



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR
COMERCIAL, DISTRIBUIDORAS MAYORISTAS,
DISTRITO DE CALLERÍA, AÑO 2018

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

AUTORA:

RIVERA LOZANO, VIET AGAYT
ORCID: 0000-0002-1143-3456

ASESORA:

SANTILLÁN TUESTA, MILAGROS MERCEDES
ORCID: 0000-0002-0383-3484

PUCALLPA – PERÚ

2019

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las mypes del Sector Comercial, distribuidoras mayoristas, distrito de Callería, año 2018.

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Rivera Lozano, Viet Agayt

ORCID: 0000-0002-1143-3456

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

ASESORA

Santillán Tuesta, Milagros Mercedes

ORCID: 0000-0002-0383-3484

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

JURADO

DR. GRANDES GARCIA GEYDER

ORCID: 0000-0001-8173-701X

MGTR. MOZOMBITE ARMAS JOSE WILSON

ORCID: 0000-0001-5070-4450

MGTR. SAENZ VILLAVERDE MARLENI FELICITA

ORCID: 0000-0001-9818-7130

FIRMA DEL JURADO

Mgtr. Mozombite Armas Jose Wilson

Orcid: 0000-0001-5070-4450

Miembro

Mgtr. Saenz Villaverde Marleni Felicita

Orcid: 0000-0001-9818-7130

Miembro

Dr. Grandes García Geyder

Orcid: 0000-0001-8173-701x

Docente Asesor Revisor

Mgtr. Santillán Tuesta Milagros Mercedes

Orcid: 0000-0002-0383-3484

Docente Tutor Investigador

AGRADECIMIENTO

Me van a faltar páginas para agradecer a las personas que se han involucrado en la realización de este trabajo, sin embargo, merece reconocimiento especial mi Madre que con su esfuerzo y dedicación me ayudó a culminar mi carrera universitaria y me brindó el apoyo suficiente para no decaer cuando todo parecía complicado e imposible.

DEDICATORIA

A DIOS, por ser el inspirador y darme la
fuerza para continuar en este proceso
de obtener uno de mis anhelos
más deseados.

A MI MAMÁ, por su amor, trabajo y sacrificio
en todos los años de mi vida, gracias a ella
logré llegar hasta aquí y convertirme en lo
que soy. Es un orgullo y el privilegio de ser su
hija, es la mejor madre de todo el mundo.

RESUMEN

La elaboración de la presente investigación fue para determinar la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial, distribuidoras mayoristas, distrito de Callería, año 2018. Por lo que se utilizó La metodología de investigación que se caracterizó por ser del tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal y descriptiva. En el trabajo de campo se realizó una encuesta donde se aplicó un cuestionario estructurado de 15 preguntas obteniendo los siguientes resultados: Se encuentra de acuerdo con la pregunta ¿Cree usted que, aplicando una buena gestión de calidad, su empresa ocuparía un buen puesto en el mercado? Obteniendo el 100% de las empresas donde indican que, aplicando una buena gestión de calidad, su empresa ocuparía una buena posición en el mercado, ¿Su empresa cuenta con procesos estandarizados? Obteniendo el 82% de las empresas donde indican que, su empresa cuenta con procesos estandarizados, ¿Tiene definido los pasos a seguir para la atención al cliente? obteniendo el 91% de las empresas donde indican que, su empresa tiene definido los pasos a seguir para la atención al cliente; de acuerdo a ello se llegó a la conclusión que, las Mypes del sector comercial, distribuidoras mayoristas, consideran necesaria la aplicación de nuevas técnicas de atención al cliente para ser más competitivos en el mercado.

Palabras claves: Atención al Cliente, Gestión de calidad, Mypes, servicio.

ABSTRAC

The preparation of the present investigation was to determine the quality management under the focus of customer service in the Mypes of the commercial sector, wholesale distributors, Callería district, year 2018. Therefore, the research methodology that was characterized by be of the quantitative type, descriptive level, non-experimental, transversal and descriptive design. In the field work a survey was conducted where a structured questionnaire of 15 questions was applied, obtaining the following results: You agree with the question Do you think that, applying good quality management, your company would occupy a good position in the market? Obtaining 100% of the companies where they indicate that, applying good quality management, your company would occupy a good position in the market, does your company have standardized processes? Obtaining 82% of the companies where they indicate that, your company has standardized processes, do you have defined the steps to follow for customer service? Obtaining 91% of the companies where they indicate that, your company has defined the steps to follow for the attention to the client; Accordingly, it was concluded that the Mypes of the commercial sector, wholesale distributors, consider it necessary to apply new customer service techniques to be more competitive in the market.

Keywords: Customer Service, Quality Management, Mypes, service.

INDICE GENERAL

<i>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN</i>	<i>i</i>
<i>EQUIPO DE TRABAJO</i>	<i>ii</i>
<i>FIRMA DEL JURADO</i>	<i>iii</i>
<i>AGRADECIMIENTO</i>	<i>iv</i>
<i>DECLARATORIA</i>	<i>v</i>
<i>RESUMEN</i>	<i>vi</i>
<i>ABSTRAC</i>	<i>vii</i>
<i>INDICE GENERAL</i>	<i>viii</i>
<i>INDICE DE TABLAS</i>	<i>x</i>
<i>INDICE DE GRAFICOS</i>	<i>xi</i>
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Planeamiento De La Investigación	2
1.1.1 Planteamiento del Problema	2
1.1.1.1 Caracterización del Problema	2
1.1.1.2 Enunciado del Problema	2
1.2 Objetivos de la Investigación	2
1.2.1 Objetivo General	2
1.2.2 Objetivos Específicos	3
1.3 Justificación de la Investigación	3
2. REVISION DE LA LITERATURA	3
2.1 Antecedentes de la investigación	3
2.1.1 Antecedentes Internacionales	3
2.1.2 Antecedentes Nacionales	6
2.1.3 Antecedentes Locales	8
2.2 Bases Teóricas de la Investigación	11
2.2.1 Gestión de la Calidad	11
2.2.1.1 Enfoques fundamentales para la Gestión de la Calidad	12
2.2.2 Enfoque de atención al cliente	14
2.2.3 Calidad en el Servicio	14
2.3 Marco Conceptual	15

3.	HIPÓTESIS	17
3.1	Hipótesis General	17
3.2	Hipótesis Específicas	17
4.	<i>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</i>	18
4.1	Tipo de Investigación	18
4.2	Nivel de investigación	18
4.3	Diseño de Investigación	18
4.3.1	No experimental	19
4.3.2	Descriptivo	19
4.3.3	Transversal	19
4.4	Universo y Muestra	19
4.4.1	Población	19
4.4.2	Muestra	19
4.5	Definición y Operacionalización de Variables	21
4.6	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	22
4.6.1	Técnicas	22
4.6.2	Instrumentos	22
4.7	Plan de análisis de datos	22
4.8	Matriz de Consistencia	23
4.9	Principios Éticos	26
5.	RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	27
5.1	Resultados	27
5.2	Análisis de los Resultados	41
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	44
6.1	Conclusiones	44
6.2	Recomendaciones	45
7.	<i>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</i>	46
	<i>ANEXOS</i>	48
1. -	Presupuesto	48
2. -	Cronograma	49
3.-	Matriz de datos	50
4.-	Cuestionario	51
5.-	Evaluación Turnitin	55

INDICE DE TABLAS

Tabla 01 Definición y Operacionalización de Variables	21
Tabla 02 Matriz de Consistencia.....	23
Tabla 03 Edad del encargado de la empresa es.....	27
Tabla 04 Sexo.....	28
Tabla 05 Grado de Instrucción.....	29
Tabla 06 ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?.....	30
Tabla 07 Usted ¿Se ha constituido como persona jurídica?.....	31
Tabla 08 ¿Cuál es el tiempo de gestión del administrador en su empresa?.....	32
Tabla 09 ¿Considera necesaria la aplicación de técnicas para la Atención al Cliente?.....	33
Tabla 10 ¿Cree usted que su empresa mantiene un buen uso de atención al Cliente?.....	34
Tabla 11 ¿Cómo puede mide su impacto en la atención al cliente?.....	35
Tabla 12 ¿Cree usted que la mejora en la atención al cliente crearía ventajas para su empresa?.....	36
Tabla 13 ¿Cree usted que hay otras empresas que se enfoquen en mejorar la atención al cliente?.....	37
Tabla 14 ¿Cree usted que la mejora en la atención al cliente pudiese generarle mayor rentabilidad a su empresa?.....	38
Tabla 15 Cree usted que mejorando la atención al cliente se incrementaría la competitividad de su empresa.....	39
Tabla 16 ¿Considera Ud. que ha aplicado todas las técnicas para mejorar el nivel de servicio de su empresa?.....	40

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 01 Edad del encargado de la empresa es.....	27
Gráfico 02 Sexo.....	28
Gráfico 03 Grado de Instrucción.....	29
Gráfico 04 ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?.....	30
Gráfico 05 Usted ¿Se ha constituido como persona jurídica?.....	31
Gráfico 07 ¿Cuál es el tiempo de gestión del administrador en su empresa?.....	32
Gráfico 08 ¿Considera necesaria la aplicación de técnicas para la Atención al Cliente?.....	33
Gráfico 09 ¿Cree usted que su empresa mantiene un buen uso de atención al Cliente?.....	34
Gráfico 10 ¿Cómo puede mide su impacto en la atención al cliente?.....	35
Gráfico 11 ¿Cree usted que la mejora en la atención al cliente crearía ventajas para su empresa?.....	36
Gráfico 12 ¿Cree usted que hay otras empresas que se enfoquen en mejorar la atención al cliente?.....	37
Gráfico 13 ¿Cree usted que la mejora en la atención al cliente pudiese generarle mayor rentabilidad a su empresa?.....	38
Gráfico 14 Cree usted que mejorando la atención al cliente se incrementaría la competitividad de su empresa.....	39
Gráfico 15 ¿Considera Ud. que ha aplicado todas las técnicas para mejorar el nivel de servicio de su empresa?.....	40

1. INTRODUCCIÓN

Uno de los mayores desafíos que tienen que afrontar las Mypes, está la orientación a posicionarse en el mercado. El presente trabajo de investigación tiene como finalidad determinar el nivel de gestión, bajo el enfoque de atención a los clientes en las mypes del sector comercial; rubro distribuidora mayorista en el distrito de Callería.

La elaboración de la presente investigación fue para determinar la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial, distribuidoras mayoristas, distrito de Callería, año 2018. Por lo que se utilizó La metodología de investigación del tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal y descriptiva. En el trabajo de campo se realizó una encuesta donde se aplicó un cuestionario estructurado de 15 preguntas obteniendo los siguientes resultados: Se encuentra de acuerdo con la pregunta ¿Cree usted que, aplicando una buena gestión de calidad, su empresa ocuparía un buen puesto en el mercado? Obteniendo el 100% de las empresas donde indican que, aplicando una buena gestión de calidad, su empresa ocuparía una buena posición en el mercado, ¿Su empresa cuenta con procesos estandarizados? Obteniendo el 82% de las empresas donde indican que, su empresa cuenta con procesos estandarizados, ¿Tiene definido los pasos a seguir para la atención al cliente? obteniendo el 91% de las empresas donde indican que, su empresa tiene definido los pasos a seguir para la atención al cliente, ¿Recoge sugerencias reclamos o recomendaciones de los clientes? Obteniendo el 82% de las empresas donde indican que, su empresa acepta sugerencias, reclamos o recomendaciones de los clientes; justificándose por conocer si es que las mypes aplican estrategias de gestión de calidad de servicio al cliente.

1.1 Planeamiento De La Investigación

1.1.1 Planteamiento del Problema

1.1.1.1 Caracterización del Problema

Según lo investigado por fuentes diversas, la calidad de recursos humanos que enfoca cada autor se basa en muchos aspectos, como son la deficiencia de la selección del personal, carencia de un plan estratégico, limitaciones en las condiciones de trabajo, carencias de trabajo grupal, capacitación inadecuada, etc. Esto significa que según lo investigado, el nivel de calidad al servicio al cliente en lo que concierne a los Recursos Humanos, no está siendo practicada de mejor manera en todas sus dimensiones, existe una baja calidad de atención al cliente, en este sentido es por el desacuerdo en la estructura organizativa principalmente en la asignación del trabajo, resistencia a la actitud de cambio, estos y muchos factores más es una piedra en el camino para el desarrollo y posicionamiento en el mercado, de las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro distribuidoras mayoristas del distrito de Callería, año 2018.

1.1.1.2 Enunciado del Problema

¿Determinar si la adopción de una gestión basada en la calidad al servicio al cliente, mejoraría el posicionamiento de las distribuidoras mayoristas en el distrito de Callería año 2018?

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo General

Determinar si la gestión de calidad en servicio de Atención al cliente en las

mypes del sector comercial, distribuidoras mayoristas, del distrito de Callería, año 2018 ayudará a mejorar su posicionamiento en el mercado.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Conocer si las mypes del sector comercial, distribuidoras mayoristas del distrito de Calleria, enmarcan sus operaciones enfocadas en el cliente.
- Conocer si las mypes en el sector comercial, distribuidoras mayoristas del distrito de Callería, capacitan a su personal para brindar una experiencia de servicio al cliente.

1.3 Justificación de la Investigación

Es importante conocer en el ámbito de estudio todas las falencias que se muestra en la realidad; conocer si es que las mypes aplican estrategias de gestión de calidad de servicio al cliente donde les permita mejorar su posicionamiento en el mercado y lograr mayor rentabilidad.

Desde el punto de vista metodológico la propuesta de instrumentos de recolección y procesamiento de información refleja la realidad social; que nos servirá para poder interpretar los resultados obtenidos para nuestro proyecto de investigación, del sector comercio, rubro distribuidor de abarrotes en el distrito de Callería, año 2018 por lo cual la investigación se convertirá en antecedente para futuras investigaciones.

2. REVISION DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Villalba S. (2016), en su tesis denominada, “Análisis De Calidad Del Servicio

Y Atención Al Cliente En Azuca Beach, Azuca Bistro Y Q Restaurant, Y Sugerencias De Mejora” donde el autor menciona que hoy en día, la calidad en el servicio al cliente dentro de un restaurante, refleja una ventaja competitiva y el éxito en el desempeño de este, la misma que muestra el nivel de satisfacción de los consumidores respecto al servicio que fue entregado. Para conocer las necesidades y expectativas del cliente es indispensable medir sus opiniones con apreciaciones del servicio en general.

Se ha realizado una investigación de tipo descriptiva, con el objetivo de evaluar la calidad en el servicio y atención al cliente de tres restaurantes: “Azuca Beach”, “Azuca Latin Bistro” y “Q restaurant”, ubicados en la Plaza Foch sitio turístico y de entretenimiento de la ciudad de Quito. Así también, se ha evaluado el nivel de satisfacción laboral de los colaboradores que trabajan en estos tres lugares. Para ambas evaluaciones se tomó una muestra representativa de la población de clientes tanto internos como externos, a quienes se les aplicó una encuesta, con la finalidad de conocer sus expectativas y experiencias.

Finalmente, una vez realizadas las encuestas se pudo apreciar, una información más clara con respecto a las percepciones de los clientes y colaboradores. Con esta información y mediante el análisis de resultados se ha formulado una propuesta de mejora tanto para el servicio como para el clima laboral, misma que permita alcanzar el éxito en el desempeño de las operaciones de los restaurantes.

Intriago, E. (2017), en su tesis titulada, “Aplicación De Modelo Servqual Para Potencializar La Calidad Del Servicio En El Disney-Park, Quito”, donde el autor menciona que La presente investigación tuvo el objetivo de diseñar el modelo SERVQUAL para la medición de la satisfacción del usuario que contribuya a la

potenciación de la calidad del servicio en el Disney-Park de la ciudad de Quito, con proyección al 2017, aplicando la metodología deductiva, inductiva, cuantitativa, bibliográfica y de campo, con uso de la encuesta y el cuestionario de preguntas que se basa en cinco componentes que son: responsabilidad, confiabilidad, seguridad, empatía y bienes tangibles en donde se ingresó de los datos recolectados al programa de Excel, donde se registró la información del criterio de los usuarios que permitieron el análisis e interpretación de los resultados. Se evidencio el indicador de menor calificación fue la empatía en un 54,07% y la seguridad en 60,96% , por causa de la limitada capacitación del talento humano y las políticas que inobservan la protección de los bienes de los clientes en el interior del establecimiento de recreación, calificándose menor hacia el 70% que es la Aceptabilidad, proponiéndose alternativas que se refirieron a la implementación de cámaras de seguridad electrónica y un plan de capacitación para fortalecer los conocimientos del talento humano en la atención al cliente.

Villalba S. (2016), en su tesis denominada, “Análisis De Calidad Del Servicio Y Atención Al Cliente En Azuca Beach, Azuca Bistro Y Q Restaurant, Y Sugerencias De Mejora” donde el autor menciona que hoy en día, la calidad en el servicio al cliente dentro de un restaurante, refleja una ventaja competitiva y el éxito en el desempeño de este, la misma que muestra el nivel de satisfacción de los consumidores respecto al servicio que fue entregado. Para conocer las necesidades y expectativas del cliente es indispensable medir sus opiniones con apreciaciones del servicio en general.

Se ha realizado una investigación de tipo descriptiva, con el objetivo de evaluar la calidad en el servicio y atención al cliente de tres restaurantes: “Azuca Beach”, “Azuca Latin Bistro” y “Q restaurant”, ubicados en la Plaza Foch sitio turístico y de

entretenimiento de la ciudad de Quito. Así también, se ha evaluado el nivel de satisfacción laboral de los colaboradores que trabajan en estos tres lugares. Para ambas evaluaciones se tomó una muestra representativa de la población de clientes tanto internos como externos, a quienes se les aplicó una encuesta, con la finalidad de conocer sus expectativas y experiencias.

Finalmente, una vez realizadas las encuestas se pudo apreciar, una información más clara con respecto a las percepciones de los clientes y colaboradores. Con esta información y mediante el análisis de resultados se ha formulado una propuesta de mejora tanto para el servicio como para el clima laboral, misma que permita alcanzar el éxito en el desempeño de las operaciones de los restaurantes.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Peltroche E. (2016). En su Tesis titulada, “Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa R&S Distribuidores SAC en la ciudad de Trujillo, año 2016”. Donde el autor menciona que La presente investigación se realizó con el objetivo de analizar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa R&S Distribuidores SAC en la ciudad de Trujillo, año 2016. La investigación es descriptiva de diseño no experimental de corte transversal y se realizó un cuestionario a 226 clientes con el propósito de identificar el nivel de calidad de servicio y el nivel de la satisfacción del cliente con relación al servicio brindado por la empresa R&S Distribuidores SAC. Concluyendo que entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente existe una relación moderada y directa, donde el coeficiente de correlación de Spearman es 0.569. También se identificó el nivel de la calidad de servicio que es alto en un 83% y el nivel de la satisfacción del cliente que es alto en un

78%.

Vega, J. (2017), en su tesis denominada, “Calidad de servicio y la satisfacción del cliente mayorista, del rubro de abarrotes del centro comercial la Unión Canto Grande S.J.L. en el año 2017”. Donde determino en sus resultados que La presente investigación de tesis que tiene como título “calidad de servicio y la satisfacción del cliente mayorista del rubro de abarrotes del centro comercial La Unión Canto Grande S.J.L. en el año 2017, presenta como objetivo general determinar la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente mayorista del rubro de abarrotes del centro comercial La Unión Canto Grande S.J.L., para tal propósito se realizó una investigación aplicada de nivel descriptivo correlacional, las teorías de soporte que se emplea es Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) para la variable calidad de servicio y Kotler (1989) para la variable satisfacción del cliente. Para la obtención de los datos se elaboró un cuestionario con 30 ítems por cada variable, la cual fue validada por 5 expertos temáticos y metodólogos, y posteriormente se realizó el censo poblacional a toda la población de 54 clientes mayoristas, que cumplieron los criterios de inclusión y exclusión. El procesamiento de los datos se realizó en el SPSS 22. Se llega a la conclusión en cuanto a los resultados de la prueba estadística Rho de spearman que muestra un coeficiente de correlación de 0.885 con un nivel de significación bilateral de 0.000, En valores porcentuales el índice de correlación nos muestra que existe un 88.5% de correlación entre las dos variables, que se califica como un nivel de correlación alta.

Muñoz G. (2017). En su Tesis denominada “Influencia Del Crm En El Proceso De Atención A Clientes En La Distribuidora Del Sur C&D Eirl De La Provincia De Ica” donde el autor menciona que, la presente investigación se desarrolló con el objetivo de determinar de qué manera el uso del CRM influye en la atención de los clientes de la distribuidora del sur, para lo cual se recopiló la información bibliográfica de diversas fuentes para respaldar la investigación, posteriormente se recogieron los

datos sobre el proceso con cada uno de los actores del proceso.

La información recogida muestra el poco desarrollo que tiene la distribuidora del Sur en el empleo de tecnología, lo que no permite su desarrollo, así como también su poco acceso a capitales para su desarrollo.

En opinión de los entrevistados consideran que una solución CRM beneficiara su empresa en cuanto a la gestión de los clientes, en tener una BD de clientes y oportunidades de los clientes.

Los resultados arrojan valores favorables con el uso del sistema automatizado, por un lado, los tiempos en buscar información de clientes, vendedores, productos y proveedores arrojan una disminución del 94,9%, para el tiempo en calcular la venta se logró ser eficiente al reducir los tiempos en un 97,52%, en cuanto a las devoluciones el resultado ha sido beneficiado en un 12,5%, con estos resultados pudimos realizar las conclusiones y recomendaciones finales de la investigación.

2.1.3 Antecedentes Locales

Ramirez K. (2018). En su Tesis denominada, “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, venta de repuestos para motocicletas, distrito de Yarinacocha, año 2018”. Donde el autor menciona que, La realización de esta tesis fue para determinar la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, Venta de Repuestos para Motocicletas, distrito de Yarinacocha, año 2018. La metodología de investigación se caracterizó por ser del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, descriptiva y correlacional. En el trabajo de campo se realizó una encuesta

donde se aplicó un cuestionario estructurado de 19 preguntas obteniendo los siguientes resultados: del microempresario en su mayoría representa el rango “de 29 a 39 años” 57,1%; gerenciados por emprendedores de sexo masculino 71,4%; la mayoría también sin estudios concluidos 57,1%. De la empresa: las mypes de venta de repuestos para motocicletas, tiene presencia en el mercado de “4 a 6 años” (57,1%) y cuentan de 1 a 4 colaboradores; el 71,4% no conoce la práctica de gestión de calidad; asimismo carece de visión, misión y valores y no hace uso de las herramientas para monitorear la gestión; tampoco se interesa por conocer las necesidades futuras de sus clientes. Respecto a Atención del Cliente: las mypes no realizaron inversión alguna para mejorar el servicio (57,1%) pero su gerencia si se involucra en la mejora de atención al cliente; por la naturaleza del negocio si existe un servicio de post venta. Las mypes del rubro reconocen que una buena atención, representa nuevos clientes (85,7%). Finalmente, los microempresarios del sector comercial, venta de repuestos para motocicletas no realizan de medición para satisfacción del cliente (71,4%).

Vargas, M. (2017), en su tesis denominada, “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente de las mypes en el sector comercial rubro distribuidoras de abarrotes, distrito de Callería, año 2017”, se concluye que La presente investigación titulada “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes en el sector comercial, rubro distribuidoras de abarrotes, distrito de Callería, año 2017” tuvo como principal objetivo determinar la gestión y acciones a brindar atención al cliente. Se tuvo como características de metodología de investigación, que es cuantitativa, nivel descriptivo, de diseño no experimental, descriptivo y correlacional. En la realización de la encuesta se elaboró un cuestionario estructurado de 19 preguntas, donde se obtuvo como resultados que las mypes del sector en estudio en su mayoría no tienen

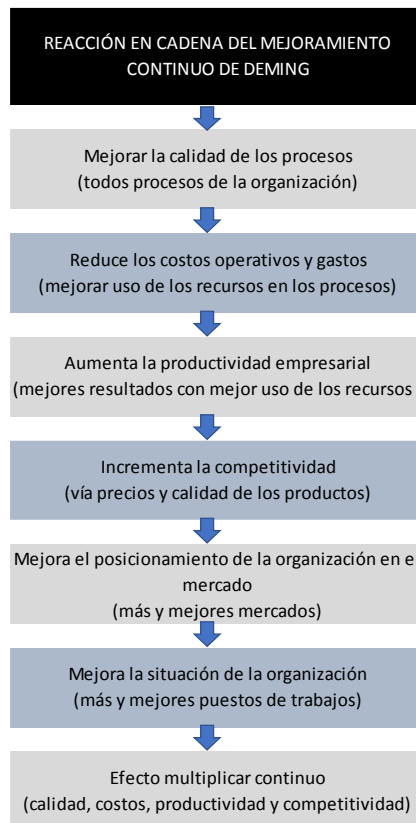
organigrama, muy pocas tienen manual de organización y funciones, tampoco existe el hábito de utilizar técnicas en la administración, carecen de misión y visión, lo que configura una administración empírica; siendo el hallazgo más importante que según los propios propietarios toman sus decisiones empresariales en base a la experiencia sin reportes o informes técnicos. Es por ello, que carecen de plan de negocio vigente. En lo que respecta a atención al cliente, tienen avances de conocer a su cliente objetivo y su segmento de mercado, pero no existe un plan enfocado a mejorar la atención al cliente.

Vargas M. (2017), en su tesis denominada, “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente de las mypes en el sector comercial rubro distribuidoras de abarrotes, distrito de Callería, año 2017”, se concluye que La presente investigación tuvo como principal objetivo determinar la gestión y acciones a brindar atención al cliente. Se tuvo como características de metodología de investigación, que es cuantitativa, nivel descriptivo, de diseño no experimental, descriptivo y correlacional. En la realización de la encuesta se elaboró un cuestionario estructurado de 19 preguntas, donde se obtuvo como resultados que las mypes del sector en estudio en su mayoría no tienen organigrama, muy pocas tienen manual de organización y funciones, tampoco existe el hábito de utilizar técnicas en la administración, carecen de misión y visión, lo que configura una administración empírica; siendo el hallazgo más importante que según los propios propietarios toman sus decisiones empresariales en base a la experiencia sin reportes o informes técnicos. Es por ello, que carecen de plan de negocio vigente. En lo que respecta a atención al cliente, tienen avances de conocer a su cliente objetivo y su segmento de mercado, pero no existe un plan enfocado a mejorar la atención al cliente.

2.2 Bases Teóricas de la Investigación

E. Deming (1900-1993), “Padre de la denominada Gerencia de la Calidad Total (Total Quality Management – TQM) y reconocido por ser un facilitador de la reconstrucción de Japón, ayudó en la toma de conciencia de la necesidad de aplicar la calidad total en la organización, es decir la maximización de uso de los recursos”.

Edwards Deming, “con su aporte de reacción en cadena del mejoramiento de procesos, marcó un hito en la gestión de la organización, al tener efectos multiplicadores rápidos para adquirir la ansiada competitividad organizacional”.



Fuente: Un Proceso Estratégico, Fernando D'Alessio

2.2.1 Gestión de la Calidad

“Si la calidad es lo que buscamos como el punto final entonces la gestión de la calidad es el proceso para llegar allí. En consecuencia, se necesita desarrollar una

comprensión adecuada de lo que significa esta idea, en este contexto, no existe una definición sencilla que encapsule todo este concepto; en su lugar debemos tener en cuenta los principios clave para la gestión de la calidad y aceptarlos de una forma holística, como parte de un todo”.

“Si estamos interesados en proporcionar valor a los clientes, debemos considerar cómo podemos mejorarlo, para ello hay una serie de enfoques que son fundamentales para la práctica de la Gestión de la Calidad”. Vázquez, A. (2015)

2.2.1.1 Enfoques fundamentales para la Gestión de la Calidad:

- 1. Enfoque al cliente:** “Si queremos crear valor para nuestros clientes tenemos que ser obsesivos con entender a nuestros clientes, sus necesidades y expectativas”.
- 2. Enfoque estratégico:** “La gestión de la calidad debe ser una tarea estratégica. Si las empresas quieren sobrevivir y avanzar a través de la entrega de valor a sus clientes entonces deben tratar esto como un objetivo estratégico clave, para ello se debe dar la creación de una visión estratégica y la implementación de ésta en toda la empresa mediante objetivos y acciones asociadas que implican un compromiso y enfoque a largo plazo”.
- 3. Liderazgo Enfocado:** “Nada sucede, en cualquier organización, sin el compromiso de los líderes, su conducción activa de la estrategia y un compromiso positivo constante con su aplicación”.
- 4. Enfoque en procesos:** “Las organizaciones han estado obsesionadas con los resultados demasiado tiempo. Los resultados son impulsados por la aplicación efectiva de los procesos correspondientes. El énfasis debe pasar

de la evaluación del resultado al desarrollo y control de procesos para entregar valor al cliente. Debemos cuidar las fronteras departamentales que a menudo tienen un efecto perjudicial en el proceso de negocio global”.

- 5. Orientación a las personas:** “La Gestión de la Calidad se trata fundamentalmente de las personas. Los procesos sólo son eficaces en la entrega de valor para el cliente si se asocian con comportamientos apropiados de los individuos involucrados. Un excelente proceso puede ser dañado por un miembro de equipo desmotivado o mal entrenado. Un aspecto importante de la gestión de la calidad es la creación de una fuerza de trabajo motivada y con la capacidad de trabajar con y en procesos para maximizar el valor del cliente”.
- 6. Enfoque científico:** “La gestión de la calidad se basa fundamentalmente en el método científico: Planificar, Hacer, Verificar y Actuar. Donde se evalúan las decisiones basadas en la evidencia y los datos, dichas evaluaciones son, a su vez, utilizadas para impulsar nuevas iteraciones de acción. Esto es apoyado por el uso apropiado de herramientas analíticas para aprovechar el máximo de información a partir de los datos disponibles”.
- 7. Mejora Continua, Innovación y Aprendizaje:** “En el corazón de la Gestión de Calidad se encuentra la insatisfacción con el status quo. La mejora de procesos en una organización, no se trata simplemente de responder a problemas (aunque esto es necesario) se trata de buscar soluciones en forma proactiva, aprendiendo acerca de los procesos, de los

clientes y de sus comportamientos para mejorar las prácticas existentes o para innovar en el desarrollo de nuevos mercados, procesos y prácticas”.

“Podemos gestionar o administrar la calidad y para tal debemos entender sus enfoques: enfoque al cliente, enfoque estratégico, liderazgo enfocado, conocimiento de los procesos, orientación a las personas, enfoque científico, innovación y aprendizaje como resultado mejora de los procesos en su totalidad. Siendo así que la Gestión de la Calidad es mejor vista con un enfoque holístico que implica la suma de todas estas partes”. Vázquez, A. (2015)

2.2.2 Enfoque de atención al cliente

Calderón N. (2002). “Nos dice que el servicio de atención al cliente es el conjunto de actividades que se interrelacionan, con el fin de que el cliente termine satisfecho con el servicio o producto que se le brinda. Un buen servicio al cliente puede llegar al éxito de la empresa para las ventas más poderosas y así generar clientes fieles a la organización, atraer un nuevo cliente es un gran reto para las empresas por lo que las compañías han optado por poner mecanismos adecuados y establecidos sobre mejores tratos y servicio al usuario”.

2.2.3 Calidad en el Servicio

“Este concepto se resume en las percepciones de calidad que están basadas en las necesidades individuales, experiencias pasadas, recomendaciones y comunicaciones. Estas percepciones resultan de la comparación de las expectativas de los consumidores con el desempeño actual del servicio; además no se evalúa solamente el resultado sino todo el proceso que estuvo involucrado en la entrega misma del servicio. Entonces, calidad en el servicio queda en un concepto subjetivo ya que cada consumidor tiene una percepción diferente de acuerdo a su experiencia y a sus

expectativas”.

De acuerdo con Parasuraman (1985), y otros investigadores, “la calidad percibida del servicio es un juicio que engloba varias cosas, ellos afirman que dicha percepción es el resultado de la comparación de expectativas con opiniones sobre el desempeño, y que la calidad en el servicio se relaciona con la satisfacción, pero no es equivalente .

La calidad que una empresa brinda a sus clientes puede medirse de acuerdo a los lineamientos establecidos internamente o incluso puede cumplir con estándares internacionales. Por ejemplo: Una empresa certificada bajo la norma ISO 9001 garantizan a sus clientes que ha implementado un sistema para asegurar que cualquier producto o servicio que ofrezca cumplirá con normas internacionales de calidad. Sin embargo, dichos controles no garantizan que los clientes perciban un determinado nivel de calidad en el servicio y este nivel no se puede verificar hasta que el servicio ha sido brindado al cliente .

Para el cliente, evaluar la calidad en el servicio significa:

- El tiempo de esperar a ser atendido.
- Disponibilidad en horarios convenientes.
- Tiempo que toma en resolver un asunto o problema.
- Acceso al servicio mediante múltiples canales.
- Información que brinda la empresa.

2.3 Marco Conceptual

- Gestión

“Se denomina gestión al correcto manejo de los recursos de los que dispone una determinada organización, como, por ejemplo, empresas, organismos

públicos, organismos no gubernamentales, etc. El término gestión puede abarcar una larga lista de actividades, pero siempre se enfoca en la utilización eficiente de estos recursos, en la medida en que debe maximizarse sus rendimientos”. (<http://definicion.mx/gestion/>).

- **Concepto de abarrotes**

“El concepto de abarrotes suele utilizarse para nombrar a los víveres o las provisiones que se necesitan para la subsistencia. Los abarrotes, en este sentido, son los abastos”.

- “La idea de abarrotes, por lo tanto, se usa en España para nombrar al comercio que también se conoce como tienda de ultramarinos. Este tipo de recinto comercial ofrece alimentos envasados o de venta al peso, desde panes hasta productos lácteos pasando por conservas. Los abarrotes, en algunos países sudamericanos, se denominan almacenes”.

- “La asociación entre los abarrotes y los ultramarinos se relaciona a que, en la antigüedad, estas tiendas comercializaban productos que llegaban de “ultramar” (es decir, del extranjero). En la actualidad, las tiendas de abarrotes son más amplias y venden tanto artículos de origen extranjero como de producción local”.

- “En los abarrotes suele haber uno o más mostradores, atendidos por los vendedores. En dichos mostradores hay balanzas, guillotinas y otros elementos que permiten, cuando es necesario, fraccionar los productos y calcular su peso para poder realizar el cobro correspondiente. Además de la venta de los artículos, en estos abarrotes se suelen consumir ciertos productos, como alimentos y bebidas, convirtiéndose en espacios de reunión social y

esparcimiento”.

- **Emprendedor**

“Los emprendedores son un conjunto de líderes que mueven su poder de influencia con los diferentes públicos y ambientes, a través de sus sueños y aspiraciones”.

“Los emprendedores son la “fortaleza y esperanza” de mucha gente, que espera y anhela poder integrarse, trabajar, aportar y desarrollar su potencial profesional/laboral en la Mype (sueño) del emprendedor”.

- **Servicio**

“Argumenta que el buen servicio al cliente se trata de hacer que los clientes regresen. Y también de hacer que se vayan felices lo suficiente para pasar comentarios positivos a otros”.

“Es un proceso y una estrategia que se puede instalar y desarrollar a voluntad en cualquier empresa”.

“Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo”.

3. HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis General

La imagen de comercio confiable y seguro que deben ganar las distribuidoras mayoristas del distrito de Callería, serán producto de la adopción de una gestión basada en las prácticas de gestión de calidad, enfocadas en la atención al cliente.

3.2 Hipótesis Específicas

- La práctica de un plan de atención al cliente y revisado periódicamente, permitirá brindar un servicio sostenible y el posicionamiento de las microempresas del sector comercial, distribuidoras mayoristas del distrito de Callería, año 2018.
- Considerar la adopción de un plan de capacitación para la mejora de las actividades.

4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Tipo de Investigación

Es del tipo cuantitativa. En la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizarán procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

4.2 Nivel de investigación

Es de nivel descriptivo: para el desarrollo de la investigación se priorizará comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado.

4.3 Diseño de Investigación

El diseño de esta investigación será no experimental – transversal- descriptivo. Es decir, la recolección de datos se efectuará en un solo momento, en un tiempo único.



Dónde:

M = Muestra conformada por las microempresas a encuestar.

O = Observación de las variables: Gestión bajo enfoque de atención al cliente.

4.3.1 No experimental

La investigación es no experimental. Porque la investigación se realizará sin

manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se muestran dentro de su contexto.

4.3.2 Descriptivo

La investigación tendrá carácter descriptivo. Sólo se describirán las partes más relevantes de las variables en estudio.

4.3.3 Transversal

Es transversal, porque el estudio se realizó en un determinado espacio de tiempo.

4.4 Universo y Muestra

4.4.1 Población

La población está constituida por doce (12) micro y pequeñas empresas dedicadas al Sector Servicio, Rubro Distribuidoras Mayoristas; para tal efecto se acudió a fuentes de información como la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo y SUNAT.

4.4.2 Muestra

De acuerdo a la determinación de la población y por decisión de la investigación, se optará por investigar las 12 de las Micro y Pequeñas Empresas del al Sector Servicio, Rubro Distribuidoras Mayoristas de la ciudad de Pucallpa.

LISTADO DE EMPRESAS ENCUESTADAS PARA LA INVESTIGACION

ITEM	RAZON SOCIAL	REPRESENTANTE	DIRECCION
01	Distribuidora los Fenicios E.I.R.L.	Barzola Esteban Vda de Cañari Berta Trinidad	Av. Saenz Peña Nro. 1042
02	Distribuidora patita pucallpa s.a.c	Garcia jimenez nancy elizabeth	Jr. Bolivar nro. 509
03	Lancero s.a.c.	Iriarte talledo oscar eduardo	Av. Arborizacion nro. 142b
04	Total distribuidores e.i.r.l.	Pereyra pereyra elivaldo	Jr. Jose del carmen cabrejos nro. 158
05	Makro distribuidores e.i.r.l.	Pereyra pereyra eliecio	Jr. Cahuide nro. 428
06	Distribuciones chemaster e.i.r.l.	Lopez povos victor raul	Jr. Maya de britto nro. 335
07	Comercial michael e.i.r.ltda.		Avenida bellavista, 701
08	Disgol.com e.i.r.l.	Vela alcedo yoya monica	Jr. Ucayali nro. 330
09	Comercializadora garo s.a.c.	Ramirez fernandez amner felix	Jr. Ucayali nro. 298
10	Comercializadora daniela e.i.r.l.	Mallqui lizarbe liliana	Jr. Ucayali nro. 200
11	Grupo david eirl	Huaman huancas alidia	Jr. Teniente claverro nro. 294
12	Comercial Jean Pierre E.I.R.L.	Arenales Lopez Orlando Andres	Jr Libertad Nro 604 Cercado

4.5 Definición y Operacionalización de Variables

Tabla 01: Definición y Operacionalización de variables e indicadores.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL:	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de Calidad bajo el enfoque de la atención al cliente.	<p>El enfoque consiste en satisfacer las necesidades de los clientes, incluyendo también las expectativas. Cada vez que interactuamos con un cliente existe la posibilidad de crear más valor para éste. Comprender las necesidades presentes y futuras, tanto de los clientes como de otras partes interesadas como por ejemplo proveedores, garantiza el continuo éxito de una organización.</p> <p>Fuente: aprendiendocalidadyadr.com</p>	Se elaborará un cuestionario estructurado con 15 preguntas conteniendo 04 preguntas en gestión de calidad.	Gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Plan de Calidad ➤ Mejora Continua 	Nominal
		Se elaborará un cuestionario estructurado con 15 preguntas conteniendo 04 preguntas en capacitación en atención al cliente.	Capacitación en Atención al Cliente	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Grado de Satisfacción 	Nominal
		Se elaborará un cuestionario estructurado con 15 preguntas conteniendo 04 preguntas en nivel de servicio en atención al cliente.	Nivel de Servicio en atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Grado de Satisfacción 	Nominal

Fuente: Elaborado por Agayt Rivera

4.6 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Méndez (1999, p.143) define a las fuentes y técnicas para recolección de la información como los hechos o documentos a los que acude el investigador y que le permiten tener información.

4.6.1 Técnicas

- Observación
- Encuesta
- Entrevista.

4.6.2 Instrumentos

Con la finalidad de recoger datos de las mypes seleccionadas como fuente de investigación, se elaboró un cuestionario estructurado presentados en una encuesta.

4.7 Plan de análisis de datos

Losada, José Luis y López-Feal, Rafael (2003:103): "Analizar datos es averiguar qué relaciones subyacen en los datos, descubrir las relaciones que pueden existir entre variables. Las formas de análisis cuantitativo que son posible aplicar a los registros observacionales son muy variadas. En Sackett estas formas se agrupan en dos clases: análisis secuencial y análisis no secuencial. El no secuencial abarca métodos como el análisis factorial, de la varianza, discriminante, que son comunes a medidas de diferentes procedencias, incluida la observación directa. El secuencial abarca procedimientos desarrollados en el ámbito específico de esta metodología, que tratan la conducta como un proceso estocástico".

Los datos recolectados en la investigación se analizarán haciendo uso de la estadística descriptiva, para la tabulación de los datos se tendrá como soporte el programa Excel, del cual se elaborará los cuadros estadísticos según corresponda.

4.8 Matriz de Consistencia

Tabla 02: Matriz de Consistencia de “Gestión De Calidad Bajo El Enfoque De Atención Al Cliente En Las Mypes Del Sector Comercial, Distribuidoras Mayoristas, Distrito De Callería, Año 2018”

PROBLEMA	¿La gestión de calidad en servicio de Atención al cliente en las mypes del sector comercial, distribuidoras mayoristas, del distrito de Callería, año 2018 ayudará a mejorar su posicionamiento en el mercado?	OBJETIVOS		VARIABLES	HIPOTESIS		METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	INDICADORES DEL INSTRUMENTO
				Objetivo General	Determinar si la gestión de calidad en servicio de Atención al cliente en las mypes del sector comercial, distribuidoras mayoristas, del distrito de Callería, año 2018 ayudará a mejorar su posicionamiento en el mercado.	Variable Gestión de Calidad bajo el enfoque de la atención al cliente.	Hipótesis General	La imagen de comercio confiable y seguro que deben ganar las distribuidoras mayoristas del distrito de Callería, serán producto de la adopción de una gestión basada en las prácticas de gestión de calidad, enfocadas en la atención al cliente.

	<p>¿Las mypes del sector comercial, distribuidoras mayoristas del distrito de Callería, enmarcan sus operaciones enfocadas en el cliente?</p> <p>¿Las mypes en el sector comercial, distribuidoras mayoristas del distrito de</p>	<p>Objetivo Especifico</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer si las mypes del sector comercial, distribuidoras mayoristas del distrito de Callería, enmarcan sus operaciones enfocadas en el cliente. • Conocer si las mypes en el sector comercial, distribuidoras mayoristas del distrito de Callería, capacitan a su personal para brindar una experiencia de servicio al cliente. 	<p>Hipótesis Específicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La práctica de un plan de atención al cliente y revisado periódicamente, permitirá brindar un servicio sostenible y el posicionamiento de las microempresas del sector comercial, distribuidoras mayoristas del distrito de Callería, año 2018. • Considerar la adopción de un plan de capacitación para la mejora de las actividades 	<p>Diseño de la Investigación:</p> <p>No experimental, transversal, descriptiva.</p>	<p>Población:</p> <p>Se determinará revisando los registros de la Sunat y Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.</p> <p>Muestra</p> <p>Se aplicará el muestreo por conveniencia.</p>
--	---	-----------------------------------	---	-------------------------------------	--	---	---

	¿Cayó, capacitan a su personal para brindar una experiencia de servicio al cliente?						
--	---	--	--	--	--	--	--

Fuente: Elaborado por Agayt Rivera

4.9 Principios Éticos

En la realización del proyecto se aplicará los principios fundamentales y universales de la ética en la investigación con los socios de las Pymes del rubro abarrotes del mercado minorista, de Pucallpa año 2018, los cuales son: El respeto entre las personas, igualdad y justicia. Los investigadores, las instituciones y la sociedad se encuentran obligadas a garantizar que estos principios se practiquen en cualquier investigación que se realice.

Respeto Por Las Personas: Es uno de los principios fundamentales para la investigación, por lo que se reconoce de la capacidad de las personas para tomar sus propias decisiones, es decir, su autonomía. El respeto por las personas que participan en la investigación se expresa a través del proceso de consentimiento informado. Es necesario tener prioridad a aquellos grupos vulnerables, pobres, niños, marginados, prisioneros. Lo cual esto podría ocasionar que pueden tomar malas decisiones empujados por su situación precaria o sus dificultades con la finalidad de salvaguardar su propia integridad.

Beneficencia: La beneficencia hace que el investigador sea responsable del bienestar físico, mental y social del participante. Esto implica no dañar o que los riesgos sean al mínimo, esto se conoce como principio de no maleficencia.

Justicia: El principio de justicia prohíbe exponer a riesgos a un grupo para beneficiar a otro, pues hay que distribuir de forma equitativa riesgos y beneficios. Así, por ejemplo, cuando la investigación se sufraga con fondos públicos, los beneficios de conocimiento o tecnológicos que se derivan deben estar a disposición de toda la población y no solo de los grupos privilegiados que puedan permitirse de costear el acceso a esos beneficios.

5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

5.1 RESULTADOS

CUESTIONARIO:

1. Edad del encargado de la empresa:

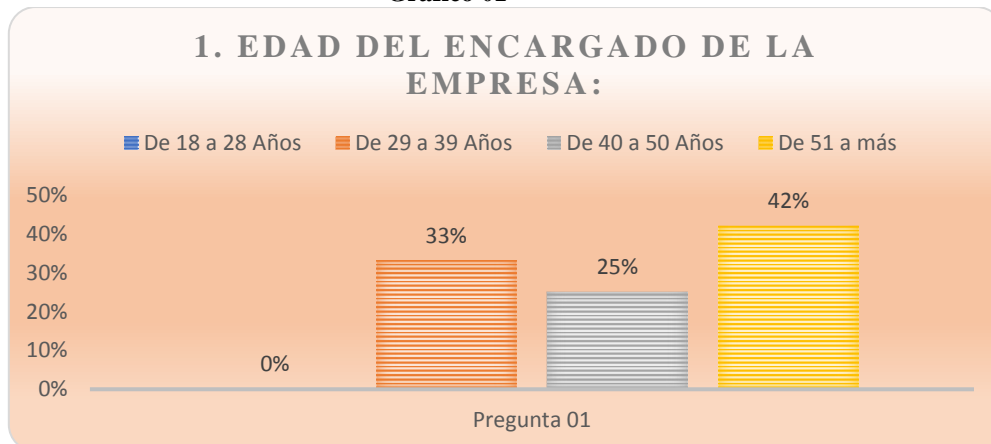
Tabla 03

	CANT.	%	ACUMULADO
De 18 a 28 Años	0	0%	0%
De 29 a 39 Años	4	33%	33%
De 40 a 50 Años	3	25%	58%
De 51 a más	5	42%	100%
TOTAL	12	100%	100%

Fuente: Encuesta realizada

Elaboración Propia

Gráfico 01



Fuente: Tabla 03

Elaboración Propia

Interpretación: En el presente gráfico se muestra el 0% (0) de los encargados de las empresas están en las edades de 18 a 28 años, el 33% (4) de los empresarios están en las edades de 29 a 39 años, 25% (3) de los empresarios están en las edades de 40 a 50 años y por último el 42% (5) tienen de 51 años a más encontrando la mayoría de los encargados se encuentran en este último rango.

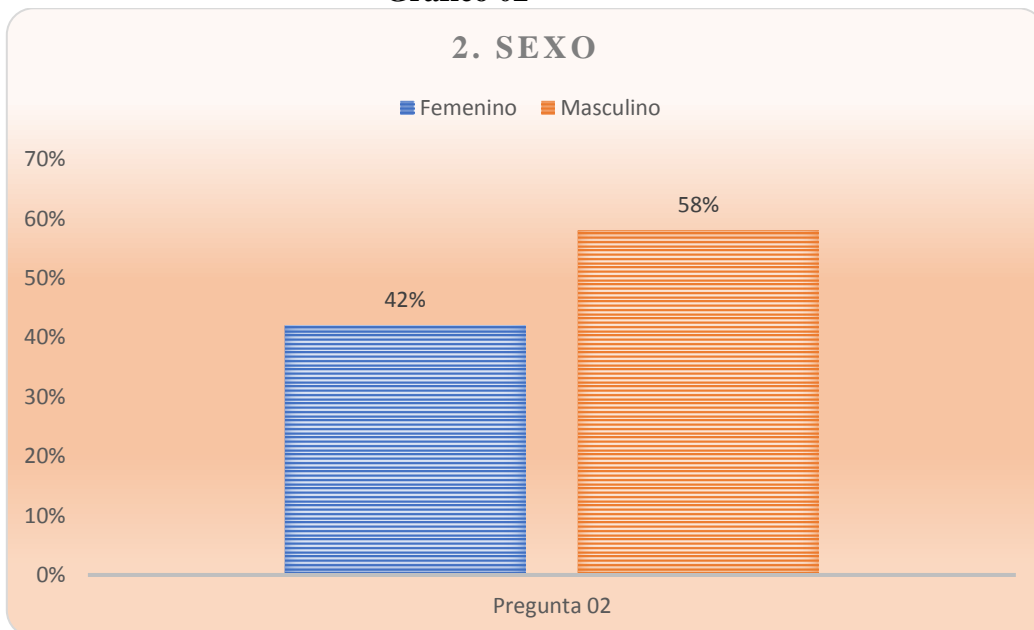
2. Sexo:

Tabla 04

	CANT.	%	ACUMULADO
Femenino	5	42%	42%
Masculino	7	58%	100%
TOTAL	12	100%	100%

Fuente: Encuesta realizada
Elaboración Propia

Gráfico 02



Fuente: Tabla 04
Elaboración Propia

Interpretación: En el presente gráfico se muestra el 42% (5) de los encargados de las empresas son de sexo Femenino y el 58% (7) de los encargados son de sexo masculino, encontrando que la mayoría de los encargados son de sexo masculino.

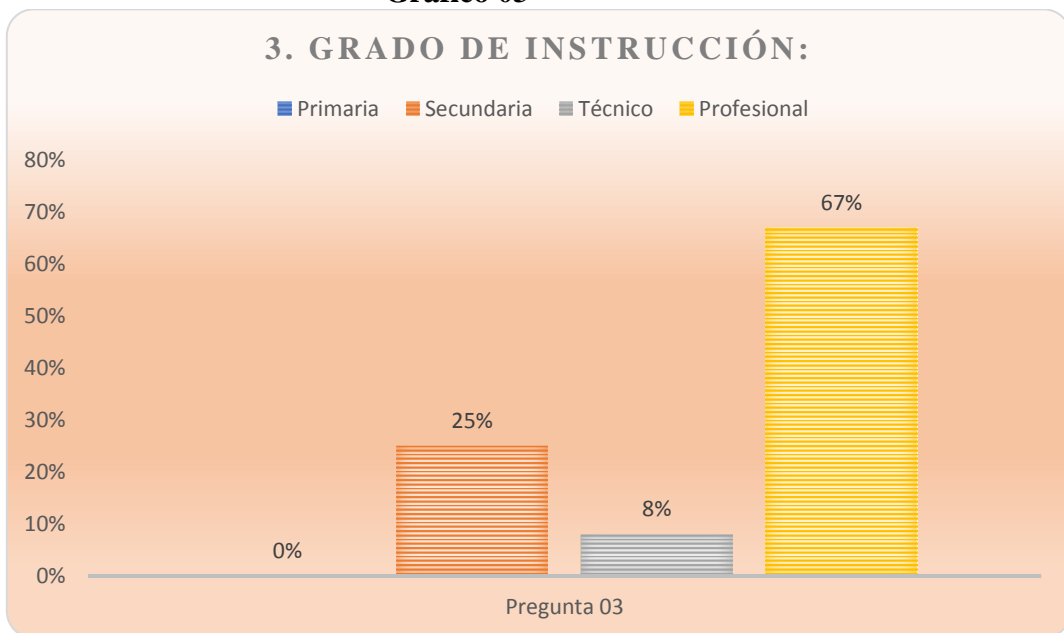
3. Grado de instrucción:

Tabla 05

	CANT.	%	ACUMULADO
Primaria	0	0%	0%
Secundaria	3	25%	25%
Técnico	1	8%	33%
Profesional	8	67%	100%
TOTAL	12	100%	100%

Fuente: Encuesta realizada
Elaboración Propia

Gráfico 03



Fuente: Tabla 05
Elaboración Propia

Interpretación: En el presente gráfico se muestra el 0% (0) de los encargados de las empresas están solo con nivel de estudios primaria, el 25% (3) de los encargados de las empresas solo tienen secundaria, el 8% (1) solo tiene nivel técnico y por último el 67% de los encargados tienen nivel profesional, encontrando la mayoría de los encargados se encuentran profesionalmente capacitados.

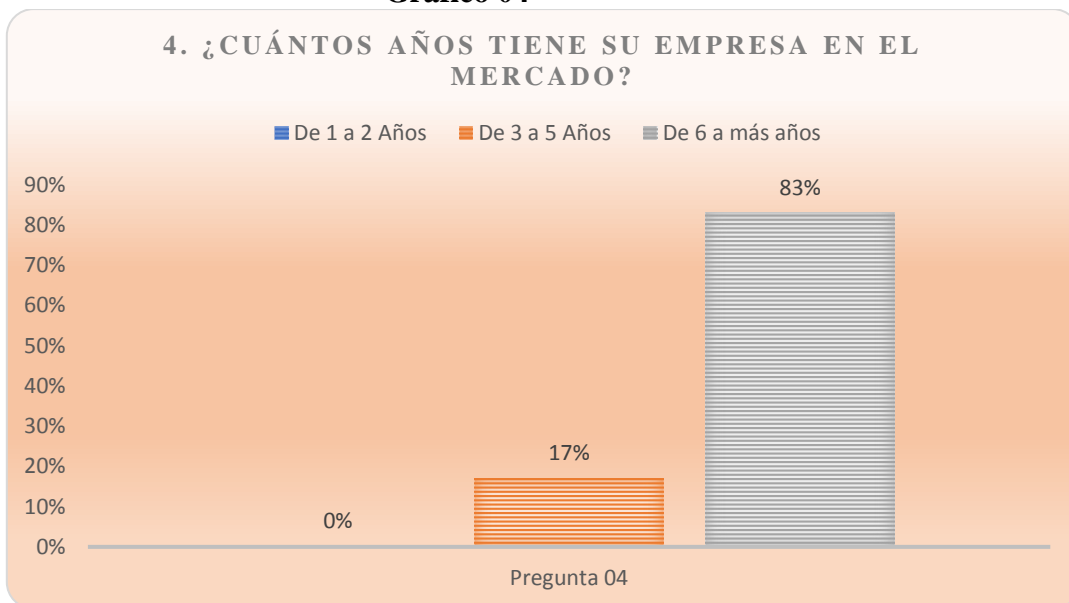
4. ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?

Tabla 06

	CANT.	%	ACUMULADO
De 1 a 2 Años	0	0%	0%
De 3 a 5 Años	2	17%	17%
De 6 a más años	10	83%	100%
TOTAL	12	100%	100%

Fuente: Encuesta realizada
Elaboración Propia

Gráfico 04



Fuente: Tabla 06
Elaboración Propia

Interpretación: En el presente gráfico de la totalidad de empresas, se muestra el 0% (0) de las empresas tienen de 1 a 2 años en el mercado, el 17% (2) tienen de 3 a 5 años en el mercado y por último el 83% (10) de las empresas ya llevan de 6 años a más en el mercado.

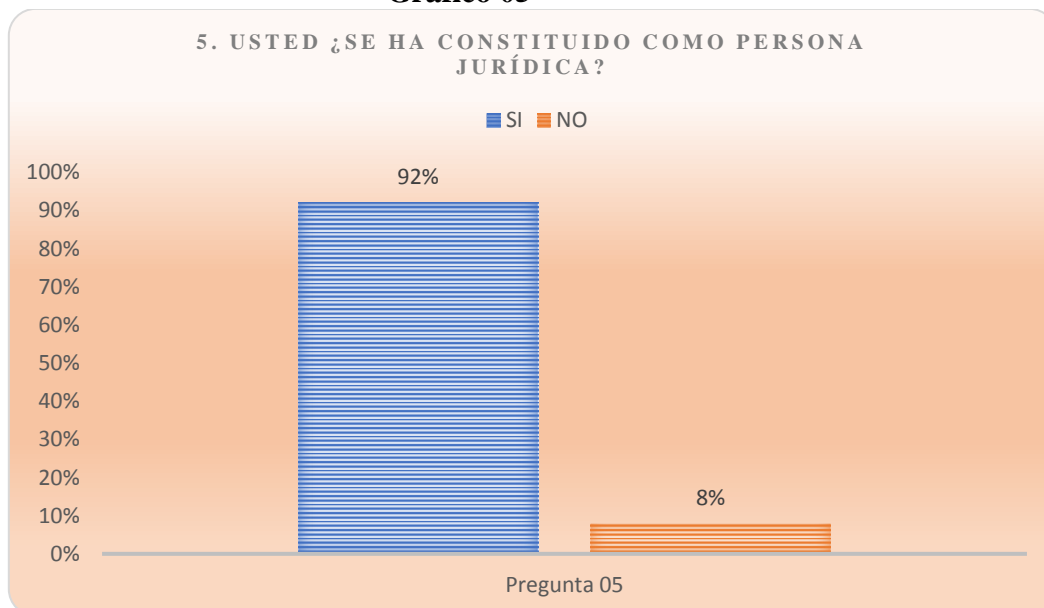
5. Usted ¿Se ha constituido como persona jurídica?

Tabla 07

	CANT.	%	ACUMULADO
Si	11	92%	92%
No	1	8%	100%
TOTAL	12	100%	100%

Fuente: Encuesta realizada
Elaboración Propia

Gráfico 05



Fuente: Tabla 07
Elaboración Propia

Interpretación: En el presente gráfico de la totalidad de empresas, se muestra el 92% (11) de las empresas se encuentran constituidas como persona jurídica y tan solo el 8% (1) aun esta como persona natural.

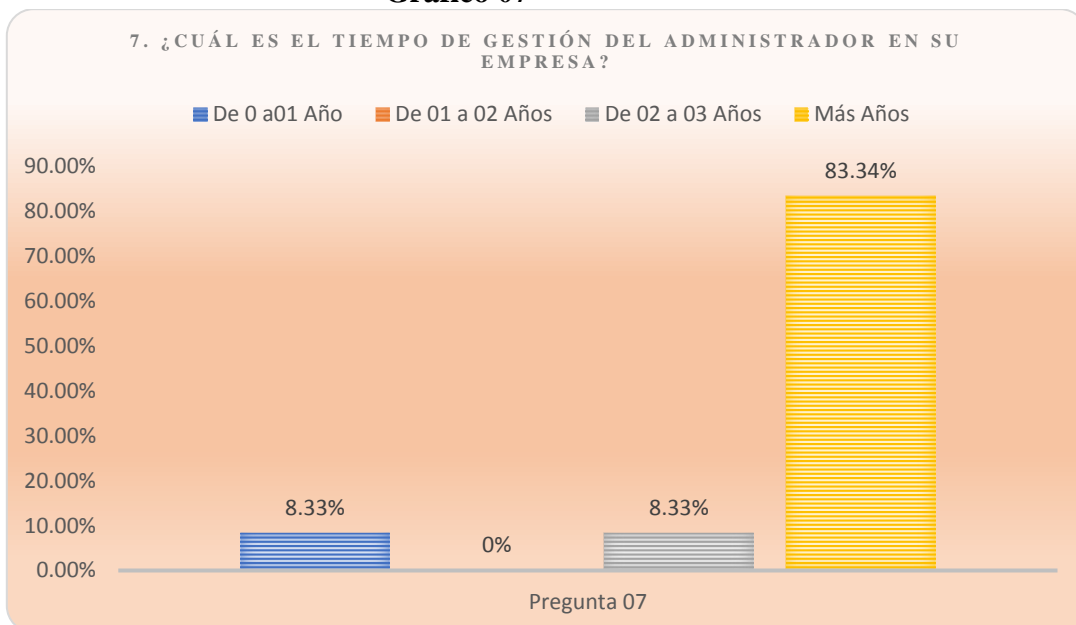
7. ¿Cuál es el tiempo de gestión del administrador en su empresa?

Tabla 08

	CANT.	%	ACUMULADO
De 0 a 01 Año	1	8.33%	8.33%
De 01 a 02 Años	0	0%	8.33%
De 02 a 03 Años	1	8.33%	16.66%
Más Años	10	83.34%	100%
TOTAL	12	100%	100%

Fuente: Encuesta realizada
Elaboración Propia

Gráfico 07



Fuente: Tabla 08
Elaboración Propia

Interpretación: En el presente gráfico de la totalidad de los encargados, se muestra el 8.33% (1) de los encargados de las empresas tienen de 0 a 01 año, no hay encargados que tengan de 01 a 02 años de gestión, el 8.33% (1) de los encargados tienen de 02 a 03 años de gestión y por último el 83.34% (10) de los encargados ya tienen más de 03 años de gestión.

8. ¿Considera necesaria la aplicación de técnicas para la Atención al Cliente?

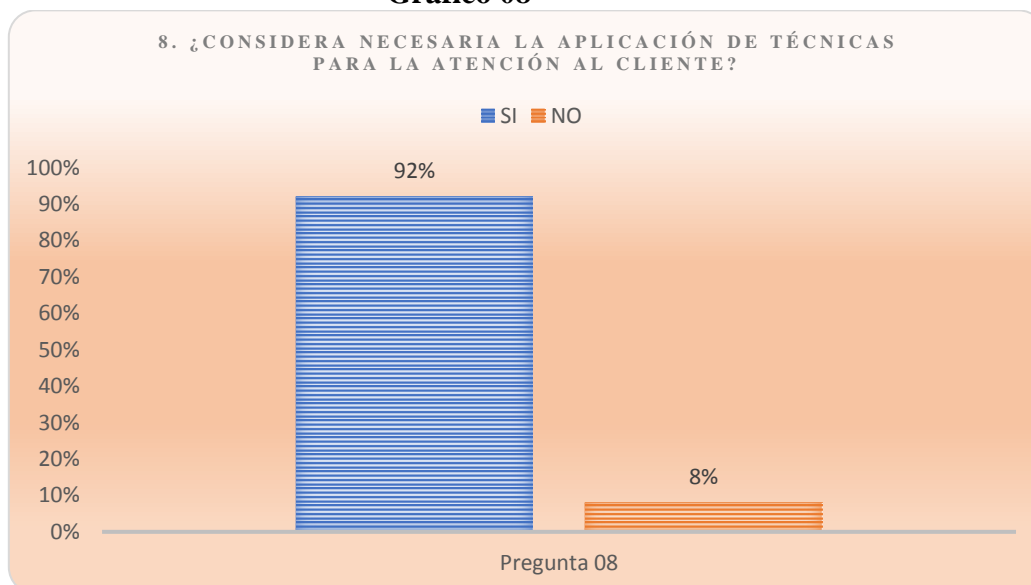
Tabla 09

	CANT.	%	ACUMULADO
Si	11	92%	92%
No	1	8%	100%
TOTAL	12	100%	100%

Fuente: Encuesta realizada

Elaboración Propia

Gráfico 08



Fuente: Tabla 09

Elaboración Propia

Interpretación: En el presente gráfico de la totalidad de empresas, se muestra el 92% (11) de las empresas considera necesaria la aplicación de técnicas para la atención al cliente y tan solo el 8% (1) no considera necesario.

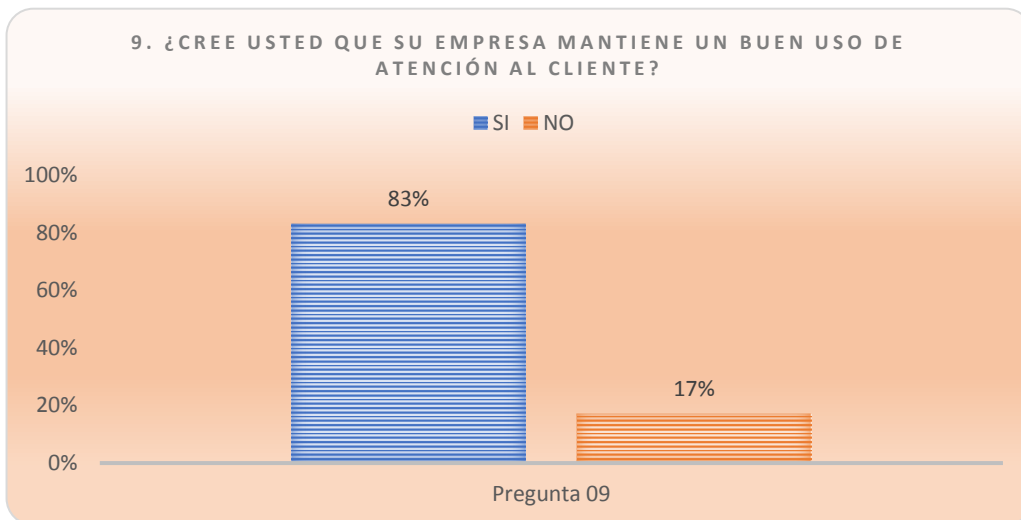
9. ¿Cree usted que su empresa mantiene un buen uso de atención al Cliente?

Tabla 10

	CANT.	%	ACUMULADO
Si	10	83%	83%
No	2	17%	100%
TOTAL	12	100%	100%

Fuente: Encuesta realizada
Elaboración Propia

Gráfico 09



Fuente: Tabla 10
Elaboración Propia

Interpretación: En el presente gráfico de la totalidad de empresas, se muestra el 83% (10) de las empresas mantienen un buen uso de atención al cliente y el 17% (2) no mantiene un buen uso.

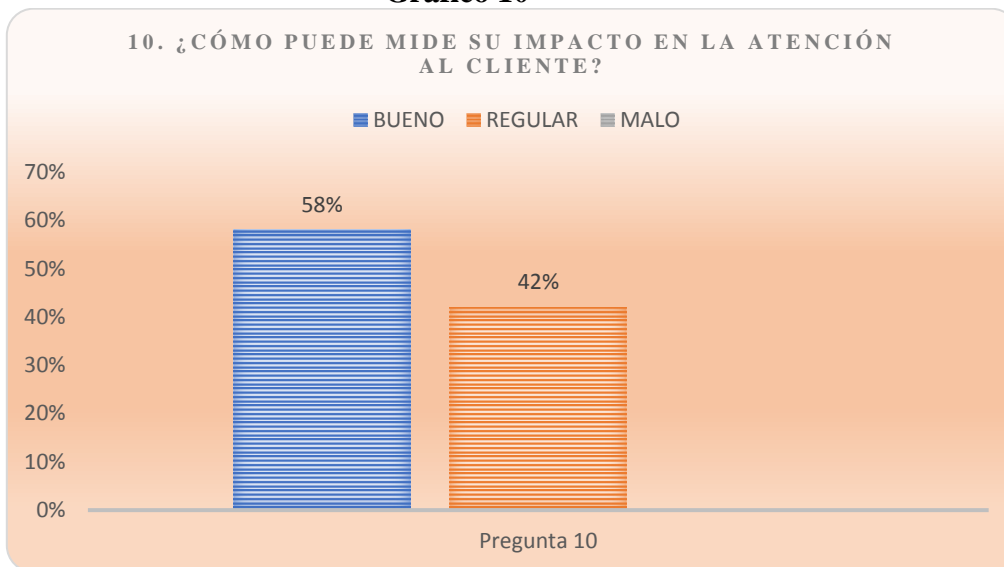
10. ¿Cómo puede medir su impacto en la atención al cliente?

Tabla 11

	CANT.	%	ACUMULADO
Bueno	7	58%	58%
Regular	5	42%	100%
Malo	0	0%	100%
TOTAL	12	100%	100%

Fuente: Encuesta realizada
Elaboración Propia

Gráfico 10



Fuente: Tabla 11
Elaboración Propia

Interpretación: En el presente gráfico de la totalidad de empresas, se muestra el 58% (7) de las empresas califican como bueno en su impacto en atención al cliente, el 42% (5) de las empresas califican como regular en su impacto atención al cliente y ninguna de las empresas considera que es malo su impacto de atención al cliente.

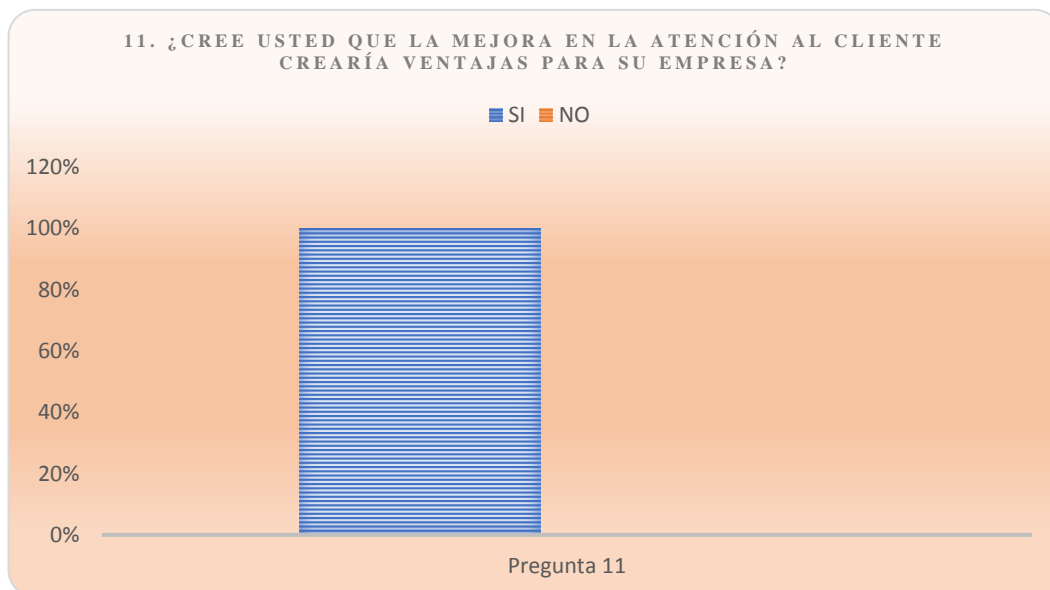
11. ¿Cree usted que la mejora en la atención al cliente crearía ventajas para su empresa?

Tabla 12

	CANT.	%	ACUMULADO
Si	12	100%	100%
No	0	0%	100%
TOTAL	12	100%	100%

Fuente: Encuesta realizada
Elaboración Propia

Gráfico 11



Fuente: Tabla 12
Elaboración Propia

Interpretación: En el presente gráfico de la totalidad de empresas, se muestra el 100% (12) de las empresas cree que la mejora en la atención al cliente crearía ventajas para su empresa y el 0% dice que no.

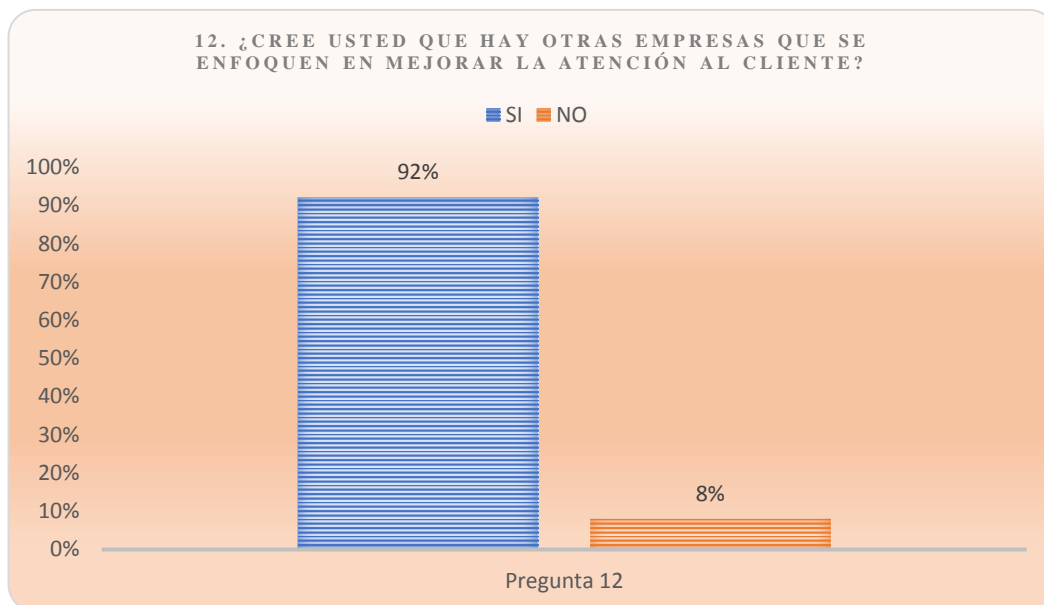
12. ¿Cree usted que hay otras empresas que se enfoquen en mejorar la atención al cliente?

Tabla 13

	CANT.	%	ACUMULADO
Si	11	92%	92%
No	1	8%	100%
TOTAL	12	100%	100%

Fuente: Encuesta realizada
Elaboración Propia

Gráfico 12



Fuente: Tabla 13
Elaboración Propia

Interpretación: En el presente gráfico de la totalidad de empresas, se muestra el 92% (11) de las empresas creen que hay otras empresas que se enfocan en mejorar la atención al cliente y el 8% (1) de las empresas indican que no hay.

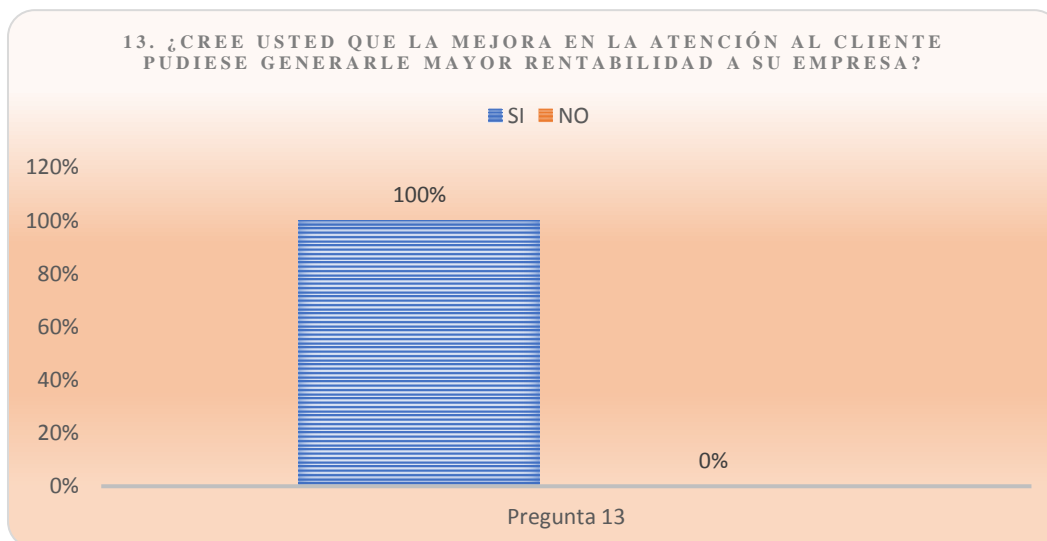
13. ¿Cree usted que la mejora en la atención al cliente pudiese generarle mayor rentabilidad a su empresa?

Tabla 14

	CANT.	%	ACUMULADO
Si	12	100%	100%
No	0	0%	100%
TOTAL	12	100%	100%

Fuente: Encuesta realizada
Elaboración Propia

Gráfico 13



Fuente: Tabla 14
Elaboración Propia

Interpretación: En el presente gráfico de la totalidad de empresas, se muestra el 100% (12) de las empresas creen que la mejora de atención al cliente pudiera generarle mejor rentabilidad.

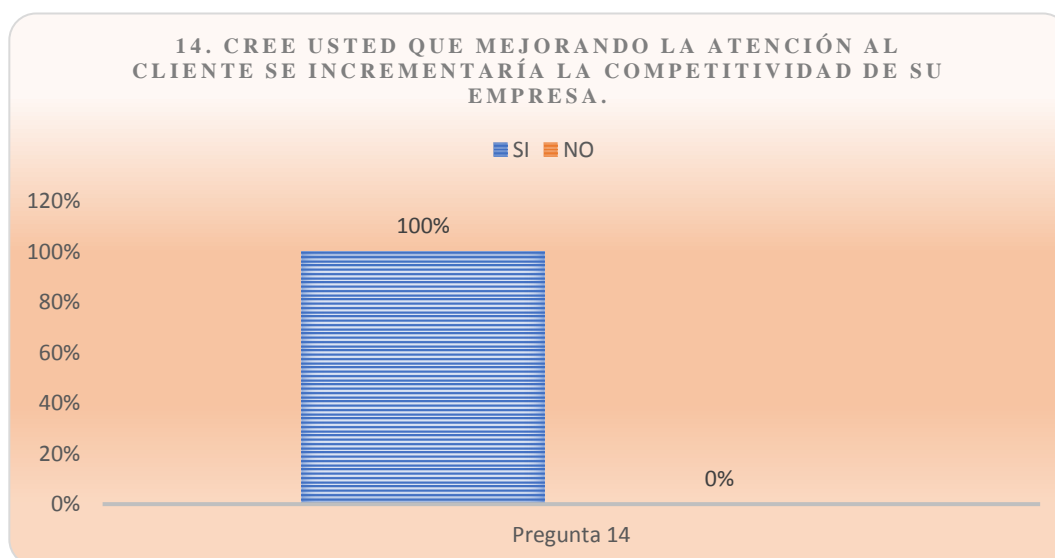
14. Cree usted que mejorando la atención al cliente se incrementaría la competitividad de su empresa.

Tabla 15

	CANT.	%	ACUMULADO
Si	12	100%	100%
No	0	0%	100%
TOTAL	12	100%	100%

Fuente: Encuesta realizada
Elaboración Propia

Gráfico 14



Fuente: Tabla 15
Elaboración Propia

Interpretación: En el presente gráfico de la totalidad de empresas, se muestra el 100% (12) de las empresas creen que la mejora de atención al cliente pudiera incrementar la competitividad de su empresa.

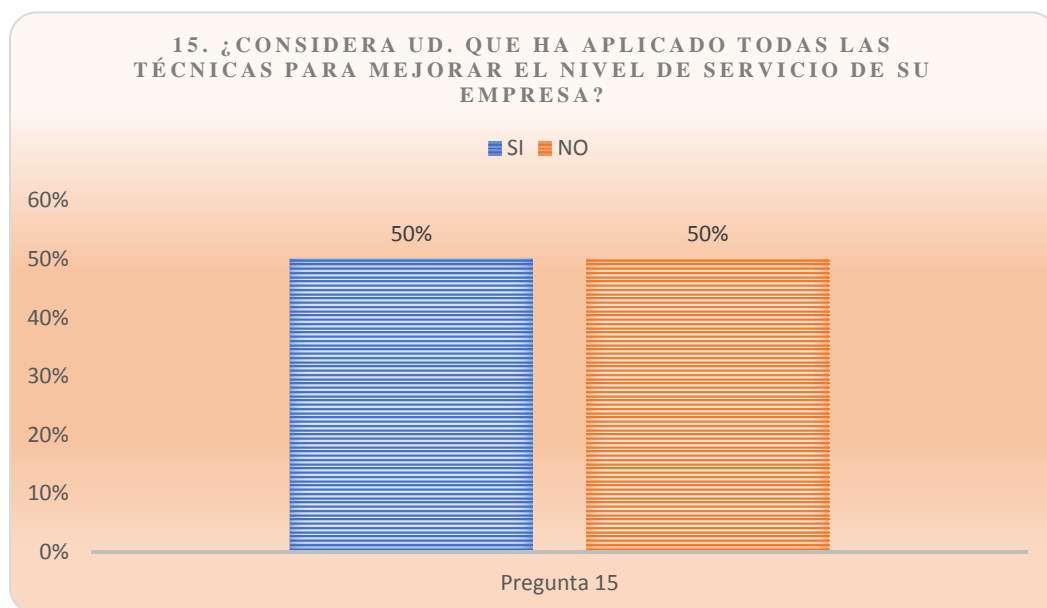
15. ¿Considera Ud. que ha aplicado todas las técnicas para mejorar el nivel de servicio de su empresa?

Tabla 16

	CANT.	%	ACUMULADO
Si	6	50%	50%
No	6	50%	100%
TOTAL	12	100%	100%

Fuente: Encuesta realizada
Elaboración Propia

Gráfico 15



Fuente: Tabla 16
Elaboración Propia

Interpretación: En el presente gráfico de la totalidad de empresas, se muestra el 50% (6) de las empresas creen que han utilizado todas las técnicas para mejorar el nivel de servicio en su empresa y el 50% (6) indican no haber utilizado todas las técnicas para mejorar el nivel de servicio en su empresa.

5.2 ANALISIS DE LOS RESULTADOS

De acuerdo a la investigación desarrollada se dio origen los siguientes resultados:

De acuerdo a la investigación realizada se tuvo como objetivo general: Determinar si la gestión de calidad en servicio de Atención al cliente en las mypes del sector comercial, distribuidoras mayoristas, del distrito de Callería, año 2018 ayudará a mejorar su posicionamiento en el mercado, donde enmarcan sus operaciones enfocadas en el cliente, por lo cual a partir de los hallazgos encontrados podemos determinar que, por ello se desarrolló un cuestionario, teniendo relación con la pregunta N° 09 que tuvo como resultado que un 83% de las empresas indican que, mantienen un buen uso de atención al cliente, aplicando un adecuado uso de la atención al cliente, su empresa tuviera mayor aceptación en el mercado y esto se relaciona con la investigación desarrollada por; Peltroche E. (2016). En su Tesis titulada, “Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa R&S Distribuidores SAC en la ciudad de Trujillo, año 2016”. Donde el autor menciona que La presente investigación se realizó con el objetivo de analizar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa R&S Distribuidores SAC en la ciudad de Trujillo, año 2016. La investigación es descriptiva de diseño no experimental de corte transversal y se realizó un cuestionario a 226 clientes con el propósito de identificar el nivel de calidad de servicio y el nivel de la satisfacción del cliente con relación al servicio brindado por la empresa R&S Distribuidores SAC. Concluyendo que entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente existe una relación moderada y directa, donde el coeficiente de correlación de Spearman es 0.569. También se identificó el nivel de la calidad de servicio que es alto en un 83% y el nivel de la satisfacción del cliente que es alto en un 78%., es por ello que mantienen sus

procedimientos con una buena atención al cliente para poder obtener una gestión empresarial de calidad.

De acuerdo a la investigación realizada se tuvo como objetivo específico 01: Conocer si las mypes del sector comercial, distribuidoras mayoristas del distrito de Callería, enmarcan sus operaciones enfocadas en el cliente, relacionándolo con la pregunta N° 11 que tuvo como resultado que un 100% de las empresas indican que, la mejora en la atención al cliente crearía ventajas para su empresa, aplicando un adecuado uso de la atención al cliente, su empresa tuviera mayor aceptación en el mercado y esto se relaciona con la investigación desarrollada por; Villalba S. (2016), en su tesis denominada, “Análisis De Calidad Del Servicio Y Atención Al Cliente En Azuca Beach, Azuca Bistro Y Q Restaurant, Y Sugerencias De Mejora” donde el autor menciona que hoy en día, la calidad en el servicio al cliente dentro de un restaurante, refleja una ventaja competitiva y el éxito en el desempeño de este, la misma que muestra el nivel de satisfacción de los consumidores respecto al servicio que fue entregado. Para conocer las necesidades y expectativas del cliente es indispensable medir sus opiniones con apreciaciones del servicio en general.

Se ha realizado una investigación de tipo descriptiva, con el objetivo de evaluar la calidad en el servicio y atención al cliente de tres restaurantes: “Azuca Beach”, “Azuca Latin Bistro” y “Q restaurant”, ubicados en la Plaza Foch sitio turístico y de entretenimiento de la ciudad de Quito. Así también, se ha evaluado el nivel de satisfacción laboral de los colaboradores que trabajan en estos tres lugares. Para ambas evaluaciones se tomó una muestra representativa de la población de clientes tanto internos como externos, a quienes se les aplicó una encuesta, con la finalidad de conocer sus expectativas y experiencias.

Finalmente, una vez realizadas las encuestas se pudo apreciar, una información más clara con respecto a las percepciones de los clientes y colaboradores. Con esta información y mediante el análisis de resultados se ha formulado una propuesta de mejora tanto para el servicio como para el clima laboral, misma que permita alcanzar el éxito en el desempeño de las operaciones de los restaurantes

De acuerdo a la investigación realizada se tuvo como objetivo específico 02: Conocer si las mypes en el sector comercial, distribuidoras mayoristas del distrito de Callería, capacitan a su personal para brindar una experiencia de servicio al cliente, relacionado con la pregunta N° 14 que tuvo como resultado que un 100% de las empresas indican que, la mejora en la atención al cliente pudiera incrementar la competitividad de su empresa, y esto se relaciona con la investigación desarrollada por; Vargas M. (2017), en su tesis denominada, “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente de las mypes en el sector comercial rubro distribuidoras de abarrotes, distrito de Callería, año 2017”, se concluye que La presente investigación tuvo como principal objetivo determinar la gestión y acciones a brindar atención al cliente. Se tuvo como características de metodología de investigación, que es cuantitativa, nivel descriptivo, de diseño no experimental, descriptivo y correlacional. En la realización de la encuesta se elaboró un cuestionario estructurado de 19 preguntas, donde se obtuvo como resultados que las mypes del sector en estudio en su mayoría no tienen organigrama, muy pocas tienen manual de organización y funciones, tampoco existe el hábito de utilizar técnicas en la administración, carecen de misión y visión, lo que configura una administración empírica; siendo el hallazgo más importante que según los propios propietarios toman sus decisiones empresariales en base a la experiencia sin reportes o informes técnicos. Es por ello, que carecen de plan de negocio vigente. En lo que respecta a atención al cliente, tienen avances de conocer a su cliente objetivo y su segmento de mercado, pero no existe un plan enfocado a mejorar la atención al cliente.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

De acuerdo a investigación desarrollada en el presente proyecto se concluye que las MYPES distribuidoras mayoristas del distrito de Callería, tienen un movimiento comercial constante, es por ello que su mercado tiene la necesidad de ser competitivo y superar a la competencia, por lo que, el uso de la atención al cliente es de mucha importancia; por otro lado la totalidad de los empresarios indican que si mejoran en sus atención al cliente mejorara sus competitividad ante otras empresas y por último la mitad de las empresas consideran haber utilizado todas las técnicas para mejorar su nivel de servicio y la otra mitad considera que no pudiendo incrementar a gran escala su presencia en el mercado al aplicar mejoras en su atención al cliente.

Por lo tanto, se desarrolló una encuesta estructurada, donde se encontraron los siguientes resultados: ¿Cree usted que su empresa mantiene un buen uso de atención al Cliente? que tuvo como resultado que un 83% de las empresas indican que, mantienen un buen uso de atención al cliente, ¿Cree usted que mejorando la atención al cliente se incrementaría la competitividad de su empresa? que tuvo como resultado que un 100% de las empresas indican que, la mejora en la atención al cliente pudiera incrementar la competitividad de su empresa.

Es por ello que, encontramos que las MYPES que utilizan técnicas de atención al cliente tienen mayor posicionamiento en el mercado y por ende generan mayor rentabilidad.

6.2 RECOMENRACIONES

De acuerdo a la investigación realizada a las MYPES del sector comercial distribuidoras mayoristas del distrito de Callería se recomienda, capacitar al personal de manera constante para mejorar la aplicación de las técnicas utilizadas para la atención al cliente, de tal forma que el personal encontrará una orientación para captar mejor el objetivo empresarial de tal manera que mejoraría el funcionamiento de la atención al cliente en su gestión empresarial.

Asimismo, mantener constante supervisión al desarrollo de las técnicas empleadas a mejorar la atención al cliente para orientar el adecuado funcionamiento en su empresa de tal forma que se obtuviera mayor rentabilidad a un plazo muy corto, porque debemos de tener en cuenta que si el personal no capta como debe de ser el aplicadas las técnicas en atención al cliente no realizará un buen trabajo y como consecuencia no obtendrán los resultados esperados.

7 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ávila, (2001) Pautas para elaborar tesis: Metodología de Investigación. Lima: ediciones R.A Recuperado de: <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.pe/2013/08/limitaciones-del-problema-de.html>.
- Berry, Leonard L.; Bennet; Brown Carter W. Calidad de Servicio. Una ventaja Estratégica para Instituciones Financieras. Ediciones Diaz de Santos S.A. Madrid;1989.
- Boletín Estadístico (2018), INEI, Año 4/Edición Nro.2-febrero 2018. Encuesta Mensual del Sector Servicios.
- Blanco, P. A. (2007). *Atencion al cliente*. Madrid: Pirámide.
- Greenberg, Paul. CRM. Gestión de Relaciones con los Clientes.
- Hernández, R. et. al (2006) Metodología de la Investigación Científica, 4ª edición, Edit. Mc Graw Hill, México, pp. 850, p. 205.
- Horovitz, J. y Panak, M. (1993). La Satisfacción total del Cliente. McGRAW-HILL Interamericana de España.
- Justin G. Longenecker (2012). Administración de pequeñas empresas. 16a. Ed.. Cengage Publisher on Apr 15, 2012
- Sánchez, M.; Cárdenas, M. (Ecuador- 2008). Tesis “proyecto de desarrollo para el mejoramiento de imagen corporativa de una cooperativa de ahorro y crédito utilizando balance SCORECARD”.
- Selden, L. (2006) Gestión de la innovación centrada en el cliente. Harvard Business Review.27.
- Palacio Gonzáles, Rubén Darío. Técnicas del Servicio al Cliente. Cali,

Colombia, 1995.

- Paz, C. R. (2006). Servicio al cliente. La comunicación y la calidad del servicio en la A. Distribuidor ideas propias publicidad.
- Rivera, José Pablo. El rol de la satisfacción del cliente en el proceso de calidad total. CSM Latin América Inc. 1995.
- Tschohl, J. (1991). Servicio al cliente, el arma secreta de las empresas que alcanza la excelencia. En J. Tschohl, Servicio al cliente, el arma secreta de las empresas que alcanza la excelencia (págs. 12-40). Publicado por Prentice-Hall.
- Zavala, Medellín (2,003), Libro Teoría de la Calidad- Guadalajara-México)

ANEXOS

1. - Presupuesto

Para ayudar en la realización del presente Proyecto de Investigación, se necesitó de un presupuesto que asciende a S/. 4,156.00

Cant.	Unidad Medida	Descripción	Costo Unitario	Costo Total (S/.)
		Asesoría Profesional		2,000.00
		Alimentos de Personas		
13	Ración	Alimentación para investigadores y colaboradores	8.00	104.00
		Bienes de Consumo		1,908.00
1	Unidad	Computadora	1,500.00	1,500.00
1	Unidad	Impresora a color Toshiba	350.00	350.00
3	Unidad	Tinta para Impresora	5.00	15.00
12	Horas	Internet	1.50	18.00
1	Unidad	Memoria USB de 4 gigas	25.00	25.00
		Materiales de Escritorio		79.00
1	Millar	Papel bond A-4	23.00	23.00
1	Unidad	Perforador	12.00	12.00
1	Unidad	Engrapador	7.00	7.00
1	Unidad	Sacagrapas	4.00	4.00
2	Caja	Grapas	4.00	8.00
3	Unidad	Lapiceros color azul	3.00	9.00
3	Unidad	Lapiceros color negro	3.00	9.00
1	Caja	Lápiz	5.00	5.00
1	Unidad	Borrador	2.00	2.00
		Pasajes y Gastos de Transportes		
13	Pasajes	Movilidad local ida y vuelta a las instituciones Públicas y puntos de investigación	5.00	65.00
TOTAL S/.				4,156.00

Fuente: Elaborado por Agayp Rivera

2. - Cronograma de Actividades

Para llevar adelante la realización de la investigación, se siguió el cronograma que se presenta a continuación:

CRONOGRAMA DE AVANCE	2019															
	SETIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Se realizó el asesoramiento del Docente para la realización del Proyecto de Investigación	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
Revisión de la literatura		X	X	X												
Revisión de los resultados de la investigación				X	X											
Revisión de análisis de resultados, conclusiones y recomendaciones					X											
Presentación del informe final						X										
Elaboración del Artículo Científico							X									
Revisión del Jurado								X	X							
Levantamiento de Observaciones									X	X						
Sustentación del proyecto de Investigación											X	X				
Presentación empastada del Proyecto de Investigación													X	X		

Fuente: Elaborado por Agayt Rivera

3. Matriz de Datos

MATRIZ DE DATOS - NOMINALES

ITEM	Nº Encuestas Preguntas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
2	8	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
3	9	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1
4	11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
6	13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	15	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2
1	Si	7	8	8	7	7	6	8	6	8	6	7	7
2	No	1	0	0	1	1	2	0	2	0	2	1	1

Fuente: Elaborado del cuestionario aplicado a los administradores y/o propietarios de las Mypes que se están investigando.

4. CUESTIONARIO

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE



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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN, COORDINACIÓN DE
INVESTIGACIÓN-ADMINISTRACIÓN**

**Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes o representantes legales de las micro y
pequeñas empresas del ámbito de estudio.**

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado **“GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL, DISTRIBUIDORAS MAYORISTAS, DISTRITO DE CALLERÍA, AÑO 2018”**.

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación; por ello, se le agradece por su valiosa colaboración.

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

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Provincia:

Distrito:

Nombre de la Empresa:

Dirección:

A. DATOS GENERALES

1. Edad del encargado de la empresa:

De 18 a 28 años () De 29 a 39 años () De 40 a 50 años () De 51 a más ()

2. Sexo:

Masculino () Femenino ()

3. Grado de instrucción:

Primaria () Secundaria () Técnico () Profesional ()

4. ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?

De 1 a 2 () De 3 a 5 () De 6 a más ()

5. Usted ¿Se ha constituido como persona jurídica?

Si () No ()

6. ProfesiónOcupación.....

7. ¿Cuál es el tiempo de gestión del administrador en su empresa?

1. De 0 a 1 Año
2. De 1 a 2 Años
3. De 2 a 3 Años
4. Mas años (Especificar)

8. ¿Considera necesaria la aplicación de técnicas para la Atención al Cliente?

1. Si
2. No

9. ¿Cree usted que su empresa mantiene un buen uso de atención al Cliente?

1. Si
2. No

10. ¿Cómo puede mide su impacto en la atención al cliente?

- a) Bueno
- b) Regular
- c) Malo

11. ¿Cree usted que la mejora en la atención al cliente crearía ventajas para su empresa?

1. Sí
2. No

12. ¿Cree usted que hay otras empresas que se enfoquen en mejorar la atención al cliente?

1. Sí
2. No

13. ¿Cree usted que la mejora en la atención al cliente pudiese generarle mayor rentabilidad a su empresa?

1. Sí
2. No

¿Porque?

.....
.

14. Cree usted que mejorando la atención al cliente se incrementaría la competitividad de su empresa.

1. Sí
2. No

15. ¿Considera Ud. que ha aplicado todas las técnicas para mejorar el nivel de

servicio de su empresa?

1. Si
2. No

5. EVALUACIÓN TURNITIN

• Primera Evaluación

Entorno Virtual Angelino
Universidad Católica del Angelino de Chiriquí

VIET AGAYT RIVERA LOZANO

Resumen:
Estimado estudiante, en esta semana deberá:

- Subir un archivo digital, conteniendo los siguientes elementos: Introducción, Bases teóricas, resultados, análisis de resultados y conclusiones; el cual deberá cumplir con la Política del servicio antiplagio (máximo porcentaje de similitud: 15%)

Nota: Recordar que los trabajos no entregados en la fecha programadas serán calificados con nota cero (00)

Actualizar entregas

Ver recibo digital	Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	Entregar Trabajo
	1er Borrador Taller	1174174405	16/09/2019 22:11	10%	

• Segunda Evaluación

Entorno Virtual Angelino
Universidad Católica del Angelino de Chiriquí

VIET AGAYT RIVERA LOZANO

SECCIÓN 1 SECCIÓN 2 SECCIÓN 3

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
Actividad IU-5: Informe final - Revisión Turnitin - Sección 2	6 sep 2019 - 01:49	24 sep 2019 - 01:49	1 oct 2019 - 01:49

Resumen:
Estimado estudiante, en esta semana deberá:

- Subir un archivo digital, conteniendo los siguientes elementos: Introducción, Bases teóricas, resultados, análisis de resultados y conclusiones; el cual deberá cumplir con la Política del servicio antiplagio (máximo porcentaje de similitud: 15%)

Nota: Recordar que los trabajos no entregados en la fecha programadas serán calificados con nota cero (00)

Actualizar entregas

Ver recibo digital	Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	Entregar Trabajo
	2do Borrador	1177859264	22/09/2019 21:24	8%	