



**UNIVERSIDAD CÁTOLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y  
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO  
BODEGAS DEL AA.HH. LA VICTORIA, DISTRITO  
PIURA, AÑO 2018.**

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

**AUTORA**

**VERA VILELA LIZBTH  
ORCID: 0000-0002-7451-8705**

**ASESOR (A):**

**MGTR. VILLA SANTILLÁN MARÍA SILVIA  
ORCID: 0000-0003-1971-2545**

**CAÑETE – PERÚ**

**2020**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR (A)**

Vera Vilela Lizbth

ORCID: 0000-0002-7451-8705

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,  
Piura, Perú

### **ASESOR (A)**

Mgr. Villa Santillán María Silvia

ORCID: 0000-0003-1971-2545

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

### **JURADO**

Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-60792319

Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

Meza de los Santos, Juan Pablo

ORCID: 0000-0001-8852-1342

## **HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR**

Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa

**Presidente**

Lic. Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

**Miembro**

Mgtr. Meza de los Santos, Juan Pablo

**Miembro**

Mgtr. Villa Santillán, María Silvia

**Asesora**

## **HOJA DE AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi Familia, por haberme dado fuerza para seguir adelante, les doy gracias por ser el motivo que tengo para no darme por vencida y seguir adelante, agradezco a mi madre y mi hija por darme el impulso a ser cada día mejor y esforzarme a cumplir mis metas, a mi esposo por ser la persona que me apoyo para que yo este cumplimiento este sueño.

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a Dios en primer lugar por estar siempre a mi lado y nunca dejarme sola, por darme fuerza, perseverancia, inteligencia para no rendirme y poder lograr mis metas.

## RESUMEN

La presente investigación titulada “Caracterización de la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria – Distrito Piura, año 2018”, se estableció como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE, rubro bodegas. La metodología de la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y corte transversal, así mismo se empleó la técnica de encuesta e instrumento el cuestionario, para la variable gestión de calidad se empleó 14 preguntas dirigidas a los propietarios, para la variable atención al cliente fueron 11 preguntas dirigidas a propietarios y colaboradores. Las unidades de investigación son 4 MYPE. Concluyendo en caso de la variable gestión de calidad el 100% poseen un enfoque al cliente, toma de decisiones, pues resuelven las quejas que presentan sus clientes y relaciones mutuamente beneficios con el proveedor para que siempre estén cumpliendo las expectativas de sus clientes, así mismo el 100% obtiene como beneficio credibilidad e imagen, satisfacción de los clientes y toma de decisiones. Respecto a los elementos de atención al cliente se tiene que el 100% mantiene relación clientelar, es decir, buena relación con sus clientes, correspondencia pues resuelven inquietudes y dudas e instalaciones pues disponen de un espacio agradable para la atención. Respecto a los beneficios de la atención al cliente el 100% consideran clientes indirectos puesto que un cliente satisfecho siempre es un beneficio para la empresa.

**Palabras clave:** Atención al cliente, bodegas, gestión de calidad, MYPE.

## ABSTRACT

The present investigation entitled "Characterization of quality management and customer service in the warehouses of the MYPE category of the AA.HH. La Victoria - Piura District, year 2018", was established as a general objective to determine the main characteristics of quality management and customer service in MSMEs, bodegas. The research methodology was quantitative, descriptive level, non-experimental and cross-sectional design, likewise the survey technique and the questionnaire instrument were used, for the quality management variable, 14 questions were used for the owners, for the customer service variable they were 11 questions for owners and employees. The research units are 4 MYPE. Concluding in the case of the quality management variable, 100% have a focus on the client, on decision-making, since they resolve the complaints presented by their clients and the mutually beneficial relationships with the supplier so that they are always meeting the expectations of your clients, in addition to benefiting 100% from credibility and image, client satisfaction and decision making. Regarding the elements of customer service, 100% maintain a relationship with the customer, that is, a good relationship with their customers, correspondence because they resolve concerns and doubts and facilities because they have a pleasant space for attention. Regarding the benefits of customer service, 100% consider indirect customers since a satisfied customer is always a benefit for the company.

**Keywords:** Customer service, wineries, quality management, MYPE.

## CONTENIDO

Título de la Tesis .....	i
Equipo De Trabajo.....	ii
Hoja De Firma Del Jurado Y Asesor .....	iii
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iv
<b>DEDICATORIA</b> .....	v
<b>RESUMEN</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>CONTENIDO</b> .....	viii
<b>INDICE DE TABLAS</b> .....	x
<b>INDICE DE FIGURAS</b> .....	xii
<b>INDICE DE CUADROS</b> .....	xiv
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>II. REVISIÓN DE LA LITERATURA</b> .....	8
2.1 Antecedentes .....	8
2.1.1 Antecedentes Internacionales .....	8
2.1.2 Antecedentes Nacionales .....	10
2.1.3 Antecedentes Locales.....	14
2.2.1 Bases Conceptuales .....	17
2.2.2 Variable Gestión de Calidad .....	17
2.2.2 Variable Atención al cliente.....	24
<b>III. HIPÓTESIS</b> .....	31
<b>IV. METODOLOGIA</b> .....	32
4.1 Diseño de la investigación .....	32
4.2 Población y muestra .....	32
4.3 Definición y operacionalización de las variables.....	35



4.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	37
4.5	Plan de Análisis.....	38
4.6	Matriz de Consistencia.....	39
4.7	Principios éticos .....	41
<b>V.</b>	<b>RESULTADOS</b> .....	<b>43</b>
<b>5.1</b>	<b>Análisis De Resultados</b> .....	<b>68</b>
<b>VI.</b>	<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>81</b>
	Aspectos Complementarios .....	84
	Referencias Bibliográficas .....	85
	<b>ANEXOS</b> .....	<b>95</b>
	Anexo 1: Encuesta .....	96
	Anexo 2: Validación de encuestas .....	105
	Anexo 3: Consentimiento informado.....	117

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. ¿ Satisface usted las necesidades de sus clientes? .....	43
Tabla 2. ¿ Motiva a sus colaboradores para así alcancen los objetivos de la empresa?44	
Tabla 3. ¿ Los empleados de su empresa cumplen con los requerimientos del puesto que desempeñan? .....	45
Tabla 4. ¿ Los procesos de su empresa aportan al logro sus objetivos? .....	46
Tabla 5. ¿ Usted tiene un enfoque de sistema en su empresa, es decir identifica, entiende y gestiona los procesos como un sistema para favorecer la eficiencia de su bodega? .....	47
Tabla 6. ¿ Usted implementa la mejora continua en su empresa para ofrecer mejor calidad a sus clientes? .....	48
Tabla 7. ¿ Considera usted una ventaja tener un enfoque basado en hechos para la toma de decisiones? .....	49
Tabla 8. ¿ Tiene usted una buena relación con sus proveedores?.....	50
Tabla 9. ¿ Están los colaboradores comprometidos con su empresa? .....	51
Tabla 10. ¿ Considera usted que posee una buena imagen y brinda confianza a sus clientes? .....	52
Tabla 11. ¿ Considera usted que, tener una orientación hacia el cliente, permite obtener fidelización de los mismos? .....	53
Tabla 12. ¿ Considera importante promover una mejora continua en las empresas? 54	
Tabla 13. ¿ Resuelve usted ineficiencias que puedan existir en los procesos para evitar costos innecesarios en su negocio? .....	55
Tabla 14. ¿ Usted toma decisiones con el fin de solucionar algún problema en su negocio para que sus clientes se sientan satisfechos con la atención?.....	56
Tabla 15. ¿Cuándo usted atiende transmite confianza a sus clientes mostrándoles una sonrisa, un saludo, incluso una presentación personal agradable? .....	57
Tabla 16. ¿ Tiene usted una buena relación con sus clientes que acuden al negocio?58	

Tabla 17. ¿ Resuelve inquietudes y dudas que vengan de sus clientes para brindarles más confianza?.....	59
Tabla 18. ¿ Resuelven eficientemente los reclamos que presentan sus clientes?.....	60
Tabla 19. ¿ Considera que el espacio que tiene es el ideal, bonito y atractivo para atender a sus clientes?.....	61
Tabla 20. ¿ Considera importante brindar una buena atención para generar lealtad de sus clientes? .....	62
Tabla 21. ¿ Considera que para tener rentabilidad y altas ventas es importante ofrecer productos y un servicio de calidad?.....	63
Tabla 22. ¿ Considera que un cliente satisfecho es un beneficio para la organización?.....	64
Tabla 23. ¿ Considera usted que su empresa posee índices altos de aprobación por parte de sus consumidores?.....	65
Tabla 24. ¿ Considera usted que tener una buena imagen ante sus clientes y demás, es una ventaja competitiva? .....	66
Tabla 25. ¿ Existe un buen clima laboral en su empresa? .....	67

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1. ¿Satisface usted las necesidades de sus clientes?.....	43
Figura 2. ¿Motiva a sus colaboradores para así alcancen los objetivos de la empresa?44	
Figura 3. ¿Los empleados de su empresa cumplen con los requerimientos del puesto que desempeñan? .....	45
Figura 4. ¿Los procesos de su empresa aportan al logro sus objetivos?.....	46
Figura 5. ¿Usted tiene un enfoque de sistema en su empresa, es decir identifica, entiende y gestiona los procesos como un sistema para favorecer la eficiencia de su bodega? .....	47
Figura 6. ¿Usted implementa la mejora continua en su empresa para ofrecer mejor calidad a sus clientes? .....	48
Figura 7. ¿Considera usted una ventaja tener un enfoque basado en hechos para la toma de decisiones? .....	49
Figura 8. ¿Tiene usted una buena relación con sus proveedores? .....	50
Figura 9. ¿Están los colaboradores comprometidos con su empresa? .....	51
Figura 10. ¿Considera usted que posee una buena imagen y brinda confianza a sus clientes? .....	52
Figura 11. ¿Considera usted que, tener una orientación hacia el cliente, permite obtener fidelización de los mismos? .....	53
Figura 12. ¿Considera importante promover una mejora continua en las empresas? 54	
Figura 13. ¿Resuelve usted ineficiencias que puedan existir en los procesos para evitar costos innecesarios en su negocio? .....	55
Figura 14. ¿Usted toma decisiones con el fin de solucionar algún problema en su negocio para que sus clientes se sientan satisfechos con la atención?.....	56
Figura 15. ¿Cuándo usted atiende transmite confianza a sus clientes mostrándoles una sonrisa, un saludo, incluso una presentación personal agradable? .....	57
Figura 16. ¿Tiene usted una buena relación con sus clientes que acuden al negocio?58	

Figura 17. ¿Resuelve inquietudes y dudas que vengan de sus clientes para brindarles más confianza?.....	59
Figura 18. ¿Resuelven eficientemente los reclamos que presentan sus clientes?.....	60
Figura 19. ¿Considera que el espacio que tiene es el ideal, bonito y atractivo para atender a sus clientes?.....	61
Figura 20. ¿Considera importante brindar una buena atención para generar lealtad de sus clientes? .....	62
Figura 21. ¿Considera que para tener rentabilidad y altas ventas es importante ofrecer productos y un servicio de calidad?.....	63
Figura 22. ¿Considera que un cliente satisfecho es un beneficio para la organización?.....	64
Figura 23. ¿Considera usted que su empresa posee índices altos de aprobación por parte de sus consumidores?.....	65
Figura 24. ¿Considera usted que tener una buena imagen ante sus clientes y demás, es una ventaja competitiva? .....	66
Figura 25. ¿Existe un buen clima laboral en su empresa? .....	67

## INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Relación de MYPE .....	33
Cuadro N° 2 Definición y operacionalización de las variables .....	35
Cuadro N° 3 Matriz de Consistencia .....	39

## I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación denominado: “Caracterización de la Gestión de calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria – Distrito Piura, año 2018”. Aquel que parte de la línea de investigación Titulada: Gestión de calidad y Atención al cliente en las MYPE del Perú, línea que ha sido otorgada por la Escuela Profesional de Administración y comprende el campo disciplinar: promoción de las MYPE, en donde los alumnos podrán orientarse de ella y después dar inicio a una investigación.

Esta investigación busca la recopilación de información de las MYPE para conocer las principales características sobre gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del AA.HH. La Victoria -Piura, año 2018. Según Rpp Noticias (2020), señala que la economía del Perú ha presentado una caída del 12% del PBI en el año 2020 debido a la pandemia covid-19 y sus efectos negativos del estado de emergencia en el País de tal manera que genero el cierre de millones de negocios que son la principal fuente de ingresos y la generación de puestos de trabajo para muchas personas en el País; pero prevé que se recuperara en el 2021 aumentando hasta en 7% su actividad productiva.

Actualmente las MYPE existen por la gran necesidad que tienen las personas para poder satisfacer sus necesidades básicas, así también por los factores que deciden un lugar para las bodegas dentro de un mercado, pero debido a la aparición de nuevos competidores como los Minimarket y supermercados, entre otros; para conservarse en el mercado competitivo deben usar estrategias como invertir en capacitación además de tener en tendencia empresarial que los lleve hacia el éxito,

por esto es necesario contar con una orientación basado en el servicio al consumidor para poder retener a los futuros clientes y hacer la diferencia entre tu negocio y tus competidores, así mismo las bodegas deben registrar los productos que más se venden como las golosinas, abarrotes, gaseosas y productos de primera necesidad (Scarilli, 2015).

En el Perú las MYPE son el principal motor de desarrollo, son importantes por la gran cantidad de empleos que estas generan, por su labor de emprendimiento a favor de la economía y desarrollo del Perú. De acuerdo a la sociedad de Comercio Exterior del Perú el 96,5% de las empresas que existen son del sector de las MYPES; según el ASEP (asociación de emprendedores del Perú) las MYPE aportan con el 40% del PBI nacional, como herramienta de promoción de empleo este solo exige una inversión inicial, además permite el acceso a zonas de bajos recursos ayudando con la pobreza en el País y el mundo ya que generan el 47% del empleo en América Latina (ASEP, 2015).

Referente al ambiente interno se sostiene que las micro y pequeñas empresas del rubro bodegas bajo estudio se hallan por una transición en el que buscan desarrollar las actividades administrativas particulares del negocio como la búsqueda y la selección de proveedores que los abastezcan de diferentes productos a menores costos y así permitir ofrecer dichos bienes a precios cómodos generando márgenes de ganancias esperados.

Las bodegas del AA.HH. La Victoria , Distrito Piura, implementan registros de gastos mensualmente que el negocio necesita para su funcionamiento en este detallan las compras que se hacen diariamente, pagos de agua y luz, también de



teléfono y personal; por otro lado, las bodegas operan en sus propios domicilios utilizando estantes de fierro que usan para exhibir sus productos disponibles al público, además respecto a los materiales que utilizan las bodegas, se conoce que los productos frágiles lo muestran en vitrinas de vidrio, así mismo atienden a través de ventanas las cuales tienen una sobre ventana de fierro, no cuentan con computadoras, tampoco hacen inventarios, solo rotan los productos que se venden más y se abastecen de los mismos; respecto al personal casi siempre es la misma persona que está encargada de las ventas, despacho y la verificación de los productos que se encuentran en stock y a la misma vez hace de reponedor, sin embargo respecto al factor de RR. HH existen bodegas que cuentan con dos trabajadores que en estos casos son mayormente un familiar o una persona cercana de confianza que en casos se encarga de caja y a la misma vez hace de vendedor, por otro lado las mimas tienen horarios de atención desde las 6:00 am y la mayormente cierran las 10:00 pm que es cuando la mayoría de las personas ya no necesitan insumos para al día.

Respecto al ambiente externo, se encuentra el factor político – legal, Castillo (2016), señala la Ley N° 30056, que modifica diferentes leyes para la inversión e impulsar el desarrollo productivo, además el crecimiento empresarial este tiene como fin erradicar los problemas, como reducir los costos en procedimientos administrativos, tramites, y que puedan tener acceso al financiamiento de la misma manera, crear un régimen laboral especial para las micro y pequeñas empresas; la ley N° 30056 toma en cuenta los ingresos por año que perciban las MYPE, este no debe superar las 150 UIT, además el régimen laboral que deben cumplir comprende remuneración, horario de trabajo la cual consta de ocho horas la

jornada de trabajo, descanso y protección ante un despido arbitrario, también los trabajadores deben estar afiliados a un seguro integral de salud y estar amparados en un sistema de pensiones. Las MYPE del AA. HH La Victoria -Piura rubro bodegas no cuentan con permisos de funcionamiento ya que estos negocios son mayormente informales.

El diario comercio (2019), menciona el nuevo régimen único simplificado que incorpora a las empresas con ganancias netas de S/ 96 mil anuales, donde los tributadores ejecutan una retribución fija a la SUNAT de S/ 20 o S/50, esto según sus ganancias además no necesitan contar con un libro contable, así mismo en el NRUS no manifiestan facturas y no forman parte de una cadena productiva.

En el aspecto económico según el Diario El Peruano (2020) se aprobó el reglamento operativo de Fondos de Apoyo Empresarial a las MYPE, el que se creó mediante el Decreto de Urgencia N° 029-19 en la economía del Perú, con el fin de promover el financiamiento de las MYPE (micro y pequeñas empresas), mediante créditos para capital de trabajo, así mismo para reestructurar y refinanciar deudas que puedan tener, a fin de mantener e impulsar su desarrollo productivo.

Así mismo tenemos el factor Socio Cultural; el cual se relaciona con conceptos y términos como son las costumbres, ideologías, etnias, niveles sociales y de género, distintas raíces originarias que permiten conocer más nuestros orígenes mediante la convivencia de cada individuo en la sociedad donde se puede compartir nuestras costumbres. (Zaragoza, 2015).

En cuanto al Factor Tecnológico; En las MYPE del rubro bodegas del AA. HH. La Victoria debido a la pandemia están realizando transacciones virtuales para

poder realizar pagos a sus proveedores, sus servicios de agua y luz, sin embargo, estas bodegas deberían implementar hacer sus comprar vía online usando el internet y hacer publicidad por medio de redes sociales para que atraigan futuros clientes y así poder tener más ganancias ya que tendrían un mayor alcance de consumidores diarios, también es importante contar con el uso de tecnologías TIC (tecnologías de información y comunicaciones) además contar con una computadora para poder llevar a cabo los ingresos y salidas de la mercadería y poder tener un mejor control de estos.

El Factor Ecológico; este factor ha tomado más fuerza estos últimos años sobre todo debido a la pandemia que está viviendo en este año 2020, debemos considerar la importancia que este tiene para nuestro mundo ya que muchas veces se piensa en crear empresas, crear industrias pensando en los beneficios económicos sin pensar en los impactos y consecuencias que podrían ocasionar al medio ambiente, por ello debemos ser conscientes de que los recursos no duraran para siempre y que se debe cuidar el planeta. Las bodegas del AA. HH La Victoria -Piura, muchas veces son las que ocasionan la gran cantidad de basura en las calles ya que las personas botan las botellas plásticas a la calle, las bolsas plásticas, los residuos de cualquier producto ya sea frutas o verduras contaminando el lugar donde viven, así mismo se observó que gran cantidad de cartones que le pertenecen a las bodegas, son tirados a la calle o la pista acumulando basura.

Así mismo, el factor que afecta hoy en día a las MYPE es la competencia pues existen Minimarket y supermercados, mercados e itinerantes que están apareciendo actualmente con más fuerza debido a la crisis económica que está pasando el País y el mundo, por ello se recomienda a los dueños de estos negocios

que busquen mejorar la calidad de los productos, entre estos también tener en cuenta surtir bien la bodega con diferentes productos para que los clientes al momento de comprar encuentren lo que buscan y así tener clientes satisfechos y que puedan convertirse en consumidores fieles, también enfocarse en brindar una excelente atención al cliente ya que es esencial para que un negocio tenga un mejor prestigio de parte de sus clientes.

En base a la problemática antes mencionada, se propuso el enunciado del problema con la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las características principales de la Gestión de calidad y Atención al Cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH La Victoria- Distrito Piura, año 2018? Así mismo se tiene como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018, y como objetivos específicos: a) Determinar los principios de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018; b) Identificar los principales beneficios de la Gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018; c) Conocer los elementos de la Atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018; d) Describir los beneficios de la atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018.

El presente trabajo de investigación se justifica de manera teórica, porque permitirá crear, incrementar y hacer nuevos aportes referente a la Gestión de calidad y Atención al cliente de las MYPE rubro bodegas del AA. HH La Victoria- Piura,

así mismo servirá como fuente de información para las actuales y nuevas generaciones. (Coaguila, 2017)

Por otra parte, esta investigación se justifica de manera practica ya que tiene como propósito cumplir con la Ley Universitaria 30220, art, 45° inciso 45.1 para la obtención del grado de Bachiller, en la cual se requiere haber aprobado con los estudios de pregrado, así como la conformidad de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma, de preferencia el inglés, para así cumplir con lo establecido por la SUNEDU. (Pacheco, 2020)

De manera que, para llevar a cabo la investigación se empleara la investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – corte transversal, así mismo se aplicara la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario para el recojo de información de las MYPE en estudio.

Por otro lado, la presente investigación está delimitada desde la perspectiva temática por las variables Gestión de calidad y Atención al Cliente en las MYPE. Así mismo desde el aspecto geográfica: AA.HH. La Victoria – Región Piura, Provincia Piura, Distrito Piura, también desde la perspectiva psicográfica: microempresas rubro Bodegas y delimitación temporal: año 2018.

Otra delimitación que se ha tenido en la investigación son los antecedentes, ya que se han considerado como antecedentes, investigaciones que tienen la variable, pero con distinto rubro al de la investigación, las cuales guardan relación con las dimensiones de la presente investigación los cuales serán utilizados para el desarrollo de los análisis de los resultados de investigación.

## **II.REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### **2.1 Antecedentes**

#### **2.1.1 Antecedentes Internacionales**

Borja & Jijón (2014) realizaron una investigación titulada “Propuesta de un Modelo de Gestión en Calidad de servicio, basado en la Norma Internacional ISO 9001: 2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo, Caso: Almacenes la Rebaja”. Presentada en la Universidad Internacional del Ecuador (Quito). Se empleó la metodología descriptiva, no experimental. Siendo el objetivo definir un modelo de gestión en calidad de servicio basado en la norma ISO 9001: 2008 para Almacenes la Rebaja. Llegaron a las siguientes conclusiones: Actualmente, el establecimiento se mantiene con ventas regulares que aún son rentables, pero en comparación con años pasados las ventas han sido bajas y se ha determinado que eso se basa en la falta de fidelidad de los clientes a la empresa; así mismo los clientes actualmente buscan calidad no solo del producto sino también la calidad de servicio entregada al momento de adquirir un producto. Por ello es que se ha vuelto más común el deseo de las empresas por mejorar sus procesos mediante la implementación de modelos de gestión de calidad.

Vega (2016) realizó una investigación titulada “Propuesta de Mejoramiento para la Gestión de Bodega de Materiales e Insumos para Impresoras de la Empresa Coplan” en la Universidad Andrés Bello de Chile, se empleó la metodología descriptiva, siendo el objetivo general diseñar una propuesta de mejora para la Gestión de almacenamiento y Stock de la empresa Coplan. Llegó a las siguientes conclusiones: En el desarrollo del presente trabajo se ha observado que, mediante la creación de las propuestas planteadas para solucionar las causas

de la situación de problema, realmente estamos mejorando el área de gestión de bodega. Es por ello en base a la detección de la problemática se logró planear y desarrollar una estrategia para la operación del almacén que permita el mejoramiento continuo de la solución de los problemas anteriormente mencionados.

Garrido (2019) realizó una investigación titulada “Propuesta de Implementación de sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2015 en Recepción de Supermercado” en la Universidad Técnica Federico Santa María de Chile, se empleó una metodología descriptiva siendo el objetivo general proponer las bases y directrices preliminares para la propuesta de implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad basado en la norma ISO 9001:2015 en el área de recepción en la cadena de supermercados Provimarket Ltda.

Llegó a las siguientes conclusiones: Uno de los puntos débiles fue la comunicación con los proveedores, no existe seguimiento ni control de las mercaderías, los canales de comunicación no están normalizados, no se evalúan los requerimientos que se le exigen, siendo este uno de los puntos más importantes a considerar para facilitar el proceso de recepción de los locales, otro punto a enfatizar, es el casi nulo control de sus procesos, incluyendo el de recepción. El seguimiento que hace la alta dirección es mínimo, por lo que el compromiso de parte de ella es vital para continuar con el mejoramiento de sus procesos y entregar un servicio y productos de calidad.

Mesina y Ojeda (2016) realizaron una investigación titulada “Determinantes de la satisfacción del cliente en supermercados de la ciudad de Los Ángeles” en la

Universidad de Concepción, se empleó una metodología descriptiva, siendo el objetivo identificar los determinantes de la satisfacción del cliente en supermercados de la ciudad de Los Ángeles. Concluyeron que: En cuanto a la calidad percibida por el cliente sobre el servicio otorgado por el supermercado, un aumento de esta, provoca incremento en la probabilidad de que se encuentre satisfecho de un 0.41%.

Reyes (2014) realizó una investigación titulada “Calidad del Servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la Asociación Share, Sede Huehuetenango” en la Universidad Rafael Landívar – Guatemala, empleó una metodología descriptiva, siendo el objetivo verificar si la calidad del servicio aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango. Concluyo que: La asociación SHARE invierte para retener a sus clientes y así mantenerlos satisfechos y contentos; utiliza ciertos recursos tales como contratación de personas para brindar asesorías a sus clientes, reconocimientos por cumpleaños, realizan descuentos y dan oportunidad de ampliación de créditos, los cuales son adecuados ya que han ayudado de cierta manera a que sus clientes sean fieles a la asociación.

### **2.1.2 Antecedentes Nacionales**

Pérez (2019) realizó una investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del mercado de abastos de Andahuasi-Sayán, 2017” en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho- Perú, se empleó una metodología descriptiva siendo el objetivo de la investigación ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del mercado de abastos de Andahuasi-Sayán, 2017?



Llego a las siguientes conclusiones: Existe una correlación positiva moderada y significativa entre la confiabilidad de la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del mercado de abastos de Andahuasi-Sayán, dicha situación responde a que la confiabilidad se refiere al cumplimiento de lo pactado en tiempo y forma, interés en resolver los problemas de los clientes, así como una información sin errores a los clientes lo que efectivamente permite mejorar la satisfacción de los clientes del mercado de abastos, por otra parte, se concluyó que existe una correlación positiva moderada y significativa entre la Confianza de la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del mercado de abastos de Andahuasi-Sayán, 2017. Es preciso reiterar que la confianza es entendida como los comportamientos de los comerciantes que transmiten, seguridad en las compras y amabilidad.

Aquino (2019) realizó en una investigación titulada “Gestión de la Calidad y la Formalización de las Mype del sector comercio - Rubro bodegas, del mercado Valle Sagrado, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2018” , en la Universidad los Ángeles de Chimbote, se empleó una metodología descriptiva siendo el objetivo determinar las principales características de la gestión de calidad y la formalización de las MYPE del sector comercio - rubro bodegas, del mercado Valle Sagrado, Distrito de San Juan de Lurigancho,2018. Concluyo que: La totalidad de las bodegas está de acuerdo en que la empresa identifica las necesidades de los clientes, elabora los servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes y evalúa el comportamiento de la calidad real en el proceso de control de la calidad. Así mismo, la totalidad de las empresas está de acuerdo en que la empresa proporciona recursos necesarios para la mejora de la calidad del servicio,

motiva a los empleados a realizar las acciones de mejora del servicio y está ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la empresa capacita a los empleados para obtener resultados óptimos en la mejora de la calidad.

Vásquez (2018) realizó una investigación titulada “Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial, Rubro Minimarket, Distrito de Manantay – Pucallpa - Perú, año 2017” en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, se empleó una metodología descriptiva, no experimental – transversal así mismo correlacional, siendo el objetivo de investigación investigar si las MYPES del Sector Comercial, Minimarket del distrito de Manantay, se gestionan con calidad y enfoque en atención al cliente, previa a la identificación de las expectativas del cliente, concluyo que los propietarios no priorizan en capacitación, priorizan en ventas para que puedan obtener rentabilidad.

Álvarez (2014) realizó una investigación titulada “Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados Gubernamentales” en la Universidad Católica Andrés Bello, empleo una metodología descriptiva, tipo evaluativa, fue una investigación transeccional, la población se conformó por los beneficiarios de la red directa PDVAL en el distrito Capital la cual fueron un total de 10. Concluyó que: En base a elementos se obtuvieron los resultados estadísticos, en primer lugar, se determinó el índice de la calidad del servicio el cual presentó un valor global de 1,27 indicando que las percepciones de los clientes son más bajas que las expectativas en un 25,4% por lo que existen oportunidades de mejoras para lograr una satisfacción total.

Soarez (2018) realizó una investigación titulada “Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Atención al Cliente, en las Mypes del sector comercial, Rubro Minimarkets, Distrito de Iquitos, año 2018” en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, empleo una metodología descriptiva, siendo el objetivo de la investigación determinar los beneficios trae consigo la aplicación de una gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las MYPES del sector comercial, rubro Minimarkets, del distrito de Iquitos, año de 2018. Concluyo que: La aceptación de los entrevistados es alta debido a que opinaron que la calidad de los productos ofertados está en función a la satisfacción del cliente y la atención inmediata a sus necesidades además opinaron que no existe una adecuada comunicación entre los clientes, la plana directriz y los encargados de la atención al cliente.

Chávez & Minaya (2017) realizaron una investigación titulada “Influencia De La Calidad De Servicio En El Posicionamiento De Plaza Vea – Real Plaza Trujillo Primer Semestre 2017” en la Universidad de Privada Antenor Orrego de Trujillo – Perú, empleo una metodología descriptiva, siendo el objetivo determinar la influencia de la calidad de servicio en el posicionamiento de Plaza Vea – Real Plaza, Trujillo primer semestre 2017. Concluyo que: El nivel de la calidad de servicio en Plaza Vea - Real Plaza es bueno, lo cual implica que la gran mayoría de sus clientes están satisfechos con el servicio que se les brinda. Además, un alto porcentaje de los clientes señalaron que lo que más se plasma en la calidad de servicio es el nivel de respeto y amabilidad con el que tratan los colaboradores y la confianza que generan en ellos.

Meza (2017) realizó una investigación titulada “Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del sector comercio, Rubro bodegas, Distrito de Satipo año 2017” en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, empleo una metodología descriptiva, diseño no experimental, de corte transversal, siendo el objetivo determinar las Características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las Mypes del sector comercio, rubro bodegas, distrito de Satipo año 2017. Concluyo que: El 100% de los representantes de las bodegas conocen bien que su principal consumidor es su cliente al quien tiene que recibir con amabilidad, atender con cortesía y una sonrisa, así mismo según la empatía, el 100% de los representantes muestran un sincero interés por solucionar problemas que presenten sus clientes.

### **2.1.3 Antecedentes Locales**

Eraza (2019) realizó una investigación titulada “Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las Mype comerciales Rubro bodegas de Urbanización los Titanes, Piura año 2019” en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, se empleó una metodología descriptiva, siendo el objetivo determinar las características que tiene la Gestión de Calidad y Atención al cliente en las MYPE, rubro bodegas en la Urbanización Los Titanes Piura, año 2019. Concluyó que: La mejora de los procesos implica evitar demoras durante la venta y entrega de los productos, la mejora de satisfacción del cliente se consigue cuando el consumidor encuentra todos los productos que necesita, la cultura de mejora continua permite cambiar la infraestructura y ampliar la gama de productos para atraer mayores clientes y conseguir su fidelidad.

Albares, Buga, Falcón y Velarde (2015) realizaron una investigación titulada “Calidad en el Sector Supermercados en el Perú, 2014” en la Pontificia Universidad Católica del Perú, se empleó una metodología descriptiva siendo el objetivo identificar si las empresas del sector supermercados con un sistema de administración de la calidad tienen un mayor nivel de la calidad comparadas con aquellas que no tienen un sistema de administración de la calidad, respecto a cada uno de los nueve factores de éxito de la calidad (TQM).

Concluyeron que: Es importante tener en cuenta que la educación, entrenamiento y comunicación son factores de éxito de toda organización, y depende de qué tan capaz, competente, comprometido e informado está el empleado respecto a los objetivos de calidad de la empresa, además los clientes son la razón de ser de la organización, pues ayudan a medir su satisfacción respecto a la calidad de los productos o servicios recibidos, para ello se sabe que los supermercados (con o sin un sistema de administración de la calidad) llevan a cabo encuestas de satisfacción de sus clientes periódicamente, lo que ayuda a medir qué tanto los empleados resuelven las quejas de los clientes o aprovechan el feedback prestado por ellos para tomar acciones correctivas de manera inmediata.

Escobar (2019) realizó una investigación titulada “Gestión de Calidad y Servicio al Cliente en las MYPE Rubro bodegas Asentamiento Humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019” en la Universidad de Católica los Ángeles de Chimbote, se empleó una metodología de diseño no experimental corte transversal, siendo el objetivo identificar las características de la gestión de calidad y el servicio al cliente en las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019.

Concluyó que: Se ha determinado que las MYPE bajo estudio cuentan con los elementos de gestión de calidad; estructura organizacional, planificación, recursos y procedimientos puesto que los colaboradores conocen las actividades que realizarán, los objetivos de ventas con las que su jefe quiere cumplir de manera que todo lo desarrollado sea para mejorar su calidad de atención lo cual aporta mucho en el mejoramiento y obtención de ventaja competitiva. Asimismo, con respecto a los factores, se definió que las bodegas brindan un ambiente atractivo hacia el cliente, con la debida protección y cuidado de los productos vendidos, ofreciendo el servicio en el menor tiempo posible para la satisfacción del cliente. Por ende, se recomienda que las MYPE deberán tener el mejor cuidado y protección de sus productos a la vez corregir ineficiencias tales como la implementación de un botiquín para que sus clientes siempre estén satisfechos, se sientan seguros y cuenten con expectativas superiores a las que tenía, recomendando la calidad del servicio con nuevos clientes.

Vite (2019) realizó una investigación titulada “Percepción de la Ambientación Comercial en punto de venta de perechibles de los Compradores del Hipermercado Tottus del Open Plaza de Piura, 2018” en la Universidad Nacional de Piura, empleando una metodología descriptiva, siendo el objetivo determinar la percepción de la ambientación comercial en el punto de venta de perechibles según los compradores del Hipermercado Tottus del Open Plaza de Piura en el 2018. Concluyo que: La percepción de la dimensión visual de la ambientación comercial en el punto de venta de perechibles según los compradores del Hipermercado Tottus es buena en un 56.8%, resultado obtenido de los factores calificados como buenos,

iluminación, color, diseño interior, amplitud de pasillos, tamaño y forma de los stand y góndolas, señalización de zonas, precios y promociones.

Llompart (2018) realizó una investigación titulada “Percepción del consumidor respecto a la calidad de servicio de los supermercados de Piura, 2018” en la Universidad César Vallejo, empleo una metodología descriptiva, fue no experimental corte transversal, siendo el objetivo determinar las diferencias de la percepción de los clientes respecto a la calidad de servicio de los supermercados de Piura, 2018.

Tuvo las siguientes conclusiones: Estos resultados demuestran que la calidad de servicio en los tres centros comerciales es percibida a un nivel medio, es decir, que las expectativas, servicios, la capacidad de respuesta, la seguridad de los colaboradores para resolver dudas a los usuarios, la forma de comunicación de ofertas, de conocimiento de los productos, la inmediatez en la atención, el ofrecimiento de información de promociones, el trato amable y la satisfacción de las necesidades, son básicas y se encuentran dentro de lo normal, es decir, del desempeño regular, que necesita fortalecer, para mantener un alto índice de calidad del servicio comercial. En cuanto al análisis de la dimensión capacidad de respuesta, determinaron que las diferencias entre los tres supermercados no son significativas, es decir, que no se evidenciaron diferencias en la capacidad de los colaboradores de comunicar y resolver algún problema.

### **2.2.1 Bases Conceptuales**

### **2.2.2 Variable Gestión de Calidad**

#### **2.2.1.1 Definiciones de Gestión de calidad**

Según la **ISO (2018)** define la gestión de calidad, como todas aquellas acciones, herramientas que su propósito es impedir posibles confusiones o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios alcanzados por medio del mismo.

**Raffino (2020)** señala a la gestión de calidad como una serie de procesos sistemáticos que aprueban a cualquier empresa: planear, ejecutar e intervenir de los diferentes movimientos que lleva a cabo. Esto asegura estabilidad y consistencia en el desempeño para cumplir con las expectativas de los consumidores y así poder realizar las actividades correctamente y disminuir las quejas de los clientes.

**Molina (2019)** nos dice que la gestión de calidad se fundamenta en la mejora continua; ya que al ser aplicado adecuadamente aumenta significativamente la economía y calidad de lo que se les brinda a los clientes, por ello origina el comercio con las siguientes prácticas:

- Reduce los residuos
- Mejora en el dominio de transformaciones
- Asciende el cupo en el mercado
- Crea bajos costos
- Facilita el adiestramiento
- Consiente las necesidades de los compradores
- Desarrolla la ética



### **2.2.1.2 Principios de la Gestión de Calidad**

Es muy fundamental saber y conocer estos principios puesto que logramos entender la calidad y compromiso, esta se tiene que brindar para que el comprador logre tener múltiples beneficios, así mismo ayudan a favorecer en la gestión y costos de la empresa. Según la **Ortiz (2018)** nos indica ocho principios sobre la gestión de calidad:

**1. Principio de enfoque al cliente.** - Todas las empresas asumen el deber de identificar y conocer las necesidades de sus clientes, pues estos dependen de ellos, ya que están ligadas al otorgamiento de productos y servicios orientados a la satisfacción integral de las necesidades y expectativas de los clientes.

**2. Principio de Liderazgo.** - El líder también conocido como guía, debe ser capaz de influir en sus colaboradores conocer como motivarlos y facultar correctamente las funciones y ocupaciones para que no pierdan y estos logren estar motivados extrínsecamente y también intrínsecamente para que así obtengan ser efectivos en el alcance y desarrollo de los objetivos de la empresa.

**3. Principio de Integración del Personal.** - Todos los colaboradores deben ser integrados en la toma de decisiones e intervención de las mismas, por ello no deben ser excluidos en los objetivos de la compañía, al integrarlos ellos se sentirán comprometidos y estarán identificados con la organización. Por otra parte, la empresa debe seleccionar adecuadamente al personal que van a ocupar puestos de trabajo en la organización, así se obtendrá un buen clima de trabajo.

**4. Principio de enfoque basado en procesos.** - Considerando que un proceso es una serie lógica de pasos que conllevan concretar un objetivo, por ello cuando la gestión de calidad se emplea, se analiza cada proceso de la empresa para mejorarlo.

**5. Principio de enfoque de sistema para la gestión.** - La empresa debe precisar, conocer y gestionar todos aquellos procesos que están conectados como un sistema, para que este pueda ser enérgico y eficiente en beneficio de todos sus objetivos.

**6. Principio de mejora continua.** - Es fundamental corregir continuamente en los procesos de la empresa, esto se puede alcanzar a través del conocido ciclo PHVA que radica en:

- **Planificar:** Aquí se crean estrategias, repartición de las tareas, los objetivos de la empresa, etc.
- **Hacer:** Aquí se efectúa el plan.
- **Verificar:** se estudia la verificación, para constatar que se esté realizando lo planificado y poder retroalimentar.
- **Actuar:** se desarrolla la ejecución de la mejora continua.

**7. Principio de enfoque basado en hechos para la toma de decisiones.** - Es importante contar con información confiable, precisa y necesaria que servirá para tomar decisiones acertadas.

**8. Principio de Relaciones Mutuamente beneficiosas con el Proveedor.** - Es vital que las empresas posean alianzas estratégicas con sus proveedores, pues les concede beneficios tanto para uno y como para el otro, por ello mejorara la productividad, competitividad y rentabilidad de la organización.

### **2.2.1.3 Beneficios de la Gestión de calidad**

Los beneficios que ofrece la gestión de calidad a las organizaciones **según ISO 9001:2015** son las siguientes:

**1.- Fomenta una mayor participación de los trabajadores.** - Los trabajadores deben estar comprometidos con la empresa, ya que son ellos quienes laboran en cada proceso además son los que saben cómo funcionan y las áreas que necesitan mejoras.

**2. Permite mejorar la credibilidad e imagen ante terceros.** – La certificación ISO 9001, ayuda a que los clientes tengan credibilidad, confianza y seguridad para tener acceso a sus servicios o productos de la organización, así mismo ayuda a que las empresas obtengan clientes fieles y así puedan mantenerse en el mercado.

**3. Maximizar la satisfacción de los clientes.** - Maximizando la satisfacción de los consumidores conlleva a que estos posean fidelización ante la empresa y se aprecien satisfechos así convirtiéndose en un cliente fijo de la empresa.

**4. Promueve una cultura que se basa en la mejora continua.** - La implementación de la mejora continua en las organizaciones proporciona la disminución de posibles efectos de las faltas que puedan realizar, además desarrolla una respuesta rápida para la resolución de inconvenientes.

**5. Ayuda a lograr una integración de procesos más satisfactoria.** - Se debe tener una orientación establecida en los procesos, ya que permitirá tener más cuidado con los diferentes procesos de la organización, y así poder conseguir excluir ineficiencias que se creen mediante entregas de algún proceso; teniendo en cuenta esto se permitirá tener un ahorro en los costos que esto involucra.

**6. Brinda más evidencias a la empresa para la toma de decisiones.** - Para tomar una decisión se debe basar en certezas, no en intuiciones, se debe basar en aspectos que sean objetos ya que logrará desarrollar la eficiencia y reducirá costos que puedan nacer de los errores en consecuencia por haber tomado decisiones basadas en simples percepciones.

#### **2.2.1.4 Importancia de la Gestión de calidad**

**Carrasco (2019)** señala que la calidad debe ser el principal objetivo de la organización ya que es indispensable para que la empresa persista en el mercado además de salvaguardar la inversión y certificar los empleos. La empresa debe centrarse en la mejora continua de sus productos que ofrece y los procesos que este conlleve para que de esa manera el servicio se adecue a las exigencias del cliente y poder comprimir la inestabilidad en el diseño de los métodos fructuosos.

Por otro lado, nos dice que la organización debe invertir en mejorar y obtener la calidad total, ya que esta brinda conformidad con el cumplimiento de los requisitos para que la organización cumpla la meta de no tener defectos, por otra parte, nos menciona cuatro tipos de definición sobre la calidad:

**Calidad como excelencia:** Se refiere en el sentido absoluto a lo mejor, es decir al conservar estándares muy altos ya que se conoce que un producto excelente se refiere a tener estándares de calidad inmensos en todas sus peculiaridades.

**Calidad como valor:** La calidad debe tener una serie de virtudes y cualidades que posea el producto o el servicio que se brinda; la calidad se refiere a aportar valor al consumidor es decir ofrecer productos que satisfaga las necesidades del cliente, pero

lo mas importante que supere sus expectativas que este tenía ante el producto o el servicio.

#### **2.2.1.5 Calidad del servicio**

**Isidro (2019)** menciona que este es un término que concreta la norma ISO 9000 para el aseguramiento de un resultado esperado que es originado de una actividad; así mismo la calidad en el servicio implica calidad más útil y económica una característica que tiene es satisfacer completamente las necesidades y exigencias de los clientes o de la sociedad.

#### **2.2.1.6 Factores que influyen en la Gestión de calidad**

Isidro (2019) señala los siguientes factores de un sistema de calidad:

**Estructura organizacional:** Esta se refiere al rango de funciones y a los compromisos que define cada empresa para poder desarrollar sus actividades eficientemente y llegar a la meta, esta también es una manera que la organización tiene para establecer a sus empleados según las funciones y el rol que desarrollen.

**Planificación:** Esta es una pauta para el ejercicio de la organización, teniendo en cuenta las tareas que implican a la empresa para lograr los objetivos propuestos o deliberados anticipadamente. Así mismo este se crea a partir de un estudio que la empresa hace de la situación de la misma y de su entorno empresarial por medio del cual se llegan a trazar los objetivos y las tácticas para alcanzar a la meta y lograr el éxito.

**Recursos:** Este se refiere a todo lo que la empresa va a requerir para alcanzar los objetivos estos pueden ser los aparatos, maquinaria, infraestructura, capital, RR. HH. etc.).

**Procesos:** Este es una serie de actividades que ayudan a la innovación de los elementos en productos o servicio. Las empresas poseen procesos, pero no siempre se identifican con ellos puesto que necesitan de recursos, instrucciones, de planificación así también de sus responsables es decir de las personas que tengan que desarrollar los diferentes procesos.

**Procedimientos:** Se refiere al modo de llevar el proceso, así mismo es una serie de gestiones minuciosos que se deben llevar a cabo para poder convertir los elementos de entradas del proceso en el beneficio o servicio teniendo en cuenta su complejidad por otro lado es la empresa quien concluye evidenciar los procedimientos.

## **2.2.2 Variable Atención al cliente**

### **2.2.2.1 Definiciones de Atención al cliente**

**Aldana (2018)** define la atención al cliente como un conjunto de actuaciones, el cual la empresa gestiona, como el trato con sus consumidores ya sean actuales o futuros clientes antes y después de la compra, con el fin de alcanzar un nivel de satisfacción alto ante sus compradores.

El objetivo de la atención al cliente es enfocarse en el comportamiento del comprador, para conseguir una relación directa con estos, además para que los trabajadores sean idóneos al solucionar cualquier inconveniente o reclamo que los clientes puedan presentar.

**Erazo (2019)** nos dice que la atención al cliente es el servicio que la organización presta con el fin de relacionarse con los clientes, además adelantarse a la satisfacción de sus necesidades; así mismo esta es una herramienta eficiente para comunicarse con los consumidores ofreciendo un apropiado asesoramiento para certificar el uso correcto de un producto o servicio.

#### **2.2.2.2 Elementos de la Atención al cliente**

**Raffino (2020)** menciona los siguientes elementos:

**Contacto cara a cara.** - Este se refiere al contacto directo para una atención personalizada, esto conlleva tener una buena presentación personal, una sonrisa y prestarle mucha atención al cliente e incluso ayudarlo a solucionar algún problema que se les presente permitiendo tener clientes satisfechos y contentos con la atención que se les brinda.

**Relación clientelar.** - Esto refiere a reforzar la relación con el cliente puesto que es clave para el éxito de la empresa, además poniendo en práctica esto se generaría fidelización por parte de los clientes y mantener así una buena relación con la organización, pues los consumidores frecuentarían más seguido el negocio para adquirir los productos que brindan.

**Correspondencia.** - Es vital mantener al cliente comunicado, respondiendo a sus inquietudes y dudas, a sus cumplidos y reclamos para que así se sientan satisfechos y en confianza, además de sentir que se les toma importancia, por otro lado, se debe tener en cuenta que lo que se promete al cliente se debe cumplir de lo contrario se perderá la confianza y credibilidad en la empresa.

**Reclamos y cumplidos.** - Es importante considerar como elemento de una estrategia el servicio, un cumplido o una queja, la empresa debe atender eficientemente estos reclamos, también debe procurar solucionar los problemas y procurar que los errores en contra del consumidor no se repitan.

**Instalaciones.** - No todo puede ser virtual o digital, la empresa debe poseer instalaciones de buen agrado, que este en buenas condiciones y que el lugar produzca confianza a los clientes, así mismo debe ofrecerse al cliente la dirección física de las instalaciones para que conozca a donde puede acudir para recibir la relación o contacto cara a cara.

### **2.2.2.3 Beneficios de la Atención al cliente**

La atención al cliente la realiza cada persona que trabaja en una empresa y este sea capaz de lograr la satisfacción al cliente; **Huerta (2017)** nos menciona los siguientes beneficios de la atención al cliente.

**Lealtad con los consumidores.** - El servicio recibido es el primordial motor de la lealtad de los consumidores ya que depende mucho de esto para que los clientes compren continuamente en la empresa y así se genere una relación de confianza entre el consumidor y la empresa; por otro lado, se debe tener en cuenta evitar que los clientes tengan malas experiencias debido a mala atención o productos de mala calidad, etc.

**Mayor rentabilidad y ventas.** - Se debe ofrecer productos y servicios de calidad, ya que así la organización estará compitiendo con otras empresas y obtendrá un puesto seguro en el mercado generando una mayor rentabilidad para la misma.



**Clientes indirectos.** – El cliente indirecto es aquel que se beneficiara de los productos y servicios de una empresa, pero por medio de intermediarios, esto también se consigue cuando se obtiene un cliente satisfecho, ya que así ellos mismos anuncian su buena experiencia de compra con otras personas ya sean sus familiares y amigos convirtiéndose así indirectamente en un potencial vendedor.

**Aceptación y confianza.** - Las organizaciones deben gestionar una buena atención al cliente ya que esto optimizará los índices de aprobación y confianza de los clientes además de que estos aumenten, así mismo reduzcan las quejas y los reclamos.

**Mejor imagen.** - La imagen de una empresa siempre debe ser la mejor, ya que a través de la buena imagen se logra una buena reputación ante los clientes y genera una ventaja competitiva respecto a sus competidores.

**Mejor clima de trabajo.** - Un mejor clima laboral interno siempre influye a que la empresa tenga un equipo más productivo, comprometido y más eficiente, ayudando a conseguir consumidores más satisfechos y por lo mismo felices.

#### **2.2.2.4 Características de la atención al cliente**

Mejía (2016) nos señala las siguientes características más comunes:

Es perecedero: Se produce y se traslada instantáneamente.

es intangible: No se observa con los sentidos.

Es continuo: La persona que lo produce es a la misma vez el proveedor del servicio.

Es integral: Todos los participantes que son los colaboradores forman parte de ella.

La oferta del servicio: Lo que se le promete al cliente se debe cumplir siempre.

El foco del servicio: Es la complacencia plena del cliente.

El valor agregado: Es el plus del producto o servicio.

Por otro lado, **Quinde (2018)** menciona las siguientes características:

Redes sociales: Son sitios de Internet conformado por individuos con beneficios o tareas en común como por ejemplo el parentesco, trabajo, afecto entre otros, lo que admite a la relación entre ellos de modo que pueden intercomunicarse, así mismo este es el medio por el que las personas interactúan con personas totalmente distintas ya que pueden conocer gentes de otros países con distintas creencias, culturas, etc. este es el mayor beneficio que ventaja que este las redes sociales tienen.

Publicidad televisiva: Esta es una de las utilizadas por las grandes compañías del mundo ya que al anunciar en televisión implica llegar a cientos de miles de personas de diferentes países al mismo tiempo. Este tipo de publicidad en la que confiere reputación y credibilidad hacia los consumidores y ayuda enormemente a posicionarse en el mercado.

Lenguaje claro: También conocido como lenguaje ciudadano es una forma denominado simple y eficaz, este lenguaje permite al receptor concebir fácilmente lo que se le quiere comunicar además que ser una comunicación asertiva.

Información optima: En el sentido es el mas amplio y el mas general esto se refiere al termino del cual se quiere entender como “no puede ser mejor” es decir cuando se quiere decir que es demasiado bueno.

Empatía: La empatía es un valor fundamental dentro de la atención al cliente este esta relacionado con el altruismo y la preocupación por los demás además la

capacidad de ayudar. La empatía se refiere ponerse en el lugar de la otra persona y poder llegar a entenderla, estimulando la aspiración de apoyar y desenvolverse de acuerdo a los principios morales de la persona.

#### **2.2.2.5 Importancia de la Atención al cliente**

Erazo (2019) refiere que las organizaciones deben tener en cuenta que los clientes están en constante cambio por el ende cambian continuamente de exigencias puesto que no solo buscan que se les brinden una buena atención, un buen precio, un ambiente agradable, comodidad. Por otra parte, el cliente cuando queda insatisfecho es imposible que se vuelva a regresar por la mala experiencia vivida.

Hoy en día es importante que los clientes estén satisfechos y felices con los productos o servicios que se les brinda.

#### **2.2.2.6 Niveles de atención al cliente**

Erazo (2019) menciona a los siguientes niveles de la atención al cliente:

Nivel básico: Este nivel es el mas bajo ya que solo ofrece lo que el cliente solicita, eso es lo que absorbe, este nivel carece de cortesía, de comunicación y de beneficio, ante esto los consumidores suelen indagar otras iniciativas que desempeñen mínimo con sus requerimientos.

Nivel esperado: Este nivel no tiene nada de significativo puesto que el consumidor consume mientras no haya nada superior a su alcance, este nivel es tolerable, pero se debe tener en cuenta que se puede transponer fácilmente hacia otro impulso que sea más interesante.

Nivel deseado: Este nivel es el que todo consumidor ambicionara, pero lamentablemente son pocas las veces que lo recibe, este es el servicio en el que logran que el cliente retorne y apoyen la marca teniendo fidelidad de parte de ellos.

Nivel alucinante: Este el nivel más extraordinario e imprevisto que una organización pueda llegar a atender es la mas gratificante para el cliente, ya que supera menormente las expectativas del consumidor y genera felicidad, crea clientes con una bonita experiencia de compra la cual hace que la recomiende a sus amigos cercanos, familiares y se vuelve promotor y fan de la empresa y marca.

### **III. HIPÓTESIS**

**Aldana (2018)** menciona que las investigaciones de tipo descriptiva pretenden medir conceptos o variables, por ello no se presentara hipótesis ya que se busca conocer las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, cosas o cualquier otro fenómeno que se someta a estudio tal y como se den el contexto natural.

## **IV. METODOLOGIA**

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

**Escobar (2019)** define que las investigaciones nivel descriptivo presentan el conocimiento de la realidad tal y como se muestra en un espacio y tiempo determinado, así mismo se describe el fenómeno sin alterarse, por ello se pretende medir y recoger información de carácter individual o conjunta sobre las variables a las que refiere la investigación. De esta manera esta investigación se cataloga como tipo descriptiva ya que busca describir las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE del Asentamiento Humano La Victoria-Distrito Piura, año 2018.

Por otro lado, **Escobar (2019)** señala que las investigaciones de tipo cuantitativo buscan estudiar un hecho o realidad, permitiendo tener estudio estadístico, recolectando y analizando los datos recopilados por medio de los instrumentos de información.

Así mismo, la investigación es no experimental ya que según **Escobar (2019)** menciona que es un estudio que se ejecuta sin alterar deliberadamente las variables de estudio en el que solo se estudian los fenómenos en su ambiente natural. Así mismo es de corte transversal puesto que los datos se recolectarán en un solo momento.

### **4.2 Población y muestra**

La población se precisa como la integridad de un fenómeno de investigación componiendo un conjunto finito o infinito que tengan características

usuales la cual es determinado por el problema de la investigación así mismo con los objetivos del estudio. (Quevedo, 2020)

Por lo tanto, la población está conformado por 04 unidades económicas que representan las MYPES del rubro bodegas del Asentamiento Humano La Victoria, Distrito Piura, año 2018.

**Cuadro N° 1 Relación de MYPE**

Ítem	MYPE	N° de propietarios	N° de trabajadores
1	A	1	1
2	B	1	1
3	C	1	2
4	D	1	1
Sub Total		4	5
<b>Total</b>		<b>9</b>	

**Fuente:** MYPE del rubro bodegas del AA.HH. La Victoria- Distrito Piura.

**Elaboración:** Investigadora

#### **Población Finita:**

Hernández, Fernández & Baptista (2014) señalan que, si la población es menor a 50 personas, la población será igual a la muestra, por ello no se requiere de métodos estadísticos o matemáticos, así mismo se considera una muestra finita.

#### **Variable gestión de calidad**

Por consiguiente, tenemos:

Que  $N = 4$

Si nos dicen que:  $N = n$

Por lo tanto:  $n = 4$

Por lo tanto, nuestra muestra de estudio para la variable gestión de calidad son los 4 propietarios de las MYPE del rubro bodegas.

#### **De igual manera para la variable Atención al cliente**

Se tiene que:  $N = 9$

Si nos dicen que:  $N = n$

Por lo tanto,  $n = 9$

Por ello nuestra muestra para la variable Atención al cliente son los 4 propietarios y 5 colaboradores, sumando un total de 9.

#### 4.1 Criterios de Inclusión

- Género: Femenino y Masculino
- Personas mayores de 18 años
- Propietarios de las MYPE rubro bodegas del AA. HH. La Victoria- Distrito Piura, año 2018.
- Colaboradores de tienen más de tres meses laborando en las MYPE.

#### 4.2.2 Criterios de exclusión

- Personas que no tengan información acerca de las variables de estudio.
- Personas que nos frecuentan las bodegas



### 4.3 Definición y operacionalización de las variables

**Cuadro N° 2 Definición y operacionalización de las variables**

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Fuente	Escala	Metodología
Gestión de calidad	ISO (2018) define la gestión de calidad, como todas aquellas acciones, herramientas que su propósito es impedir posibles confusiones o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios alcanzados por medio del mismo.	Principios	La dimensión de principios se medirá con sus indicadores: Enfoque al cliente, liderazgo, participación del personal, enfoque basado en procesos, enfoque de sistema para la gestión, mejora continua, toma de decisiones, relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor.	P. enfoque al cliente	Propietarios	N O M I N A L	Nivel: Descriptivo  Tipo: cuantitativo  Diseño: No experimental  De corte: transversal  Técnica e instrumento: Encuesta-cuestionario  Población y muestra: N=4 / n=4
				P. liderazgo			
				P. integración personal			
				Enfoque basado en procesos			
				Enfoque de sistema para la gestión			
				P. mejora continua			
				Toma de decisiones			
		Beneficios	La dimensión de los beneficios se medirá con sus indicadores: Participación de los trabajadores, credibilidad e imagen, satisfacción de los clientes, mejora continua, integración de procesos y toma de decisiones.	Participación de los trabajadores			
				Credibilidad e imagen			
				satisfacción de los clientes			
				Mejora continua			
				Integración de procesos			
				Toma de decisiones			

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Fuente	Escala	Metodología
Atención al cliente	Aldana (2018) define la atención al cliente como un conjunto de actuaciones, el cual la empresa gestiona, como el trato con sus consumidores ya sean actuales o futuros clientes antes y después de la compra, con el fin de alcanzar un nivel de satisfacción alto ante sus compradores.	Elementos	La dimensión elementos se medirá con sus indicadores: contacto cara a cara, relación clientelar, correspondencia, reclamos y cumplidos e instalaciones.	Contacto cara a cara	<b>Propietarios y colaboradores</b>	<b>N O M I N A L</b>	Nivel: Descriptivo  Tipo: cuantitativo  Diseño: No experimental  De corte: transversal  Técnica e instrumento: Encuesta-cuestionario  Muestra/población : N=9 / n=9
				Relación clientelar			
				Correspondencia			
				Reclamos y cumplidos			
				Instalaciones			
		Beneficios	La dimensión beneficios se medirá con sus indicadores: lealtad con los consumidores, rentabilidad y ventas, clientes indirectos, aceptación y confianza, mejor imagen y mejor clima de trabajo.	Lealtad con los consumidores			
				Rentabilidad y ventas			
				Cientes indirectos			
				Aceptación y confianza			
				Mejor imagen			
			Mejor clima de trabajo				

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

### **4.4.1 Técnica**

Quevedo (2020) indica que las técnicas son todos aquellos medios que se usan para la recopilación de datos, entre ellas tenemos las encuestas, la observación y las entrevistas. Por ello se llevará a cabo en la presente investigación la técnica de la encuesta, teniendo como fin recaudar los datos a través de un cuestionario diseñado anticipadamente con el objetivo de obtener información verbal o de manera escrita. Por lo tanto, este cuestionario se enfocó en las dimensiones e indicadores de los objetivos específicos de la investigación guardando coherencia con las variables Gestión de calidad y atención al cliente.

### **4.4.2 Instrumento**

Por otro lado, Saavedra (2019) define como instrumento de investigación el cuestionario que está diseñado por preguntas cerradas orientadas a cada variable en estudio. Por ello en el caso de la variable gestión de calidad se formularon preguntas con los mismos indicadores para los cuatro propietarios, en el caso de la variable atención al cliente se formularon preguntas orientadas para los cuatro propietarios y también para los cinco colaboradores.

Así mismo la ejecución de la técnica e instrumento se llevó a cabo en mismo día, datos obtenidos por su naturaleza transversal, el estudio fue realizada en persona por la investigadora considerando a las MYPE en estudio.

#### **4.5 Plan de Análisis**

Para el análisis del presente estudio se recolecto la información en función a cada variable y dimensiones de investigación de forma estadística descriptiva calculando estadísticas y porcentajes, los datos obtenidos se procesaron en la base de datos de Microsoft Word Windows 10, así mismo los datos gráficos se codificaron y tabularon en el programa Excel 2010 ordenando los datos de cada una de las variables, así lo define (Bancayan, 2020).

#### 4.6 Matriz de Consistencia

Cuadro N° 3 Matriz de Consistencia

Enunciado	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensión	Indicadores	Metodología
¿Cuáles son las características principales de la Gestión de calidad y Atención al Cliente en las MYPE rubro bodegas del AA. HH La Victoria, Distrito Piura, año 2018?	<p><b>Objetivo General:</b> Determinar las principales características de la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> a) Determinar los principios de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018. b) Identificar los principales beneficios de la Gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La</p>	Aldana (2018). Menciona que las investigaciones de tipo descriptiva pretenden medir conceptos o variables, por ello no se presentara hipótesis ya que se busca conocer las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, cosas o cualquier otro fenómeno que se someta a estudio tal y como se den el contexto natural.	Gestión de Calidad	Principios	P. enfoque al cliente	Nivel: Descriptivo Tipo: Cuantitativo Diseño: No experimental De corte: Transversal Técnica: Encuesta Instrumento: cuestionario Población/ muestra: N= 4 / n= 4
					P. liderazgo	
					P. integración personal	
					Enfoque basado en los procesos	
					Enfoque de sistemas para la gestión	
					P. mejora continua	
					Toma de decisiones	
				Beneficios	Participación de los trabajadores	
					Credibilidad e imagen	
					Satisfacción de los clientes	
	Mejora continua					
	Integración de los procesos					

<p>Victoria, Distrito Piura, año 2018.</p> <p>c) Conocer los elementos de la Atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018.</p> <p>d) Describir los beneficios de la atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018.</p>					Toma de decisiones	<p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Tipo: Cuantitativo</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>De corte: Transversal</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: cuestionario</p> <p>Población/ muestra: N= 9 / n= 9</p>		
					Atención al cliente		Elementos	Contacto cara a cara
								Relación clientelar
								Correspondencia
								Reclamos y cumplidos
								Instalaciones
					Beneficios		Lealtad con los consumidores	
							Rentabilidad y ventas	
							Clientes indirectos	
							Aceptación y confianza	
Mejor imagen								
		Mejor clima de trabajo						

#### 4.7 Principios éticos

Según la resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH señalan que los principios éticos tienen por finalidad establecer principios y valores éticos que guíen las buenas prácticas y responsabilidad de los alumnos ya sean graduados, docentes, no docentes en la universidad, etc.

##### **Entre estos tenemos:**

**Protección a las personas:** Deben informar de manera facultativa además que dispongan información correcta esto involucra también el respecto a sus derechos especialmente si se encuentran en situación de vulnerabilidad.

**Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad:** Se deben tomar medidas para poder impedir perjuicios que se puedan causar, se debe venerar la modestia de todos los animales y priorizar el cuidado del medio ambiente conteniendo las plantas ya sea por encima de las terminaciones científicas.

**Libre participación y derecho a estar informado:** se refieren a los propósitos y fines del estudio, y a la libertad de participación en voluntad propia de los individuos.

**Beneficencia no maleficencia:** Siempre se debe certificar el bienestar de los individuos que tengan intervención en el estudio así mismo debe alegar a las siguientes gestiones: No causar perjuicio, tratar de reducir los efectos hostiles y extender los beneficios.

**Justicia:** El investigador debe tener una cordura razonable para tomar las precauciones necesarias para de ese modo afirmar que las restricciones de su capacidad y comprensión no den lugar o resistan practicas ilegales.

**Integridad científica:** Se debe evaluar y declarar daños, riesgos y beneficios que puedan afectar a las personas que participan en la investigación.

En esta investigación se observó los principios éticos a través de la solicitud de autorización que se les otorgó a las MYPE de estudio del sector Bodegas, de igual manera un documento de consentimiento informado para la población la cual nos dirigimos.

Además, referente a la averiguación se dio cuenta de la confidencialidad de los datos, siempre referenciando la información obtenida que se suministró en la investigación.



## V. RESULTADOS

### 5.1 Gestión de calidad

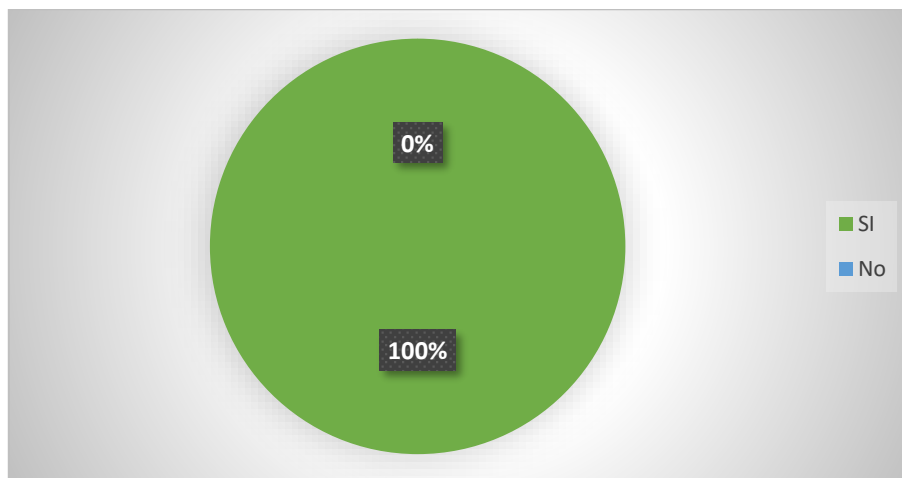
Primer objetivo específico: Determinar los principios de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018.

Tabla 1

¿Satisface usted las necesidades de sus clientes?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 1:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Satisface usted las necesidades de sus clientes?

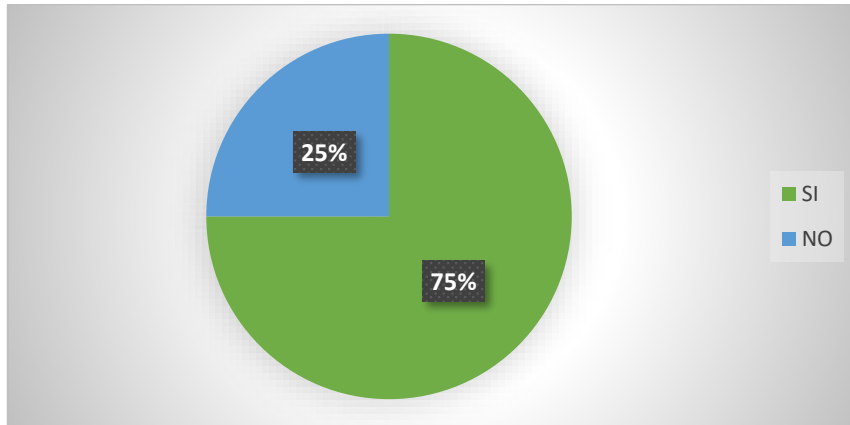
**Interpretación:** En la tabla 1, figura 1 se observa que el 100% de los propietarios satisfacen las necesidades de sus clientes.

Tabla 2

¿Motiva a sus colaboradores para así alcancen los objetivos de la empresa?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 2:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Motiva a sus colaboradores para así alcancen los objetivos de la empresa?

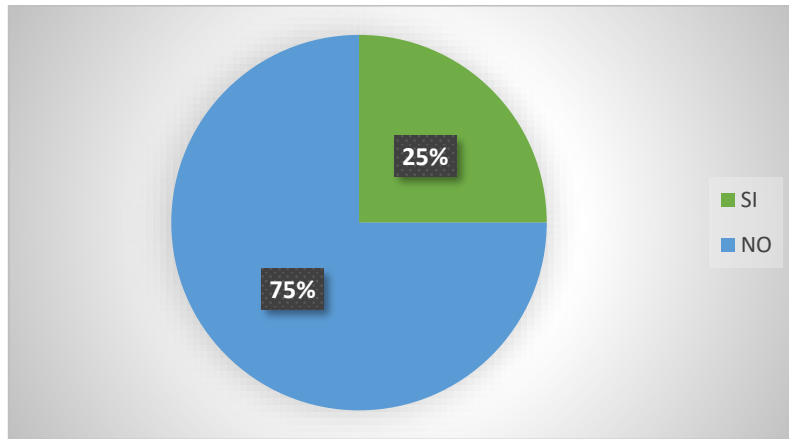
**Interpretación:** En la tabla 2, figura 2 se observa que el 75% de los propietarios afirmaron motivar a sus colaboradores para que estos alcancen los objetivos de la empresa, mientras que el 25% dijeron que no.

Tabla 3

¿Los empleados de su empresa cumplen con los requerimientos del puesto que desempeñan?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 3:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Los empleados de su empresa cumplen con los requerimientos del puesto que desempeña?

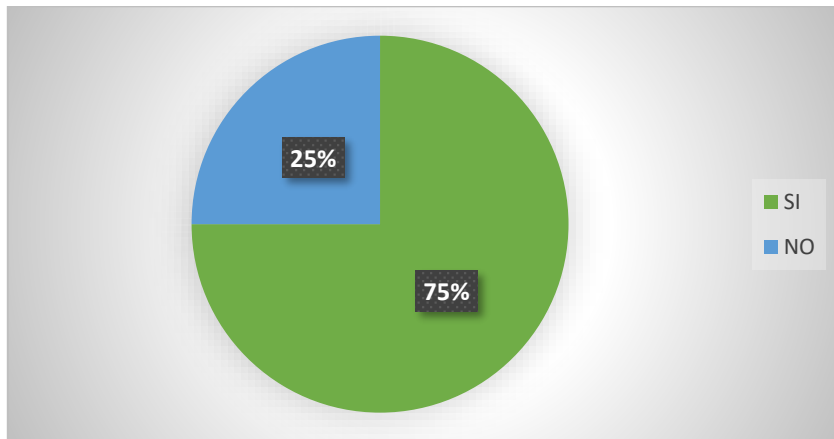
**Interpretación:** En la tabla 3, figura 3 se observa que el 75% de los propietarios mencionan que sus empleados si cumplen con los requerimientos del puesto que desempeñan, mientras que el 25% dijeron que no.

Tabla 4

¿Los procesos de su empresa aportan al logro sus objetivos?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 4:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Los procesos de su empresa aportan al logro sus objetivos?

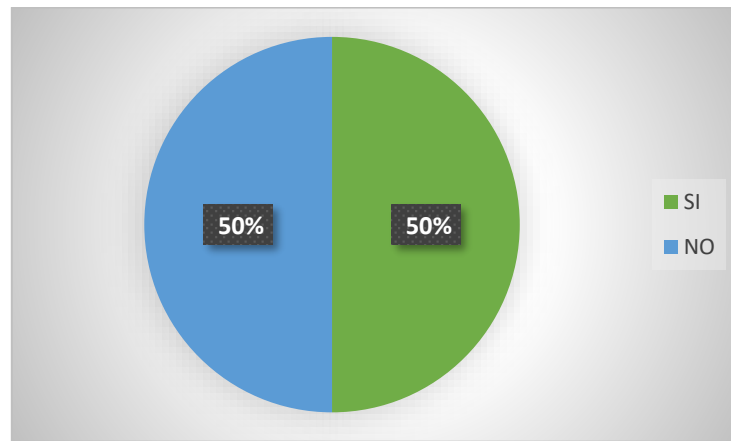
**Interpretación:** En la tabla 4, figura 4 se observa que el 75% de los propietarios señalan que los procesos de su empresa aportan al logro de sus objetivos, mientras que el 25% afirman que no.

Tabla 5

¿Usted tiene un enfoque de sistema en su empresa, es decir identifica, entiende y gestiona los procesos como un sistema para favorecer la eficiencia de su bodega?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	50%
NO	2	50%
TOTAL	4	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 5:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Usted tiene un enfoque de sistema en su empresa, es decir identifica, entiende y gestiona los procesos como un sistema para favorecer la eficiencia de su bodega?

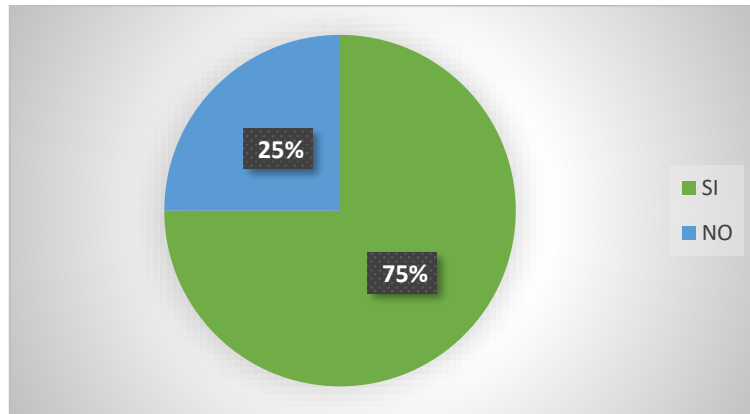
**Interpretación:** En la tabla 5, figura 5 se observa que el 50% de los propietarios tienen un enfoque de sistema en su empresa, es decir identifica, entiende y gestiona los procesos como un sistema para favorecer la eficiencia de su bodega, mientras que el otro 50% dijeron que no.

Tabla 6

¿Usted implementa la mejora continua en su empresa para ofrecer mejor calidad a sus clientes?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 6:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Usted implementa la mejora continua en su empresa para ofrecer mejor calidad a sus clientes?

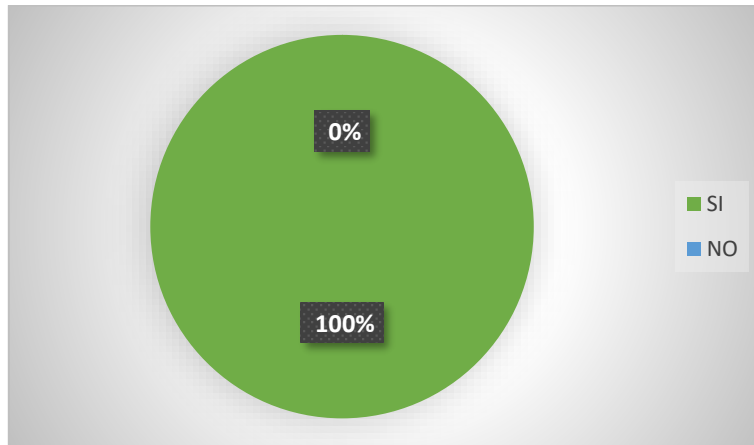
**Interpretación:** En la tabla 6, figura 6 se observa que el 75% de los propietarios implementa la mejora continua en su empresa para ofrecer mejor calidad a sus clientes, mientras que el 25% señalan que no.

Tabla 7

¿Considera usted una ventaja tener un enfoque basado en hechos para la toma de decisiones?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 7:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Considera usted una ventaja tener un enfoque basado en hechos para la toma de decisiones?

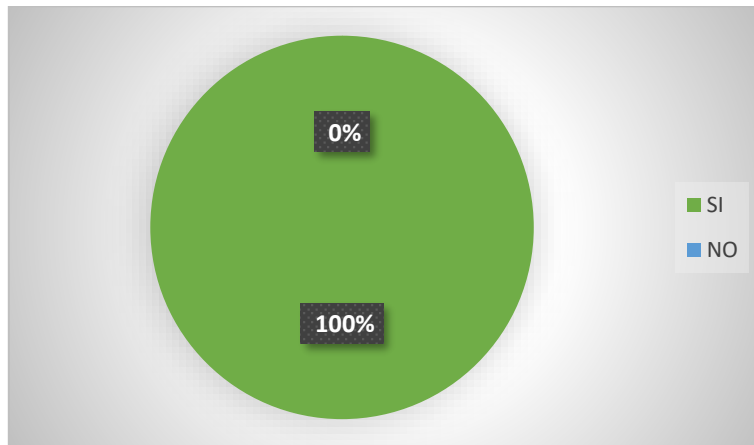
**Interpretación:** En la tabla 7, figura 7 se observa que el 100% de los propietarios consideran una ventaja tener un enfoque basado en hechos para la toma de decisiones.

Tabla 8

¿Tiene usted una buena relación con sus proveedores?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 8:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Tiene usted una buena relación con sus proveedores?

**Interpretación:** En la tabla 8, figura 8 se observa que el 100% de los propietarios tienen una buena relación con sus proveedores.



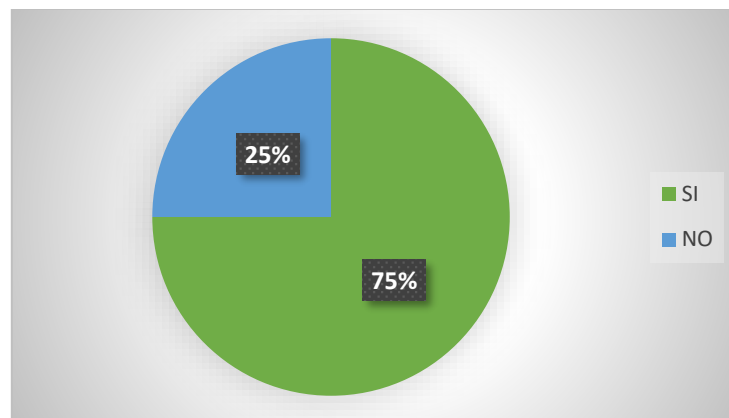
Segundo Objetivo Específico: Identificar los principales beneficios de la Gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018.

Tabla 9

¿Están los colaboradores comprometidos con su empresa?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 9:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Están los colaboradores comprometidos con su empresa?

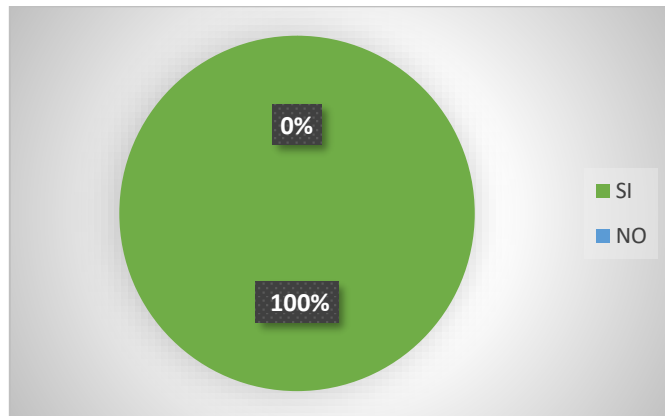
**Interpretación:** En la tabla 9, figura 9 se observa que el 75% de los propietarios afirman que sus colaboradores están comprometidos con su empresa, mientras que el 25% afirman que no.

Tabla 10

¿Considera usted que posee una buena imagen y brinda confianza a sus clientes?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 10:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Considera usted que posee una buena imagen y brinda confianza a sus clientes?

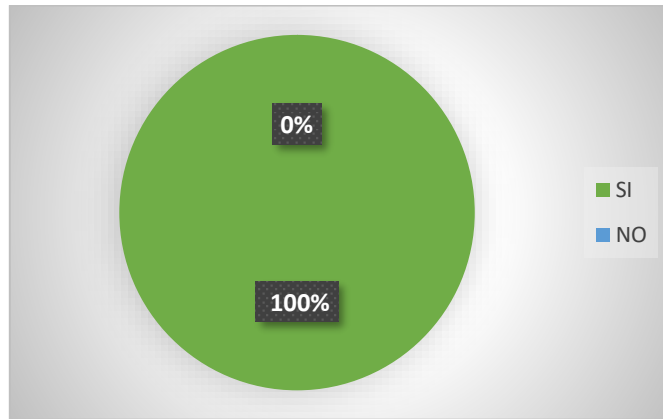
**Interpretación:** En la tabla 10, figura 10 se observa que el 100% de los propietarios afirman que poseen una buena imagen y brinda confianza a sus clientes.

Tabla 11

¿Considera usted que, tener una orientación hacia el cliente, permite obtener fidelización de los mismos?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 11:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Considera usted que, tener una orientación hacia el cliente, permite obtener fidelización de los mismos?

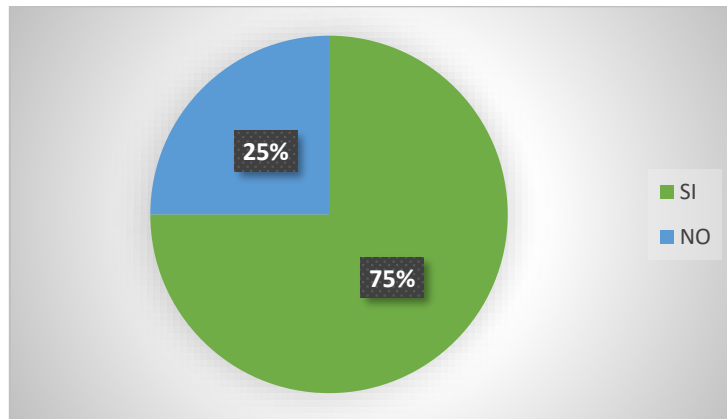
**Interpretación:** En la tabla 11, figura 11 se observa que el 100% de los propietarios consideran que tener una orientación hacia el cliente permite obtener fidelización de los mismos.

Tabla 12

¿Considera importante promover una mejora continua en las empresas?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 12:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Considera importante promover una mejora continua en las empresas?

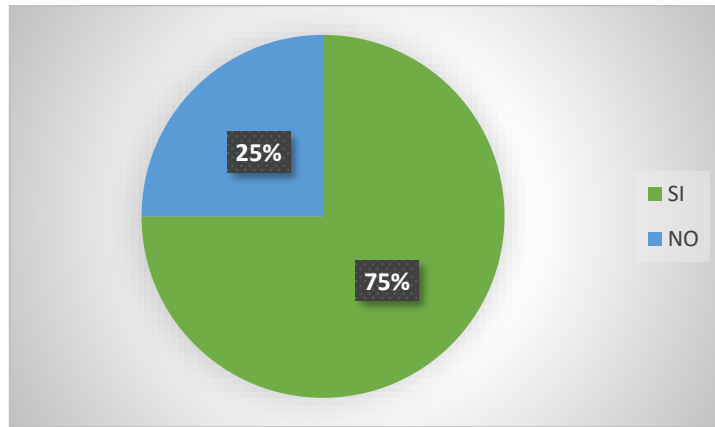
**Interpretación:** En la tabla 12, figura 12 se observa que el 75% de los propietarios consideran importante promover una mejora continua en las empresas, mientras que el 25% dijeron que no.

Tabla 13

¿Resuelve usted ineficiencias que puedan existir en los procesos para evitar costos innecesarios en su negocio?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
Elaboración: Investigadora



**Figura 13:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Resuelve usted ineficiencias que puedan existir en los procesos para evitar costos innecesarios en su negocio?

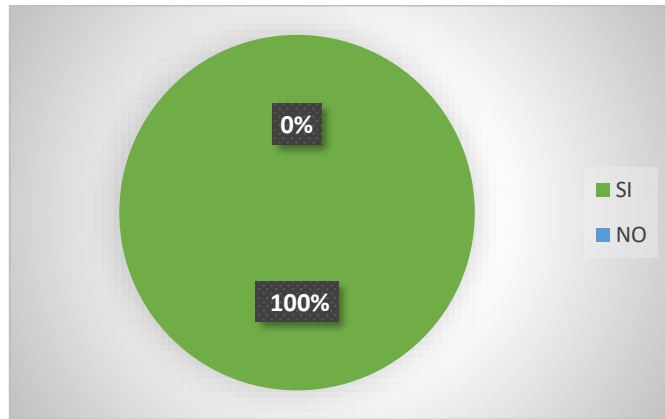
**Interpretación:** En la tabla 13, figura 13 se observa que el 75% de los propietarios resuelve ineficiencias que puedan existir en los procesos para evitar costos innecesarios en su empresa, mientras que el otro 25% afirman que no.

Tabla 14

¿Usted toma decisiones con el fin de solucionar algún problema en su negocio para que sus clientes se sientan satisfechos con la atención?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 14:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Usted toma decisiones con el fin de solucionar algún problema en su negocio para que sus clientes se sientan satisfechos con la atención?

**Interpretación:** En la tabla 14, figura 14 se observa que el 100% de los propietarios toma decisiones con el fin de solucionar algún problema en su empresa y tener a sus clientes satisfechos con la atención.

## 5.2 Variable Atención al Cliente

Tercer Objetivo Específico: Conocer los elementos de la Atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018.

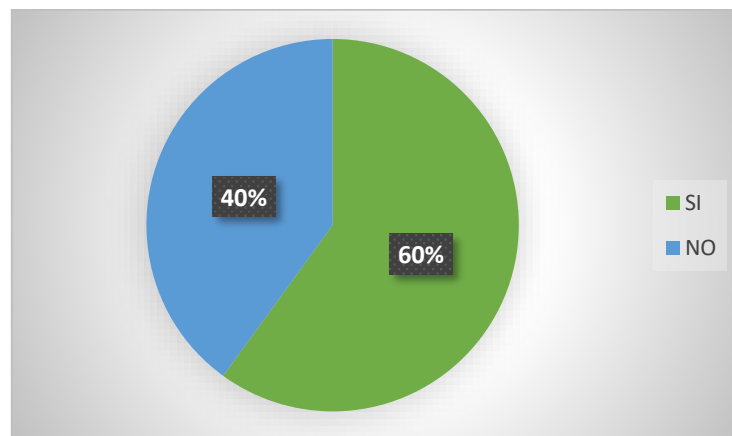
Tabla 15

¿Cuándo usted atiende transmite confianza a sus clientes mostrándoles una sonrisa, un saludo, incluso una presentación personal agradable?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	60%
NO	2	40%
TOTAL	5	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los colaboradores de las bodegas del AA. HH La Victoria.

Elaboración: Investigadora



**Figura 15:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Cuándo usted atiende transmite confianza a sus clientes mostrándoles una sonrisa, un saludo, incluso una presentación personal agradable?

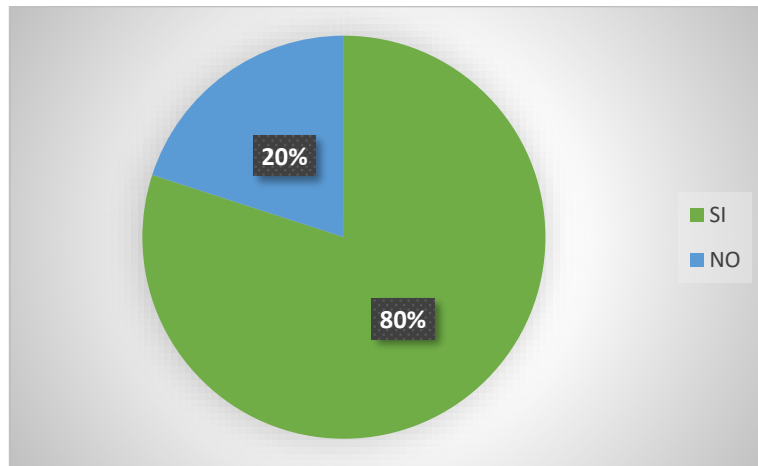
**Interpretación:** Tabla 15, figura 15 se observa que el 60% de los colaboradores afirman que en el momento de atender transmiten confianza a sus clientes, mostrándoles una sonrisa, un saludo y una presentación personal agradable, mientras que el 40% dijo que no.

Tabla 16

¿Tiene usted una buena relación con sus clientes que acuden al negocio?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	80%
NO	1	20%
TOTAL	5	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los colaboradores de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 16:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Tiene usted una buena relación con sus clientes que acuden al negocio?

**Interpretación:** En la tabla 16, figura 16 se observa que el 80% de los colaboradores tiene una buena relación con sus clientes que acuden al negocio, mientras que el 20% dijo que lo contrario.

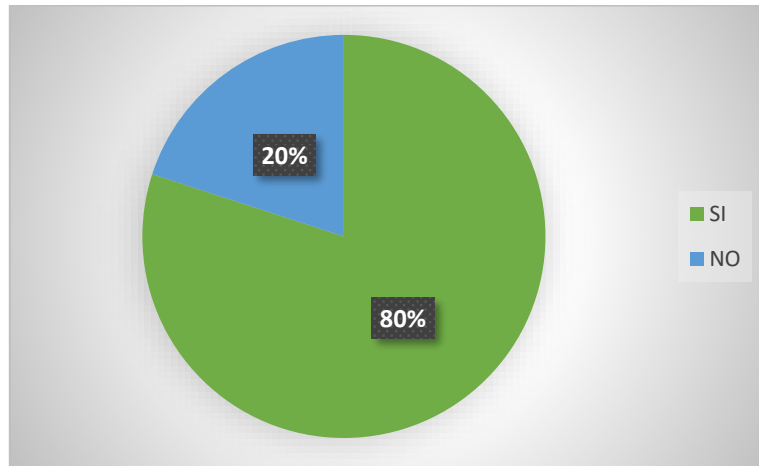


Tabla 17

¿Resuelve inquietudes y dudas que vengan de sus clientes para brindarles más confianza?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	80%
NO	1	20%
TOTAL	5	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los colaboradores de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 17:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Resuelve inquietudes y dudas que vengan de sus clientes para brindarles más confianza?

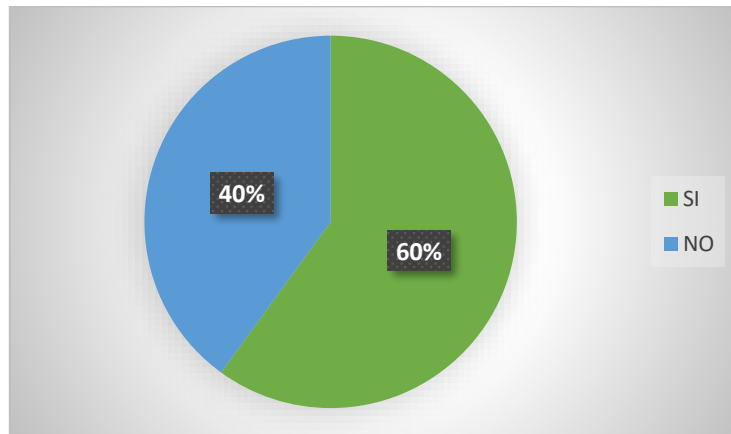
**Interpretación:** En la tabla 17, figura 17 se observa que el 80% de los colaboradores resuelve inquietudes y dudas que vengan de sus clientes para brindarles más confianza, mientras que el 20% afirman lo contrario.

Tabla 18

¿Resuelven eficientemente los reclamos que presentan sus clientes?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	60%
NO	2	40%
TOTAL	5	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los colaboradores de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 18:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Resuelven eficientemente los reclamos que presentan sus clientes?

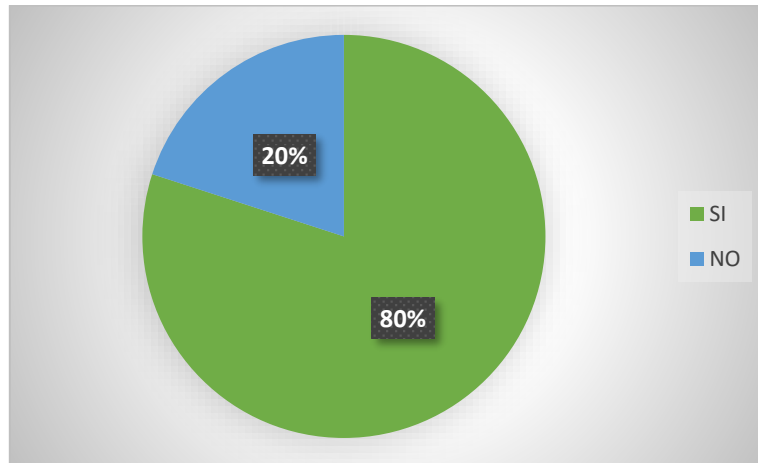
**Interpretación:** En la tabla 18, figura 18 se observa que el 60% de los colaboradores resuelven eficientemente los reclamos que presentan sus clientes, mientras que el 40% dijeron que no.

Tabla 19

¿Considera que el espacio que tiene es el ideal, bonito y atractivo para atender a sus clientes?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	80%
NO	1	20%
TOTAL	5	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los colaboradores de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 19:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Considera que el espacio que tiene es el ideal, bonito y atractivo para atender a sus clientes?

**Interpretación:** En la tabla 19, figura 19 se observa que el 80% de los colaboradores afirman que el espacio que tienen es ideal, bonito y atractivo para atender a sus clientes, mientras que el 20% afirman que no.

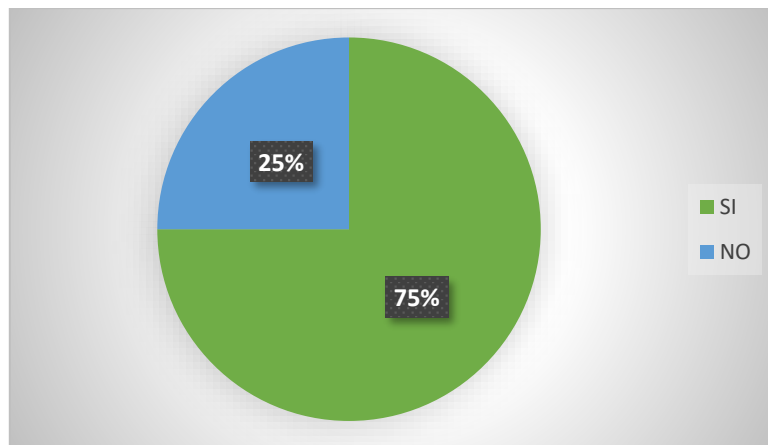
Cuarto Objetivo Específico: Describir los beneficios de la atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018.

Tabla 20

¿Considera importante brindar una buena atención para generar lealtad de sus clientes?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 20:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Considera importante brindar una buena atención para generar lealtad de sus clientes?

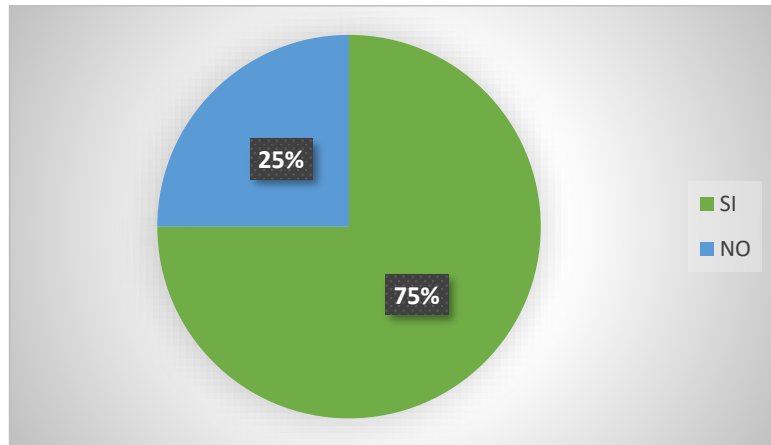
**Interpretación:** En la tabla 20, figura 20 se observa que el 75% de los propietarios considera importante brindar una buena atención para generar lealtad de sus clientes, mientras que el 25% afirman lo contrario.

Tabla 21

¿Considera que para tener rentabilidad y altas ventas es importante ofrecer productos y un servicio de calidad?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 21:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Considera que para tener rentabilidad y altas ventas es importante ofrecer productos y un servicio de calidad?

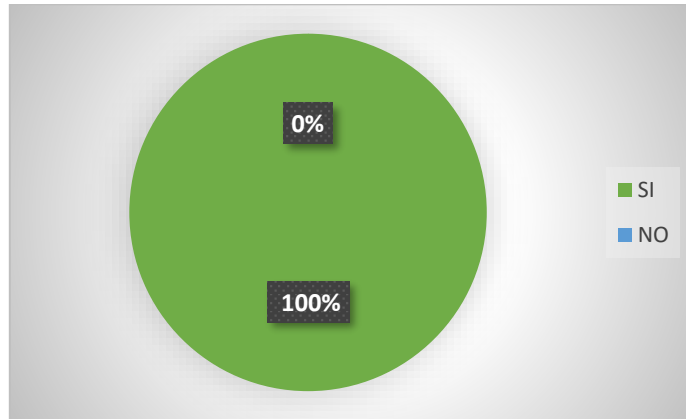
**Interpretación:** En la tabla 21, figura 21 se observa que el 75% de los propietarios considera que para tener rentabilidad y altas ventas es importante ofrecer productos y un servicio de calidad, mientras que el 25% afirman lo contrario.

Tabla 22

¿Considera que un cliente satisfecho es un beneficio para la organización?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 22:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Considera que un cliente satisfecho es un beneficio para la organización?

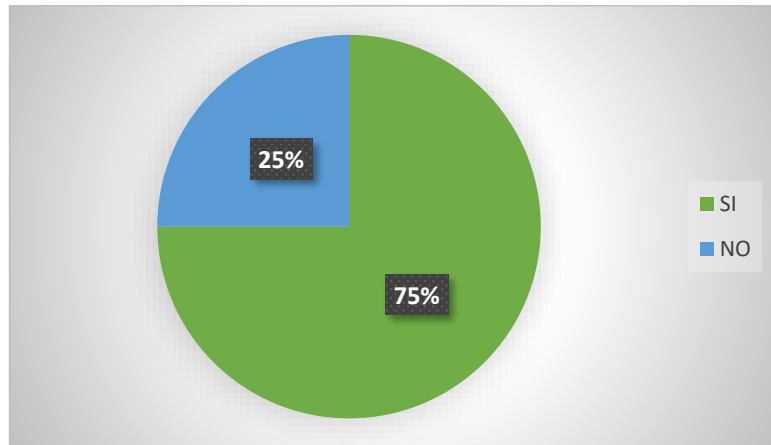
**Interpretación:** En la tabla 22, figura 22 se observa que el 100% de los propietarios consideran que un cliente satisfecho es un beneficio para la organización.

Tabla 23

¿Considera usted que su empresa posee índices altos de aprobación por parte de sus consumidores?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 23:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Considera usted que su empresa posee índices altos de aprobación por parte de sus consumidores?

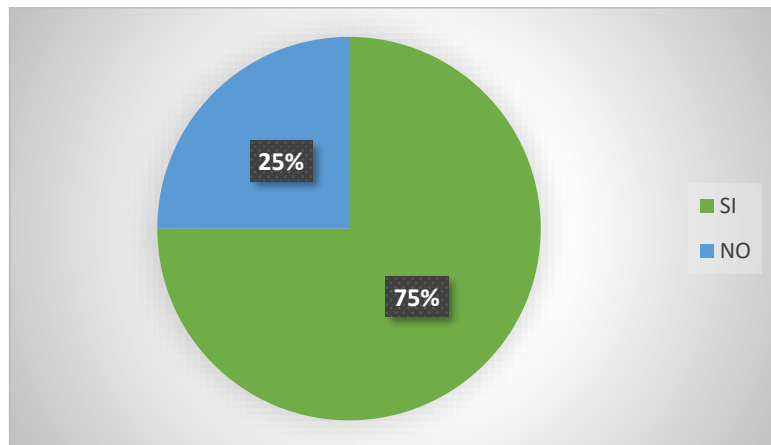
**Interpretación:** En la tabla 23, figura 23 se observa que el 75% de los propietarios consideran que su empresa posee índices altos de aprobación por parte de sus consumidores, mientras que el 25% dijeron que no.

Tabla 24

¿Considera usted que tener una buena imagen ante sus clientes y demás, es una ventaja competitiva?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 24:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Considera usted que tener una buena imagen ante sus clientes y demás, es una ventaja competitiva?

**Interpretación:** En la tabla 24, figura 24 se observa que el 75% de los propietarios consideran que tener una buena imagen ante sus clientes y demás, es una ventaja competitiva, mientras que el 25% dijeron que no.

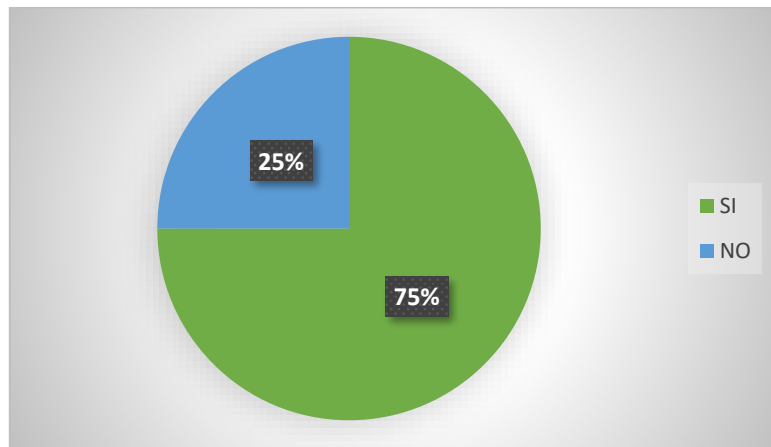


Tabla 25

¿Existe un buen clima laboral en su empresa?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de las bodegas del AA. HH La Victoria.  
**Elaboración:** Investigadora



**Figura 25:** Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Existe un buen clima laboral en su empresa?

**Interpretación:** En la tabla 25, figura 25 se observa que el 75% de los propietarios afirman que existe un buen clima laboral en su empresa, mientras que el 25% afirma lo contrario.

## 5.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Primer Objetivo Especifico: “Determinar los principios de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria – Piura, año 2018”.

Tabla 1, figura 1 titulada ¿Satisface usted las necesidades de sus clientes? Se observa que el 100% de los propietarios encuestados afirmaron que si satisfacen las necesidades de sus clientes. Resultado coincidente con Aquino (2019) quien en su investigación concluyó que las bodegas afirman que reconocen las necesidades de su clientela, así mismo preparan los servicios de acuerdo a las necesidades de los mismos. Por otro lado, Ortiz (2018) menciona al principio de enfoque al cliente, donde todas las organizaciones deben conocer las necesidades de sus clientes para que se cumpla una satisfacción total de las expectativas de los mismos.

Tabla 2, figura 2 titulada ¿Motiva a sus colaboradores para que así alcancen los objetivos de la empresa? Se observa que el 75% de los propietarios encuestados manifiestan que motivan a sus colaboradores para que así alcancen los objetivos de la empresa. Resultado discrepante con Vázquez (2018) quien en su investigación concluyó que el Minimarket no prioriza la capacitación pues este se sabe que es una de las motivaciones más importantes, pues a la mayoría de los representantes les interesa obtener ingresos ya que este prioriza más las ventas pues le ayuda a generar su objetivo. Por otra parte, Ortiz (2018) señala que un líder debe conocer a sus empleados y saber motivarlos esto es importante para que la empresa se desarrollen las actividades eficientemente y se alcancen los objetivos de la organización.

Tabla 3, figura 3 titulada ¿Los empleados de su empresa cumplen con los requerimientos del puesto que desempeña? se observa que el 75% de los propietarios encuestados mencionan que sus empleados si cumplen con los requerimientos del puesto que desempeñan, mientras que el 25% dijeron que no. Resultado coincidente con Escobar (2019) quien en su investigación concluyó que las MYPE estudiadas afirmaron que sus empleados conocen las actividades que realizaran y cumplen con los objetivos de ventas planeados a alcanzar. Por otra parte, Ortiz (2018) menciona que el personal debe encajar en el perfil del puesto para que lleve desarrolle su labor sin problemas, por ello las empresas deben de llevar a cabo un reclutamiento eficaz con el fin de que además se logre un agradable clima laboral dentro del negocio.

Tabla 4, figura 4 titulada ¿Los procesos de su empresa aportan al logro sus objetivos? Se observa que el 75% de los propietarios encuestados afirman que los procesos de su empresa aportan al logro de sus objetivos. Resultado que coincide con Borja & Jijón (2014) quienes en su investigación concluyeron que los clientes de hoy buscan que les brinde productos de primera calidad, pero también consideran muy vital que se les brinde una buena atención al momento de adquirir un producto, es por eso se ha confirmado que las empresas mejoran sus procesos por medio de la ejecución de modelos de gestión de calidad. Por otra parte, Ortiz (2018) menciona que los procesos de una empresa son pasos que conllevan a cumplir un objetivo determinado siempre y cuando se adopte una gestión de calidad para que se mejoren los procesos y se mantenga un enfoque en función a los procesos.

Tabla 5, figura 5 titulada ¿Usted tiene un enfoque de sistema en su empresa, es decir identifica, entiende y gestiona los procesos como un sistema para favorecer la eficiencia de su bodega? Se observa que el 75% de los propietarios encuestados manifestaron que no tienen un enfoque de sistema en su empresa, es decir no identifican, entienden y gestionan los procesos como un sistema para favorecer la eficiencia de su bodega. Como el resultado que coincide con Garrido (2019) quien en su investigación concluyó que se debe enfatizar en el control de los procesos y en el control de recepción de la empresa, por otra parte, el seguimiento que realiza la alta dirección es mínimo, pues el compromiso que la dirección tenga es indispensable para desarrollar una mejora de sus procesos y poder entregar un servicio y productos de primera calidad. Por otro lado, Ortiz (2018) nos dice que la organización debe gestionar y conocer los procesos que estén dentro de un sistema para que de esta manera sea un beneficio para la empresa ya que se lograra los objetivos planteados.

Tabla 6, figura 6 denominada ¿Usted implementa la mejora continua en su empresa para ofrecer mejor calidad a sus clientes? Se observa que el 75% de los propietarios encuestados afirman que implementan la mejora continua en su empresa para ofrecer mejor calidad a sus clientes, mientras que el 25% dijeron que no. Resultado cercano con Aquino (2019) quien en su investigación concluyó que las empresas estuvieron de acuerdo en que facilitan recursos necesarios para que se lleve a cabo la mejora continua de la calidad del servicio, así mismo los empleados de las empresas tienen voluntad para efectuar a las acciones de mejora en el servicio para que se obtengan resultados óptimos. Por otra parte, Ortiz (2018) menciona que es importante que se corrijan los procesos de la empresa

continuamente, teniendo en cuenta el ciclo PHVA que nos ayuda alcanzar esta mejora continua y saber en qué debemos mejorar.

Tabla 7, figura 7 denominada ¿Resuelve eficientemente las quejas de sus clientes? se observa que el 100% de los propietarios encuestados resuelven eficientemente las quejas de sus clientes. Resultado coincidente con Albares, Buga, Falcón y Velarde (2015) quienes en su investigación concluyeron que los supermercados con o sin un sistema de administración de calidad ejecutan encuestas respecto a los niveles de satisfacción de sus clientes habitualmente, lo que les ayuda a saber a ellos como empresa si sus trabajadores solucionan o no las quejas que puedan tener sus consumidores así mismo les ayudan a tomar de esta forma acciones correctoras de manera eficiente. Por otra parte, Ortiz (2018) señala que es vital contar con información fiable y necesaria para decidir acertadamente y poder mejorar el servicio que se brinda

Tabla 8, figura 8 denominada ¿Tiene usted una buena relación con sus proveedores? Se observa que el 100% de los propietarios encuestados tienen una buena relación con sus proveedores. Resultado discrepante con **Garrido (2019)** quien en su investigación concluyó que una de las debilidades que se encontraron en el supermercado fue la poca comunicación con los proveedores, pues no se llevaba un seguimiento mucho menos un control de las mercaderías, sus canales de comunicación no están normalizados, y estos no evalúan los requerimientos que les exigen. Por otro lado, Ortiz (2018) menciona que es importante que las empresas tengan alianzas estratégicas con sus proveedores, así mismo que se mantenga una buena relación y buena comunicación.

Segundo Objetivo Específico: Identificar los principales beneficios de la Gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria -Piura, año 2018.

Tabla 9, figura 9 denominada ¿Están los colaboradores comprometidos con su empresa? Se observa que el 75% de propietarios encuestados manifestaron que sus colaboradores están comprometidos con su empresa. Resultado discrepante con Albares, Buga, Falcón y Velarde (2015) quienes en su investigación concluyeron que es indispensable que los empleados cuenten con un adecuado entrenamiento y comunicación ya que estos son factores de éxito en toda empresa y depende de que tan capaz, comprometido e informado este el colaborador con los objetivos de la organización. Por otra parte, ISO 9001: 2015 menciona que las organizaciones deben buscar una estrategia para mantener a los colaboradores comprometidos con la compañía ya que la organización depende mucho de ellos, pues son los que conocen las tareas, áreas, procesos que necesitan mejorarse.

Tabla 10, figura 10 titulada ¿Considera usted que posee una buena imagen y brinda confianza a sus clientes? Se observa que el 100% de los propietarios encuestados manifestaron que poseen una buena imagen y brindan confianza a sus clientes. Resultado coincidente con Pérez (2019) quien en su investigación concluyó que se demostró una relación positiva y muy significativa entre la confianza de la calidad de atención y la satisfacción de los consumidores del mercado, cabe recalcar que la confianza se refiere a diferentes comportamientos de los comerciantes que les puedan transmitir a sus clientes como son en este caso seguridad y la amabilidad que brindan al momento de las compras. Por otra parte, ISO 9001: 2015 menciona a la certificación ISO 9001 que se basa en favorecer a

la empresa pues los consumidores por medio de esta certificación obtienen credibilidad, confianza y seguridad de parte de la misma, ayudando a captar clientes futuros y a fidelizar a los clientes actuales.

Tabla 11, figura 11 denominada ¿Considera usted que, tener una orientación hacia el cliente, permite obtener fidelización de los mismos? Se observa que el 100% de los propietarios encuestados consideran que tener una orientación hacia el cliente permite fidelización de los mismos. Resultado que coincide con Borja & Jijón (2014) quienes en su investigación concluyeron que el establecimiento estudiado mantiene ventas regulares que son rentables para el dueño, ya que en anteriores años las ventas eran más bajas que las actuales y eso se debía a la falta de fidelidad por parte de los clientes de la organización. Por otro lado, ISO 9001: 2015 menciona que logrando la satisfacción de los clientes se conseguirá fidelidad de los mismos ante la empresa, ayudando a mantenerse en el mercado.

Tabla 12, figura 12 titulada ¿Considera importante promover una mejora continua en las empresas? Se observa que el 75% de los propietarios encuestados manifestaron que es importante promover una mejora continua en las empresas, mientras que el 25% dijeron que no. Resultado coincidente con Erazo (2019) quien en su investigación concluyó que es vital la mejora continua en las empresas de hoy así mismo, el mejoramiento de los procesos y la satisfacción del consumidor implica no tener deficiencias durante el servicio de la venta y de la entrega de los productos. Por otra parte, ISO 9001: 2015 menciona que es importante que se implemente la mejora continua en las empresas para que se disminuyan errores y deficiencias, además ayuda a actuar rápidamente ante problemas que puedan presentarse.

Tabla 13, figura 13 denominada ¿Resuelve usted ineficiencias que puedan existir en los procesos para evitar costos innecesarios en su negocio? Se observa que el 75% de los propietarios encuestados manifestaron que resuelven ineficiencias que puedan existir en los procesos para evitar costos innecesarios en su negocio, mientras que el 25% dijeron lo contrario. Resultado discrepante con Vega (2016) quien en su investigación concluyó que se encontraron múltiples problemas respecto almacén de la empresa Coplan pues debido a ello se lograron perdidas para el negocio, por lo mismo se desarrolló una estrategia que permitirá una mejora continua respecto a los problemas mencionados, pues implementándolo se obtendrá mejor espacio en la bodega, se tendrá conocimiento de todas las existencias y se logrará un mejor orden que beneficie a la empresa ya que se podrá trabajar más eficazmente y se lograra lo planeado. Por otro lado, ISO 9001: 20015 señala la importancia de tener un enfoque hacia los procesos, para que se detecten errores e incapacidades que existan y poder resolver a tiempo y ahorrar así costos inútiles que eso podría involucrar.

Tabla 14, figura 14 titulada ¿Usted toma decisiones con el fin de solucionar algún problema en su negocio para que sus clientes se sientan satisfechos con la atención? Se observa que el 100% de los propietarios encuestados manifestaron que toman decisiones con el fin de solucionar algún problema en su negocio. Como el resultado coincidente con Pérez (2019) quien en su investigación concluyó que la situación que se encontró responde a que la confiabilidad se refiere al cumplimiento de lo que se pactó en tiempo e interés en solucionar los problemas de los consumidores, así mismo se les brinda información confiable lo que sin duda ha permitido mejorar la satisfacción de la clientela en el mercado de abastos. Por



otra parte, ISO 9001: 2015 nos dice que las decisiones de la empresa se deben tomar bajo certezas y evidencias para que se pueda reducir costos que aparezcan de desaciertos.

Tercer Objetivo específico: Conocer los elementos de la Atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria – Piura, año 2018.

Tabla 15, figura 15 titulada ¿Cuándo usted atiende transmite confianza a sus clientes mostrándoles una sonrisa, un saludo, incluso una presentación personal agradable? se observa que el 60% de los colaboradores afirman que en el momento de atender a sus clientes les transmiten confianza mostrándoles una sonrisa, un saludo y una presentación personal agradable, mientras que el 40% dijeron que no. Resultado cercano con Meza (2017) quien en su investigación concluyo que el 90% de los dueños de las bodegas conocen a sus clientes y saben el trato que deben de brindarles por ello les brindan amabilidad, cortesía y una sonrisa. Por otra parte, Raffino (2020) menciona que el contacto cara a cara se basa en el servicio personalizado que la empresa brinda a sus clientes, como una bonita presentación personal, una sonrisa que demuestre amabilidad, además la atención que se le deposita al cliente en cuanto a un problema que se presente, de esta manera mantener a satisfechos a su clientela.

Tabla 16, figura 16 denominada ¿Tiene usted una buena relación con sus clientes que acuden al negocio? Se observa que el 80% de los colaboradores tienen una buena relación con sus clientes que acuden al negocio, mientras que el 20% dijeron que no. Resultado discrepante con Soarez (2018) quien en su investigación concluyo que en el Minimarket no existe una buena comunicación

entre los consumidores y el personal que está encargada de brindar la atención al cliente. Por otra parte, Raffino (2020) señala que la relación entre el cliente y la organización debe ser saludable y una de las relaciones más importantes para el propietario, pues los proveedores son los responsables de abastecer a la bodega y ello es importante para el éxito del negocio ya que se tendría abastecida siempre la empresa.

Tabla 17, figura 17 titulada ¿Resuelve inquietudes y dudas que vengan de sus clientes para brindarles más confianza? Se observa que el 80% de los colaboradores resuelven inquietudes y dudas que vengan de sus clientes para brindarles más confianza, mientras que el 20% dijeron lo contrario. Resultado discrepante con Llompart (2018) quien en su investigación concluyó que la capacidad de respuesta de los empleados de los supermercados no es significativa al momento de comunicar y solucionar eficientemente problemas que presentan los clientes. Por otra parte, Raffino (2020) menciona que la correspondencia es importante pues refiere la comunicación que la empresa tiene con el cliente al momento de solucionar los problemas, inquietudes y dudas, para que se sientan satisfechos con la atención y se genere confianza, así mismo la empresa debe de cumplir las promesas que se le hace al cliente ya que de no ser así la empresa perdería credibilidad frente a sus consumidores.

Tabla 18, figura 18 titulada ¿Resuelven eficientemente los reclamos que presentan sus clientes? Se observa que el 60% de los colaboradores resuelven eficientemente los reclamos que presentan sus clientes, mientras que el 40% dijeron que no. Resultado coincidente con Meza (2017) quien en su investigación concluyó que los representantes de las bodegas el 100% de afirma que cuando sus

clientes presentan quejas o algún inconveniente la empresa muestra un sincero interés en resolverlo para mantener a sus clientes contentos y que para ellos su clientela es lo más importante. Por otro lado, Raffino (2020) señala que la empresa debe atender con eficiencia los reclamos que los clientes presenten, de la misma manera solucionar problemas que presenten y evitar que se presenten los mismos errores para evitar incomodidades de parte de los clientes.

Tabla 19, figura 19 denominada ¿Considera que el espacio que tienen es el ideal, bonito y atractivo para atender a sus clientes? Se observa que el 80% de los colaboradores afirman que el espacio que tienen es el ideal, es bonito y atractivo para atender a sus consumidores, mientras que el 20% dijeron que no. Resultado coincidente con Vite (2019) quien en su investigación concluyó que, la ambientación del comercial es agradable pues cuentan con buena iluminación, color, diseño interior, el cual les beneficia para la atracción de los clientes. Por otra parte, Raffino (2020) menciona que el servicio no puede ser siempre virtualmente, la empresa debe informar al cliente sobre la ubicación de las instalaciones en donde brindan el servicio o el producto, así mismo deben procurar que se encuentre aseado, en buen estado para que la clientela se sienta en confianza y se sienta seguro de lo que está adquiriendo.

Cuarto objetivo específico: Describir los beneficios de la atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria – Piura, año 2018.

Tabla 20, figura 20 titulada ¿Considera importante brindar una buena atención para obtener lealtad de sus clientes? Se observa que el 75% de los propietarios afirman que es importante brindar una buena atención para generar lealtad de sus

clientes, mientras que el 25% dijeron que no. Resultado coincidente con Reyes (2014) quien en su investigación concluyo que la empresa contrata personal para brindar orientación a sus clientes, les hace reconocimiento en sus cumpleaños, les hacen descuentos y les dan créditos, los cuales han funcionado eficientemente para que sus clientes se mantengan fieles a la empresa. Por otro lado, Huerta (2017) menciona que la lealtad de los consumidores se logra brindando una atención de calidad y evitando que tengan malas experiencias durante o después de la atención.

Tabla 21, figura 21 titulada ¿Considera que para tener rentabilidad y altas ventas es importante ofrecer productos y un servicio de calidad? Se observa que el 75% de los propietarios mencionan que para tener una rentabilidad y altas ventas es importante ofrecer productos y un servicio de calidad, mientras que el 25% dijeron lo contrario. Resultado cercano con Soarez (2018) quien en su investigación concluyo que la aceptación de los clientes encuestados es alta debido a que la calidad que tienen los productos que ofrece la empresa son buenos sintiéndose ellos seguros al momento de realizar las compras además brindan buenas ofertas de vez en cuando, esto ayudando a generar satisfacción del consumidor y brindar atención rápida de sus necesidades. Por otra parte, Huerta (2017) señala que para tener mayor rentabilidad y ventas en el negocio es necesario ofrecer productos y servicios de calidad así mismo sea el favorito ante la competencia ya que los clientes preferirán su empresa por la atención que brindar y los productos de calidad que ofrecen.

Tabla 22, figura 22 denominada ¿Considera que un cliente satisfecho es un beneficio para la organización? Se observa que el 100% de los propietarios afirman que un cliente satisfecho es un beneficio para la organización. Resultado

cercano con Escobar (2014) quien en su investigación concluyo que las bodegas ofrecen los productos en poco tiempo obteniendo satisfacción de sus consumidores así mismo cuentan con protección y cuidado de los productos en venta generando que los clientes se sientan seguros y con confianza haciendo que ellos recomienden su negocio a nuevos clientes por el buen servicio que se les brindo. Por otro lado, Huerta (2017) menciona que una atención de calidad es una ventaja para la empresa ya que se consiguen consumidores satisfechos y esto genera que ellos mismos hagan publicidad boca a boca, es decir, recomienden el negocio a más personas por la buena experiencia que tuvo en su compra.

Tabla 23, figura 23 denominada ¿Considera usted que su empresa posee índices altos de aprobación por parte de sus consumidores? Se observa que el 75% de los propietarios afirman que su empresa posee índices altos de aprobación por parte de sus clientes, mientras que el 25% dijeron que no. Resultado discrepante con Álvarez (2014) quien en su investigación concluyó que los índices de calidad de atención presentaron un valor global 1,27 el cual muestra que las percepciones de los consumidores son bajas ante las expectativas en un 25,4% por ello se deben implementar mejoras para poder alcanzar la satisfacción máxima de los clientes. Por otra parte, Huerta (2017) señala que las organizaciones actualmente para que logren el éxito y logren los objetivos planeados, deben priorizar la atención al cliente, debe ser de calidad para que la empresa alcance altos índices de aceptación y confianza así mismo deben implementar estrategias para que se reduzcan las quejas y reclamos de los mismos.

Tabla 24, figura 24 titulada ¿Considera usted que tener una buena imagen ante sus clientes y demás, es una ventaja competitiva? Se observa que el

75% de los propietarios afirman que tener una buena imagen ante sus clientes y demás es una ventaja competitiva, mientras que el 25% dijeron lo contrario. Resultado coincidente con Llompart (2018) quien en su investigación concluyo que la calidad de atención en los tres centros comerciales está en un nivel medio es decir que las expectativas, la capacidad de respuesta de parte se los empleados, la seguridad de los colaboradores para resolver dudas de los clientes, trato amable son básicas y en el estudio se demostró que se encuentran dentro de lo normal pero se necesita fortalecer un poco más para mantener un alto índice de calidad en los centros comerciales y que así las empresas tengan muchas ventajas competitivas frente a la competencia. Por otra parte, Huertas (2017) menciona que las organizaciones deben procurar tener una buena imagen ante los clientes pues teniendo una mejor imagen de la empresa se obtendrá una ventaja competitiva ante la competencia ya que preferirán más su empresa que las demás.

Tabla 25, figura 25 titulada ¿Existe un buen clima laboral en su empresa? Se observa que el 75% de los propietarios afirman que existe un buen clima laboral en su empresa, mientras que el 25% dijeron que no. Resultado coincidente con Chávez & Minaya (2017) quienes en su investigación concluyeron que los empleados de la empresa siempre están dispuestos hacia los clientes, brindan un trato amable y atienden con respeto lo que confirma que los colaboradores trabajan en clima laboral de su agrado pues realizan sus actividades con total comodidad. Por otra parte, Huertas (2017) menciona que es indispensable que exista un clima laboral saludable en la empresa ya que ayudara enormemente a la productividad y eficiencia de la empresa.

## VI. CONCLUSIONES

Se determino que los principios de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018 por parte de los propietarios son enfoque al cliente, toma de decisiones, pues resuelven las quejas que presentan sus clientes y relaciones mutuamente beneficios con el proveedor para que siempre estén cumpliendo las expectativas de sus clientes. Además, más de la mitad incluyen liderazgo pues cuentan con un líder que los motiva para que se lleven a cabo las actividades y se alcancen los objetivos; integración del personal, puesto que cumplen con los requerimientos del puesto que desempeñan así mismo se tiene un enfoque basado en procesos por otro lado, más de la mitad no poseen un enfoque de sistema de gestión, pero si poseen mejora continua.

Se identifico que los principales beneficios de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas son credibilidad e imagen, satisfacción de los clientes y toma de decisiones. Así mismo un poco más de la mitad poseen participación de los colaboradores puesto que están comprometidos con la empresa además consideran importante implementar una mejora continua y consiguen integración de procesos.

Se conoció que los elementos de la atención al cliente en las MYPE rubro bodegas por parte de los colaboradores son relación clientelar, es decir buena relación con sus clientes, correspondencia resolviendo inquietudes y dudas e instalaciones pues disponen de un espacio agradable para la atención. Así mismo un poco más de la mitad transmiten confianza a sus clientes y resuelven eficientemente los reclamos.

Se describió que los beneficios de la atención al cliente en las MYPE rubro bodegas por parte de los propietarios son clientes indirectos puesto que consideran que un cliente satisfecho es un beneficio para la empresa. Así mismo un poco más de la mitad brindan una buena atención y buena imagen para obtener lealtad de parte de sus clientes, además consideran que para tener rentabilidad y ventas es importante ofrecer un servicio y productos de calidad igualmente poseen altos índices de aprobación y un buen clima laboral.

Finalmente, se determinan que las características de gestión de calidad y atención al cliente están dadas con respecto a la primera variable por la dimensión principios por parte de los propietarios son enfoque al cliente, toma de decisiones, pues resuelven las quejas que presentan sus clientes y relaciones mutuamente beneficios con el proveedor para que siempre estén cumpliendo las expectativas de sus clientes. Además, más de la mitad incluyen liderazgo pues cuentan con un líder que los motiva para que se lleven a cabo las actividades y se alcancen los objetivos; integración del personal, puesto que cumplen con los requerimientos del puesto que desempeñan así mismo se tiene un enfoque basado en procesos por otro lado, más de la mitad no poseen un enfoque de sistema de gestión, pero si poseen mejora continua. Así mismo, para la dimensión beneficios son credibilidad e imagen, satisfacción de los clientes y toma de decisiones. Así mismo un poco más de la mitad poseen participación de los colaboradores puesto que están comprometidos con la empresa además consideran importante implementar una mejora continua y consiguen integración de procesos. Por otra parte, con respecto a las características de la atención al cliente en su dimensión por parte de los colaboradores son relación clientelar, es decir buena relación con sus clientes, correspondencia resolviendo



resuelven inquietudes y dudas e instalaciones pues disponen de un espacio agradable para la atención. Así mismo un poco más de la mitad transmiten confianza a sus clientes y resuelven eficientemente los reclamos. Por último, en lo que respecta la dimensión beneficios son clientes indirectos puesto que consideran que un cliente satisfecho es un beneficio para la empresa. Así mismo un poco más de la mitad brindan una buena atención y buena imagen para obtener lealtad de parte de sus clientes, además consideran que para tener rentabilidad y ventas es importante ofrecer un servicio y productos de calidad igualmente poseen altos índices de aprobación y un buen clima laboral.

## **Aspectos Complementarios**

Se recomienda que las MYPE promuevan el trabajo en equipo ya que cooperando todos en conjunto se logra mayor eficiencia que trabajando por separado, así mismo deben implementar un sistema de gestión por procesos para que de esta manera optimice el desempeño de la organización que este orientada hacia la mejora continua.

Se recomienda que los propietarios involucren a sus colaboradores en la toma de decisiones para que se sientan parte de la empresa y desempeñen sus funciones eficientemente igualmente seguir fomentando la mejora continua para que se obtenga un servicio y producto de calidad por ende obtengan clientes satisfechos, fieles y contentos con lo que la empresa les ofrece.

Se recomienda que los microempresarios escuchen siempre a sus clientes manteniendo comunicación con ellos para que de esta manera conozca los errores que tiene la empresa así mismo puedan implementar mejoras obteniendo confianza de parte de sus consumidores y que conozcan que son importantes para la organización.

Se recomienda implementar estrategias para la retención y lealtad de los clientes como adoptar herramientas de servicio al cliente, sorprenderlos, utilizar redes sociales para que los clientes se sientan más en confianza, deleitarlos sobre todo disculparse cuando cometan errores de manera que los clientes se sientan dispuesto a seguir comprando y la empresa obtenga menos reclamos y quejas, aumente la lealtad de los consumidores, aumente la rentabilidad y ventas e incluso más clientes nuevos.

## Referencias Bibliográficas:

Albares, Buga, Falcón y Velarde (2015). “*Calidad en el Sector Supermercados en el Perú, 2014*”. Pontificia Universidad Católica del Perú. Surco – Lima. Recuperado de:

[http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/14807/ALVAREZ\\_BURGA\\_CALIDAD\\_SUPERMERCADOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/14807/ALVAREZ_BURGA_CALIDAD_SUPERMERCADOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Aldana, K. (2018). “*Caracterización de la atención al cliente y el financiamiento en las Mype del rubro librerías del mercado modelo central de Piura, año 2018*”. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Piura – Perú. Recuperado de:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3574/ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_FINANCIAMIENTO\\_ALDANA\\_HUAMAN\\_KARLA\\_VANESSA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3574/ATENCION_AL_CLIENTE_FINANCIAMIENTO_ALDANA_HUAMAN_KARLA_VANESSA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Álvarez, G (2014). “*Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados Gubernamentales*”. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas – Venezuela. Recuperado de:

<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS3832.pdf>

Aquino, F. (2019). “*Gestión de la Calidad y la Formalización de las Mype del sector comercio - Rubro bodegas, del mercado Valle Sagrado, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2018*”. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Lima- Perú. Recuperado de:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11731/GEST>

[ION CALIDAD FORMALIZACION AQUINO HINOSTROZA FLOR  
KATHERINE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

ASEP (2015). “*Mypes aportan el 40% del PBI*”. Recuperado de:  
<https://asep.pe/index.php/mypes-aportan-el-40-del-pbi/>

Bancayan, S. (2020). “*Gestión de calidad y clima organizacional en las Mype rubro Restaurantes, Centro de Vice, Sechura, 2019*”. Universidad Nacional de Piura. Piura- Perú. Recuperado de:  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16806/CLIMA\\_ORGANIZACIONAL\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_SANCHEZ\\_BANCAYAN\\_KARLA\\_JUDITH.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16806/CLIMA_ORGANIZACIONAL_GESTION_DE_CALIDAD_SANCHEZ_BANCAYAN_KARLA_JUDITH.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Borja & Jijón (2014). “*Propuesta de un Modelo de Gestión en Calidad de servicio, basado en la Norma Internacional ISO 9001: 2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo, Caso: Almacenes la Rebaja*”. Quito – Ecuador. Universidad Internacional del Ecuador. Recuperado de: <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/535/1/T-UIDE-0499.pdf>

Carrasco, R. (2019). “*Capacitación De Personal Y Gestión De Calidad En Las Mype Rubro Restaurantes Sector Zona Industrial, Año 2015*”. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Piura- Perú. Recuperado de:  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16008/CAPACITACION\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_CARRASCO\\_ROMAN\\_RICA\\_ELENA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16008/CAPACITACION_GESTION_DE_CALIDAD_CARRASCO_ROMAN_RICA_ELENA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Castillo, A. (2016). “*Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa. Apuntes iniciales, a propósito de las modificaciones introducidas por la Ley N° 30056*”. Recuperado de:

<http://blog.pucp.edu.pe/blog/agustinacastillo/2016/10/09/regimen-laboral-especial-de-la-micro-y-pequena-empresa-apuntes-iniciales-a-proposito-de-las-modificaciones-introducidas-por-la-ley-no-30056-y-la-aprobacion-del-t-u-o-de-la-ley-mipyme-mediante-decre-2/>

Chávez & Minaya (2017). “*Influencia De La Calidad De Servicio En El Posicionamiento De Plaza Vea – Real Plaza Trujillo Primer Semestre 2017*”. Universidad de Privada Antenor Orrego. Trujillo – Perú. Recuperado de:

[http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/3000/1/RE\\_ADMI\\_GIAN\\_CARLO.GUTIERREZ\\_KAREN.VASQUEZ\\_INFLUENCIA.DE.LA.CALIDAD\\_DATOS.PDF](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/3000/1/RE_ADMI_GIAN_CARLO.GUTIERREZ_KAREN.VASQUEZ_INFLUENCIA.DE.LA.CALIDAD_DATOS.PDF)

Coaguila, A. (2017). “*Propuesta de implementación de un modelo de Gestión por Procesos y Calidad en la Empresa O&C Metals S.A.C.*”. Universidad católica San Pablo. Arequipa. Recuperado de:

[https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15240/1/COAGUILA\\_GO\\_NZALES\\_ANT\\_MET.pdf](https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15240/1/COAGUILA_GO_NZALES_ANT_MET.pdf)

Diario El Comercio (2019). “*¿Cuál es la situación actual de los regímenes mypes?*”.

Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/peru/situacion-actual-regimenes-mypes-noticia-657619-noticia/>

Diario El Peruano (24/03/20). “*Aprueban el Reglamento Operativo del Fondo de Apoyo Empresarial a la MYPE (FAE-MYPE)*”. Perú. Disponible en:

<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-el-reglamento-operativo-del-fondo-de-apoyo-empresar-resolucion-ministerial-n-124-2020-ef15-1865136-1/>

Erazo, G. (2019). “*Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las Mype comerciales Rubro bodegas de Urbanización los Titanes, Piura año 2019*”. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Piura- Perú. Recuperado de: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15750/ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_MYPE ERAZO CASTILLO GLADYS.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15750/ATENCION_AL_CLIENTE_MYPE ERAZO CASTILLO GLADYS.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Escobar, A. (2019). “*Gestión de Calidad y Servicio al Cliente en las Mype Rubro bodegas Asentamiento Humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019*”. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Piura- Perú. Recuperado de: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15700/SERVICIO\\_AL\\_CLIENTE\\_MYPE ESCOBAR RAMOS ASTRID PAOLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15700/SERVICIO_AL_CLIENTE_MYPE ESCOBAR RAMOS ASTRID PAOLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Garrido, N. (2019). “*Propuesta de Implementación de sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2015 en Recepción de Supermercado*”. Universidad Técnica Federico Santa María. Chile. Recuperado de: [https://repositorio.usm.cl/bitstream/handle/11673/48868/3560901064850U\\_TFSM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usm.cl/bitstream/handle/11673/48868/3560901064850U_TFSM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. (6ta edición). México: McGraw-Hill.

Huerta, I. (2017). “*Beneficios de una buena atención al cliente*”. Recuperado de:  
<http://www.nube.villanett.com/2017/09/26/beneficios-una-buena-atencion-al-cliente/>

Isidro, J. (2019). “*Caracterización del Marketing y la Gestión de Calidad de las MYPES del Sector Servicios – Rubro Hospedajes del Distrito de Tumbes, 2019*”. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Tumbes-Perú. Recuperado de:  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11437/MARKETING\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_ISIDRO\\_BARRERA\\_JERSON\\_JESUS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11437/MARKETING_GESTION_DE_CALIDAD_ISIDRO_BARRERA_JERSON_JESUS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

ISO (2018). “*¿Quiere saber lo que significa la gestión de calidad?*”. Recuperado de:  
<https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/10/quiere-saber-lo-que-significa-la-gestion-de-calidad/#:~:text=Un%20sistema%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad%20recoge%20una%20serie%20de,los%20est%C3%A1ndares%20que%20se%20contemplan.>

ISO 9001:2015. “*Principios de la gestión de calidad.*” Recuperado de: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2017/07/principios-de-gestion-de-lacalidad/>

Llompart, P. (2018). “*Percepción del consumidor respecto a la calidad de servicio de los supermercados de Piura, 2018*”. Universidad César Vallejo. Piura- Perú.  
Recuperado de:

[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29124/Llomparrt\\_TP.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29124/Llomparrt_TP.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Mejía, L. (2016). “*La Gestión De Procesos De Pedidos En El Sistema SAPY Su Influencia En La Atención Al Cliente De La Empresa La Viga S.A. En El Último Trimestre Del Año 2016 En Lima.*”. Universidad Tecnológica del Perú. Lima

– Perú. Recuperado de:  
[http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/756/6/Luis%20Mejia\\_Wilmer%20Cabrera\\_Trabajo%20de%20Investigacion\\_Bachillerato\\_2017.pdf](http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/756/6/Luis%20Mejia_Wilmer%20Cabrera_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachillerato_2017.pdf)

Mesina y Ojeda (2016). “*Determinantes de la satisfacción del cliente en supermercados de la ciudad de Los Ángeles*”. Universidad de Concepción. Chile. Recuperado

de: <http://repositorio.udec.cl/bitstream/11594/2390/3/Mesina%20-%20Ogeda.pdf>

Meza, F. (2017). “*Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del sector comercio, Rubro bodegas, Distrito de Satipo año 2017*”.

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Junín- Perú. Recuperado de:  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4053/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_Y\\_ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_MEZA\\_PALACIOS\\_FIORELLA\\_NOEMI.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4053/GESTION_DE_CALIDAD_Y_ATENCION_AL_CLIENTE_MEZA_PALACIOS_FIORELLA_NOEMI.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Molina, G. (2019). “*Importancia de la calidad en una empresa*”. Recuperado de:

<https://www.grandespymes.com.ar/2019/02/11/importancia-de-la-calidad-en-una-empresa/>

Ortiz, C. (2018). “*Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las Mypes del sector servicio, Rubro restaurant del centro de Tumbes, año*



2017”. Universidad Nacional de Piura. Piura- Perú. Recuperado de:  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3941/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_COMPETITIVIDAD\\_ORTIZ\\_GUERRERO\\_CECILIA\\_YARETT.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3941/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_ORTIZ_GUERRERO_CECILIA_YARETT.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Pérez, C. (2019). “*Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del mercado de abastos de Andahuasi-Sayán, 2017*”. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Huacho – Perú. Recuperado de:  
<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/3457/Cristina%20Margarita%20P%C3%A9rez%20Temoche.pdf?sequence=1>

Quevedo, L. (2020). “*Gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro Restaurante, Distrito Veintiséis de Octubre Piura, año 2019*”. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Piura – Perú. Recuperado de:  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/17106/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_MYPE\\_QUEVEDO\\_CARRASCO\\_LEISLY\\_JASMIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/17106/GESTION_DE_CALIDAD_MYPE_QUEVEDO_CARRASCO_LEISLY_JASMIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Quinde, J. (2018). “*Caracterización De La Atención Al Cliente Y Financiamiento De Las Mypes Sector Servicio Rubro Hospedajes En El Centro De Tumbes, 2018*”. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Tumbes – Perú. Recuperado de:  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8330/ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_FINANCIAMIENTO\\_QUINDE\\_REYES\\_JORGE\\_ALBERTO.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8330/ATENCION_AL_CLIENTE_FINANCIAMIENTO_QUINDE_REYES_JORGE_ALBERTO.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Raffino, M. (2020). “*Servicio al Cliente*”. Argentina. Recuperado de:  
<https://concepto.de/servicio-al-cliente/>

Reyes, S. (2014). “*Calidad Del Servicio Para Aumentar La Satisfacción Del Cliente De La Asociación Share, Sede Huehuetenango*”. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. Recuperado de:  
<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Reyes-Sonia.pdf>

Rpp Noticias (2020). “*Banco Mundial Proyecta que economía peruana se contraerá 12% en el 2020 por la Covid 19*”. Disponible en:  
<https://rpp.pe/economia/economia/banco-mundial-proyecta-que-economia-peruana-se-contraera-12-en-2020-por-covid-19-coronavirus-en-peru-reactivacion-noticia-1271511?ref=rpp>

Saavedra, D. (2019). “*Gestión de calidad y el liderazgo en las Mype rubro zapaterías del Mercado modelo de Piura, año 2019*”. Universidad Nacional de Piura. Piura- Perú. Recuperado de:  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15740/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_LIDERAZGO\\_YANGUA\\_SAAVEDRA\\_DIANA\\_KATERINE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15740/GESTION_DE_CALIDAD_LIDERAZGO_YANGUA_SAAVEDRA_DIANA_KATERINE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Scarilli, J. (2015). “*La importancia de un excelente servicio al cliente y las encuestas de satisfacción*”. Disponible en: <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/la-importancia-de-un-excelente-servicio-al-cliente-y-las-encuestas-de-satisfaccion-juan-manuel-scarilli#:~:text=El%20servicio%20al%20cliente%20es,ti%2C%20o%20hac>

[ia%20tus%20competidores.&text=La%20conclusi%C3%B3n%20es%20en tonces%20que,sino%20mala%20calidad%20del%20servicio.](#)

Soarez, M. (2018). “*Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Atención al Cliente, en las Mypes del sector comercial, Rubro Minimarkets, Distrito de Iquitos, año 2018*”. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Pucallpa – Perú.

Recuperado de:  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11813/GESTION\\_ATENCION%20SOAREZ\\_SOPLIN\\_MIRFA\\_MARIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11813/GESTION_ATENCION%20SOAREZ_SOPLIN_MIRFA_MARIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

SUNAT. (2019). Emprender. Recuperado de: <http://emprender.sunat.gob.pe/como-me>

Vázquez, M. (2018). “*Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial, Rubro Minimarket, Distrito de Manantay, año 2017*”. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Pucallpa – Perú.

Recuperado de:  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7980/MYPE\\_MINIMARKET\\_VASQUEZ\\_GONZALES\\_MARIA\\_ISABEL.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7980/MYPE_MINIMARKET_VASQUEZ_GONZALES_MARIA_ISABEL.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Vega, M. (2016). “*Propuesta de Mejoramiento para la Gestión de bodega de materiales e insumos para impresoras de la empresa Coplan*”. Universidad Andrés

Bello. Concepción – Chile. Recuperado de:  
[http://repositorio.unab.cl/xmlui/bitstream/handle/ria/2755/a117113\\_Vega\\_M\\_Propuesta\\_de\\_mejoramiento\\_para\\_la\\_2016\\_Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unab.cl/xmlui/bitstream/handle/ria/2755/a117113_Vega_M_Propuesta_de_mejoramiento_para_la_2016_Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Vite, D. (2019). *“Percepción de la Ambientación Comercial en punto de venta de perecibles de los Compradores del Hipermercado Tottus del Open Plaza de Piura, 2018”*. Universidad Nacional de Piura. Piura- Perú. Recuperado de:  
<http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1712/CSE-VIT-CRU-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Zaragoza, L. (2015). *“Cultura, identidad y etnicidad, aproximaciones al entorno multicultural: rompiendo costumbres y paradigmas cotidianos”*. Scielo. México. Recuperado de:  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-16592010000100009](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16592010000100009)

# **ANEXOS**

## Anexo 1: Encuesta



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y**  
**ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**  
**CUESTIONARIO**

### **Cuestionario dirigido a los propietarios**

Estimado señor (a), me dirijo a usted en su condición de propietario de esta Empresa rubro Bodegas, y decirle que estoy realizando un trabajo de investigación, para la cual solicito su colaboración, debiendo responder con sinceridad el presente cuestionario. Su participación es totalmente anónima. El cuestionario tiene por objetivo: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018.

A continuación, encontrará preguntas las cuales agradezco de antemano responda de manera honesta y responsable, marcando con una (X) en la opción que usted verdaderamente considera que es la respuesta correcta.

### **VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD**

1. ¿Satisface usted las necesidades de sus clientes?

SI ( ) NO ( )

2. ¿Motiva a sus colaboradores para que así alcancen los objetivos de la empresa?

SI ( ) NO ( )

3. ¿Los empleados de su empresa cumplen con los requerimientos del puesto que desempeña?
- SI ( ) NO ( )
4. ¿Los procesos de su empresa aportan al logro sus objetivos?
- SI ( ) NO ( )
5. ¿Usted tiene un enfoque de sistema en su empresa, es decir identifica, entiende y gestiona los procesos como un sistema para favorecer la eficiencia de su bodega?
- SI ( ) NO ( )
6. ¿Usted implementa la mejora continua en su empresa para ofrecer mejor calidad a sus clientes?
- SI ( ) NO ( )
7. ¿Resuelve eficientemente las quejas de sus clientes?
- SI ( ) NO ( )
8. ¿Tiene usted una buena relación con sus proveedores?
- SI ( ) NO ( )
9. ¿Están los colaboradores comprometidos con su empresa?
- SI ( ) NO ( )
10. ¿Considera usted que posee una buena imagen y brinda confianza a sus clientes?
- SI ( ) NO ( )
11. ¿Considera usted que, tener una orientación hacia el cliente, permite obtener fidelización de los mismos?
- SI ( ) NO ( )
12. ¿Considera importante promover una mejora continua en las empresas?
- SI ( ) NO ( )

13. ¿Resuelve usted ineficiencias que puedan existir en los procesos para evitar costos innecesarios en su negocio?

SI ( ) NO ( )

14. ¿Usted toma decisiones con el fin de solucionar algún problema en su negocio para que sus clientes se sientan satisfechos con la atención?

SI ( ) NO ( )

### **VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE**

15. ¿Considera importante brindar una buena atención para obtener lealtad de sus clientes?

SI ( ) NO ( )

16. ¿Considera que para tener rentabilidad y altas ventas es importante ofrecer productos y un servicio de calidad?

SI ( ) NO ( )

17. ¿Considera que un cliente satisfecho es un beneficio para la organización?

SI ( ) NO ( )

18. ¿Considera usted que su empresa posee índices altos de aprobación por parte de sus consumidores?

SI ( ) NO ( )

19. ¿Considera usted que tener una buena imagen ante sus clientes y demás, es una ventaja competitiva?

SI ( ) NO ( )





**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y**  
**ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**  
**CUESTIONARIO**

**Cuestionario dirigido a los trabajadores**

Estimado Señor (a), me dirijo a usted en su condición de trabajador (a) de esta empresa, y decirle que estoy realizando un trabajo de investigación, para lo cual solicito su colaboración, debiendo responder con sinceridad el presente cuestionario. Su participación es totalmente anónima. El cuestionario tiene por objetivo: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Castilla, año 2018.

A continuación, encontrará preguntas las cuales agradezco de antemano responda de manera honesta y responsable, marcando con una (X) en la opción que usted verdaderamente considera que es la respuesta correcta.

**VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE**

1. ¿Cuándo usted atiende transmite confianza a sus clientes mostrándoles una sonrisa, un saludo, incluso una presentación personal agradable?  
SI ( ) NO ( )
2. ¿Tiene usted una buena relación con sus clientes que acuden al negocio?  
SI ( ) NO ( )

3. ¿Resuelve inquietudes y dudas que vengan de sus clientes para brindarles más confianza?

SI ( ) NO ( )

4. ¿Resuelven eficientemente los reclamos que presentan sus clientes?

SI ( ) NO ( )

5. ¿Considera que el espacio que tienen es el ideal, bonito y atractivo para atender a sus clientes?

SI ( ) NO ( )



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo: \_\_\_\_\_ identificado con DNI \_\_\_\_\_

Magister en: \_\_\_\_\_

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos de cuestionario, elaborado por la estudiante Lizbth Vera Vilela, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado Caracterización de Gestión de Calidad y Atención al Cliente de las MYPE rubro Bodegas, AA. HH La Victoria – Distrito Piura, año 2018; 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 los resultados.

**Piura, octubre del 2020**

\_\_\_\_\_  
**Sello y Firma.**

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Caracterización de Gestión de Calidad y Atención al Cliente de las MYPE rubro Bodegas, AA. HH La Victoria - Distrito Piura, Año 2018.									
AUTORA: Vera Vilela, Lizbth									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	<b>VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	<b>PREGUNTAS PARA PROPIETARIOS</b>								
<b>10E</b>	Determinar los principios de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria – Piura, año 2018.								
1	¿Satisface usted las necesidades de sus clientes?								
2	¿Motiva a sus colaboradores para que así alcancen los objetivos de la empresa?								
3	¿Los empleados de su empresa cumplen con los requerimientos del puesto que desempeña?								
4	¿Los procesos de su empresa aportan al logro sus objetivos?								
5	¿Usted tiene un enfoque de sistema en su empresa, es decir identifica, entiende y gestiona los procesos como un sistema para favorecer la eficiencia de su bodega?								
6	¿Usted implementa la mejora continua en su empresa para ofrecer mejor calidad a sus clientes?								
7	¿Resuelve eficientemente las quejas de sus clientes?								

8	¿Tiene usted una buena relación con sus proveedores?								
20E	Identificar los principales beneficios de la Gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria -Piura, año 2018.								
9	¿Están los colaboradores comprometidos con su empresa?								
10	¿Considera usted que posee una buena imagen y brinda confianza a sus clientes?								
11	¿Considera usted que, tener una orientación hacia el cliente, permite obtener fidelización de los mismos?								
12	¿Considera importante promover una mejora continua en las empresas?								
13	¿Resuelve usted ineficiencias que puedan existir en los procesos para evitar costos innecesarios en su negocio?								
14	¿Usted toma decisiones con el fin de solucionar algún problema en su negocio para que sus clientes se sientan satisfechos con la atención?								
	<b>VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE</b>								
	<b>PREGUNTAS PARA COLABORADORES</b>								
30E	Conocer los elementos de la Atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria – Piura, año 2018.								
15	¿Cuándo usted atiende transmite confianza a sus clientes mostrándoles una sonrisa, un saludo, incluso una presentación personal agradable?								

16	¿Tiene usted una buena relación con sus clientes que acuden al negocio?								
17	¿Resuelve inquietudes y dudas que vengan de sus clientes para brindarles más confianza?								
18	¿Resuelven eficientemente los reclamos que presentan sus clientes?								
19	¿Considera que el espacio que tienen es el ideal, bonito y atractivo para atender a sus clientes?								
PREGUNTAS PARA PROPIETARIOS									
40E	Describir los beneficios de la atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria – Piura, año 2018.								
20	¿Considera importante brindar una buena atención para obtener lealtad de sus clientes?								
21	¿Considera que para tener rentabilidad y altas ventas es importante ofrecer productos y un servicio de calidad?								
22	¿Considera que un cliente satisfecho es un beneficio para la organización?								
23	¿Considera usted que su empresa posee índices altos de aprobación por parte de sus consumidores?								
24	¿Considera usted que tener una buena imagen ante sus clientes y demás, es una ventaja competitiva?								

## Anexo 2: Validación de encuestas



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo: IVÁN GUZMÁN CASTRO identificado con DNI 07727308  
Magister en: CURRÍCULO, DOCENCIA E INVESTIGACIÓN

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos de cuestionario, elaborado por la estudiante Lizbeth Vera Vilela, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado Caracterización de Gestión de Calidad y Atención al Cliente de las MYPE rubro Bodegas, AA. HH La Victoria – Distrito Piura, año 2018; 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 los resultados.

Piura, octubre del 2020

  
Mg. IVAN GUZMAN CASTRO  
CLAD N° 5107


Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Caracterización de Gestión de Calidad y Atención al Cliente de las MYPE rubro Bodegas, AA. HH. La Victoria - Distrito Piura. Año 2018.									
AUTORA: Vera Vilca, Lidith									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Preguntas	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Se necesitan modificaciones?		¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?	
VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
PREGUNTAS PARA PROPIETARIOS									
IOE	Determinar los principios de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria – Piura, año 2018.								
1	¿Satisface usted las necesidades de sus clientes?	X			X		X		X
2	¿Motiva a sus colaboradores para que así alcancen los objetivos de la empresa?	X			X		X		X
3	¿Los empleados de su empresa cumplen con los requerimientos del puesto que desempeña?	X			X		X		X
4	¿Los procesos de su empresa aportan al logro sus objetivos?	X			X		X		X
5	¿Usted tiene un enfoque de sistema en su empresa, es decir identifica, entiende y gestiona los procesos como un sistema para favorecer la eficiencia de su bodega?	X			X		X		X
6	¿Usted implementa la mejora continua en su empresa para ofrecer mejor calidad a sus clientes?	X			X		X		X

  
**Mg. IVAN GUZMAN CASTRO**  
 CLAD N° 5107



7	¿Resuelve eficientemente las quejas de sus clientes?	X		X	X	X
8	¿Tiene usted una buena relación con sus proveedores?	X		X	X	X
JOE	Identificar los principales beneficios de la Gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas del A.A.HH. La Victoria - Píura, año 2018.					
9	¿Están los colaboradores comprometidos con su empresa?	X		X	X	X
10	¿Considera usted que posee una buena imagen y brinda confianza a sus clientes?	X		X	X	X
11	¿Considera usted que, tener una orientación hacia el cliente, permite obtener fidelización de los mismos?	X		X	X	X
12	¿Considera importante promover una mejora continua en las empresas?	X		X	X	X
13	¿Resuelve usted ineficiencias que puedan existir en los procesos para evitar costos innecesarios en su negocio?	X		X	X	X
14	¿Usted toma decisiones con el fin de solucionar algún problema en su negocio para que sus clientes se sientan satisfechos con la atención?	X		X	X	X
	<b>VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE</b>					
	<b>PREGUNTAS PARA COLABORADORES</b>					
JOE	Conocer los elementos de la Atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del A.A.HH. La Victoria - Píura, año 2018.					
15	¿Cuándo usted atiende transmite confianza a sus clientes mostrándoles una sonrisa, un	X		X	X	X

  
 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO  
 CLAD N° 5107

	saludo, incluso una presentación personal agradable?	X		X	X	X
16	¿Tiene usted una buena relación con sus clientes que acuden al negocio?	X		X	X	X
17	¿Resuelve inquietudes y dudas que vengan de sus clientes para brindarles más confianza?	X		X	X	X
18	¿Resuelven eficientemente los reclamos que presentan sus clientes?	X		X	X	X
19	¿Considera que el espacio que tienen es el ideal, bonito y atractivo para atender a sus clientes?	X		X	X	X
PREGUNTAS PARA PROPIETARIOS						
404	Describir los beneficios de la atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria - Piura, año 2018.					
20	¿Considera importante brindar una buena atención para obtener lealtad de sus clientes?	X		X	X	X
21	¿Considera que para tener rentabilidad y altas ventas es importante ofrecer productos y un servicio de calidad?	X		X	X	X
22	¿Considera que un cliente satisfecho es un beneficio para la organización?	X		X	X	X
23	¿Considera usted que su empresa posee índices altos de aprobación por parte de sus consumidores?	X		X	X	X
24	¿Considera usted que tener una buena imagen ante sus clientes y demás, es una ventaja competitiva?	X		X	X	X

  
 Vg. JUAN GUZMÁN CASTRO  
 CLAD N° 5107



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS**

Yo: EDITA JERID PERICHE CASTRO identificado con DNI 41799958  
Magister en: GESTIÓN EDUCATIVA

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos de cuestionario, elaborado por la estudiante Lizbeth Vera Vilela, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado Caracterización de Gestión de Calidad y Atención al Cliente de las MYPE rubro Bodegas, AA. HH La Victoria – Distrito Piura, año 2018; 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 los resultados.

Piura, octubre del 2020

Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Caracterización de Gestión de Calidad y Atención al Cliente de las MYPE rubro Bodegas, AA. HH La Victoria - Distrito Piura, Año 2018.									
AUTORA: Vera Vilela, Lizbth									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
PREGUNTAS PARA PROPIETARIOS									
10E	Determinar los principios de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria – Piura, año 2018.								
1	¿Satisface usted las necesidades de sus clientes?	X			X		X		X
2	¿Motiva a sus colaboradores para que así alcancen los objetivos de la empresa?	X			X		X		X
3	¿Los empleados de su empresa cumplen con los requerimientos del puesto que desempeña?	X			X		X		X
4	¿Los procesos de su empresa aportan al logro sus objetivos?	X			X		X		X
5	¿Usted tiene un enfoque de sistema en su empresa, es decir identifica, entiende y gestiona los procesos como un sistema para favorecer la eficiencia de su bodega?	X			X		X		X
6	¿Usted implementa la mejora continua en su empresa para ofrecer mejor calidad a sus clientes?	X			X		X		X

*Vera Vilela*  
2018

7	¿Resuelve eficientemente las quejas de sus clientes?	X		X	X	X
8	¿Tiene usted una buena relación con sus proveedores?	X		X	X	X
20E	Identificar los principales beneficios de la Gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria -Piura, año 2018.					
9	¿Están los colaboradores comprometidos con su empresa?	X		X	X	X
10	¿Considera usted que posee una buena imagen y brinda confianza a sus clientes?	X		X	X	X
11	¿Considera usted que, tener una orientación hacia el cliente, permite obtener fidelización de los mismos?	X		X	X	X
12	¿Considera importante promover una mejora continua en las empresas?	X		X	X	X
13	¿Resuelve usted ineficiencias que puedan existir en los procesos para evitar costos innecesarios en su negocio?	X		X	X	X
14	¿Usted toma decisiones con el fin de solucionar algún problema en su negocio para que sus clientes se sientan satisfechos con la atención?	X		X	X	X
	<b>VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE</b>					
	<b>PREGUNTAS PARA COLABORADORES</b>					
30E	Conocer los elementos de la Atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria - Piura, año 2018.					
15	¿Cuándo usted atiende transmite confianza a sus clientes mostrándoles una sonrisa, un	X		X	X	X

*J. J. J.*

	saludo, incluso una presentación personal agradable?	X		X	X	X
16	¿Tiene usted una buena relación con sus clientes que acuden al negocio?	X		X	X	X
17	¿Resuelve inquietudes y dudas que vengan de sus clientes para brindarles más confianza?	X		X	X	X
18	¿Resuelven eficientemente los reclamos que presentan sus clientes?	X		X	X	X
19	¿Considera que el espacio que tienen es el ideal, bonito y atractivo para atender a sus clientes?	X		X	X	X
	<b>PREGUNTAS PARA PROPIETARIOS</b>					
40E	Describir los beneficios de la atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria – Piura, año 2018.					
20	¿Considera importante brindar una buena atención para obtener lealtad de sus clientes?	X		X	X	X
21	¿Considera que para tener rentabilidad y altas ventas es importante ofrecer productos y un servicio de calidad?	X		X	X	X
22	¿Considera que un cliente satisfecho es un beneficio para la organización?	X		X	X	X
23	¿Considera usted que su empresa posee índices altos de aprobación por parte de sus consumidores?	X		X	X	X
24	¿Considera usted que tener una buena imagen ante sus clientes y demás, es una ventaja competitiva?	X		X	X	X

*J. J. J.*  
22



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS**

Yo: JOSE FERNANDO ESCOBEDO GALBEZ identificado con DNI 44632438

Magister en: GESTIÓN PÚBLICA

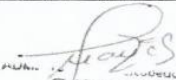
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos de cuestionario, elaborado por la estudiante Lizbeth Vera Vilela, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado Caracterización de Gestión de Calidad y Atención al Cliente de las MYPE rubro Bodegas, AA. HH La Victoria – Distrito Piura, año 2018; 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 los resultados.

Piura, octubre del 2020

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE  
C.I.D. Nº 09720

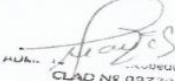
Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Caracterización de Gestión de Calidad y Atención al Cliente de las MYPE rubro Bodegas, AA. HH La Victoria - Distrito Piura, Año 2018.									
AUTORA: Vera Vilela, Lizbeth									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
PREGUNTAS PARA PROPIETARIOS									
10E	Determinar los principios de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria – Piura, año 2018.								
1	¿Satisface usted las necesidades de sus clientes?	X		X		X		X	
2	¿Motiva a sus colaboradores para que así alcancen los objetivos de la empresa?	X		X		X		X	
3	¿Los empleados de su empresa cumplen con los requerimientos del puesto que desempeña?	X		X		X		X	
4	¿Los procesos de su empresa aportan al logro sus objetivos?	X		X		X		X	
5	¿Usted tiene un enfoque de sistema en su empresa, es decir identifica, entiende y gestiona los procesos como un sistema para favorecer la eficiencia de su bodega?	X		X		X		X	
6	¿Usted implementa la mejora continua en su empresa para ofrecer mejor calidad a sus clientes?	X		X		X		X	

  
 ALUMNO: \_\_\_\_\_  
 CIAD Nº 03720



7	¿Resuelve eficientemente las quejas de sus clientes?	X		X	X	X
8	¿Tiene usted una buena relación con sus proveedores?	X		X	X	X
20E	Identificar los principales beneficios de la Gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria -Piura, año 2018.					
9	¿Están los colaboradores comprometidos con su empresa?	X		X	X	X
10	¿Considera usted que posee una buena imagen y brinda confianza a sus clientes?	X		X	X	X
11	¿Considera usted que, tener una orientación hacia el cliente, permite obtener fidelización de los mismos?	X		X	X	X
12	¿Considera importante promover una mejora continua en las empresas?	X		X	X	X
13	¿Resuelve usted ineficiencias que puedan existir en los procesos para evitar costos innecesarios en su negocio?	X		X	X	X
14	¿Usted toma decisiones con el fin de solucionar algún problema en su negocio para que sus clientes se sientan satisfechos con la atención?	X		X	X	X
	<b>VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE</b>					
	<b>PREGUNTAS PARA COLABORADORES</b>					
30E	Conocer los elementos de la Atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria – Piura, año 2018.					
15	¿Cuándo usted atiende transmite confianza a sus clientes mostrándoles una sonrisa, un	X		X	X	X

  
 HU...  
 CLAD Nº 03720

	saludo, incluso una presentación personal agradable?	X		X	X	X
16	¿Tiene usted una buena relación con sus clientes que acuden al negocio?	X		X	X	X
17	¿Resuelve inquietudes y dudas que vengan de sus clientes para brindarles más confianza?	X		X	X	X
18	¿Resuelven eficientemente los reclamos que presentan sus clientes?	X		X	X	X
19	¿Considera que el espacio que tienen es el ideal, bonito y atractivo para atender a sus clientes?	X		X	X	X
	PREGUNTAS PARA PROPIETARIOS					
40E	Describir los beneficios de la atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria – Piura, año 2018.					
20	¿Considera importante brindar una buena atención para obtener lealtad de sus clientes?	X		X	X	X
21	¿Considera que para tener rentabilidad y altas ventas es importante ofrecer productos y un servicio de calidad?	X		X	X	X
22	¿Considera que un cliente satisfecho es un beneficio para la organización?	X		X	X	X
23	¿Considera usted que su empresa posee índices altos de aprobación por parte de sus consumidores?	X		X	X	X
24	¿Considera usted que tener una buena imagen ante sus clientes y demás, es una ventaja competitiva?	X		X	X	X

  
 PIURA 12  
 CLAD Nº 03720

### Anexo 3: Consentimiento informado



#### PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula "Caracterización de la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018". y es dirigido por Lizbeth Vera Vilela, con código de estudiante 0811161018, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018.

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

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


Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo [veravilelalizbeth@gmail.com](mailto:veravilelalizbeth@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Cristina Vilela

Fecha: 18-09-2020

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

CIEI VERSION 001

Aprobado 24-07-2020



**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS**  
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula "Caracterización de la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018". y es dirigido por Lizbeth Vera Vilela, con código de estudiante 0811161018, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018.

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

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


Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo [veravilelalizbeth@gmail.com](mailto:veravilelalizbeth@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Cory Arellano

Fecha: 18-09-2020

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

CIEI VERSION 001

Aprobado 24-07-2020

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS**  
**(Ciencias Sociales)**

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

La presente investigación se titula "Caracterización de la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018".  
y es dirigido por Lizbeth Vera Vilela, con código de estudiante 0811161018, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018.

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

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo [veravilelalizbeth@gmail.com](mailto:veravilelalizbeth@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Rosalía Penales

Fecha: 18-09-2020

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Firma del participante: \_\_\_\_\_

Firma del investigador (o encargado de recoger información): \_\_\_\_\_

CIEI VERSION 001

  
Aprobado 24-07-2020



**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS**  
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula "Caracterización de la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018". y es dirigido por Lizbeth Vera Vilela, con código de estudiante 0811161018, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH. La Victoria, Distrito Piura, año 2018.

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

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo [veravilelalizbeth@gmail.com](mailto:veravilelalizbeth@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Herlinda Villegas

Fecha: 18-09-2020

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 