y para ello toman diferentes decisiones, las mismas que son sustentadas con argumentos sólidos.

Respecto a los elementos de gestión de calidad tuvo que ver con un equipo de trabajo que inspira confianza, una dirección que evalúa el nivel de competitividad de la empresa, sin embargo, no se capacita al personal lo que podría conllevar a un servicio de baja calidad. Por otro lado, en la gestión también se hace uso de la tecnología con el propósito de mejorar el acceso a la información. Asimismo, el personal en todo momento se muestra interesado y tratando de entender la postura del cliente, y su actitud es el buen trato con cortesía. La comunicación es otro de los elementos vitales en el desarrollo de actividades a la cual se le da la debida importancia en los grifos. La infraestructura que, también forma parte de los elementos de gestión de calidad, esta se encuentra en buen estado. En lo que se está fallando y no permite evidenciar una calidad total en estos negocios, es la falta de un plan para reducir riesgos.

Se Determinó las características de la atención al cliente está caracterizada por un personal que atiende de una manera diferente al de la competencia, demostrando conocimiento sobre las necesidades del cliente y esforzándose por lograr la satisfacción del mismo. Sin embargo, aun el cliente responde que aún no se siente fidelizado con la empresa y puede ser porque esta no hace uso de medios digitales como las redes sociales a través de las cuales puede establecer mejores relaciones.

Se Identificó que el cumplimiento de los principios de la atención al cliente efectivamente se viene cumpliendo principios en la atención que se le brinda al cliente, y ello se da de la siguiente manera: el personal siempre se preocupa por hechos relevantes con el fin de dar una solución precisa al cliente, asimismo, la atención es oportuna y permanente, como también, flexible, es decir, de acuerdo al comportamiento del cliente.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Llevar a cabo reuniones con los trabajadores para motivarlos a desarrollar en trabajo eficaz y eficiente.

Capacitar al personal sobre técnicas y formas de cómo atender al cliente, con el fin de que se mejore su eficiencia y eficacia, y con ello,

Crear su página web, Facebook, cuenta de Instagram, con el fin de que a través de estos medios esté más cerca al cliente y pueda ofrecer de manera más personalizada y producto y servicio.

Elaborar encuestas de opinión con el fin de recoger la apreciación del cliente respecto de la atención que se le viene brindando, con el fin de tomar decisiones que aseguren la mejora del negocio.

## **PLAN DE MEJORA**

### **1. Datos Generales**

**Nombre o razón social:** Grifos de la ciudad de Sullana

**Nombre comercial:**

**Dirección:** Sullana – Piura.

### **2. Misión**

Abastecer a la población de Sullana, especialmente a los conductores, de combustible de calidad y brindar un excelente servicio a un precio justo.

### **3. Visión**

Liderar el sector económico de la región abasteciendo de combustible de calidad, a precio justo, y haciendo uso de equipos modernos para comodidad de los clientes.

### **4. Objetivos empresariales**

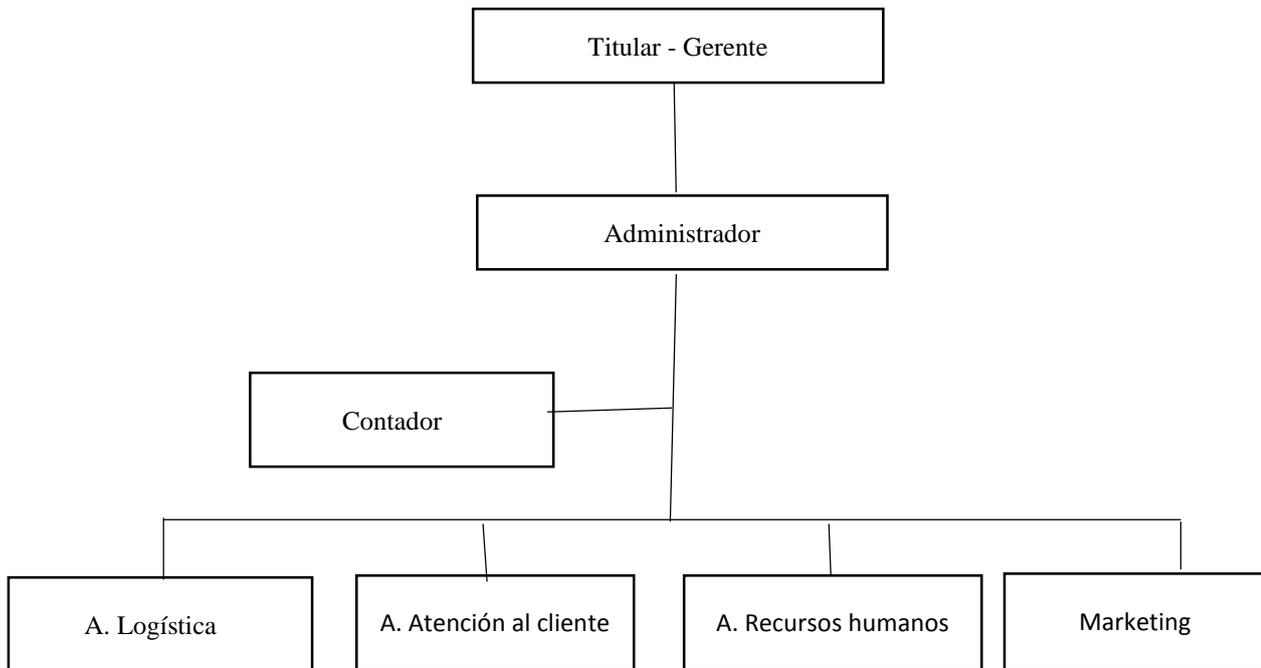
Sullana es una ciudad de gran afluencia de tráfico por ser una zona comercial y de considerable cantidad de población. En ese sentido, los grifos se presentan como negocios que, por sus fines lucrativos, su objetivo principal es el de generar utilidades, sin embargo también cumple otros objetivos que se mencionan a continuación:

- Generar puestos de trabajo para los pobladores de la de la ciudad de Sullana y alrededores.
- Brindar un servicio de calidad orientado a la satisfacción del cliente
- Propiciar un buen ambiente laboral para satisfacción de sus trabajadores
- Hacer uso de herramientas tecnológicas para una atención eficaz y acorde con las necesidades actuales del cliente

### **5. Servicios**

Los grifos se dedican principalmente a la venta de combustible, sin embargo, también comercializan lubricantes, filtros, baterías, llantas y accesorios para automotores.

## 6. Organigrama de la empresa



### 6.1. Descripción de funciones

Cargo	Titular Gerente
<b>Perfil</b>	El gerente debe tener además de experiencia en el cargo y estudios universitarios en ciencias contables y/o financieras, debe poseer las siguientes características: poseer un espíritu emprendedor, gestión del cambio y desarrollo de la organización, ser una persona inteligente y capaz de establecer una excelente comunicación con las personas.
<b>Funciones</b>	Su función básica es la de dirigir el funcionamiento del grifo de acuerdo a sus propósitos y políticas establecidas, y asumir la representación legal, comercial y administrativa, establecida en el Estatuto social, en la Ley General de Sociedades aquellas que le confiera o delegue el directorio.

Cargo	Administrador
<b>Perfil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Estudios universitarios o técnicos en las carreras profesionales de administración de empresas, contabilidad o afines.</li> <li>*Experiencia en manejo de personal, y uso de herramientas Tic's.</li> <li>*Tener experiencia mínima de 03 años.</li> </ul>

	*Tener la capacidad para planificar, organizar, distribuir actividades, supervisar y evaluar al personal.
<b>Funciones</b>	*Es la persona responsable de planear, organizar, dirigir y controlar los recursos de la empresa como recursos humanos y tecnológicos, para el logro de los objetivos planteados.

<b>Cargo</b>	<b>Contador</b>
<b>Perfil</b>	*Estudios universitarios en la carrera profesional de contabilidad. *Tener experiencia mínima de 03 años. *Aplicación de principios y normas de contabilidad
<b>Funciones</b>	*Es la persona que coordina, supervisa y controla la ejecución de los procedimientos administrativos, financieros y contables que rigen el funcionamiento interno de la organización, optimizando los recursos asociados y asesorando en la toma de decisiones a la gerencia.

<b>Cargo</b>	<b>Jefe del área de logística</b>
<b>Perfil</b>	*Estudios universitarios en las carreras profesionales de administración, contabilidad o afines. *Tener experiencia mínima de 03 años.
<b>Funciones</b>	*Tiene la responsabilidad de gestionar el traslado, el almacenamiento, la logística de distribución y la organización de los productos y materiales a lo largo de toda la cadena de suministro, para ello debe garantizar que las actuaciones logísticas sean las correctas. También es deber del encargado de esta área realizar las labores correctivas para que la cadena de suministro funciones de la mejor manera posible.

<b>Cargo</b>	<b>Jefe del área de atención al cliente</b>
<b>Perfil</b>	*Estudios universitarios en administración, contabilidad, etiqueta, marketing, o afines. **Tener conocimiento en atención al cliente *Experiencia mínima de 02 año.
<b>Funciones</b>	Es la persona que lleva a cabo de manera efectiva el servicio de atención al cliente que ofrece una empresa a su clientela, brindándole información respecto a los productos y servicios y resolviendo aquellos problemas y deudas que puedan aparecer. Se encarga de proporcionar a los clientes asistencia y ayuda en la planificación, instalación, mantenimiento, actualización, resolución de problemas y/o eliminación de un producto.

<b>Cargo</b>	<b>Jefe del área de recursos humanos</b>
<b>Perfil</b>	*Estudiante universitario de las carreras de contabilidad, administración y afines. *Experiencia mínima de 03 años.

<b>Funciones</b>	Es el responsable de programas de capacitación, formación, gestión de talento, entre otros dentro de la organización. Su función no solo se limita a la selección y gestión de su grupo de trabajo, es decir, también debe tener una visión estratégica de la organización y de coordinación empresarial para alinear sus conocimientos con los intereses y necesidades de otras áreas de la organización.
------------------	--

<b>Cargo</b>	<b>Jefe del área de marketing</b>
<b>Perfil</b>	*Estudios universitarios es eterna y/o técnicos en marketing, ventas o afines. Experiencia mínima de 02 años
<b>Funciones</b>	*Es la persona encargada de organizar estudios de mercado, publicidad, venta, distribución, costes y servicio postventa para un producto o un grupo de productos. Además, redactan en la planificación estratégica a largo plazo de de productos y servicios.

## 6.2. Diagnóstico empresarial

	<b>FORTALEZA</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>FACTORES INTERNOS</b>	F1: Trabajo en equipo	D1: Personal no se encuentra correctamente capacitado
<b>FACTORES EXTERNOS</b>	F2. Producto de calidad F3. Infraestructura en óptimas condiciones F4. Práctica de valores en la atención al cliente	D2. No se tiene un plan de contingencias ante posibles accidentes D3. No se evalúa el nivel de competitividad D4. No se realizan reajustes que aseguren la calidad del servicio
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>
O1. El combustible es necesario para que el transporte no se detenga	F01.O1. Coordinar en equipo sobre acciones que permitan captar la atención del público	D1.O1. Programar campañas de capacitación al personal
O2. Proveedores sólidos en el mercado de combustibles	F2.O2. Pactar contratos con sus proveedores para asegurar el abastecimiento de combustible de buenas calidad	D2.O2. Elaborar un plan de contingencias para brindar seguridad al momento de ser abastecidos de combustibles por los proveedores
O3. Crecimiento de la economía	F3.O3. Brindar comodidad y aprovechar el crecimiento económico para captar mayor cantidad de clientes	D3.O3. Programar acciones que permitan evaluar el rendimiento de la empresa
O4. Estabilidad política	F4.O4. Mantener fidelizada a la clientela con el buen trato basado en el respeto y la práctica de valores	D4.O4. Asegurar la calidad no solo del producto sino también del servicio
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIA FA</b>	<b>ESTRATEGIA DA</b>
A1: Medidas de restricción por incremento de casos Covid-19	F1.A1. Coordinar en equipo para mantener el orden en el grifo, y controlar que las personas mantengan el distanciamiento y el uso de mascarilla para evitar el contagio	D1.A1. Comprometer al personal en hacer respetar las medidas sanitarias en el contexto de pandemia
A2: Alza en el precio de combustibles a nivel nacional	F2.A2. En la promoción del producto destacar los atributos del mismo para captar la atención del público	D2.A2. Asegurar el plan de contingencia y colocar las señalizaciones respectivas para que el cliente se sienta seguro en el lugar.
A3: Huelga de transportistas	F3.A3. Mantener el orden y un ambiente de comodidad para satisfacción de los clientes	D3.A3. Evaluar de manera periódica los logros de la empresa y establecer nuevas metas.
A4. Bloqueo de carreteras	F4.A4. Mantener el buen trato como principal herramienta de marketing para fidelizar al cliente	D4.A4. Aplicar encuestas a los clientes para conocer su nivel de satisfacción

## 7. Indicadores de gestión

<b>Indicadores</b>	<b>Evaluación de los indicadores dentro de la MYPE</b>
Mejora continua	El 35.7% indica que no se realizan ajuste que permitan mejorar la calidad.
Toma de decisiones	El 50% señala que algunas veces se toman decisiones con argumentos sólidos.
Competencia	El 57.1% responde que casi nunca se evalúa el nivel de competitividad.
Capacidad de respuesta	El 42.9% indica que casi nunca se capacita al personal que permita mejorar su capacidad de respuesta.
Seguridad	El 85.7% casi nunca se tiene un plan para mitigar riesgos y brindar seguridad.
Fidelización	El 32.35% de clientes casi nunca se siente fidelizado con la empresa
Canales digitales	El 32.35% casi nunca tiene contacto con la empresa a través de canales digitales

## 8. Problemas

<b>Indicadores</b>	<b>Problema encontrado</b>	<b>Surgimiento del problema</b>
Mejora continua	No se realizan ajuste que permitan mejorar la calidad.	No se han identificado las deficiencias que permita realizar ajustes para mejorar la calidad.
Toma de decisiones	Algunas veces se toman decisiones con argumentos sólidos.	No se tiene información actualizada con la cual se puedan sustentar las decisiones tomadas.
Competencia	Casi nunca se evalúa el nivel de competitividad.	No se ha establecido un plan de evaluación a los trabajadores que permita conocer su nivel de competencia.
Capacidad de respuesta	Casi nunca se capacita al personal que permita mejorar su capacidad de respuesta.	No existe la preocupación por capacitar al personal.
Seguridad	Casi nunca se tiene un plan para mitigar riesgos y brindar seguridad.	No se tienen identificados los riesgos a los que se expone la empresa.
Fidelización	Casi nunca el cliente se siente fidelizado con la empresa	No se han introducido estrategias para fidelizar al cliente
Canales digitales	Casi nunca se tiene contacto con la empresa a través de canales digitales	No se han activado cuentas en redes sociales a nombre de la empresa

## 9. Acción de mejora

### 9.1. Acciones de mejora

<b>Indicadores</b>	<b>Problema encontrado</b>	<b>Acción de mejora</b>
Mejora continua	No se realizan ajuste que permitan mejorar la calidad.	Elaborar un listado de deficiencias por mejorar en la empresa.
Toma de decisiones	Algunas veces se toman decisiones con argumentos sólidos.	Actualizar la información con el apoyo de las diferentes áreas de la empresa.
Competencia	Casi nunca se evalúa el nivel de competitividad.	Elaborar un plan de evaluación del desempeño de los trabajadores.
Capacidad de respuesta	Casi nunca se capacita al personal que permita mejorar su capacidad de respuesta.	Elaborar un programa de capacitación a los proveedores.
Seguridad	Casi nunca se tiene un plan para mitigar riesgos y brindar seguridad.	Elaborar un Plan para mitigar riesgos y brindar seguridad.
Fidelización	Casi nunca el cliente se siente fidelizado con la empresa	Aplicar estrategias como el otorgamiento de descuentos y promociones a los clientes
Canales digitales	Casi nunca se tiene contacto con la empresa a través de canales digitales	Implementar las cuentas en redes sociales

## 9.2. Estrategias que desean implementar

N°	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
01	Elaborar un listado de deficiencias por mejorar en la empresa.	Falta de capacidad para identificar las deficiencias	3 meses	Acciones de mejora	Programar reuniones con el propietario de la empresa para dar a conocer de las deficiencias encontradas
02	Actualizar la información con el apoyo de las diferentes áreas de la empresa.	Falta de compromiso del personal	3 meses	Toma de decisiones sustentadas con hechos reales	Programar reunión con el administrador y/o contador que nos pueda dotar de información importante
03	Elaborar un plan de evaluación del desempeño de los trabajadores.	Falta de compromiso del personal	3 meses	Establecer nuevos retos de los trabajadores	Programar reuniones con el administrador para informarle respecto a la necesidad de evaluar el rendimiento del personal.
04	Elaborar un programa de capacitación a los proveedores.	Falta de presupuesto	3 a 6 meses	Personal más eficiente en sus labores	Elaborar un programa de capacitación detallando los gastos necesarios.
05	Elaborar un Plan para mitigar riesgos y brindar seguridad.	Falta de presupuesto	3 a 6 meses	Confianza en los clientes y el personal de la empresa	Diseñar un plan de contingencia
06	Aplicar estrategias como el otorgamiento de descuentos y	Falta de capacidad para decidir	3 a 6 meses	Clientes fidelizados	Analizar los descuentos y promociones que la empresa podría otorgar

	promociones a los clientes				
07	Implementar las cuentas en redes sociales	Falta de conocimiento en el uso de redes	3 a 6 meses	Interacción permanente con el público	Buscar a un diseñador digital

### 9.3. recursos para la implementación de estrategias

N°	Estrategias	Recursos humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Programar reuniones con el propietario de la empresa para dar a conocer de las deficiencias encontradas	Gerencia	s/ 300.00 mensuales	Establecimiento de la empresa, materiales, equipo, tiempo.	3 meses
2	Programar reunión con el administrador y/o contador que nos pueda dotar de información importante	Administración y contabilidad	s/ 300.00 mensuales.	Establecimiento de la empresa, materiales, equipo, tiempo	3 meses

3	Programar reuniones con el administrador para informarle respecto a la necesidad de evaluar el rendimiento del personal.	Administrador y recursos humanos.	s/ 300.00 mensuales.	Establecimiento de la empresa, materiales, equipo, tiempo	3 meses
4	Elaborar un programa de capacitación detallando los gastos necesarios.	Administrador y recursos humanos.	s/ 1,200.00 mensuales	Establecimiento de la empresa, materiales, equipo, tiempo	3 a 6 meses
05	Diseñar un plan de contingencia	Administrador	s/ 1,200.00	Establecimiento de la empresa, materiales, equipo, tiempo	3 a 6 meses
06	Analizar los descuentos y promociones	Administrador y personal de ventas	S/ 500 mensual	Establecimiento de la empresa, materiales, equipo, tiempo	3 a 6 meses

	que la empresa podría otorgar				
07	Buscar a un diseñador digital	Encargado de marketing	S/ 100 mensual	Establecimiento de la empresa, materiales, equipo, tiempo	3 a 6 meses

### 10. Cronograma de actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	Junio - Julio					
1	Programar reuniones con el propietario de la empresa para dar a conocer de las deficiencias encontradas  Programar reunión con el administrador y/o contador que nos pueda dotar de información importante	02-02-2023	31-06-2023						
2	Programar reuniones con el administrador para informarle respecto a la necesidad de evaluar el rendimiento del personal.  Elaborar un programa de capacitación detallando los gastos necesarios.	02-02-2023	31-06-2023						
3	Diseñar un plan de contingencia	02-02-2023	31-06-2023						

4	Programar reuniones con el propietario de la empresa para dar a conocer de las deficiencias encontradas	02-02-2023	31-06-2023	
5	Programar reunión con el administrador y/o contador que nos pueda dotar de información importante	02-02-2023	31-06-2023	
06	Analizar los descuentos y promociones que la empresa podría otorgar	02-02-2023	31-06-2023	
07	Buscar a un diseñador digital	01-01-2023	31-03-2023	

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arenal, C. (2019). *Gestión de la atención al cliente / consumidor*. La Rioja: Tutor Formación. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=F2-DwAAQBAJ&pg=PA9&dq=Plantearse+como+meta+la+atenci%C3%B3n+al+cliente+la+fidelizaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjDhYD8orbwAhVsdt8KHYWmChQQ6AEwAHoECAyQA#v=onepage&q&f=false>
- Armendáriz, K. (2022). *La metodología SCRUM en el sistema de gestión de calidad en una empresa de manufactura de grifería*. Quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/27531/1/UCE-FCA-CPO-ARMENDARIZ%20KATHERINE.pdf>
- Bolivia. (2017). *Metodología de investigación sencilla y eficaz*. Obtenido de <https://markainvestigacion.wordpress.com/2017/11/17/que-es-la-propuesta-como-fruto-de-la-investigacion-realizada/>
- Calderón, N. (2018). *Elementos del servicio al cliente*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/elementos-del-servicio-al-cliente/>
- Camisón, Cruz, & González. (1999). *free libros*. Obtenido de free libros : [www.pearsoneducacion.comwww.FreeLibros.org](http://www.pearsoneducacion.comwww.FreeLibros.org)
- Castillo, V. (2019). *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes entre cuadras 13 - 16 de la Av. Perú del distrito de San Martín de Porres, 2018*. Uladech, Lima. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16842/GESTION\\_CALIDAD\\_BENEFICIOS\\_CASTILLO\\_VELASQUEZ\\_VICTOR\\_HUGO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16842/GESTION_CALIDAD_BENEFICIOS_CASTILLO_VELASQUEZ_VICTOR_HUGO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Carrasco. (2009). *metodologia de investigacion cientifica :pautas metodologicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigacion* . lima: san marcos.
- Cerda, A. (2003). *monografias .com*. Obtenido de monografia .com: <https://m.monografias.com/docs111/universo-y-muestra-investigacion.shtml>

- Chilan, D. (2018). *Diseño de un modelo de servicio para la atención a los clientes minoristas ubicados en la zona norte de Quito, para la empresa Arca Ecuador S.A. dedicada a la producción y comercialización de bebidas gaseosas de consumo masivo*. Quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/18261/1/T-UCE-0003-CAD-118.pdf>
- Coll, F. (2020). *Estudio transversal*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estudio-transversal.html>
- Coronado, R. (2017). *Percepción sobre calidad del servicio y satisfacción del cliente en autoservicio Primax, Grifo Mega, Piura, año 2016*. Piura. Obtenido de <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1203/ADM-COR-LOP-18.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cortés, J. ((2017)). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. Málaga. Obtenido de *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*.Málaga.: [https://books.google.com.pe/books?id=RhkwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2015&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiU8ITW4\\_btAhVEx1kKHfLFA7UQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=RhkwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2015&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiU8ITW4_btAhVEx1kKHfLFA7UQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q&f=false)
- Curo, Z. (2020). *Relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en el grifo Llochegua, Ayacucho 2018*. Lima. Obtenido de [https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/3363/Ziurliza\\_Tesis\\_Licenciatura\\_2020.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/3363/Ziurliza_Tesis_Licenciatura_2020.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Díaz, I. a. (2009). *calameo*. Obtenido de *calameo*: <https://es.calameo.com/read/004418694e9166d69a96e>
- Durán, M. U. (1992). *Gestión de calidad*. Ediciones Díaz de Santos.
- Enerdata. (2022). *Producción de crudo*. Obtenido de <https://datos.enerdata.net/petroleo-crudo/datos-produccion-energia-mundial.html>
- Escobar, G. (2020). *Caracterización de la atención al cliente y la competitividad en las mype rubro estaciones de servicio del distrito de Chulucanas - Piura año 2018*. Piura. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/20961/ATENCI%c>

3%93N\_CLIENTE\_COMPETITIVIDAD\_MYPE\_GUILLERMO\_ARTURO\_ESCOBAR\_HERNANDEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Escudero, M. (2015). *Servicio de atención comercial*. Editex. Obtenido de Servicio de atención comercial. Editex.:

[https://books.google.com.pe/books?id=ue7JCQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=atenci%C3%B3n+al+cliente+2015&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiG5Jn4o\\_7tAhUmvlkKHUdcCdgQ6AEwAHoECAAAQAg#v=onepage&q=atenci%C3%B3n%20al%20cliente%202015&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=ue7JCQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=atenci%C3%B3n+al+cliente+2015&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiG5Jn4o_7tAhUmvlkKHUdcCdgQ6AEwAHoECAAAQAg#v=onepage&q=atenci%C3%B3n%20al%20cliente%202015&f=false)

Figuerola. (28 de septiembre de 2010). *blogs pot*. Obtenido de blogs pot : <https://erickasac.blogspot.com/2010/09/fiabilidad.html>

Gabarró, J. (2022). *Principios de gestión de la calidad*. Obtenido de <https://iso.cat/es/principios-de-gestion-de-la-calidad/#:~:text=Los%20principios%20de%20gesti%C3%B3n%20de,mejora%20continua%20de%20la%20organizaci%C3%B3n>.

Gamarra, L. &. (2019). *Gestión de la calidad y productividad de los grifos Semar SAC en Trujillo, periodo 2019*. Trujillo. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/46342/Gamarra\\_CLB-S%a1nchez\\_ADF-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/46342/Gamarra_CLB-S%a1nchez_ADF-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

García, C. (2018). *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, Estaciones de servicios, distrito de Iquitos, año 2018*. Pucallpa: Uladech. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6003/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_GARCIA\\_DAVILA\\_CLAUDIA\\_DIANA.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6003/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_GARCIA_DAVILA_CLAUDIA_DIANA.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

González, O. &. (2016). *Sistema de gestión de calidad: Teoría y práctica bajo la norma ISO 2015*. Bogotá: ECOE Ediciones. Obtenido de Sistema de gestión de calidad: Teoría y práctica bajo la norma ISO 2015. Bogotá: ECOE Ediciones: <https://books.google.com.pe/books?id=baUwDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2015&hl=es&sa=X&ved=2ahUK>

- Gehisy. (02 de abril de 2010). *google* . Obtenido de google :  
<https://aprendiendocalidadyadr.com/principios-de-calidad-participacion-del-personal/>
- Gómez. (2009). *Isso*. Obtenido de Isso:  
<http://hederaconsultores.blogspot.com/2009/07/enfoque-basado-en-hechos-para-latoma.html>
- Instituto Nacional de Calidad. (2021). *Cifras de empresas en el Perú que producen con calidad ISO y el TQM*. Lima. Obtenido de <https://sicreesinnovas.com/cifras-de-empresas-en-el-peru-que-producen-con-calidad-iso-y-el-tqm-tqm/>
- Jimenez. (2011). *pymes calidad*. Obtenido de pymes calidad:  
<https://www.pymesycalidad20.com/seguridad-en-el-servicio-al-cliente-7-tips-para-mejorarla.html>
- Lacalle, G. (2020). *Operaciones administrativas de recursos humanos*. Editex. Obtenido de  
[https://books.google.com.pe/books?id=fKxcDAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=la+calidad.+lacalle&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=la%20calidad.%20lacalle&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=fKxcDAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=la+calidad.+lacalle&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=la%20calidad.%20lacalle&f=false)
- Leon G. Schiffman, L. L. (2005). *comportamiento del consumidor* . Pearson Educación, 2005.
- Linares, J. (2017). *Influencia de la gestión de calidad de servicio en la fidelización del cliente en la micro y pequeña empresa del sector servicio rubro servicentro: Caso Empresa Ortiz SRL en la ciudad de Huaraz, 2017*. Huaraz: Uladech. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2260/INFLUENCIA\\_DE\\_LA\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_DE\\_SERVICIO\\_SALINAS\\_HERRERA\\_NAHUM\\_THON.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2260/INFLUENCIA_DE_LA_GESTION_DE_CALIDAD_DE_SERVICIO_SALINAS_HERRERA_NAHUM_THON.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- López, S. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario*. Madrid: Paraninfo. Obtenido de  
<https://books.google.com.pe/books?id=jpzODwAAQBAJ&pg=PA143&dq=principios+de+atenci%C3%B3n+al+cliente+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjVt6WVnefzAhWoVzABHY2ACTkQ6AF6BAGHEAI#v=onepage&q&f=false>

- Manrique, u. (2008). *definicion abc*. Obtenido de definicion:  
<https://www.definicionabc.com/comunicacion/encuesta.php>
- Mejia, M. C. (2009). *¿Cómo puedo mejorar el servicio a cliente?* lima : el planeta .
- Menses. (2016). *wikipedia*. Obtenido de wikipedia:  
<https://es.m.wikipedia.org/wiki/cuestionario>
- Méndez, L. (2018). *Calidad de servicio y la fidelización de los clientes del grifo COGECO en Chimbote - 2018*. Chimbote. Obtenido de  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/19143/mendez\\_sl.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/19143/mendez_sl.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ministerio del Ambiente. (2019). *Ley Nro 30884 consumo de bienes de plástico de un solo uso que hener.....* Lima. Obtenido de  
<https://sinia.minam.gob.pe/novedades/ley-ndeg-30884-regula-consumo-bienes-plastico-un-solo-uso-que-generan>
- Molina, P. (2017). *La cultura de la calidad en las empresas y/o entidades de hostelería y turismo*. Obtenido de  
<https://books.google.com.pe/books?id=BCIEDwAAQBAJ&pg=PA25&dq=elementos+de+la+gesti%C3%B3n+de+calidad.+Molina&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiHm4Wg1Mr8AhU0q5UCHYgtAbAQ6AF6BAGDEAI#v=onepage&q&f=false>
- Montano, J. (2019). *lifeder*. Obtenido de lifeder:  
<https://www.google.com/amp/s/www.lifeder.com/investigacion-no-experimental/amp/>
- Navas, M. (2015). *word press*. Obtenido de word press:  
<https://meylinfiallos.wordpress.com/2015/06/25/el-profesionalismo/>
- Ortiz, J. (2020). *13 principios de atención del cliente que mejorarán tu servicio*. Obtenido de  
<https://blog.hubspot.es/service/principios-atencion-cliente#:~:text=Los%20principios%20de%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20son%20todos%20aquellos%20principios,%2C%20transparencia%2C%20accesibilidad%20y%20eficiencia.>
- Pardo, D. (2018). *Inteligencia emocional* . Obtenido de inteligencia emocional :  
<https://integriaims.com/inteligencia-emocional-en-atencion-al-cliente/>

- Peiró, R. (2021). *Ejemplos de empatía*. Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/ejemplos-de-empatia.html>
- Peresson. (2007). *repositorio*. Obtenido de repositorio : <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-08/Unidad3/Matcomple/3.C.1.pdf>
- Pincay, Y. (2020). *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las Pymes comercializadoras Una mirada en Ecuador*. Ecuador: Revista científica. Obtenido de [file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-GestionDeLaCalidadEnElServicioAlClienteDeLasPYMES-7539747%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-GestionDeLaCalidadEnElServicioAlClienteDeLasPYMES-7539747%20(3).pdf)
- Prieto, A. (2007). *ATENCION AL CLIENTE*. MADRID: PIRAMIDE.
- Quiñones. (13 de mayo de 2018). *isso9001*. Obtenido de Isso 9001: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/03/enfoque-al-clienteprimerprincipio-sg/>
- R & D consulting. (2020). *Estadística de las Normas ISO más implementadas a nivel mundial*. Obtenido de <https://www.rd.com.pa/2020/09/22/estadistica-de-las-normas-iso-mas-implementadas-a-nivel-mundial/>
- Rain, C. (2021). *Plan de análisis de datos*. Obtenido de <https://www.coursehero.com/file/81491066/PLAN-DE-ANALISIS-DE-DATOSdocx/>
- Ramires, A., & Zegarra, c. (2008). *Experiencia del cliente . Digitalización sin perder el toque, 7*.
- Renteria, F. (2022). *Calidad del servicio y atención al cliente en la empresa Business Plus EIRL en el distrito de Sullana año 2019*. Sullana. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/29120/ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_RENTERIA\\_CALOPINO\\_FLOR\\_MARIA.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/29120/ATENCION_AL_CLIENTE_RENTERIA_CALOPINO_FLOR_MARIA.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Rodríguez, E. (2020). *Gestión de calidad y el clima organizacional en la empresa Grifo Raacing EIRL distrito de Amarilis, provincia y región de Huanuco, 2020*. Lima. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/19027/CALIDAD\\_CLIMA\\_RODRIGUEZ\\_BRAVO\\_ENMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/19027/CALIDAD_CLIMA_RODRIGUEZ_BRAVO_ENMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Sánchez. (2018). *Estrategias de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente en la estación “Grifo Sport”, La Victoria. repositorio digital institucional.* Obtenido de repositorio digital institucional: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/25109>
- Sánchez, J. V. (2005). *GESTION DE LA CALIDAD: MEJORA CONTINUA Y SISTEMAS DE GESTION.* madrid : PIRAMIDE.
- Semo, S. (1 de enero de 2007). *la voz.* Obtenido de la voz : <https://pyme.lavoztx.com/ques-la-capacidad-de-respuesta-al-cliente-13094.html>
- Shuttleworth, m. (2009). *explorable.* Obtenido de explorable : <https://explorable.com/es/diseño-de-investigacion-descriptiva>
- Sirvent. (2017). *isso .* Obtenido de isso : <///c:/users/user/donwnloads/572-texto%20del20%art%c3%ADculo-1869-1-10-20171222.pdf>
- Tello, G. (2020). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro estaciones de servicio - grifos, distrito de Chimbote, 2018.* Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/18634/ATENCION\\_CALIDAD\\_TELLO\\_%20MANTILLA\\_GEOLFREY%20\\_DAVID.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/18634/ATENCION_CALIDAD_TELLO_%20MANTILLA_GEOLFREY%20_DAVID.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Vasquez Reyes, M. M. (16 de MARZO de 2019). *repositorio uladech.* Obtenido de repositorio uladech: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10780>
- Vásquez, G. E. (2017). Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las mypes del sector servicio rubro grifos ubicados en la provincia de Sullana año 2016. Obtenido de repositorio : [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9069/Regalado\\_VGE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9069/Regalado_VGE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Velasquez Coba, Y. D. (2018). *repositorio uladech.* Obtenido de repositorio uladech: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5338>

## ANEXOS

### Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2020								Año 2021							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		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 o Docente Tutor				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							
10	Conclusiones y recomendaciones										X						
11	Redacción del pre informe de Investigación.											X					
12	Reacción del informe final												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	

## Anexo 2: Presupuesto

<b>Presupuesto desembolsable</b> (Estudiante)			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o Número</b>	<b>To tal (S /.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
• Impresiones	0.05	160	8.00
• Fotocopias	0.05	160	8.00
• Empastado	4	1.00	4.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	10	1 millar	10.00
• Lapiceros	1.00	5	5.00
<b>Servicios</b>			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
<b>Sub total</b>			135.00
<b>Gastos de viaje</b>			
• Pasajes para recolectar información			25.00
<b>Sub total</b>			25.00
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			160.00
<b>Presupuesto no desembolsable</b> (Universidad)			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% ó Número</b>	<b>Tot al (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>			812.00

#### Anexo 4: Consentimiento informado

### AÑO DE LA UNIVERSALIZACION DE LA SALUD



Sullana, 13 de mayo del 2020.

#### Oficio N.º 001-144 – 2019 DTI ULADECH/CDRR

Señor Gerente de la Mype de los grifos de - SULLANA.

Sr

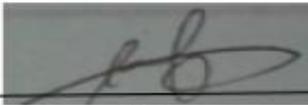
Asunto:

Solicita su Participación en el Proyecto de Investigación de Tesis para Optar el Grado de Bachiller en la Escuela Profesional de Administración del Estudiante Robles Quispe Jhelen.

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para manifestarle que, estamos Realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las principales características de la calidad de servicio y atención al cliente en la estación de servicios de los grifos de Sullana 2020, pertenecientes a la unidad económica Mype. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, procederá a llenar una encuesta que enmarca los parámetros de estudio, en ella solo debe llenar los cuadros vacíos y marcar la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación.

Aprovecho la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración y deferente estima personal.

  
\_\_\_\_\_  
Nombres y apellidos del participante

  
\_\_\_\_\_  
Nombres y apellidos del encuestador

### AÑO DE LA UNIVERSALIZACION DE LA SALUD



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE (ULADECH  
CATÓLICA)**

**Instituto de Investigación (IIU)**

GESTION DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN LOS GRIFOS DE LA CIUDAD  
DE SULLANA, AÑO 2020

**Investigador principal:** Mgtr. Carlos David ramos rosas (Universidad Católica los Ángeles de  
Chimbote)

Ingeniero. Juan Ipanaqué (Universidad Católica los Ángeles de Chimbote)

**Fecha de Versión:** 13 de mayo, 2020 (Versión 1.0)

---

Detalles e indicaciones:

Estimado Empresario,

Estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las principales características de la calidad de servicio y atención al cliente de los grifos de la ciudad de Sullana. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, procederá a llenar la siguiente encuesta, en ella solo debe llenar los cuadros vacíos y marcar la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación.

## AÑO DE LA UNIVERSALIZACION DE LA SALUD



### **Consentimiento Informado**

#### **Propósito del proyecto de investigación**

El propósito de este estudio es Determinar las principales características de la calidad de servicio y atención de los grifos de la ciudad de Sullana

#### **¿Por qué le pedimos participar?**

Estamos solicitando su participación como voluntario en un estudio de investigación que tiene gran importancia por cuanto llenara el vacío de conocimiento debido a que no existe reporte de las características de la gestión de la calidad en las MYPES haciendo uso de técnicas modernas administrativas en la provincia de Sullana.

#### **Procedimientos**

Si Ud. accede participar, le pediremos que complete un cuestionario estructurado de gestión de calidad de marketing y atención al cliente, como instrumento de recolección de datos, mediante la técnica de la encuesta a una muestra poblacional que se calculará de la población de Sullana. El cuestionario demora aproximadamente 10 minutos.

#### **Riesgos/molestias**

Este estudio no representa ningún riesgo para la Mype que administra.

#### **Beneficios**

El estudio no presenta ningún beneficio para usted, pero podría beneficiar a la ciencia ya que reportará un panorama de la Calidad de servicio y atención al cliente de los grifos de la ciudad de Sullana

#### **Pago por participación**

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Nosotros no pagamos por su participación.

#### **Protegiendo la confidencialidad de los datos**

Toda la información recogida en este estudio será manejada con rigurosa confidencialidad. Aunque se coleccionará su nombre y de la MYPE para propósitos del estudio, no los usaremos rutinariamente. Y toda la información recolectada será guardada en bases de datos protegidas con contraseñas.

Usted no será identificable ya que solo números serán usados en vez de nombres en las bases de datos.

## AÑO DE LA UNIVERSALIZACION DE LA SALUD



### **Compartiendo su información con otros**

Los resultados de este estudio podrían presentarse en revistas o conferencias científicas, pero sin su nombre y sin ninguna información que pueda identificarlo. Su nombre no aparecerá en ninguna publicación de este estudio.

### **¿A quién debo llamar si tengo dudas o problemas?**

- Llame al investigador principal, Mgtr. Carlos David ramos rosas al teléfono 960656364 sobre cualquier pregunta, duda o queja que crea se relacione al estudio.
- Llame o contacte a la oficina del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica. Contacte al Comité Institucional de Ética si siente que no ha sido tratado justamente o si tiene alguna otra preocupación. La información del Comité Institucional de Ética es la siguiente:

Dra. Carmen Gorriti Siappo

Presidente del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica Teléfono:  
(+51043) 327-933.

E-mail: [cgorritis@gmail.com](mailto:cgorritis@gmail.com)

### **Declaración del participante**

El estudio descrito me ha sido explicado, y yo voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio. Si tengo preguntas futuras acerca del estudio, éstas serán contestadas por uno de los investigadores listados en el punto anterior.

Doy permiso a los investigadores para:

Usar la información colectada en este estudio

Si - No

## Anexo 5: Análisis de fiabilidad

### Fiabilidad

[ConjuntoDatos1]

### Escala: ALL VARIABLES

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	14	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	14	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,965	,972	17

### Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
Se tiene como prioridad al cliente	4,57	,756	14
Liderazgo que se ejerce en la empresa es el correcto	4,21	,802	14
Compromiso del personal con el nivel de calidad	4,86	,363	14
Ajuste de detalles para mejorar la calidad	3,21	1,188	14
Toma de decisiones con argumentos solidos	3,57	,646	14
Equipo de trabajo inspira confianza al cliente	4,50	,760	14
Evaluación del nivel de competitividad	2,57	,756	14
Capacitación del personal para mejorar su capacidad de respuesta	2,79	,802	14
Uso de la tecnología para mejorar acceso a la información de la empresa	4,50	,760	14
Se trata de entender las necesidades del cliente	4,79	,426	14
Facilidad para ser cortés con el cliente	4,64	,633	14
Buena comunicación entre el personal	4,71	,611	14
Plan para mitigar riesgos y brindar seguridad	2,14	,363	14
Buen estado de la infraestructura	4,86	,363	14
Trato diferente de los demás grifos	4,79	,426	14
El personal conoce realmente las necesidades de los clientes	4,57	,646	14
Esfuerzo del personal es por brindar un buen servicio	4,86	,363	14

**Anexo 06:** Validación de instrumento de recolección de datos

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, ELIZABETH DIAMINA 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 la estudiante **ROBLES QUISPE, JHELEN GISELA**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **GESTION DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LOS GRIFOS DE LA CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2020**, 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, 15 de Junio 2021



Ítems relacionados  GESTION DE CALIDAD	¿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
<b>1° OE Identificar el cumplimiento de los principios de gestión de calidad en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.</b>							
1. ¿El personal siempre pregunta al cliente si ha quedado satisfecho?	X		X		X		SI ( ) NO( )
2. ¿Le resulta fácil motivar a su equipo en la realización de actividades?	X		X		X		SI ( ) NO( )
3. ¿Existe compromiso del personal con el nivel de calidad?	X		X		X		SI ( ) NO( )
4. ¿Se realizan ajuste de detalles con el fin de mejorar la calidad?	X		X		X		SI ( ) NO( )
5. ¿La toma de decisiones se basa en argumentos sólidos?	X		X		X		SI ( ) NO( )
<b>2° OE. Describir los elementos de gestión de calidad en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.</b>							
6. ¿El equipo de trabajo inspira confianza al cliente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
7. ¿Se evalúa el nivel de competitividad?	X		X		X		SI ( ) NO( )
8. ¿Se capacita al personal con el fin de mejorar su capacidad de respuesta?	X		X		X		SI ( ) NO( )
9. ¿Su empresa utiliza la tecnología con el fin de mejorar el acceso a la información?	X		X		X		SI ( ) NO( )
10. ¿El personal siempre trata de entender las necesidades del cliente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
11. ¿Los trabajadores demuestran facilidad para ser cortés con el cliente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
12. ¿Existe una buena comunicación entre el personal?	X		X		X		SI ( ) NO( )

13. ¿Se tiene un plan para mitigar riesgos y brindar seguridad?	X		X		X		SI ( ) NO( )
14. ¿La infraestructura de su negocio se encuentra en buen estado?	X		X		X		SI ( ) NO( )



INSTITUCIÓN EDUCATIVA ANTONIO JOSÉ DE SUAREZ  
 DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN BÁSICA  
 Mgr. Elizabeth Zapata Castro  
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN

Ítems relacionados <b>ATENCIÓN AL CLIENTE</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
<b>3º Determinar las características de la atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2019.</b>							
15. ¿Se le brinda un trato diferente de los demás grifos?	X		X		X		SI ( ) NO( )
16. El personal conoce en realidad las necesidades del cliente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
17. ¿Considera que el esfuerzo del personal es por brindar un buen servicio al cliente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
18. ¿Se siente fidelizado con la empresa?	X		X		X		SI ( ) NO( )
19. ¿Se contactó con la empresa a través de medios digitales?	X		X		X		SI ( ) NO( )
<b>4º OE. Identificar el cumplimiento de los principios de la atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2019.</b>							
20. ¿El personal se preocupa para solucionar hechos relevantes?	X		X		X		SI ( ) NO( )
21. ¿La atención que se le brinda es oportuna?	X		X		X		SI ( ) NO( )
22. ¿La atención al cliente es permanente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
23. ¿El trato es flexible de acuerdo al comportamiento del cliente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
24. ¿La atención que se le brinda es eficaz y eficiente?	X		X		X		SI ( ) NO( )


 INSTITUCIÓN EDUCATIVA ANTONIO DE OCHOA  
 UNIVERSIDAD SULLANA  
 Mgtr. Elizabeth Zapata Castro  
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, ARTEMIZA GARCÍA ARISMENDIZ, identificado con cédula de colegiatura CLAD 03141, 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 la estudiante **ROBLES QUISPE, JHELEN GISELA**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **GESTION DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LOS GRIFOS DE LA CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2020**, 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, 15 de Junio 2021.



Mg. Lic. Adm. Artemiza García Arismendiz  
CLAD. 03141

Firma del evaluador

Ítems relacionados  GESTION DE CALIDAD	¿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
<b>1°OE Identificar el cumplimiento de los principios de gestión de calidad en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.</b>							
1. ¿El personal siempre pregunta al cliente si ha quedado satisfecho?	X		X		X		SI ( ) NO( )
2. ¿Le resulta fácil motivar a su equipo en la realización de actividades?	X		X		X		SI ( ) NO( )
3. ¿Existe compromiso del personal con el nivel de calidad?	X		X		X		SI ( ) NO( )
4. ¿Se realizan ajuste de detalles con el fin de mejorar la calidad?	X		X		X		SI ( ) NO( )
5. ¿La toma de decisiones se basa en argumentos sólidos?	X		X		X		SI ( ) NO( )
<b>2° OE. Describir los elementos de gestión de calidad en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.</b>							
6. ¿El equipo de trabajo inspira confianza al cliente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
7. ¿Se evalúa el nivel de competitividad?	X		X		X		SI ( ) NO( )
8. ¿Se capacita al personal con el fin de mejorar su capacidad de respuesta?	X		X		X		SI ( ) NO( )
9. ¿Su empresa utiliza la tecnología con el fin de mejorar el acceso a la información?	X		X		X		SI ( ) NO( )
10. ¿El personal siempre trata de entender las necesidades del cliente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
11. ¿Los trabajadores demuestran facilidad para ser cortés con el cliente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
12. ¿Existe una buena comunicación entre el personal?	X		X		X		SI ( ) NO( )
13. ¿Se tiene un plan para mitigar riesgos y brindar seguridad?	X		X		X		SI ( ) NO( )
14. ¿La infraestructura de su negocio se encuentra en buen estado?	X		X		X		SI ( ) NO( )

  
 Lic. Aldo Paredes García Arismendi  
 CLAD. 03141  
 Firma del evaluador

Ítems relacionados ATENCIÓN 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
<b>3º Determinar las características de la atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2019.</b>							
15. ¿Se le brinda un trato diferente de los demás grifos?	X		X		X		SI ( ) NO( )
16. El personal conoce en realidad las necesidades del cliente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
17. ¿Considera que el esfuerzo del personal es por brindar un buen servicio al cliente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
18. ¿Se siente fidelizado con la empresa?	X		X		X		SI ( ) NO( )
19. ¿Se contactó con la empresa a través de medios digitales?	X		X		X		SI ( ) NO( )
<b>4º OE. Identificar el cumplimiento de los principios de la atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2019.</b>							
20. ¿El personal se preocupa para solucionar hechos relevantes?	X		X		X		SI ( ) NO( )
21. ¿La atención que se le brinda es oportuna?	X		X		X		SI ( ) NO( )
22. ¿La atención al cliente es permanente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
23. ¿El trato es flexible de acuerdo al comportamiento del cliente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
24. ¿La atención que se le brinda es eficaz y eficiente?	X		X		X		SI ( ) NO( )

  
 UG. Adm. Atención Guardia Performance  
 CLAD. 03141  
 .....  
 Firma del evaluador

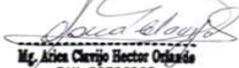
## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, HECTOR ORLANDO ARICA CLAVIJO, identificado con DNI, 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 la estudiante **ROBLES QUISPE, JHELEN GISELA**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **GESTION DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LOS GRIFOS DE LA CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2020**, 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, 15 de Junio 2021

  
Mg. Arica Clavijo Hector Orlando  
DNI. 02786302  
CLAD 06246

Ítems relacionados  GESTION DE CALIDAD	¿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
<b>1°OE Identificar el cumplimiento de los principios de gestión de calidad en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.</b>							
1. ¿El personal siempre pregunta al cliente si ha quedado satisfecho?	X		X		X		SI ( ) NO( )
2. ¿Le resulta fácil motivar a su equipo en la realización de actividades?	X		X		X		SI ( ) NO( )
3. ¿Existe compromiso del personal con el nivel de calidad?	X		X		X		SI ( ) NO( )
4. ¿Se realizan ajuste de detalles con el fin de mejorar la calidad?	X		X		X		SI ( ) NO( )
5. ¿La toma de decisiones se basa en argumentos sólidos?	X		X		X		SI ( ) NO( )
<b>2° OE. Describir los elementos de gestión de calidad en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020.</b>							
6. ¿El equipo de trabajo inspira confianza al cliente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
7. ¿Se evalúa el nivel de competitividad?	X		X		X		SI ( ) NO( )
8. ¿Se capacita al personal con el fin de mejorar su capacidad de respuesta?	X		X		X		SI ( ) NO( )
9. ¿Su empresa utiliza la tecnología con el fin de mejorar el acceso a la información?	X		X		X		SI ( ) NO( )
10. ¿El personal siempre trata de entender las necesidades del cliente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
11. ¿Los trabajadores demuestran facilidad para ser cortés con el cliente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
12. ¿Existe una buena comunicación entre el personal?	X		X		X		SI ( ) NO( )
13. ¿Se tiene un plan para mitigar riesgos y brindar seguridad?	X		X		X		SI ( ) NO( )
14. ¿La infraestructura de su negocio se encuentra en buen estado?	X		X		X		SI ( ) NO( )

  
 Mg. Alicia Carrizo Hector Ojeda  
 DNI. 02786302  
 CLAD 06246

Ítems relacionados <b>ATENCIÓN AL CLIENTE</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
<b>3º Determinar las características de la atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2019.</b>							
15. ¿Se le brinda un trato diferente de los demás grifos?	X		X		X		SI ( ) NO( )
16. El personal conoce en realidad las necesidades del cliente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
17. ¿Considera que el esfuerzo del personal es por brindar un buen servicio al cliente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
18. ¿Se siente fidelizado con la empresa?	X		X		X		SI ( ) NO( )
19. ¿Se contactó con la empresa a través de medios digitales?	X		X		X		SI ( ) NO( )
<b>4º OE. Identificar el cumplimiento de los principios de la atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2019.</b>							
20. ¿El personal se preocupa para solucionar hechos relevantes?	X		X		X		SI ( ) NO( )
21. ¿La atención que se le brinda es oportuna?	X		X		X		SI ( ) NO( )
22. ¿La atención al cliente es permanente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
23. ¿El trato es flexible de acuerdo al comportamiento del cliente?	X		X		X		SI ( ) NO( )
24. ¿La atención que se le brinda es eficaz y eficiente?	X		X		X		SI ( ) NO( )

  
 Mg. Adán Charjo Sector Oroya  
 DNI: 02786302  
 CLAD 06246

**Anexo 7:** Instrumento de recolección de datos



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

**CUESTIONARIO: GESTIÓN DE CALIDAD**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los grifos de la provincia de Sullana para desarrollar el trabajo de investigación gestión de calidad y atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020. La información que usted nos proporcionará será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Lee y responde con una (x) de acuerdo a lo siguiente:

1 = Nunca      2 = Casi nunca      3 = Algunas veces      4 = Casi siempre

5 = Siempre

ítem	Preguntas	1	2	3	4	5
01	¿Se tiene como prioridad al cliente?					
02	¿El liderazgo que se ejerce en la empresa es el correcto?					
03	¿Existe compromiso del personal con el nivel de calidad?					
04	¿Se realizan ajuste de detalles con el fin de mejorar la calidad?					
05	¿La toma de decisiones se basa en argumentos sólidos?					
06	¿El equipo de trabajo inspira confianza al cliente?					
07	¿Se evalúa el nivel de competitividad?					
08	¿Se capacita al personal con el fin de mejorar su capacidad de respuesta?					
09	¿Su empresa utiliza la tecnología con el fin de mejorar el acceso a la información?					
10	¿El personal siempre trata de entender las necesidades del cliente?					
11	¿Los trabajadores demuestran facilidad para ser cortés con el cliente?					
12	¿Existe una buena comunicación entre el personal?					
13	¿Se tiene un plan para mitigar riesgos y brindar seguridad?					
14	¿La infraestructura de su negocio se encuentra en buen estado?					



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

**CUESTIONARIO: ATENCIÓN AL CLIENTE**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los grifos de la provincia de Sullana para desarrollar el trabajo de investigación gestión de calidad y atención al cliente en los grifos de la ciudad de Sullana, año 2020. La información que usted nos proporcionará será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Lee y responde con una (x) de acuerdo a lo siguiente:

1 = Nunca      2 = Casi nunca      3 = Algunas veces      4 = Casi siempre

ítem	Preguntas	1	2	3	4	5
01	¿Se le brinda un trato diferente de los demás grifos?					
02	¿El personal conoce en realidad las necesidades del cliente?					
03	¿Considera que el esfuerzo del personal es por brindar un buen servicio al cliente?					
04	¿Se siente fidelizado con la empresa?					
05	¿Se contactó con la empresa a través de medios digitales?					
06	¿El personal se preocupa para solucionar hechos relevantes?					
07	¿La atención que se le brinda es oportuna?					
08	¿La atención al cliente es permanente?					
09	¿El trato es flexible de acuerdo al comportamiento del cliente?					
10	¿La atención que se le brinda es eficaz y eficiente?					

## Anexo 8: Gráficos

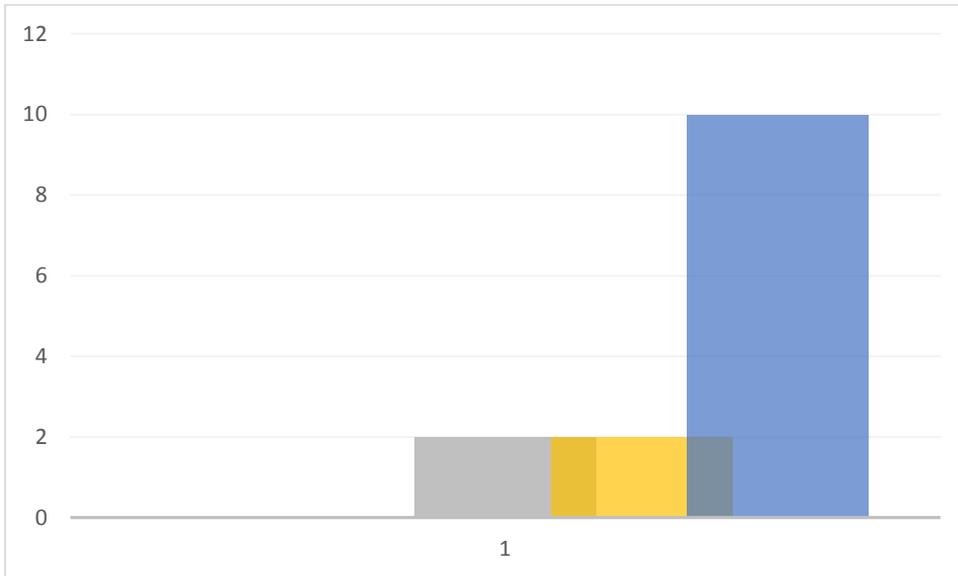


Figura 1. Se tiene como prioridad al cliente

Fuente: Tabla 1

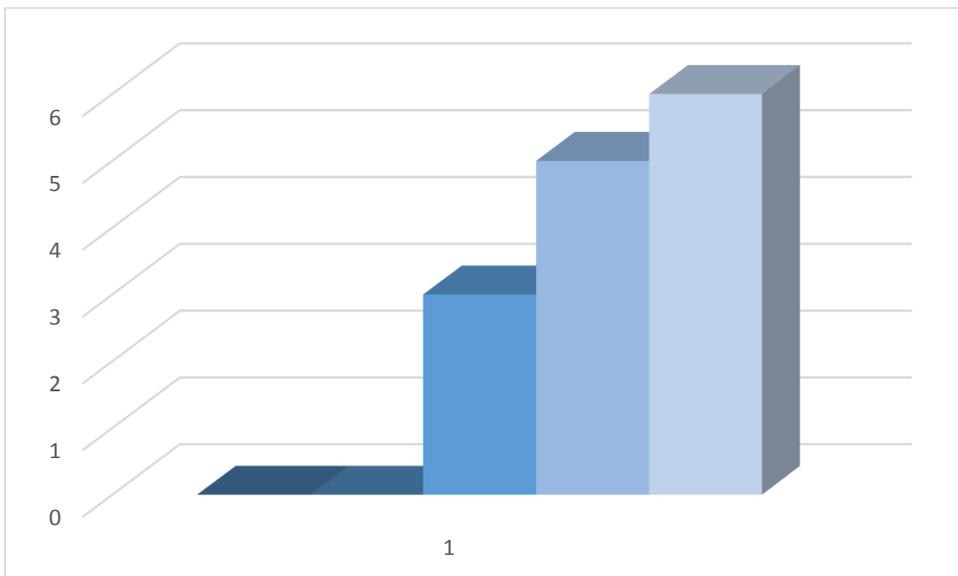


Figura 2. Liderazgo que se ejerce en la empresa es el correcto

Fuente: Tabla 1

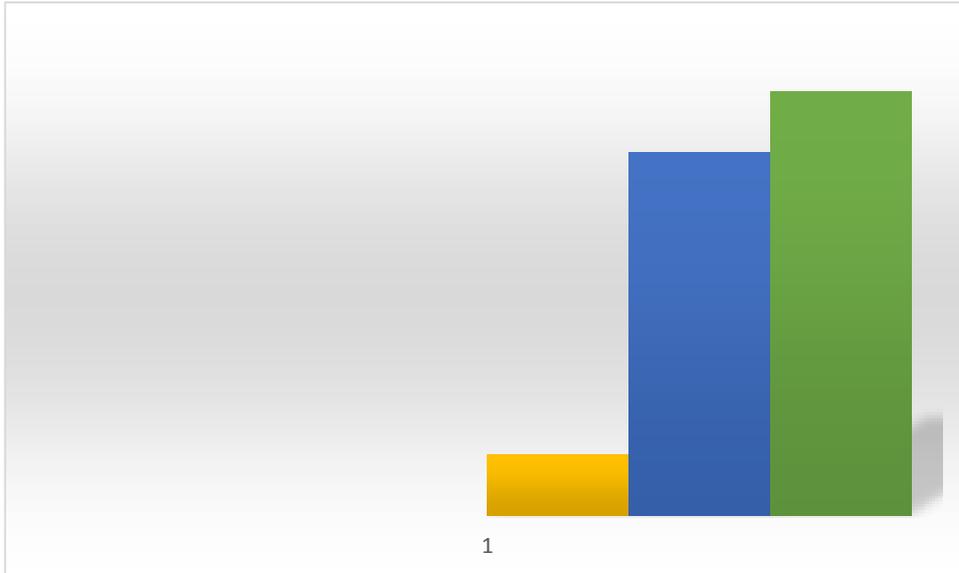


Figura 3. Compromiso del personal con el nivel de calidad

Fuente: Tabla 1

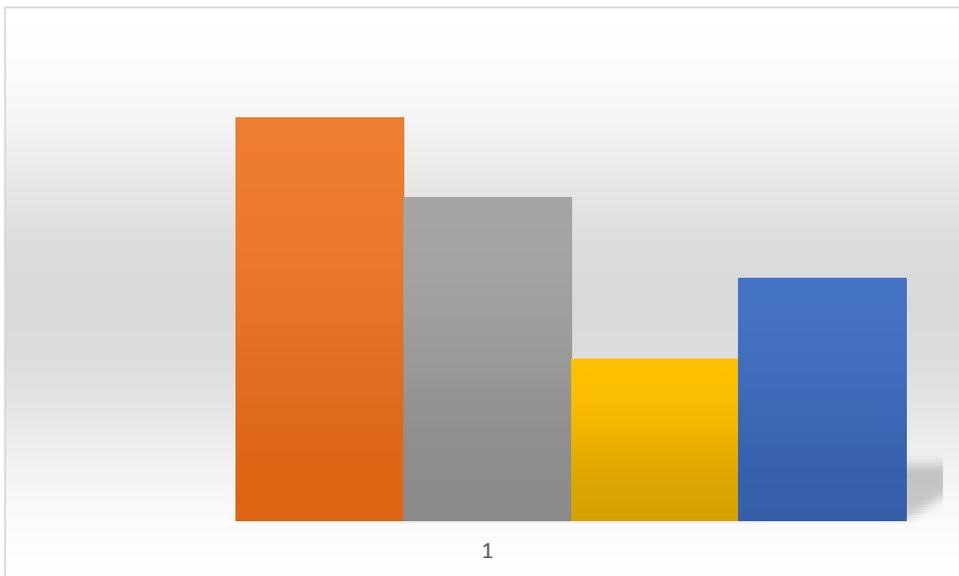


Figura 4. Ajuste de detalles para mejorar la calidad

Fuente: Tabla 1

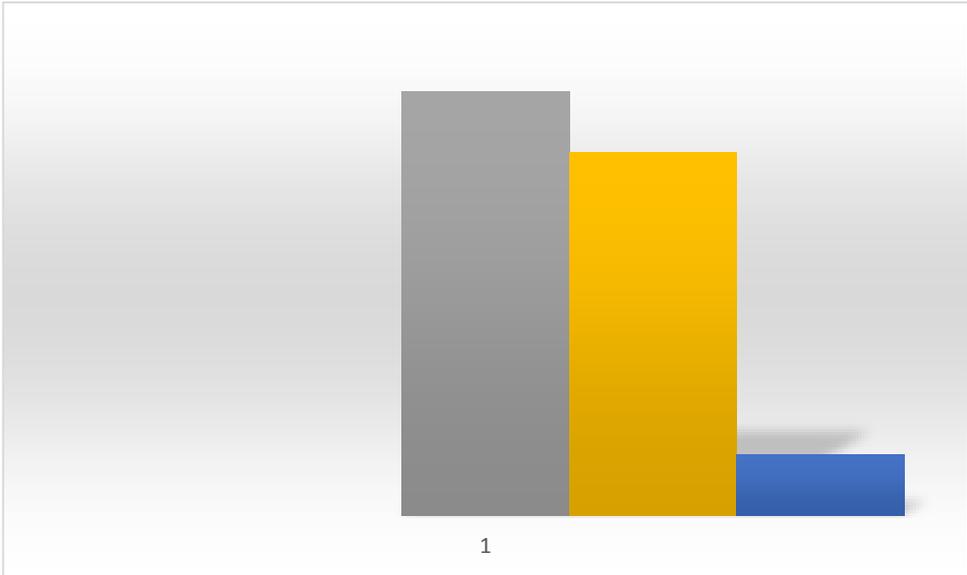


Figura 5. Toma de decisiones con argumentos solidos

Fuente: Tabla 1

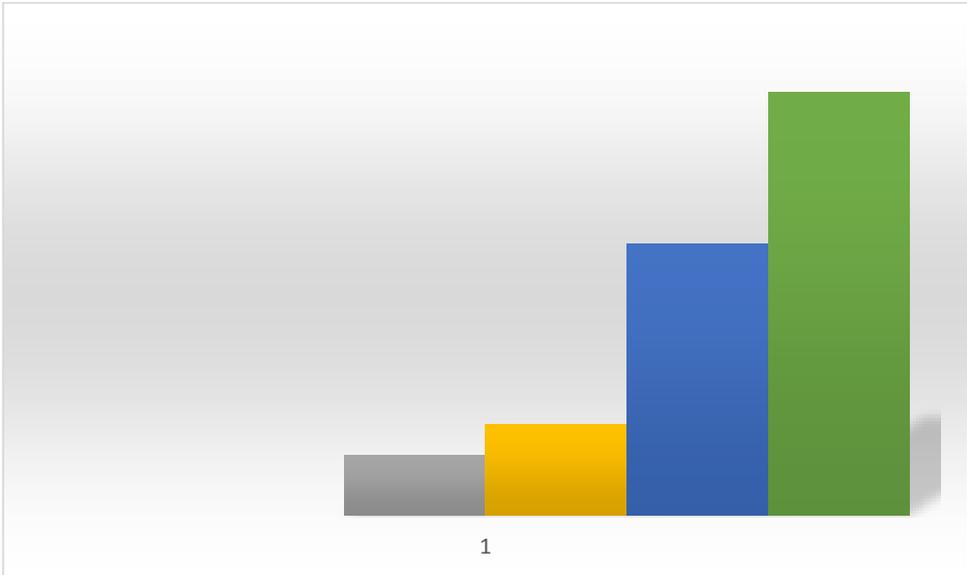


Figura 6. Equipo de trabajo inspira confianza al cliente

Fuente: Tabla 2

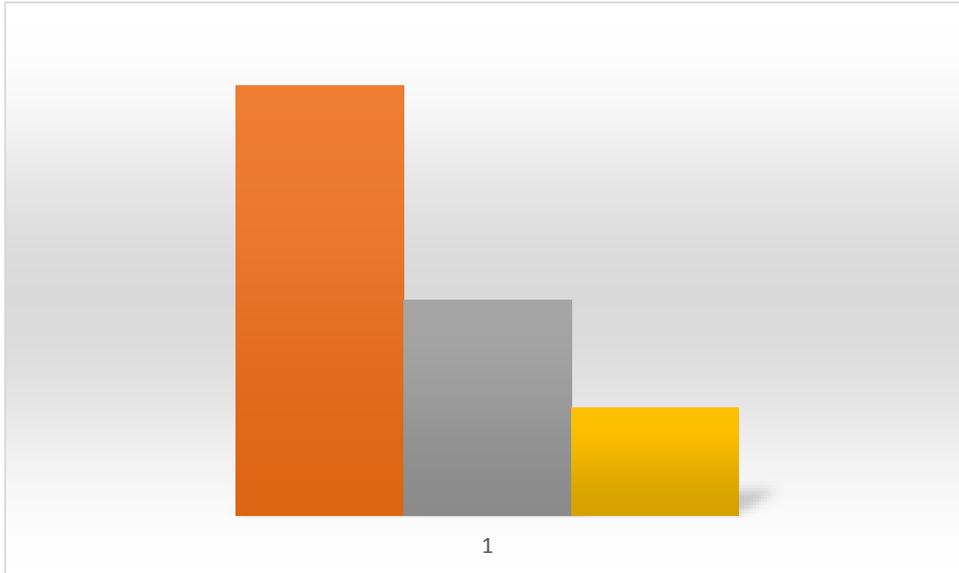


Figura 7. Evaluación del nivel de competitividad

Fuente: Tabla 2

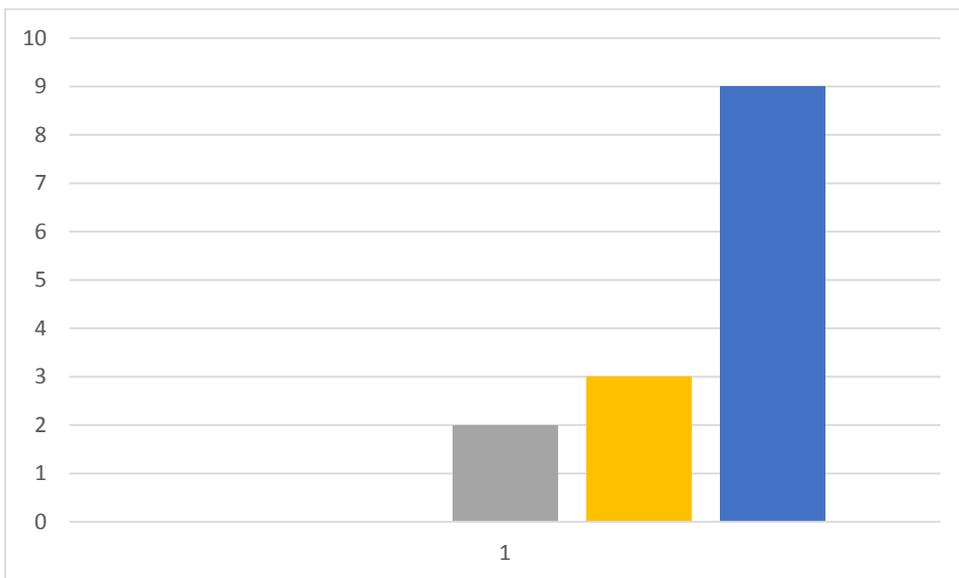


Figura 8. Capacitación del personal para mejorar su capacidad de respuesta

Fuente: Tabla 2

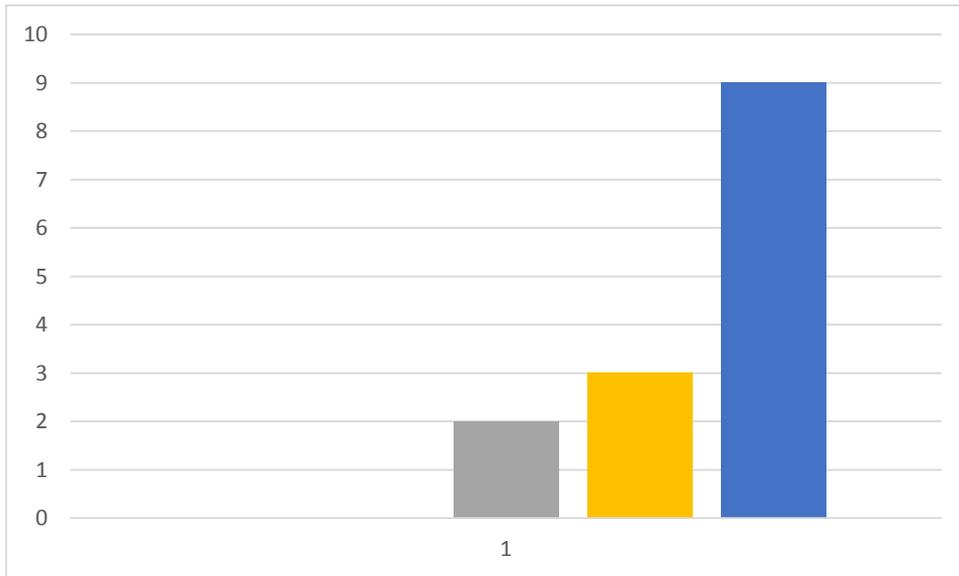


Figura 9. Uso de la tecnología para mejorar acceso a la información de la empresa

Fuente: Tabla 2

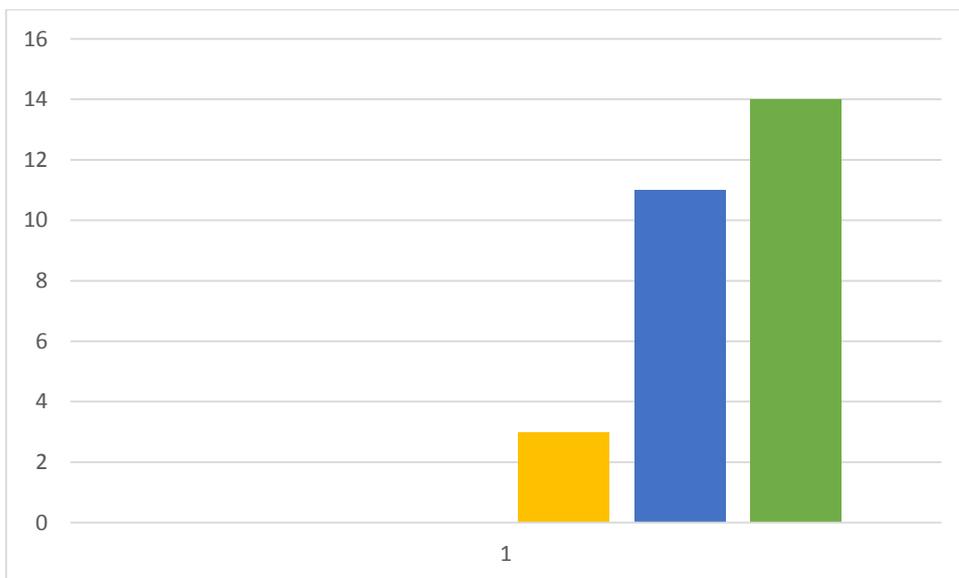


Figura 10. Se trata de entender las necesidades del cliente

Fuente: Tabla 2

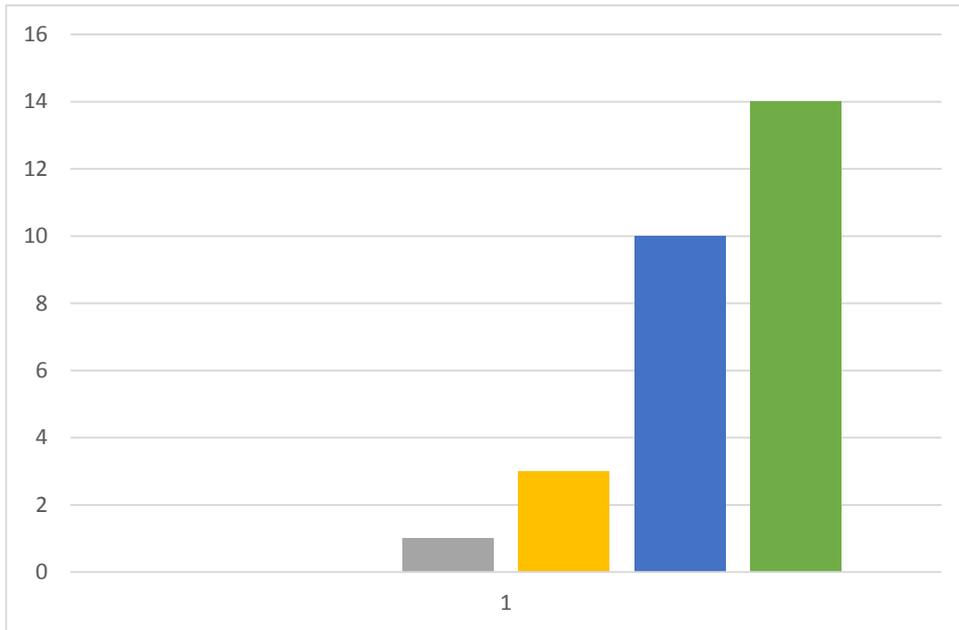


Figura 11. Facilidad para ser cortés con el cliente

Fuente: Tabla 2

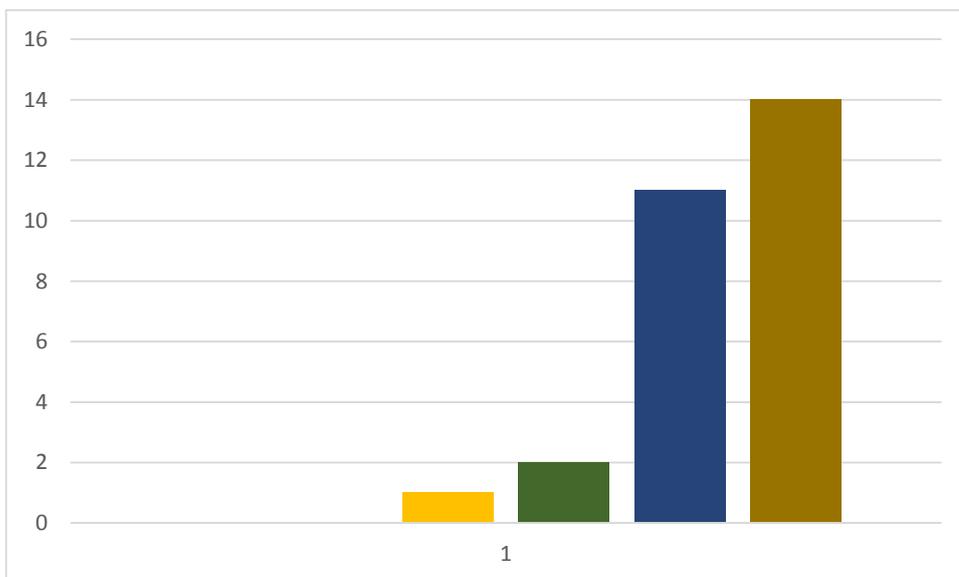


Figura 12. Buena comunicación entre el personal

Fuente: Tabla 2

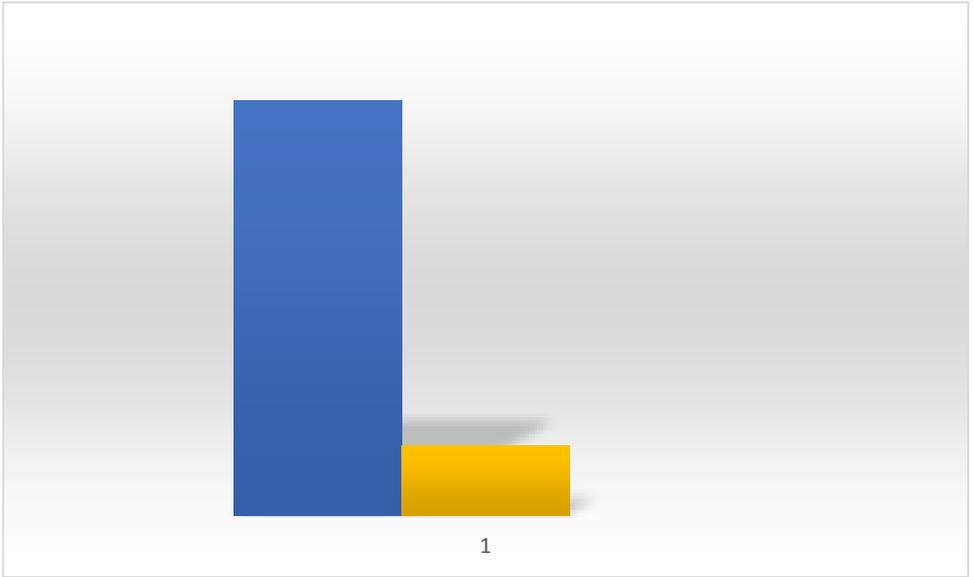


Figura 13. Plan para mitigar riesgos y brindar seguridad

Fuente: Tabla 2

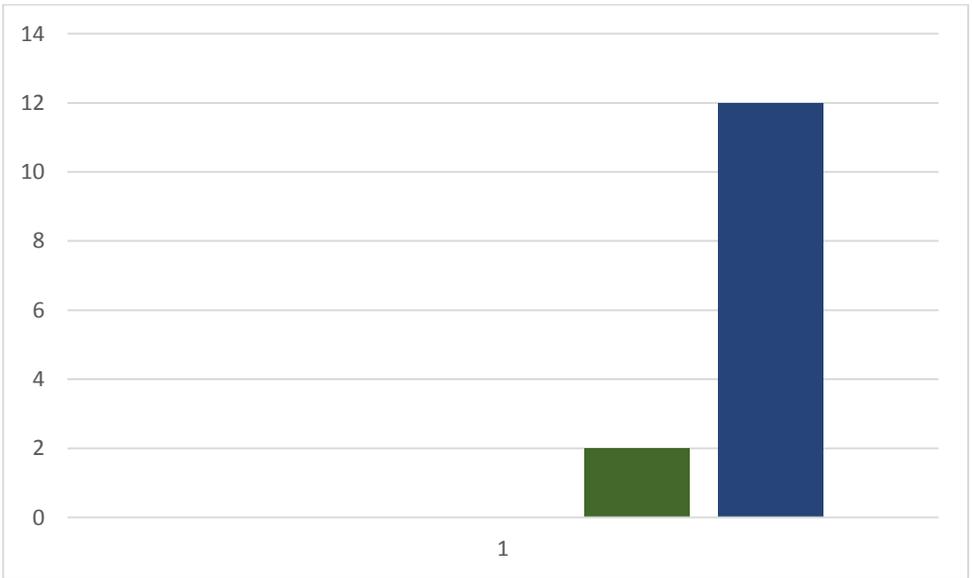


Figura 14. Buen estado de la infraestructura

Fuente: Tabla 2

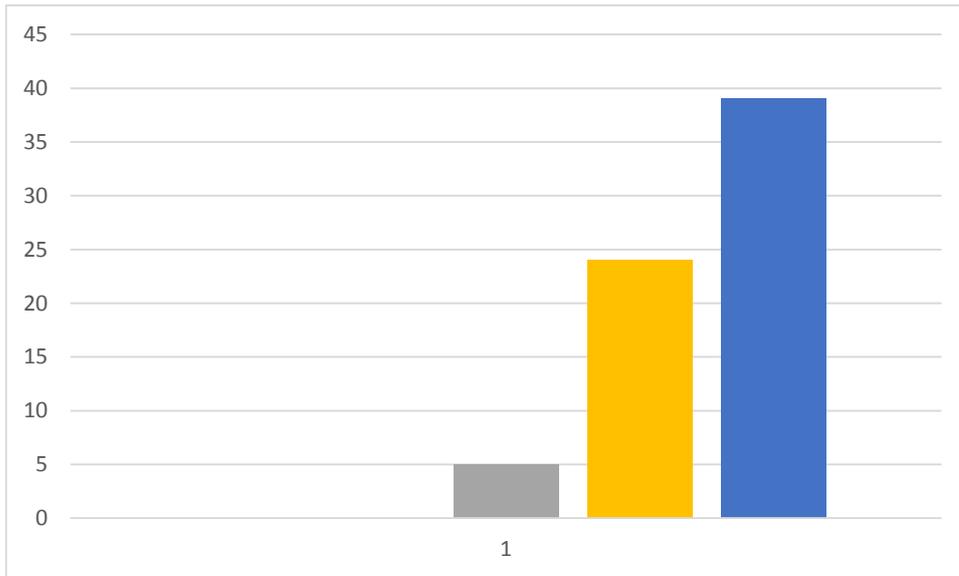


Figura 15. Trato diferente de los demás grifos

Fuente: Tabla 3

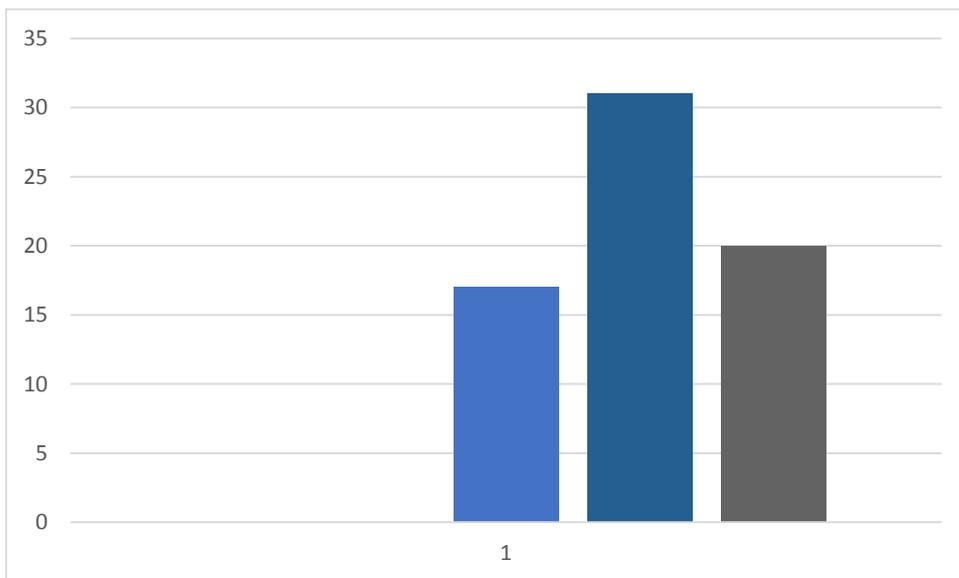


Figura 16. El personal conoce realmente las necesidades de los clientes

Fuente: Tabla 3

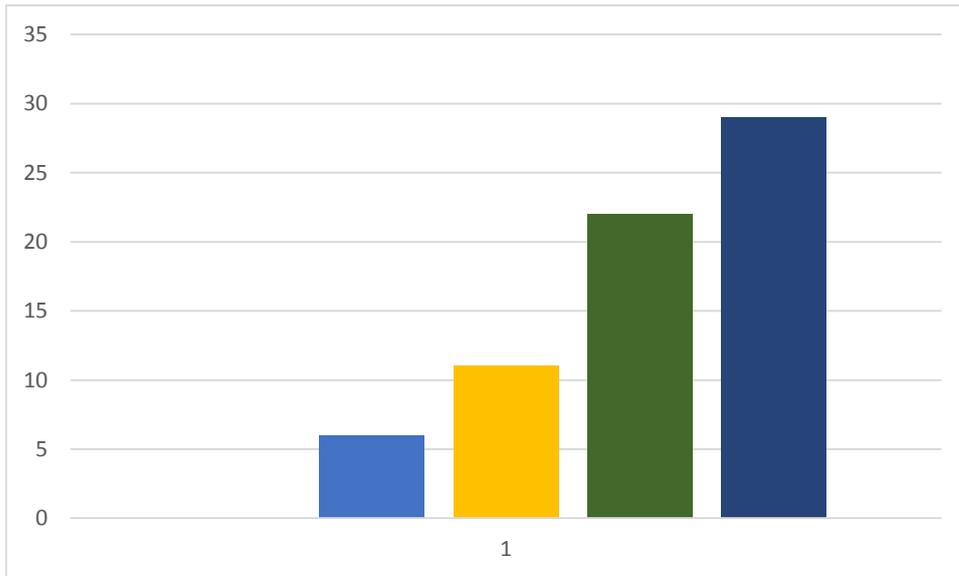


Figura 17. Esfuerzo del personal es por brindar un buen servicio al cliente

Fuente: Tabla 3

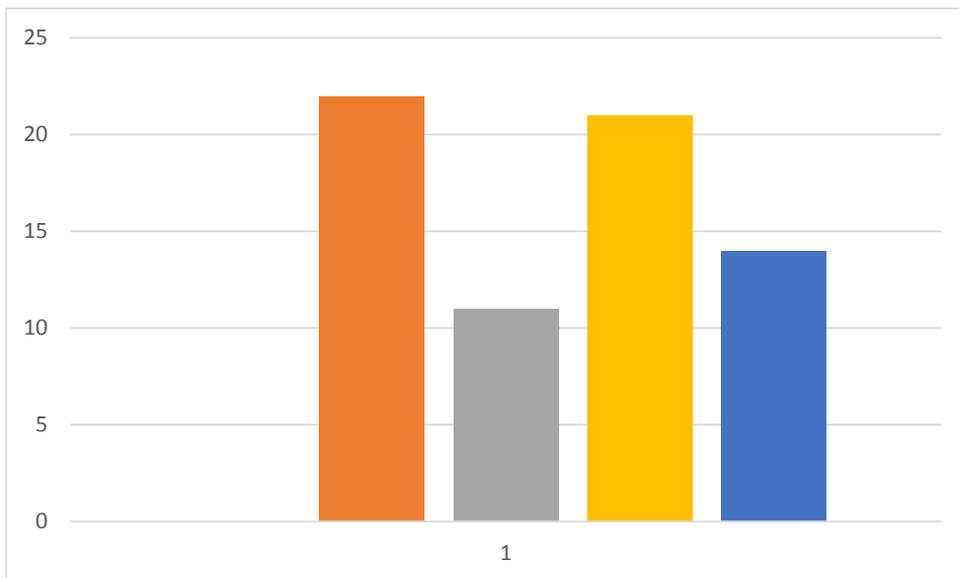


Figura 18. Se siente fidelizado con la empresa

Fuente: Tabla 3

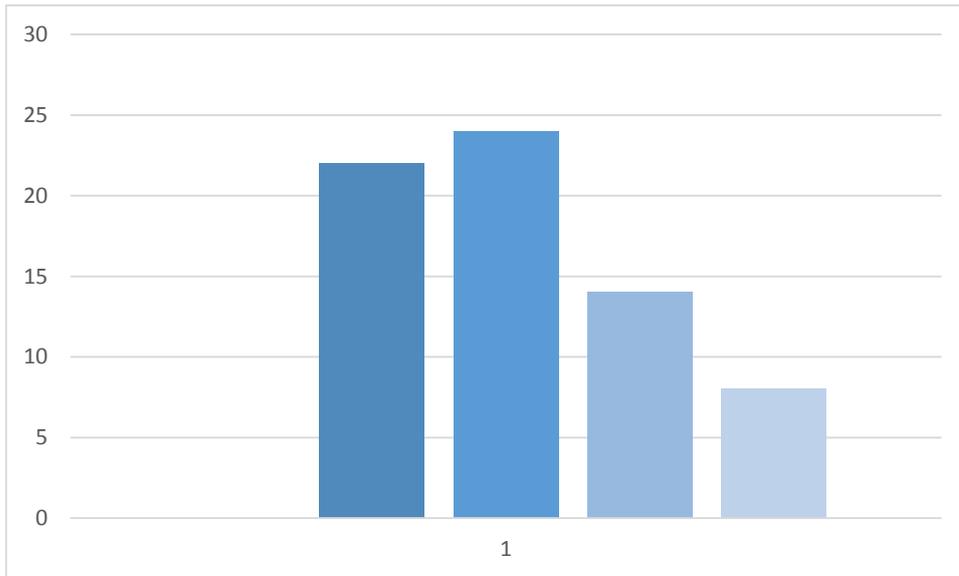


Figura 19. Contactó con la empresa a través de medios digitales

Fuente: Tabla 3

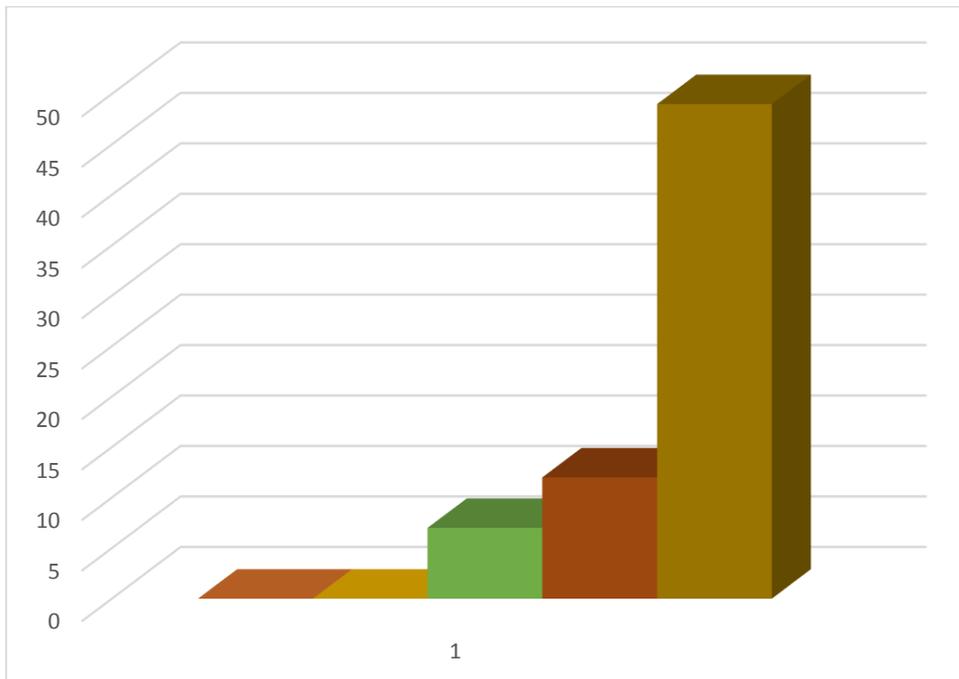


Figura 20. El personal se preocupa para solucionar hechos relevantes

Fuente: Tabla 4

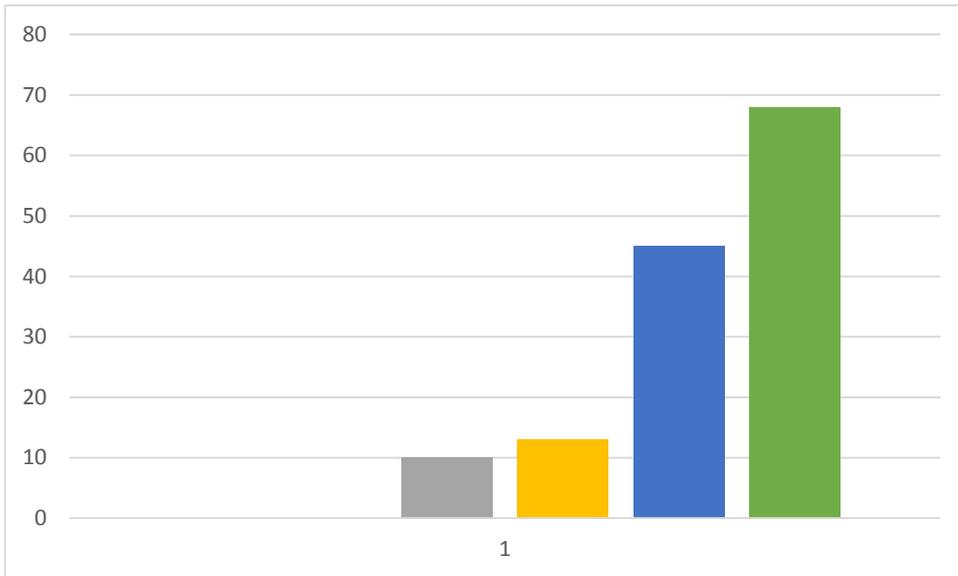


Figura 21. La atención es oportuna

Fuente: Tabla 4

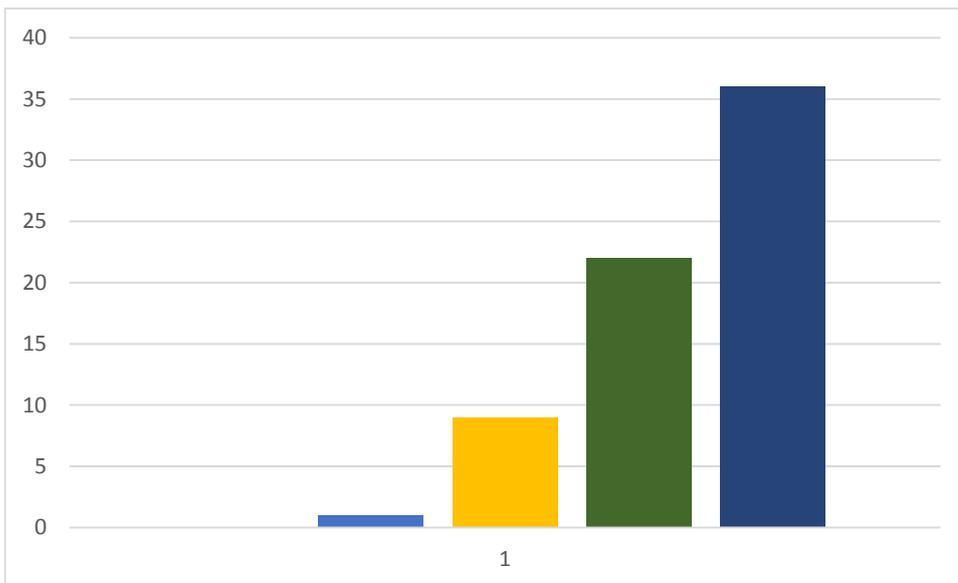
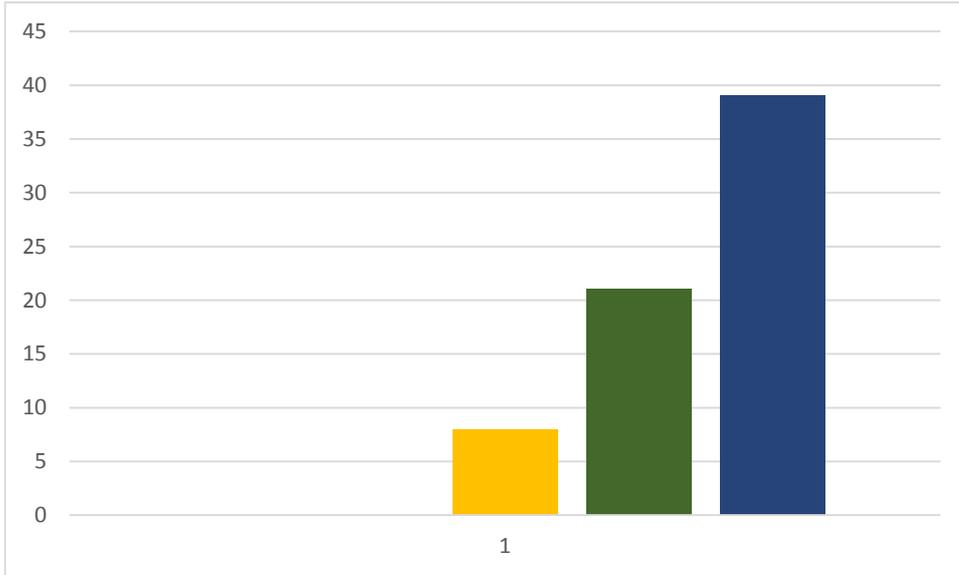


Figura 22. La atención al cliente es permanente

Fuente: Tabla 4



Fuente: Tabla 4

Figura 23. Trato flexible de acuerdo al comportamiento del cliente

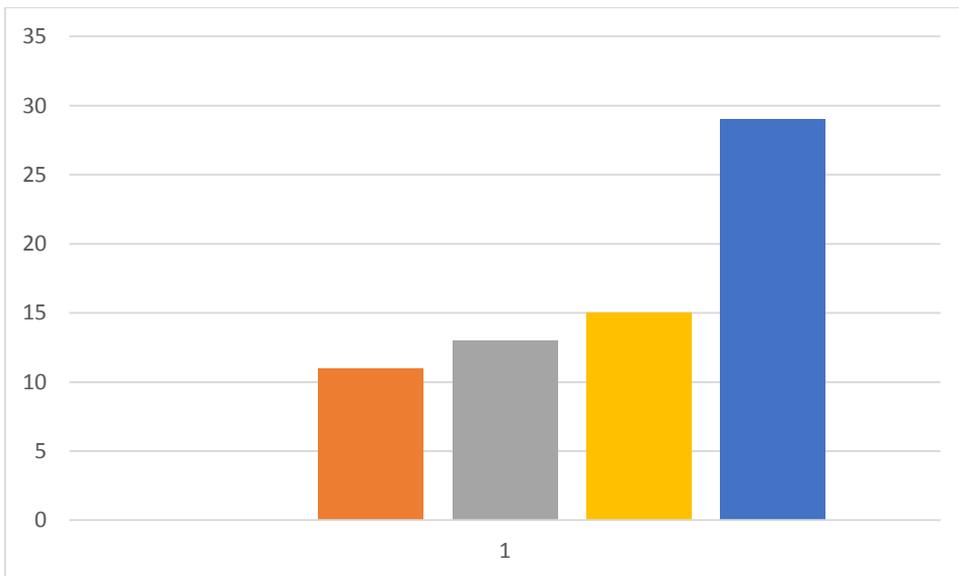


Figura 24. Atención eficaz y eficiente

Fuente: Tabla 4

# ATENCION-AL\_CLIENTE\_ROBLES\_QUISPE\_JHELEN\_GISELA-12-79.doc

---

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

12%

INDICE DE SIMILITUD

12%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

---

## FUENTES PRIMARIAS

---

1

[repositorio.uladech.edu.pe](http://repositorio.uladech.edu.pe)

Fuente de Internet

12%

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo