



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACION DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MYPE RUBRO
BODEGAS EN URB. PIURA, PIURA AÑO 2017**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO DE BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

KATERYNE CEVALLOS CORREA

ASESOR:

LIC. DAVID DANIEL RONDOY VILLARREAL

PIURA _PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Adm. VICTOR HUGO VILELA VARGAS

PRESIDENTE

Mg. VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO

SECRETARIO

Lic. MARITZA ZELIDETH CHUMACERO ANCAJIMA

MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

Les doy gracias a mis padres Telesforo y Aracely por apoyarme en todo momento, por los valores que me inculcaron, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. Sobre todo, por ser un excelente ejemplo de vida a seguir.

A mis Profesores de la carrera Universitaria, y en especial mi asesor por su apoyo constante y por toda esta orientación desde los inicios de mi carrera y en la elaboración de mi Proyecto. A la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote por darme la oportunidad de estudiar y ser profesional. A los representantes legales de las MYPE que me brindaron información para la realización del presente estudio.

DEDICATORIA

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres Telesforo y Aracely

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE de servicios, rubro bodegas en la URB. Piura (Piura), año 2017, la metodología presenta un nivel descriptivo y un diseño no experimental y transversal, la población de la investigación está conformada por las 2 MYPE del rubro bodegas de La Urb. PIURA (Piura), donde la muestra para la variable gestión de calidad y atención al cliente está conformada por los 138 clientes de las bodegas . La técnica de recolección de datos es la encuesta mediante el instrumento el cuestionario. Dentro de las principales conclusiones se determinó que los enfoques de gestión de calidad son muy importantes porque a través de estos se puede conocer las necesidades presentes y futuras de los clientes o consumidores. En cuanto a la atención al cliente podemos apreciar que los clientes conocen el tipo de servicio y producto que venden este rubro llegando así a sentir completamente satisfechos con una capacidad de respuesta muy buena y una percepción del servicio excelente.

Palabras Claves: Gestión de Calidad, Atención al cliente, MYPE, Bodegas.

ABSTRACT

The main objective of this research work was to determine the characteristics of quality management and customer service in the service MYPE, the wineries in the URB. Piura (Piura), year 2017, the methodology presents a descriptive level and a non-experimental and cross-sectional design, the research population is made up of the 2 MSEs of the winery of La Urb. PIURA (Piura), where the sample for the variable quality management and customer service is made up of the 138 clients of the wineries. The technique of data collection is the survey using the instrument the questionnaire. Among the main conclusions, it was determined that the quality management approaches are very important because through these you can know the present and future needs of customers or consumers. In terms of customer service, we can appreciate that customers know the type of service and product that they sell this item, thus arriving to feel completely satisfied with a very good response capacity and an excellent service perception.

Key words: Quality Management, Customer Service, MYPE, Warehouses.

TABLA DE CONTENIDO

II REVISION LITERARIA	11
2.1 ANTECEDENTES	11
2.1.1 VARIABLE GESTION DE CALIDAD	11
2.1.2 VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE.....	16
2.2 BASES TEORICAS	21
2.2.1 Gestión de Calidad.....	21
2.2. ENFOQUES O PRINCIPIOS DE GESTION DE CALIDAD	22
2.2.2 ATENCION AL CLIENTE	24
2.2.2.1 CARACTERISTICAS DE UNA BUENA ATENCION AL CLIENTE...	24
2.2.2.2 DEFINICION DE LA SATISFACION DEL CLIENTE.....	25
2.3. HIPOTESIS	27
III METODOLOGIA	27
3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACION	27
3.2 Población y Muestra	28
3.3 DEFINICION Y OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	32
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	34
3.5 PLAN DE ANALISIS	34
3.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA	36
3.7 Principios Éticos	38

IV. RESULTADOS	39
4.2 ANALISIS DE RESULTADOS	46
4.2.1 GESTION DE CALIDAD	46
4.2.2 ATENCIÓN AL CLIENTE.....	
V CONCLUSIONES	53
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	54
ANEXOS	57

INDICE DE TABLAS

4.1 RESULTADOS	39
4.1.1 GESTION DE CALIDAD	39
Tabla 1.	39
<i>Genero</i>	39
Tabla 2.	39
<i>Estado Civil</i>	39
Tabla 3	40
<i>Nivel Profesional</i>	40
Tabla 4.	40
<i>Gestión de calidad contribuye</i>	40
Tabla 5	40
<i>Aspectos cree usted, que debe mejorar bodega</i>	40
Tabla 6	41
<i>Mejoras que ha realizado en su MYPE</i>	41
Tabla 7	41
<i>¿Condiciones o enfoques claves posee la empresa en cuanto a gestión de calidad?</i>	41
Tabla 8	41
<i>Factores importantes que influye para que los clientes elijan su MYPE</i>	41
Tabla 9	42

<i>Tipo de estrategias publicitarias les ofrece a sus clientes.....</i>	42
Tabla 10	42
<i>Usted tiene conocimiento sobre el significado de gestión de calidad.</i>	42
Tabla 11	42
<i>Cómo realiza sus actividades de compra.....</i>	42
4.1.2 Atención al Cliente	43
Tabla 12	43
Genero.....	43
Tabla13	43
<i>Estado Civil.....</i>	43
Tabla 14	43
<i>Nivel profesional.....</i>	43
Tabla 15	44
<i>El personal que atiende a la bodega que frecuenta es</i>	44
Tabla 16	44
<i>Califica el tiempo de espera en la atención.....</i>	44
Tabla 17	44
<i>Con que frecuencia realiza compras en la bodega.....</i>	44
Tabla 18	45
<i>¿Cuándo un cliente tiene un problema o duda los colaboradores de la MYPE muestran un sincero interés en solucionarlo?.....</i>	45

Tabla 19	45
<i>Los productos que ofrecen las MYPE satisfacen sus necesidades</i>	45
Tabla 20	45
<i>Experiencia de compra</i>	45
Tabla 21	46
<i>Calificación del producto y servicio de la MYPE</i>	46
Tabla 22	46
<i>Aspectos considera usted como cliente que debería mejorar en la MYPE</i>	46

I. INTRODUCCION

Caracterización del problema

Hoy en día las MYPES en el Perú son importantes para la economía del país esto lo afirma el ministerio de trabajo y promoción y empleo además aportan el 40% del Producto Bruto Interno, siendo las MYPES una gran potencia en el crecimiento económico del país generando un 80% de ofertas laborales. Según el Ministerio de Producción, al término del año del 2015, las MYPES en el Perú crecieron en un total de 5.5 millones y el (83%) son informales y no se encuentran registradas en la SUNARP como personas jurídicas y no cumplen con todas formalidades. El 17% está conformado por MYPES formales y se espera que cuando culmine el año 2015 habrá un total de 0.9 millones de MYPES formales. (Peruano, 2015).

Hoy en día las MYPES o empresas se enfrentan a varias trabas, dificultades que hacen que su permanencia en el mercado en un periodo de largo plazo se vea limitada ya que investigaciones realizadas indican que la tasa de mortalidad de estas empresas pequeñas se da en los países muy desarrollados por lo que deben de implementar nuevas estrategias bien especificas en un periodo corto y largo plazo para así poder evitar la mortalidad de su empresa ya que cuando se forma una empresa sabemos que siempre va existir el riesgo de que no permanezca en el mercado (Arinaitwe, 2010).

Luis Terrones Morote gerente de Desarrollo de Cofide, preciso que la formalización es muy importante para poder cumplir como ciudadanos con nuestras obligaciones tributarias para así poder obtener beneficios directos con entidades financieras como el acceso a capital que nos va a permitir el crecimiento de nuestro negocio ya que una MYPE informal cuando no está tan comprometido con su negocio sale a la calle y vende, explicó Terrones, quien se proyectó que su meta para el primer año de funcionamiento del CDE será la formalización de un estimado de 250 empresas.

En la ciudad de Piura existen 64 mil 548 Micro y Pequeñas Empresas (MYPES), según la base de datos de la Dirección de MYPES y Cooperativas de la Dirección Regional de la Producción, están empresa se dedican agricultura, ganadería, servicios, pesquería, energía y minas, industria manufacturera, construcción, turismo, entre otras actividades generando un alto porcentaje de empleo y crecimiento indicó la directora regional de la Producción. (Más de 64 mil MYPES se registran en la región Piura, 2012, pág. RRPP)

(Silupu, 2012) hablo que la principal la característica que debe tener una empresa para estar dentro de la categoría MYPE es que, de acuerdo al marco legal vigente, debe tener ventas menores de 1700 012) UIT, que son aproximadamente S/ 6 205 000, al año; tener menos de 100 trabajadores. Afirmando que el 98% de empresas tienen esta característica ya que Piura se caracteriza por tener una gran actividad comercial, movida principalmente por las MYPE; por lo tanto, son las que están generando más puestos de trabajo.

Según la investigación realizada por la MiPymes en el Perú en el año 2013, elaborado por (FAEDPYME) indicaron que el 60% de las MYPES ubicadas en la ciudad Lima, Arequipa y Trujillo no están utilizando ningún instrumento de TIC entre ellos tenemos correo electrónico, páginas web, ventas por Internet, uso de banca electrónica, redes sociales, entre otros. Las microempresas su precio es muy bajo con el uso del TIC además contribuyo que en hoy en día se realizan una serie de diligencias que son realizadas por las MYPES en todo el Perú entre ellas tenemos: pagar impuestos, realizar varios tipos de operaciones bancarias por internet que no únicamente utilizadas por grandes empresas sino también son realizadas por todas las MYPES del mundo ya que su costo es mínimo ya que si el empresario necesita crear una página en internet el costo es muy alto además tendría que contratar a una persona capacitada para que pueda capacitar a todos los miembros de su empresa. (Gestion, 2014)

Las MYPES son consideradas organizaciones muy productoras en América Latina ya que el 87% de las entidades financieras tienen una atención especializada en sus necesidades básicas de estas MYPES esto lo informó la Federación Latinoamericana de Bancos (Felaban). Considerando que las Micro y Medianas Empresas son muy importantes para todas las entidades financieras, bancos de la región de Pura puedan atender este gran segmento de organizaciones, refiriendo así mismo que el 63% de las MYPES representan una excelente gran oportunidad de negocio. Además, existen una serie de dificultades que se presentan al momento de otorgar algún tipo de financiamiento a las MYPES ya que los bancos, entidades financieras, cajas municipales etc. Considerando que existen numerosos

requerimientos en las áreas internas y grandes escases en el recojo de información. En el área externa hay escases de datos en las centrales de lo que información crediticia con un 22% etc. (La Republica, 2017).

El día 02 de Julio del año 2013, el Congreso de la República aprobó la Ley N.º 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”. Cuyos fines principales es la promoción, formalización y desarrollo de todas las MYPES además algunos cambios a algunas leyes entre ellas tenemos. “Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente” cuyas modificaciones que contiene esta nueva ley es el cambio de la clasificación de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas. (Ramos, 2016)

El Gerente Regional de Desarrollo Productivo de Lambayeque Juan Pablo Santamaria Baldera, dio a conocer que la MYPES en el ámbito económico va ir incrementando en los tres primeros meses del año 2018 siendo así que el sector textil y agropecuario ha sido una de las que ido mejorando y se espera que se mantenga todo el año ya que fueron más de 1500 empresarios que fueron afectados por el niño costero en todo el país por lo cual se debe de poner en primer lugar el apoyo a las MYPES que no han sido atendidas por el Gobierno de cada región. (Gestion , 2018)

Según W. Edwards Deming, la define la calidad en la atención al cliente como “el proveer buena calidad significa hacer lo correcto de la manera correcta”), por eso, “el objetivo principal consiste no sólo en conseguir calidad en la atención al cliente sino también en lograr la excelencia en el servicio” llegando a concluir que la calidad

y la atención van siempre juntas ya que a través de una evaluación objetiva y constante de trabajo de los obreros y clientes de una organización a largo plazo se manifiesta en el aumento de ventas y de clientes conformes, pero la conformidad de los clientes no es lo único que se mide de manera directa en lo que es una buena atención que realizan muchas organizaciones o empresas.. (Calidad Total en la atención al cliente , 2006, pág. Perez y Vanesa)

En la actualidad la gestión de la calidad en una organización es un factor principal generando una gran satisfacción a los clientes, empleados y accionistas, generando gran variedad de herramientas prácticas para realizar una gestión impecable. Además, en la actualidad es necesario cumplir con todos los estándares de calidad para poder competir en el mercado siendo este muy exigente; para esto se debe buscar siempre una mejora continua, la satisfacción de los clientes y la estandarización y control de los procesos. También se debe hacer que todas las áreas de la empresa hagan de la calidad muy importante teniendo muy claro los objetivos que corresponden buscando siempre la satisfacción del cliente y el mejoramiento continuo. Una excelente manera es adecuar un sistema basado en la norma ISO 9000, ya que está busca la estandarización, con calidad, de todos los procesos dentro de la organización (Avila, 2015).

La regla internacional ISO 9001 se aplica generalmente a todos factores de un sistema de calidad que toda organización debe de tener para poder aumentar la calidad de los productos o servicios que brinda al cliente o usuarios y así mismo cumpliendo con todas las exigencias a nivel interno y externo de la organización siendo una regla

muy conocida y utilizada en todo el mundo ya que nos permite competir, mejorar, atraer inversiones, ahorrar etc. (Avila, 2015)

Así mismo la atención al cliente:

“Representa una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores y lograr la percepción de diferencias en la oferta global de la empresa” (Pérez, 2007), cuyo objetivo de atención al cliente forma parte de la mercadotecnia intangible, ya que este no se siente al simple tacto, pero bien, se llega a apreciar; tiene como objetivo.

Así, mismo según menciona (Kleyman, 2009) el manejo de la satisfacción a través de producir percepciones positivas del servicio, logrando así, un valor percibido hacia nuestra marca. Así mismo, precisa siempre un constante cambio en el servicio al cliente, debido en las organizaciones con el tiempo se ha ido modernizando poniendo en primer lugar las necesidades del cliente que la de la empresa y así mismo se enlistan una serie de objetivos o metas alcanzar.

A nivel interno, las MYPES según el modelo de Potter lo denomino entorno específico y hace referencia al sector en la que la empresa desarrolla su actividad es decir un conjunto de factores que afectan de forma específica a las empresas pertenecientes a un mismo sector, considerando los siguientes factores como parte fundamental de su existencia clientes, proveedores, competidores potenciales, la rivalidad entre los competidores actuales del sector y los productos sustitutos. Por consiguiente, toda empresa debe analizar el sector y su estructura con tal de evaluar su atractivo en cuanto a las oportunidades existentes y potenciales, y prever el desarrollo

del sector deseado, además, debe analizar la demanda del mercado y las expectativas y necesidades de diferentes grupos de intereses (stakeholders) para ajustar su oferta a estas expectativas de la mejor manera posible.

Al mismo tiempo la rivalidad entre competidores para una empresa será más difícil competir en un mercado donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente tendrá que enfrentar guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos. Cuánto menos competido sea un sector, normalmente será más rentable.

Para los productos industriales en donde hay pocos jugadores, estos se dividen tácitamente los mercados geográficamente. Las entidades regulatorias constantemente persiguen estas tácticas si es que se comprueba que estas acciones dañan la competitividad.

A nivel externo podemos decir que la tecnología, moda, tendencia, cultura son herramientas que pueden afectar a una organización por tal motivo que toda MYPE debe de aprovechar todas las oportunidades que se presentan y poder evitar futuras amenazas.

Esto se da en el entorno donde la empresa desarrolla sus actividades es por ello que los jefes deben de planear de manera anticipada el cambio estos cambios bruscos aceleran nuevas estrategias que llevan el éxito de una empresa ya que hoy en día las empresas luchan por el crecimiento, competencia., economía, a una mayor

responsabilidad en el ámbito social así mismo a retos en el nivel económico, social , político y a nuevas batallas que ofrecen la comercialización. (Rojas, 2001)

Las fortalezas y debilidades a los que se enfrentan las MYPE Según George Lever, gerente de Estudios de la CCS estas debilidades, tienden a repetirse en los años en que se ha realizado el estudio, vinculándose con las empresas, clientes y las ventas, siendo muy importante para poder mejorar la competitividad de las MYPES ,sabiendo que una de las grandes debilidades en lo que es gestión es que su capacidad competitiva es baja además la gestión de calidad se refiere a la gran escasez de métodos para realizar los procedimientos de gestión internos y la implementación de sistemas de gestión de calidad orientados a la mejora de los productos y servicios. (Lever, 2013)

A pesar de carencia de fortalezas y debilidades de las MYPE, debido al desarrollo económico y social de la ciudad, cada vez se abren nuevos negocios en Piura y Castilla, siendo los restaurantes, hoteles y bodegas, los que más han aumentado. Según la División de Licencias de la Municipalidad de Piura, el año pasado se entregaron mil 255 licencias de funcionamiento a distintos establecimientos comerciales y de servicios, entre los que destacan, restaurantes, hoteles, licorerías, ferreterías, centros de belleza, bodegas entre otros.

Para determinar el análisis FODA del rubro BODEGAS empezaremos a hablar de sus: Fortalezas: Variedad de productos, servicio al cliente, instalaciones, tiempos de entrega inmediata, calidad de la mercancía, precio justo, personal necesario, Asesoramiento al cliente.

De acuerdo a la situación antes caracterizada, se puede enunciar el problema como:

¿Qué características de gestión de calidad y atención al cliente tienen las MYPES rubro bodegas Urb. Piura, Piura año 2017?, y que, gracias a la ULADECH católica, sede Piura, escuela de Administración se buscará dar solución a la problemática antes identificada.

Siendo el objetivo general es determinar las características que tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro bodegas Urb. Piura, Calle 5, Año 2017 y como objetivos específicos : (a) Identificar cuáles son los enfoques de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas Urb. Piura, Piura año 2017; (b) Conocer la importancia de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas Urb. Piura, Piura año 2017; (c) Definir los elementos del grado de satisfacción de los clientes, en cuanto a la atención que se les brinda. Las MYPE rubro bodegas Urb. Piura, Piura año 2017; (d) Proponer estrategias para mejorar o brindar una mejor atención al cliente en las MYPES rubro bodegas Urb. Piura, Piura año 2017.

La investigación se justifica de manera práctica porque la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (ULADECH- CATÓLICA) según la ley universitaria n. 30220 ha determinado que se tiene que realizar la investigación para la obtención del grado académico de bachiller.

Este estudio también se justifica porque permitirá conocer la gestión de calidad bajo la atención al cliente en las MYPES rubro bodegas de tal modo que los resultados obtenidos de la investigación servirán como referencia a los futuros investigadores quienes buscaran profundizar más sobre la gestión de calidad bajo la atención al cliente teniendo en cuenta que las MYPES hoy en día son la principal fuente de la economía y que además contribuyen al desarrollo económico y social del Perú, también contribuirá a crear conciencia en los propietarios para poder prestar un buena atención al cliente en el contexto de una visión empresarial en beneficio de los clientes.

La presente investigación se justifica de manera teórica porque se ha recurrido según las normas ISO 9000: (2000), con su libro “Sistema de Gestión de la Calidad” define la gestión de la Calidad a la realización de actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la Calidad, esta norma proporciona directrices que van más allá de los requisitos establecidos en la norma ISO 9001, puesto que se considera la eficacia y la eficiencia de un sistema de gestión y por lo tanto el potencial de mejora del desempeño de la organización.

La presente investigación desde el punto de vista metodológico, este trabajo de investigación será de gran apoyo para las MYPES rubro bodegas, ya se emplean fuentes de información para la obtención de datos, además se hace uso de estadística descriptiva para poder tabular el tamaño de la muestra de acuerdo a los resultados obtenidos de cuestionarios la cual que nos permitirán realizar recomendaciones dirigidas a la implantación de un sistema estructurado de calidad.

Finalmente, desde el punto de vista social esta investigación, se justifica porque permite a las MYPE en estudio, conocer su realidad de su gestión en cuanto a la gestión de calidad y atención al cliente que repercutirá en una mejora en los procesos de recursos humanos de las MYPE; además es un requisito de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (ULADECH) para obtener el Título Profesional de Licenciada en la Escuela de Administración

II REVISION LITERARIA

2.1 ANTECEDENTES

2.1.1 VARIABLE GESTION DE CALIDAD

Reyes, (2015) en su tesis titulada: “Caracterización del financiamiento y la gestión de calidad en las Mype rubro bodegas del distrito de Paita, año 2015.”, estableció como objetivo describir las principales características del financiamiento y la gestión de calidad en las MYPE, rubro bodegas del Distrito de Paita, año 2015, Por lo que se concluye que las MYPE del rubro bodegas del distrito de Paita, están en constante financiamiento que le permitirá incrementar su nivel de ventas, pero que debe haber más aplicación de las técnicas y herramientas de gestión de calidad para un adecuado uso de los recursos que optimice la gestión permitiendo la expansión y crecimiento de la empresa.

Guzmán, (2014) en su tesis para optar el título profesional de licenciado en administración titulada Caracterización gestión de calidad y formalización de las mype rubro librerías (ciudad Piura) año 2013 tuvo como objetivo general, conocer las características de la gestión de calidad y formalización de las MYPE rubro librerías de

la ciudad de Piura, año 2013. La investigación fue descriptiva no experimental de nivel cuantitativa, de tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia, porque permitió conocer las opiniones de los sujetos de estudio, mediante una entrevista y un cuestionario con el propósito de conocer cuáles son los factores que influyen la gestión de calidad y formalización de las MYPE rubro librerías. Se encontró que el 65% de los empresarios conocen de las facilidades que existen para formalizarse y el 71% opina que la formalización mejora la productividad y calidad del servicio al estar correctamente formalizados.

Agurto (2014), realizó la investigación titulada “Sistema de Gestión de Calidad del área de recursos humanos de la empresa ADEN EIRL”, en la Universidad de Piura, empleó la metodología descriptiva y concluyó que: Todo Sistema de Gestión de Calidad tiene un alcance de aplicación, es decir, tendrá unos límites que indiquen su funcionamiento. En el trabajo realizado el alcance son los procesos del área de recursos humanos, los que actualmente se encuentran funcionando de manera ordenada. Para la realización del Sistema de Gestión de Calidad propuesto, se evaluó la aplicabilidad de los requisitos de la norma a la cual se va a regir, esto se hizo mediante la comparación de los requisitos con la situación actual de la organización. Se evaluaron los requisitos en función a la norma ISO 9001. La utilidad de un Sistema de Gestión de Calidad se basa en el ordenamiento del desarrollo de un conjunto de actividades; esto para tener un mejor control de los servicios brindados, permitiendo alcanzar mejores resultados y teniendo facilidad en la detección de errores y solución de los mismos.

Borja & Jijón (2014) en su tesis: “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 año 2014”, tuvo como objetivo general definir un modelo de gestión en calidad de servicio basado en la norma ISO 9001: 2008 para Almacenes la Rebaja. Para esta investigación se usarán métodos teóricos y empíricos. Conclusión: Es necesario hoy en día que las empresas que presenten problemas al momento de la entrega de servicio busquen la manera de corregir esta debilidad, ya que lo que busca el cliente actualmente es la calidad no solo del producto sino también la calidad de servicio entregada al momento de adquirir un producto.

Saavedra Gutiérrez (2016) en su investigación, “Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio de abarrotes en el Distrito de Juanjuí, periodo 2015-2016”, cuyo objetivo principal fue analizar la incidencia de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio de abarrotes en el Distrito de Juanjuí periodo 2015-2016. Siguiendo una investigación no experimental tipo descriptivo, a través de la aplicación de un cuestionario, concluyó que, las MYPES del Distrito de Juanjuí, emplean muy poco la gestión de calidad, además, estas en su gran mayoría no se encuentran formalizadas y que no cuentan con empleados estables.

Chávez (2013), realizó la investigación titulada “Influencia de la gestión de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente del operador turístico Muchik Tours S.A.C en el distrito de Trujillo en el periodo 2012- 2013”, en la Universidad Nacional de Trujillo (La Libertad, Perú) empleó la metodología inductiva- deductiva, teniendo como resultados: con relación al objetivo específico de determinar los principales

factores que influyen en la gestión de calidad del servicio del operador turístico Muchik Tours S.A.C., se obtuvo que el operador turístico cuenta con manuales donde los diferentes procesos están detallados, también cuenta con un sistema de base de datos que le permite almacenar información de sus clientes, desde el momento que inician el contacto con el personal de reservas hasta que se cierra el servicio y se termina su visita, además de tener un archivo físico de almacenamiento en carpetas para su posterior consulta y así mismo adicionalmente la empresa ha implementado un ambiente de trabajo adecuado, de modo que el personal se sienta a gusto y cuente con todo lo necesario para realizar sus labores.

Ramírez & Sánchez (2006), detallaron su investigación titulada “Implementación del Sistema de Gestión de Calidad, en base a la norma ISO 9001:2000”, pertenecientes la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo Campus Sahagún (México), la metodología empleada es de tipo documental y aplicada, es decir descriptiva; diseño no experimental, transversal o transaccional; con respecto a la hipótesis que utilizaron en la realización de su investigación es de tipo correlacional; concluyeron que globalización es una circunstancia que invade el progreso de las empresas, por lo que es necesario que sean competitivas, por lo cual la apertura comercial y los tratados comerciales no son suficientes para garantizar el desarrollo y crecimiento económico; por lo tanto, la mejor opción para que las empresas comprometidas a involucrar procedimientos adecuados y eficientes deben lograr reflejar un alto grado de calidad y mejora continua, implementando un Sistema de Gestión de Calidad basado en reglamentos y procedimientos estandarizados según normas internacionales.

Bracho, Y. (2007) “Gestión de calidad en las empresas del sector azucarero del occidente de Venezuela.” Universidad Rafael Beloso Chacín, Maracaibo, Venezuela. Conclusión un sistema de gestión de la calidad es un conjunto de elementos mutuamente relacionados o que interactúan, cuyo fin es el de establecer y lograr la política y los objetivos, en función de dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad. (fondonorma-iso 9000:2005, 2006, p. 9). Para ahondar, “el sistema de gestión de la calidad es aquella parte del sistema de gestión de la organización enfocada en el logro de resultados, en relación con los objetivos de la calidad, para satisfacer las necesidades, expectativas recesión en el sector, ocasionada quizá por un incremento de la oferta, una crisis, malas condiciones climáticas, etc.

Ospina (2015) en su tesis doctoral “Calidad de servicio y valor en el transporte intermodal de mercancías”. Un modelo integrador de antecedentes y consecuentes desde la perspectiva del transitorio; realizado en Valencia, tuvo como objetivo general establecer un marco conceptual del transporte de mercancías y a un nivel superior, de la logística, como una variable estratégica de la gestión de las empresas y como disciplina de investigación, para lo cual se aplicó la investigación empírica, encuesta realizada a proveedores de transporte de mercancías para realizar el servicio prometido 12 a sus clientes de forma fiable y precisa.

Dentro de las principales conclusiones se determinó que en esta tesis se entiende la logística como una actividad integral de las empresas con una clara orientación al cliente, por lo que los requerimientos y necesidades de éstos, determinarán las decisiones y el estilo de gestión que se desarrolle.

2.1.2 VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

Carreño A. (2013) titulado “Propuesta de plan estratégico de marketing que mejore el servicio de atención al cliente de la empresa La Gran Tienda del Computador C.A” el cual fue presentado en la Universidad José Antonio Páez, (VENEZUELA) para optar por el título de Licenciado en Mercadeo. El objetivo general fue planteado como “proponer un plan estratégico de marketing para mejorar el servicio de atención al cliente de la empresa La Gran Tienda del Computador C.A”; este presenta en el trabajo el grado de insatisfacción de los clientes a consecuencia de que no reciben respuestas óptimas a sus exigencias; aquí se exploran los factores externos e internos que permiten determinar la situación y poder evaluar la calidad del servicio, además poder determinar la cultura organizacional todo con la finalidad de proponer estrategias que mejoren el servicio prestado por la empresa. El estudio se sustentó metodológicamente en una investigación de campo, descriptiva con modalidad de proyecto factible, se apoyó de información que proviene de entrevistas no estructuradas y encuestas.

Álvarez (2012), realizo un estudio con su tesis titulada “Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales” , la que se presentó en la Universidad Católica Andrés Bello, (Venezuela), el tipo de investigación es evaluativa, porque se propone describir y comprender las relaciones significativas entre las variables, así como el establecimiento causal en la situación o hecho de estudio, por lo antes expuesto, la investigación es de diseño de campo, no experimental transeccional, Concluyendo que este en estudio se evaluó la calidad de servicio ofrecido en una red de supermercados

del gobierno, la cual dispone actualmente de 142 establecimientos para la distribución directa, de las cuales 10 se encuentran en el Distrito capital.

Mejía (2014), en la tesis titulada “Percepción de un grupo de colaboradores de nivel operativo en una empresa de servicio al cliente, acerca de los beneficios de un programa de calidad de la ciudad de Guatemala”, cuyo objetivo fue conocer los beneficios de un programa de calidad implementado en el año 2011, en este se establecieron los avances que el programa ha tenido, y que el mismo pretende institucionalizar la cultura de calidad para lograr la mejora continua en el servicio de los clientes internos y externos. La investigación es de tipo cualitativa y el instrumento manejado fue una entrevista obteniendo como resultado que las percepciones sobre los beneficios del programa de calidad en su implementación son: crecimiento laboral, calidad en los resultados, cambio de actitud, mejoramiento en el servicio al cliente y conciencia en hacer las cosas bien desde la primera vez. Se recomendó darle seguimiento al programa de calidad, por medios de comunicación interna, para que fomenten la divulgación de los lineamientos del programa, con el fin de que los mismos sean parte de la filosofía de trabajo de todos los colaboradores.

(Castillo,2013) en su tesis titulada “Propuesta para mejorar el Servicio de Atención al Cliente en la empresa Movistar de la ciudad de Trujillo” para obtener el título profesional de licenciado en administración.

Dentro de las principales conclusión es se determinó que los clientes de la empresa movistar – agencia av. Larco en un 49% están satisfechos con el servicio de atención al cliente, pero existe un 43% y 8% de clientes pocos satisfechos e insatisfechos respectivamente por lo cual se deben mejorar y superar las debilidades que presenta esta empresa para mejorar el nivel de servicio midiendo de manera permanente el nivel

de satisfacción de los clientes porque según la percepción de los clientes de la empresa movistar agencia av. Larco el nivel de calidad del servicio es regular por lo que se debe considerar y tener en cuenta las capacitaciones continuas y entretenimiento adecuado para los trabajadores.

Enríquez (2014), en su tesis acerca del servicio al cliente en restaurantes del centro de \barra. Estrategias de desarrollo de servicios. Tuvo como finalidad analizar los factores internos y externos que generan un deficiente servicio al cliente, en los restaurantes dirigidos a clientes de clase media, que cuentan con un número mayor a cinco mesas. Asimismo, diseñar estrategias que contribuyan a mejorar el servicio al cliente en los restaurantes dirigidos a clase media. Llegando a la conclusión, que los clientes diariamente evidencian el deficiente servicio al cliente en los restaurantes que ellos acuden, además consideran que el personal es poco cortés, que no satisfacen lo que esperaban, peor aún que no agregan valor a cambio de lo que están pagando.

Rafael Vela y Liz de Zavaleta (2014), en su tesis: "Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas Claro Tottus -Mall/ de la ciudad de Trujillo 2014", menciona que el objetivo de su estudio fue establecer la influencia que existe entre la calidad del servicio y el nivel de ventas en tiendas de cadenas Claro Tottus-Mall de la ciudad de Trujillo, para lo cual las técnicas de investigación que se emplearon fueron: encuestas (aplicadas a una muestra de 340 clientes de la población objeto de estudio) y un análisis documental (reporte de ventas 2013 y 2014 de tiendas de cadenas Claro Tottus-Mall de la ciudad de Trujillo). De esta investigación se concluye que la calidad del servicio brindada en la cadena de tiendas Claro-Tottus influye de manera directa en el nivel de ventas lo cual implica

que si existe una buena calidad de servicio esto repercute en el incremento del nivel de ventas. Asimismo, la evaluación de las dimensiones de calidad de servicio, en términos de infraestructura moderna, confiabilidad, empatía, respuesta, tiene un impacto positivo en los clientes. Así también, los niveles de calidad de servicio y los niveles de ventas se relacionan, ya que los clientes lo califican como bueno y regular en tiendas de cadenas Claro Tottns-Mall de la ciudad de Trujillo, puesto que a una mejor calidad de servicio al cliente mayores serán los ingresos para una empresa ya que estaremos logrando la satisfacción del cliente.

García (2013), de la universidad de Piura, elaboró la tesis de " Medición de la satisfacción del cliente en una empresa de Retail, " tiene como objetivo controlar el nivel de satisfacción de los clientes para que la empresa en estudio pueda mejorar y llegar a un proceso de mejora continua, ya que la satisfacción del cliente es muy importante y vital para que una organización exista y se mantenga a lo largo del tiempo. El instrumento para la recolección de datos para medir la satisfacción de los clientes se realizó mediante un cuestionario aplicado durante 23 días, el cual proporcionó la información respectiva, para luego ser procesada y de esta manera poder analizarla mediante el uso de gráficos de control estadístico. Se concluyó que los niveles de satisfacción del cliente con el servicio que brinda la empresa en base al número de respuestas negativas de ellos, no es muy satisfactorio. En relación a la satisfacción general no se puede hablar de un control bueno de la satisfacción del cliente, a pesar de que los valores se encuentran en un proceso bajo control, ya que los límites no son los deseados para decir que la empresa mantiene un estándar de la calidad del servicio que brinda. En el tiempo de espera antes de ser atendido se comprobó que hay demoras. El personal tiene un conocimiento ambiguo del producto

de la empresa. Se recomendó a los administradores de la empresa tomar nuevas políticas para la mejora de la calidad del servicio, reforzar un poco más el trabajo para que se eliminen totalmente las demoras, que el personal de venta esté disponible en todo momento para la atención al cliente, para cumplir con la satisfacción del cliente.

Delicia Bárcenas (2014), en su tesis: "Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Caso: LAN Perú-Aeropuerto Piura ", aplicó una investigación descriptiva, basándose en el análisis de las dimensiones de la teoría de SERVQUAL (confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y bienes materiales o tangibles), donde el tamaño de la muestra a encuestar fue de 195 clientes, llegándose a concluir que los clientes consideran que el personal encargado de la atención al cliente tiene necesidad de formación para desempeñar su trabajo y debe ser preparado por la empresa en una serie de conocimientos y de tareas para que desarrolle su trabajo con profesionalidad. Donde los resultados obtenidos apuntan lo importante de la calidad del servicio que se brinde y el impacto que tiene éste en la satisfacción del cliente lo que implica que, si mejor es la atención a los clientes, su satisfacción será mayor.

Nelly López (2014), en su tesis: "Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Empresa López y Cía. EIRL Piura ", aplicó una investigación descriptiva basada en el Modelo de SERVQUAL, donde el tamaño de la muestra a encuestar en esta investigación fue de 99 clientes, llegándose a concluir que con respecto a la confiabilidad del servicio, la rapidez en el despacho al cliente, el cumplimiento en la forma de atención y la transparencia e integridad en las gestiones son valoradas como muy buenas, de esta forma los clientes confían en el servicio que les brinda la empresa. Por otro lado, respecto al estado actual de la calidad del servicio de la Empresa López

y Cia EIRL Piura, se ha determinado la percepción de la calidad del servicio verificándose que existe percepción de bueno, puesto que la despachadora cumple una buena función lo cual le genera valor a la empresa y hace que el cliente se sienta satisfecho al momento de adquirir su pedido o al ser atendido. Así también, se ha determinado la percepción del nivel de satisfacción del cliente, verificándose que existe un nivel de satisfacción bueno y la mayoría de los clientes están satisfechos con lo que se les brinda en la empresa. Y con respecto a la correlación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la empresa López y Cia EIRL Piura, existe una correlación positiva entre la calidad de servicio con la satisfacción del cliente, ya que se ha verificado una buena relación entre las dimensiones confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía, tangibilidad y calidad del servicio con la satisfacción del cliente.

2.2 BASES TEORICAS

2.2.1 Gestión de Calidad

Gestión de calidad es una de las principales herramientas que utiliza una organización o MYPE para lograr sus objetivos manifestándose como un compuesto de elementos y características que cuenta un producto o servicio debe tener todas las características con la cual ha sido diseñadas para los consumidores o clientes ya que debido a la competencia que existe se exigiera que todo se haga con rapidez y a un costo bajo (Reyes Benitez,2010).

2.2.1.2 IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD

(Boisier, 2016) dice que el servicio al cliente o consumidor es uno de los factores principales que ha ido aumentando en la competencia, ya que mientras más competencia exista en el mercado, los clientes son los que van a decidir a donde va a comprar su producto o servicio que necesita, es aquí donde es muy importante mejorarlo periódicamente y así mismo adecuarlo a todas las necesidades de los consumidores e usuarios ya que son ellos quienes van a elegir:

- La competencia va igualando el precio, calidad, servicio por lo que casi siempre van a buscar ser diferentes.
- Los clientes la mayoría de veces exigen más de lo debido ya que ellos buscan un mejor precio, calidad, atención amable, ambiente cómodo, servicio eficaz y sobre todo un trato individualizado.
- Cuando un cliente o consumidor es tratado con amabilidad y además se le brinda un servicio excelente significa que el cliente regrese a adquirir nuestros productos o servicios y visite nuestra organización.
- Si un consumidor o cliente no queda totalmente satisfecho por nuestro producto o servicio es ahí donde el cliente va a comentar cosas negativas de la organización y cuente de su mala experiencia a otros consumidores o usuarios.

2.2. ENFOQUES O PRINCIPIOS DE GESTIÓN DE CALIDAD

Cortès, (2017) indica que se han establecido en la familia ISO 9000 en su versión 2015, siete principios o enfoques para la Gestión de la Calidad, los cuales

proporcionan las claves para introducir una cultura de calidad en las organizaciones.

1) Enfocarse al Cliente: Las organizaciones va depender de los consumidores o clientes es por eso que deben conocer cuáles son prioridades de hoy y futuras, ya que estas necesidades van cambiando en el tiempo satisfaciendo todos los elementos necesarios de los clientes y poderse esforzarse en cumplir las expectativas.

2) Liderazgo: Un buen líder va orientar su organización de la empresa, deben de mantener un ambiente cómodo para que todos los colaboradores se involucren en misión y visión de la empresa.

3) Participación del personal: Los colaboradores son la pieza clave de la organización en lo cual su compromiso con la M YPE va generar que la empresa se beneficie.

4) Enfoque a procesos: El objetivo clave esta determinar las necesidades y expectativas del consumidor para ofrecer productos y servicios que satisfagan las mismas para así

poder llegar a un buena entrada o salida sea eficiente debemos de relacionarlo y pasarlo por procesos.

5) Enfoque de sistema de gestión: Debemos de seleccionar todos los sistemas que se relacionan con un sistema la cual va contribuir con los objetivos trazados de la organización.

6) Mejora continua: Debe ser un objetivo claro, preciso y permanente ya que esto se consigue cuando planificamos, verificamos y actuamos para ir mejorando.

7) Enfoque basado en hechos para la toma de decisión: Se deben basar en el recojo de información y el análisis de datos respectivos.

8) Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: Una buena relación con los proveedores va a facilitar un aumento de productividad y rentabilidad en las organizaciones y poder ser competitivas.

2.2.2 ATENCION AL CLIENTE

El cliente o usuario es la persona quien paga por un producto o servicio es por eso que el cliente siempre va estar en constante comunicación para que puedan resolver todas sus dudas, inquietudes, sugerencias y reclamos sobre el producto o servicio que brindan siendo de esta manera que ellos van estar en contacto con la empresa.

De esta manera son variadas las vías de comunicación que un cliente o consumidor puede comunicarse con el área de atención al cliente: por teléfono, correo electrónico, redes sociales etc.

Gomes, (2009) define que un buen servicio al consumidor son todas las estrategias que una organización o empresa implementa para poder satisfacer todas las necesidades de los consumidores del exterior.

2.2.2.1 CARACTERISTICAS DE UNA BUENA ATENCION AL CLIENTE

Gomes, (2009) comunica las siguientes características más comunes se encuentra las siguientes:

- 1) Es abstracto ya que no se puede percibir por los sentidos
- 2) Consiste en ser muy breve ya que se produce y se consume instantáneamente
- 3) Muy continuo ya quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio
- 4) A la vez completo, ya que todo el personal forma parte de ella
- 5) Cumplir con lo que has prometido sobre tu producto o servicio
- 6) Ser transparente y directos con el usuario porque así quedara más satisfecho
- 7) Siempre la empresa u organización debe ir un paso delante de lo esperado para poder generar más ventas y poder obtener más clientes óseas el plus al producto.

2.2.2.2 DEFINICION DE LA SATISFACION DEL CLIENTE

Hoy en día la satisfacción de un cliente es un elemento muy específico para poder adquirir un lugar en la mente de los clientes o usuarios y así mismo en el mercado.

(Kotler y Armstrong) dice que para que un cliente satisfecho se compara como el estado de ánimo de una persona donde se compara la aceptación del producto o servicio y si cumple sus expectativas..

2.2.2.3 ELEMENTOS DE LA SATISFACION DEL CLIENTE

- 1) **EL VALOR PERCIBIDO:** Se trata del resultado que el consumidor o cliente obtuvo de los productos o servicios que consumió o utilizo.

Características:

- Lo define el consumidor, no la organización

- Se basa en el rendimiento final que los clientes o consumidores obtienen con los productos o servicios que les brindan.
- Se basa en las ideas de los consumidores, no solamente en la realidad.

2) **EXPECTATIVAS:** Se refiere a las posibilidades que los consumidores tienen al momento de adquirir algo.

3) **NIVELES DE SATISFACCIÓN:** Después que el cliente realice sus compras o elija sus productos va saber cuan satisfecho quede y experimentara la:

- Insatisfacción
- Satisfacción
- Complacencia

2.2.2.4 COMO LOGRAR UNA EXCELENTE ATENCION AL CLIENTE

Nos dice que la competencia cada vez es más feroz y también los consumidores son más exigentes y educados buscando la calidad, servicio y precio que sin clientes no hay negocios, es por ello que se puede tomar en cuenta los siguientes consejos para brindar una buena atención al cliente, de esta manera los estamos reteniendo y haciendo frente a la competencia:

- 1) Busca satisfacer de forma total a los consumidores
- 2) Deje su vida personal en casa
- 3) Saludar amablemente a cada consumidor
- 4) Nunca debemos dejarnos llevar por la apariencia de los consumidores
- 5) Dejar que cada consumidor tenga su propio lugar

2.3. HIPOTESIS

Según Fernández y Baptista (2010) las investigaciones de tipo descriptivas recolectan toda la información para describir todos los datos y este debe tener un impacto en las vidas de las personas que los rodea y su objetivo es llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta solo se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

III METODOLOGIA

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACION

(Ávila Baray, 2006) Considera que la investigación descriptiva redacta de modo sistemático todas las características de una población, situación o área de interés recogiendo los datos, información de manera cuidadosa y luego la analizan cuidadosamente los resultados para atraer conceptos que contribuyan al conocimiento. La meta no solo es llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas para así poder identificar la relación que existe entre dos variables.

El tipo de estudio de esta investigación es de nivel cuantitativo porque se utilizan técnicas de medición para la recolección y análisis de datos para contestar preguntas de investigación y poder probar las hipótesis establecidas previamente y

confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.

Según Hernández y Baptista (2014) el enfoque cuantitativo representa un conjunto de procesos, es secuencial y probatorio ya que el orden es muy riguroso porque parte de una idea que se va relacionarse y una vez hecha se derivan los objetivos, preguntas de investigación construyendo un marco teórico.

El diseño de la investigación no experimental ya que recoleta datos en un solo momento, en un tiempo único teniendo como propósito establecer la relación entre ambas variables y analizar su incidencia en un momento dado, debido que las propuestas no han sido ejecutadas, por lo que no se pueden evaluar resultados (Sampieri, 2014)

3.2 Población y Muestra

Para el presente trabajo se ha considerado las MYPES rubro bodegas de Urb. Piura las mismas que se detallaran a continuación.

Nº	MYPE	RUC	DIRECCION	PROPIETARIO	Nº TRABAJADORES
1	Bodega el Trigal”	10026055071	Av. John F. Kennedy 317, Piura	De la cruz Vergara Rafael	3

2	Bodega “Don Paucaar”	1002874136	Av. John F. Kennedy 320, Piura	Cevallos Páucar Telesforo	3
---	----------------------------	------------	--------------------------------------	------------------------------	---

Fuente: Directamente de las Mypes

Elaboración: Propia

MUESTRA

(Behar, 2014) deduce que la muestra es: “un subgrupo de la población. Se puede decir que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus necesidades al que llamamos población”

Variable Gestión de Calidad y Atención al Cliente

Para las variables gestión de calidad y atención al cliente como muestra de estudio para los clientes se aplicará la fórmula de población infinita.

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q}{(e)^2} \quad \text{Fuente: Ochoa (2013)}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.09}{0.00025}$$

$$n = \frac{0.345744}{0.00025}$$

$$n = 138.2976$$

$$n = 138 \text{ clientes}$$

$$Z = 1.96$$

$$p = 0.1$$

$$q = 0.90$$

$$e = 0.0$$

CRITERIOS DE INCLUSIÓN

Para la variable Gestión de Calidad y Atención al cliente incluirán a los clientes de ambos géneros residentes de Piura que pertenecen al sector socio económico "B" dentro de un rango de 18 a 65 años.

.

CRITERIOS DE EXCLUSIÓN

Para la variable Gestión de Calidad y Atención al Cliente se va a excluir a los clientes que no están en la capacidad de brindar información confiable como personas con deficiencias sensoriales.

3.3 DEFINICION Y OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLE	Definición conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Escala de Medición	Fuentes
Gestión de Cliente	La gestión de calidad es el mecanismo operativo de una organización para optimizar sus procesos el objetivo es orientar la información, la maquinaria y el trabajo facilitando que los clientes estén conforme con los productos y servicio (Gardey,2014)	Enfoques	Consiste en conocer los enfoques de gestión de calidad que se predominan en las mypes asimismo su importancia	_Cliente -Liderazgo -Personal -Procesos	Nominal/Ordinal	Clientes
		Importancia		Competidores Competencia -Clientes -Servicio	Nominal/Ordinal	

Atención al Cliente	El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. (Gomes,2009)	Elementos de satisfacción	Consiste en conocer los elementos de satisfacción de atención al cliente que predominan en las mypes asimismo sus estrategias.	_Rendimiento Percibido _Expectativas -Niveles de satisfacción	Nominal/Ordinal	Clientes
		Estrategias		_Satisfacción del cliente. -Deje su vida personal en la casa. -Salude a cada cliente -Nunca califique a sus clientes por su apariencia	Nominal/Ordinal	Clientes

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:

Técnicas

Encuestas: La elaboración de la encuesta pretende establecer las características de la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE en el ámbito de estudio.

Encuesta es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos (Grasso, 2013)

Cuestionario: Las encuestas serán aplicadas a 138 clientes para obtener información sobre los objetivos planteados de investigación. El cuestionario es una modalidad de encuesta además es considerado como un medio de traducir los objetivos y las variables de la investigación a través de una serie de preguntas muy particulares, previamente preparadas en forma de comunicación escrita y básica, entre el encuestador y el encuestado, facilita cuidadosa, susceptibles de analizar en relación al problema estudiado (Tamayo, 2013)

3.5 PLAN DE ANALISIS

Para el recojo de datos se realizaron coordinaciones con los representantes de las MYPE del rubro bodegas, para obtener la autorización de poder contactar con los clientes para aplicarles los cuestionarios, los cuales estarán debidamente validados por el juicio de tres expertos. Asimismo, coordinar la aplicación del instrumento de financiamiento a ellos.

El presente estudio de investigación realiza un plan de análisis posterior a la recopilación de los datos, según la tabulación y presentación mediante tablas y gráficos, dichos resultados responden a los objetivos de investigación. Se empleará estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se empleará el programa Excel y programas estadísticos.

3.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA	DIMENSIONES	INDICADORES
Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en la Mype Rubro bodegas en Urb. Piura, Piura año 2017	¿Qué característica s de gestión de calidad y atención al cliente tiene las MYPE rubro bodegas Urb. Piura, Piura año 2017?	<p>OBJETIVO GENERAL: Determinar qué características tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro bodegas Urb. Piura, Piura año 2017.</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS: (a) Identificar cuáles son los enfoques de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas Urb. Piura, Piura año 2017, (b) conocer la importancia de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas Urb. Piura, Piura año 2017,</p>	Según Fernández y Baptista (2010) las investigaciones de tipo descriptivas recolectan toda la información para describir todos los datos y no registra hipótesis.	Gestión de Calidad	<p>TIPO DE INVESTIGACION: Descriptiva</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACION Cuantitativa</p> <p>DISEÑO: No experimental. Corte transversal</p> <p>POBLACION: 02 Mype</p> <p>MUESTRA: 138 clientes</p>	<p>Enfoques</p> <p>Importancia</p>	<p>_Cliente</p> <p>-Liderazgo</p> <p>-Personal</p> <p>-Procesos</p> <p>_Competidores</p> <p>_Competencia</p> <p>-Clientes</p> <p>-Servicio</p> <p>_Rendimiento Percibido</p>

		<p>c) Evaluar el grado de satisfacción de los clientes, en cuanto a la atención que les brinda en las MYPE rubro bodegas Urb. Piura, Piura año 2017</p> <p>d) Proponer estrategias para mejorar o brindar una mejor atención al cliente en las MYPE rubro bodegas Urb. Piura, Piura 2017</p>		<p>Atención al Cliente</p>	<p>TECNICA: Instrumento</p> <p>INSTRUMENTO: Cuestionario</p>	<p>Elementos de Satisfacción</p> <p>Estrategias</p>	<p>_Expectativas de satisfacción</p> <p>-Niveles de satisfacción</p> <p>Satisfacción del cliente.</p> <p>-Deje su vida personal en la casa.</p> <p>-Salude a cada cliente</p> <p>-Nunca califique a sus clientes por su apariencia</p>
--	--	--	--	----------------------------	--	---	--

3.7 Principios Éticos

La investigación que se realizó se considera muy confiable y transparente ya que al momento de la recolección de datos de la población que se ha estudiado se puso en énfasis la autenticidad de los resultados obtenidos, la confidencialidad de las encuestas aplicadas fue de carácter estricto y honesto al momento de hacer el análisis de los resultados respetando los derechos del autor.

IV. RESULTADOS

4.1 RESULTADOS

4.1.1 GESTION DE CALIDAD

Cientes

Tabla 1.

Genero

Ítems	Cantidad	Porcentaje
Masculino	63	46%
Femenino	75	54%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 2.

Estado Civil

ITEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Soltero	25	18%
Casado	85	62%
Divorciado	24	17%
Viudo	4	3%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 3

Nivel Profesional

ITENS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Primaria	64	46%
Secundaria	41	30%
Técnico	19	14%
Universitario	14	10%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 4.

Gestión de calidad contribuye

ITEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Rendimiento del negocio	77	56%
Modernización de su negocio	29	21%
Planificar actividades	16	12%
Lograr los objetivos de la empresa	16	12%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 5

Aspectos cree usted, que debe mejorar bodega

ITEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Infraestructura	61	44%
Variedad de productos	37	27%
Calidad de productos	40	29%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 6

Mejoras que ha realizado en su MYPE

ITEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Ampliación	30	22%
Stock de productos	43	31%
Promociones	65	47%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

los cuales proporcionan las claves para introducir una cultura de calidad en las organizaciones.

Tabla 7

¿Condiciones o enfoques claves posee la empresa en cuanto a gestión de calidad?

ITEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
El cliente	39	28%
Mejora Continua	50	36%
Trabajo en equipo	23	17%
Participación Personal	26	19%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 8

Factores importantes que influye para que los clientes elijan su MYPE

ITEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Precio	64	46%
Calidad	21	15%
Ofertas	18	13%
Obsequios	35	25%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 9

Tipo de estrategias publicitarias les ofrece a sus clientes

ITEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Promociones	54	39%
Descuentos	50	36%
Remates	34	25%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 10

Usted tiene conocimiento sobre el significado de gestión de calidad.

ITEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	88	64%
No	50	36%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 11

Cómo realiza sus actividades de compra

ITEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Planificadas	33	24%
Anticipadas	70	51%
Improvisadas	35	25%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

4.1.2 Atención al Cliente

Tabla 12

Genero

ITEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Masculino	39	28%
Femenino	99	72%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tabla13

Estado Civil

ITEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Soltero	48	35%
Casado	79	57%
Divorciado	4	3%
Viudo	7	5%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 14

Nivel profesional

ITEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Primaria		0
Secundaria	53	38%
Técnico	61	44%
Universitario	24	17%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 15

El personal que atiende a la bodega que frecuenta es:

ITEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Amable	69	50%
Carismático	37	27%
Gruñón	6	4%
Extrovertido	26	19%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 16

Califica el tiempo de espera en la atención

ITEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Buena	72	52%
Regular	66	48%
Mala	0	0%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 17

Con que frecuencia realiza compras en la bodega

ITEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Diarias	88	64%
Inter diarias	41	30%
Semanales	9	7%
TOTALES	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 18

¿Cuándo un cliente tiene un problema o duda los colaboradores de la MYPE muestran un sincero interés en solucionarlo?

ITEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Totalmente en desacuerdo	29	21%
En desacuerdo	22	16%
Indeciso	24	17%
De acuerdo	63	46%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 19

Los productos que ofrecen las MYPE satisfacen sus necesidades

ITEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	73	53%
Totalmente en desacuerdo	27	20%
A veces	38	28%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 20

Experiencia de compra

ITEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Buena	74	54%
Mala	18	13%
Regular	46	33%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 21

Calificación del producto y servicio de la MYPE

ITEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Bueno	60	43%
Malo	27	20%
Irregular	17	12%
Regular	34	25%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 22

Aspectos considera usted como cliente que debería mejorar en la MYPE

ITEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
La atención más rápida	62	45%
Tener variedad de productos	31	22%
Tener una infraestructura amplia	45	33%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

4.2 ANALISIS DE RESULTADOS

4.2.1 GESTION DE CALIDAD (CLIENTES)

TABLA 1 Genero

De acuerdo a los resultados obtenidos referente al género el 54% es de sexo femenino y el 46% de sexo masculino en determinadas MYPE

TABLA 2 Estado Civil

De acuerdo los resultados obtenidos referente al estado civil son soltero el 18%, son casados el 62%, divorciado el 17% y el 3% viudo.

TABLA 3 Nivel Profesional

De acuerdo los resultados obtenidos referente al nivel primario es el 46%, en el nivel secundaria es el 30%, en el nivel técnico es el 14% y en el nivel universitario es el 10%.

TABLA 4.4

De acuerdo a los resultados de la tabla 4.4 denominada “ Gestión de calidad”, se ha determinado que el 56% de los clientes sostuvo que la Gestión de Calidad si contribuye al rendimiento del negocio este resultado coincide con la investigación de Gaitán (2007) quien resalta todo esto se traduce para poder lograr el éxito en el negocio ya que la gestión de calidad se caracteriza por ser competitiva que ayuda a tener mucho beneficios como es el ingreso más alto y clientes satisfechos, el 21% modernización de su negocio, el 12% planificar actividades y el 12% lograra los objetivos de la empresa.

TABLA 5

De acuerdo a los resultados de la tabla 4.5 denominada “Aspectos de mejora” se ha determinado el 44% de los clientes sostuvo que la infraestructura es el aspecto

en la cual las mypes deben de mejorar esto coincide según Boiser (2012) Los clientes cada siempre son más exigentes por lo que buscan un ambiente agradable y cómodo. el 27% variedad de productos y el 29% calidad de productos.

TABLA 6

De acuerdo a los resultados de la tabla 4.6 denominada “Frecuencia de compras” se ha determinado que el 64% de los clientes las realiza de manera diaria esto coincide

TABLA 7

De acuerdo a los resultados de la tabla 4.7 denominada “Condiciones de Gestión de Calidad” se ha determinado que el 36% de los clientes sostuvo que la innovación es la condición más importante en las mypes esto coincide con la investigación realizada por Ramírez y Sánchez (2013) quien resalta que para que las empresas sean competitivas deben involucrara procedimientos eficientes como un alto grado de calidad, innovación y la mejora continua.

TABLA 8

De acuerdo a los resultados de la tabla 4.8 denominado “Factores” se ha determinado que el 46% de los clientes sostuvo que el precio es factor más importante al momento de realizar una compra esto coincide con Boiser (2012) que los clientes cada siempre son más exigentes porque no solamente buscan precio, calidad sino una buena atención.

TABLA 9

De acuerdo a los resultados de la tabla 4.9 denominado “Estrategias” se ha determinado que el 39% de los clientes sostuvo que las promociones es una estrategia muy importante en las organizaciones, esto coincide el 36% los descuentos y el 25% los remates.

TABLA 10

De acuerdo a los resultados de la tabla 4.10 denominado “Gestión de Calidad” se ha determinado que el 64% de los clientes sostuvo que, si tiene conocimiento del término de Gestión de Calidad, esto no coincide con la investigación realizada por Saavedra Gutiérrez (2016) ya que las empresas emplean muy poca gestión de calidad porque un gran número de organizaciones no se encuentran formalizadas.

TABLA11

De acuerdo a los resultados de la tabla 4.11 “Compra” se ha determinado que el 51% de los clientes sostuvo que realizan sus compras de una manera anticipada y el 25% de los clientes de una manera improvisada.

4.2.2 ATENCION AL CLIENTE (CLIENTES)

TABLA 12 GENERO

De acuerdo a los resultados obtenidos referente al género son femeninos el 99% y el 72% masculino.

TABLA 13 ESTADO CIVIL

De acuerdo los resultados obtenidos referente al estado civil son soltero el 35%, son casados el 57%, divorciado el 3 % y el 5% viudo.

TABLA 14 NIVEL PROFESIONAL

De acuerdo a los resultados obtenidos referente al nivel primario es el 0%, en el nivel secundaria es el 38%, en el nivel técnico es el 44% y en el nivel universitario es 17%.

TABLA 15

De acuerdo a los resultados de la tabla 4.4 denominado “Atención” se ha determinado que el 50% de los clientes sostuvo que la atención que reciben en la bodega es amable esto no coincide con la investigación realizada por Enríquez (2014) quien resalta que existe un deficiente servicio al consumidor o cliente porque consideran que los colaboradores son poco cortés o amable ya que no cumplen con todas las expectativas que ellos esperan.

TABLA 16

De acuerdo a los resultados de la tabla 4.5 denominado “Tiempo de espera” se ha determinado que el 52% de los clientes respondieron que el tiempo de espera es muy buena, el 48% regular y el 0% mala.

TABLA 17

De acuerdo a los resultados de la tabla 4.6 denominado “Frecuencia de compras” se observa que el 64% de los clientes realiza sus actividades de compras diarias

diaria, el 30% Inter diarias, el 7% semanales.

TABLA 18

De acuerdo a los resultados de la tabla 4.7 denominado "Problemas o dudas" se observa que el 46% de los clientes manifiestan que siempre están de acuerdo en ayudarlo a solucionar alguna duda y problema esta investigación coincide con la investigación realizada por Delicia Bárcenas (2014) quien resalta que el personal que está encargado de la atención al cliente debe de estar preparado en desempeñar su trabajo de manera correcta y tener conocimiento al momento que surge un problema o duda por parte del cliente sobre el producto o servicio que brindan.

TABLA 19

De acuerdo a los resultados de la tabla 4.8 denominado "Satisfacción de sus necesidades" se observa que el 53% de los clientes resaltan que los productos que brindan las mypes siempre satisfacen sus necesidades esta investigación coincide la investigación realizada por Nelly López (2014) verificándose que existe un nivel de satisfacción bueno y la mayoría de los clientes están satisfechos con los productos que se les brinda en la empresa.

TABLA 20

De acuerdo a los resultados de la tabla 4.9 denominado "Experiencia de compra" se detalla que el 54% de los clientes recalca que su experiencia de compra es muy buena, eso coincide con la investigación de Rafael Vela y Liz Zavaleta (2014)

quien resalta que la calidad de servicio influye en el nivel de compras lo cual involucra que si existe una buena calidad del servicio o producto esto va repercutir en el aumento de ventas o compras generando que los clientes califiquen su experiencia de compra muy buena.

TABLA 21.

De acuerdo a los resultados de la tabla 4.10 denominado “Calificación del producto o servicio” se detalla que el 43% de los clientes recalcan que los productos o servicios que brindan las Mypes son buenos, esto coinciden con la investigación de Nelly López (2014) resaltando que existe un nivel de satisfacción muy buenos en la calidad de productos o servicios ya que de esta manera los consumidores van estar satisfechos por todo lo que les brinda la empresa.

TABLA 22

De acuerdo a los resultados de la tabla 4.11 denominada “Aspectos de mejora” se detalla que el 45% de los clientes recalcan los aspectos que debería mejorar la mype es que la que la atención sea más rápida, esto no coincide con la investigación de Rafael Vela y Liz Zavaleta (2014), quien recalca que una mejora de calidad de servicio tiene que ver con una infraestructura amplia, empatía y confiabilidad va tener un impacto muy positivo con los clientes.

V CONCLUSIONES

Con respecto al primer objetivo identificar cuales son los enfoques de gestión de calidad en las Mypes en lo que mas se focaliza los clientes es el enfoque de mejora continua que le permite verificar como consumidor o usuario como mejora día logrando satisfacer sus necesidades actuales y futuras.

Referente al segundo objetivo se concluye que la gestión de calidad es muy importante en las Mypes son los precios ya que de esta manera la competencia siempre va igualando el precio.

Con respecto al tercer objetivo, elementos de la satisfacción de cliente en las Mypes, se concluye que la satisfacción es una pieza clave para que cliente regrese o realice sus compras o productos.

| En relación al cuarto objetivo se concluye que una de las estrategias para mejorar o brindar una mejor atención al cliente es buscar satisfacer todas las necesidades de forma total a los consumidores por lo que son más exigentes y buscan un producto o servicio bueno y de calidad

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

La República,(11 de Enero de 2016). *¿Solo las MYPES salvarán al Perú.*

El comercio,(16 de Marzo de 2017). *PERÚ: Lluvias y desbordes pueden costar hasta 5% del PBI .*

Ávila Baray, H. (2006). *Introduccion a la Metodologia de Investigacion.* España.

Boiser, S. (2005). Hay espacio para el desarrollo local en la globalización. [Acceso 2016 oct. 13]. Recuperado de: <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/1/22211/G2282eBoisier.pdf>

Comercio, D. E. (17 de Marzo de 2017). *PERÚ: Lluvias y desbordes pueden costar hasta 5% del PBI .*

Cómo debe actuar cada uno de nosotros? Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave). . (2009). Argentina.

El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. (s.f.).

Gardey, P. &. (2014). En *El Sistema de Gestion de Calidad.*

Hernández, Roberto; Carlos Fernández y María Baptista. (2010). *Metodología de la*

Investigación. Sta Edición. México. Editorial McGRAW-HILL
INTERAMERICANA S.A..

Hernández Sampieri, R. /. (s.f.). *Metodología de la investigación*. 5a ed.

Lele, S. y. (1989). *“El cliente es la clave*. España : Editorial Díaz de Santos S.A., .

Mypes aportan el 21,6% de la producción del país, pero el 83,1% son informales.

(2016).

NOTICIAS, R. (10 de 05 de 2012). Más de 64 mil MYPES se registran en la región
Piura.

Norma Internacional ISO 9001-2008 SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD –
REQUISITOS. Cuarta edición, 15 de noviembre de 2008.

Ospina, S. (2015). Calidad de servicio y valor en el transporte intermodal de
mercancías. Un modelo integrador de antecedentes y consecuentes desde la
perspectiva del transitario. Tesis Doctoral. Valencia: Universidad de Valencia.

PEREZ VANESA. (2006). *Calidad Total en la atención al cliente. Pautas para
garantizar la excelencia en el servicio* (1° Edición ed.). España: Ideas propias

Perez, J. &. (s.f.). En *El Sistema de Gestion de Calidad*. España .

Peruano, D. E. (27 de Enero de 2016). *Existen en Lima 113 Bodegas a nivel nacional
414 mil*.

Ramos, E. E. (2016). Promulgan Ley N° 30056 que modifica la actual Ley MYPE y
otras normas para las micro y pequeñas empresas.

Republica, D. I. (2016). Mypes aportan el 21,6% de la producción del país, pero el
83,1% son informales.

Sánchez, A. & Cerón, O. (2014). Documentación del sistema de gestión de calidad bajo la norma ISO 9001:2015 para la empresa “Transportes A.R.S.A.S” Tesis de Titulación. Venezuela: Universidad Tecnológica De Pereira

Silupu, B. (5 de Diciembre de 2012). *Las Mypes están haciendo crecer a Piura.*

Tamayo. (2007). *El proceso de la Investigacion Cientifica* . Mexico.

Vanesa, P. y. (2006). *Calidad Total en la atencion al cliente* .

ANEXOS



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

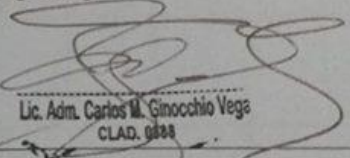
Yo, Carlos Mauricio Ginocchio Vega identificado
(a) con D.N.I. 02864939 con grado de Mg. Asm.

Por medio de la presente hago que he revisado con fines de validación el (los) instrumento
(s) de recolección de datos: ENCUESTA, Elaborado por
KATERINE CEVALES CORREA, a los efectos de su aplicación a los
elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:

"Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en la MYPE rubro bodegas
Urb. Piura, Piura 2017"

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

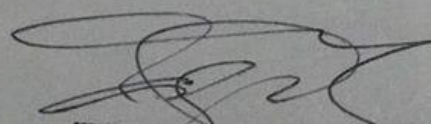
Piura, 14 de Junio 2018.


Lic. Adm. Carlos M. Ginocchio Vega
CLAD. g888

Firma y sello del validador

VALIDACIÓN

PREGUNTAS		OBSERVACIONES							
N°	Ítem	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	GESTION DE CALIDAD								
1.	La gestión de calidad contribuye a	/			/		/		/
2.	¿En qué aspectos cree usted, que debe mejorar su bodega?	/			/		/		/
3.	¿Qué mejoras a realizado en su MYPE?	/			/		/		/
4.	¿Qué condiciones posee la empresa en cuanto a gestión de calidad?	/			/		/		/
5.	¿Qué factores influye para que los clientes elijan su MYPE?	/			/		/		/
6.	¿Qué tipo de estrategias publicitarias les ofrece a sus clientes?	/			/		/		/
7.	Usted tiene conocimiento sobre el significado de gestión de calidad	/			/		/		/
8.	¿Cómo realiza sus actividades de compra?	/			/		/		/


 Lic. Adm. Carlos M. Ginocchio Vega
 CIAD 0888



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

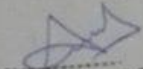
Yo, IVAN GUZMAN CASTRO identificado
(a) con D.N.I 07222708 con grado de MAESTRO DOCENTE

Por medio de la presente hago que he revisado con fines de validación el (los) instrumento
(s) de recolección de datos: ENCUESTARIO. Elaborado por
KATERINE CEVALLOS CORREA, a los efectos de su aplicación a los
elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:

"Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en la MYPE rubro bodegas
Urb. Piura, Piura 2017"

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomendó al autor la inclusión en cuestión
las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de mejorar su validez.

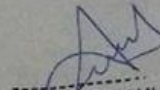
Piura, 14 DE JUNIO


MG. IVAN GUZMAN CASTRO
CLAD N° 5107

Firma y sello del validador

VALIDACIÓN

PREGUNTAS		OBSERVACIONES							
N°	Item	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
GESTION DE CALIDAD									
1.	La gestión de calidad contribuye a	X			X		X		X
2.	¿En qué aspectos cree usted, que debe mejorar su bodega?	X			X		X		X
3.	¿Qué mejoras a realizado en su MYPE?	X			X		X		X
4.	¿Qué condiciones posee la empresa en cuanto a gestión de calidad?	X			X		X		X
5.	¿Qué factores influye para que los clientes elijan su MYPE?	X			X		X		X
6.	¿Qué tipo de estrategias publicitarias les ofrece a sus clientes?	X			X		X		X
7.	Usted tiene conocimiento sobre el significado de gestión de calidad	X			X		X		X
8.	¿Cómo realiza sus actividades de compra?	X			X		X		X


Mg. IVÁN GUZMAN CASTRO
CLAD N° 5107



