



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE  
LA LIBRERÍA “EL ANTÁRTICO” S.A.C DEL DISTRITO DE  
SULLANA, 2021.

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

**AUTORA**

JIMENEZ CHERO, YEIXIGREI MARYURI

ORCID: 0000-0003-0714-6355

**ASESORA**

MGTR. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

**SULLANA - PERÚ**

**2023**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Jimenez Chero, Yeixigrei Maryuri

ORCID: 0000-0003-0714-6355

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Sullana, Perú

### **ASESOR**

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Facultad de Ciencias e  
Ingeniería Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú.

### **JURADO**

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000 0001 6176 191X

Mgtr. Rosillo de Purizaca, Maria del Carmen

ORCID: 0000 0003 2177 5676

Mgtr. Limo Vázquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-6174-4754

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia  
ORCID: 0000 0001 6176 191X

**Presidente**

Mgtr. Rosillo de Purizaca, Maria del Carmen  
ORCID: 0000 0003 2177 5676

**Miembro**

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel  
ORCID: 0000-0002-7575-3571

**Miembro**

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia  
ORCID: 0000-0001-9618-6177

**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Magister Estrada Díaz, Elida Adelia por la enseñanza brindada y la paciencia que me brindo durante el tiempo de elaboración de este informe y ser fuente de mi inspiración en mi profesión.

A Dios, por darme salud y amor, mucha sabiduría, por haberme permitido concluir con mi informe y así poder cumplir una de mis metas.

Agradezco el apoyo de mi familia que son siempre mi fuerza para cumplir cada paso que doy, son mi motivación para seguir adelante.

## **DEDICATORIA**

A Dios por darme salud, guiarme darme  
fuerzas para seguir adelante a pesar de las  
circunstancias.

En gratitud a mi madre, papá e hermano por  
confiar en mí; porque es imposible haberlo  
logrado con su apoyo incondicional hacia  
mí en este largo proceso de formación  
profesional en mi vida.

A mi asesora ya que me guio de  
manera constante y por la paciencia  
brindada para así haber logrado  
entender las indicaciones que me  
brindo en sus clases

## ÍNDICE DE CONTENIDO

|  |     |
|--|-----|
| 1. Caratula.....   | i   |
| 2. Equipo de trabajo.....  | ii  |
| 3. Jurado evaluador y asesor.....                                    | iii |
| 4. Agradecimiento y/o dedicatoria.....                               | iv  |
| 5. Indice de conenido.....   | vi  |
| 6. Indice de tablas y figura.....                                    | vii |
| 7. Resumen y abstract.....   | xi  |
| I. Introducción.....   | 1   |
| II. Revisión de la literatura.....                                   | 6   |
| 2.1. Antecedentes.....   | 6   |
| 2.2. Bases Teóricas de la investigación.....                         | 14  |
| III. Hipótesis.....  | 34  |
| IV. Metodología.....   | 35  |
| 4.1. Diseño de la investigación.....                                 | 35  |
| 4.2. Población y muestra.....  | 36  |
| 4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores..... | 38  |
| 4.4. Técnica e instrumentos.....                                     | 40  |
| 4.5. Plan de análisis.....   | 40  |
| 4.6. Matriz de consistencia.....                                     | 42  |
| 4.7. Principios Éticos.....  | 43  |
| V. Resultados.....   | 45  |
| 5.1. Resultados.....   | 45  |
| 5.2. Análisis De Resultados.....                                     | 48  |
| VI. Conclusiones.....  | 55  |
| VII. Recomendaciones.....  | 56  |
| Referencias bibliográficas.....                                      | 57  |
| Anexos.....  | 60  |

## INDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1. Características de la planificación en la Librería El Antártico S.A.C. del<br>Distrito de Sullana, 2021 ..... | 45 |
| Tabla 2. Características de la organización en la Librería El Antártico S.A.C. del<br>Distrito de Sullana, 2021. ....  | 46 |
| Tabla 3. Características de la confiabilidad en la Librería El Antártico S.A.C. del<br>Distrito de Sullana, 2021.....  | 47 |

## INDICE DE FIGURAS

### Figuras (anexos)

|   |    |
|---|----|
| Figura 1. Liderazgo en la empresa.....                          | 82 |
| Figura 2. Planificación y organización .....                    | 82 |
| Figura 3. Satisfacción al cliente en producto y servicios.....  | 83 |
| Figura 4. Evaluación .....                                      | 83 |
| Figura 5. Calidad de producto y servicios .....                 | 84 |
| Figura 6. Sistema de calidad para mejorar la productividad..... | 84 |
| Figura 7. Sistema de gestión para la organización.....          | 85 |
| Figura 8. Recursos humanos y tecnológicos.....                  | 85 |
| Figura 9. Cambios y mejoras para un mejor servicio .....        | 86 |
| Figura 10. Satisfacción al cliente .....                        | 86 |
| Figura 11. Atención al cliente.....                             | 87 |
| Figura 12. Confiabilidad al producto .....                      | 87 |
| Figura 13. Incentivos para el trabajador .....                  | 88 |
| Figura 14. Servicio en la empresa.....                          | 88 |
| Figura 15. Beneficios del producto.....                         | 89 |



## RESUMEN

La presente investigación titulado Gestión de Calidad en Atención al Cliente de la Librería “El Antártico” S.A.C Del Distrito De Sullana, 2021. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente de la Librería El Antártico S.A.C. del distritode Sullana, 2021. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, se utilizó una población infinita de clientes con una muestra de 68 clientes a quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 70.59% siempre tienen liderazgo en la empresa, el 45.59% siempre la Mype realiza la planificación y organización, el 58.82% la satisfacción al clientes en productos y servicios es bueno, el 41.18% siempre utilizan el sistema de calidad para mejorar la productividad, el 44.12% siempre existe cambios y mejoras para un mejor servicio, el 50% siempre existe la satisfacción a los clientes, el 58.82% siempre la confiabilidad de producto al servicio del cliente, el 44.12% siempre el servicio de la empresa es de calidad. La investigación concluye que los clientes consideran que la empresa cuenta con una gestión de calidad enfocado en sus necesidades asimismo señalaron que la atención brindada por los trabajadores cumplió con sus expectativas, asimismo se encuentran satisfechos con la disponibilidad que tienen dichos colaboradores para cuando se presentan las dudas y consultas.

**Palabras clave:** Atención, cliente, gestión de calidad, Mypes

## **ABSTRACT**

The present research entitled *Gestión de Calidad en Atención al Cliente de la Librería "El Antártico" S.A.C Del Distrito De Sullana, 2021*. Tuvo as a general objective: To determine the characteristics of the quality management in customer service of the Librería El Antártico S.A.C. of the district of Sullana, 2021. The research was of non-experimental design – cross-sectional – descriptive, and used an infinite population of clients with a sample of 68 clients to whom a questionnaire of 15 questions was applied through the survey technique. Obtaining the following results: 70.59% always have leadership in the company, 45.59% always the MSE carries out planning and organization, 58.82% customer satisfaction in products and services is good, 41.18% always use the quality system to improve productivity, 44.12% there are always changes and improvements for a better service, 50% there is always customer satisfaction, 58.82% always the reliability of product at the service of the customer, 44.12% always the service of the company is of quality. The investigation concludes that customers consider that the company has a quality management focused on their needs also pointed out that the attention provided by the workers met their expectations, they are also satisfied with the availability that these collaborators have for when doubts and queries arise.

**Keywords:** Customer service, customer, quality management, Mypes

## **I. INTRODUCCIÓN**

En el mundo la calidad en la atención al cliente no es un tema actual dentro de las empresas, ya que desde siempre los clientes han requerido el mejor trato y la mejor atención al obtener un producto o servicio, continuo de la confiabilidad, calidad, precios y decidida innovación por parte de las mismas, por lo general cada una de las empresas se han visualizado a la tarea de investigar otras alternativas para acumular dichos requerimientos. (López, 2017)

En Ecuador la gestión de calidad conforme a la norma ISO 9001 le permitirá mejorar la calidad de sus bienes y servicios, hacer más eficientes los procedimientos de su empresa y también participar en los procedimientos de contratación publicados por las autoridades administrativas estatales (Iso 9001, 2022)

En este sentido, el objetivo de la calidad es aumentar la productividad de la empresa. Entrega productos y servicios que cumplan con los estándares internacionales y promuevan el desarrollo, crecimiento de la economía y el comercio nacionales más demandante. El Acuerdo de la Organización Mundial sobre Obstáculos Técnicos al Comercio (TBT) por su parte el Departamento de Comercio (OMC) ha establecido disciplinas para asegurar que las regulaciones no sean vinculantes convertirse en una barrera técnica para el comercio internacional de mercancías. El Acuerdo OTC establece que los estados miembros pueden tomar las medidas necesarias para asegurar la calidad de sus exportaciones o para proteger la salud y la vida humana y protección de animales o plantas para proteger el medio ambiente, o prevenir prácticas que puedan causar errores en su nivel evaluado apropiado. Sin embargo, decidió que estas medidas no deben aplicarse de la siguiente manera: es una

discriminación arbitraria, injustificada o una restricción oculta. El comercio internacional.

Además, el protocolo TBT recomienda enfáticamente a los participantes base sus medidas en estándares internacionales para promover el comercio. (Rodríguez, 2022)

El Perú el análisis de la norma ISO 9001 facilita el análisis de los conceptos de calidad asociados a ella. La calidad se trata de qué tan bien un producto o servicio se adapta al uso previsto, en otras palabras, lo que quieren los clientes. Esto incluye esforzarse por satisfacer las necesidades de los consumidores y superar sus expectativas tanto como sea posible. La calidad Ha evolucionado mucho desde sus inicios. Este proceso le permite aumentar y afinar sus metas y enfocarse en satisfacer plenamente los deseos de los consumidores de bienes y usuarios de servicios. La Figura 1 reúne una representación gráfica de este desarrollo en los últimos años. (Lizarzaburu 2018)

Actualmente existe en el Perú competencia entre las empresas por ser el primero en lograr la atención al cliente, dado que puede llegar a diferir un largo proceso para convertirse en un cliente primordial, estando en frecuentes inspecciones en la entidad o de varias ventajas del producto que se brinda, dependiendo de la rotación de la empresa, para perder ese cliente y que este elija por ir a la competencia. No se debe de perder el objetivo de ejecutar con la satisfacción al cliente, y así cuidar caudalosamente de ellos, logrando tener un ambiente adecuado tanto para los empleados, clientes. (López, 2017)

Hoy en día el cliente es más conocedor y consciente de la calidad. Por ello, al momento de tomar una decisión de compra visualizan las especificaciones del beneficio y se toman el tiempo de leer las etiquetas y observan la información que no distinguen. Es decir, se preocupan por el producto o servicio que obtienen y por la seguridad que el producto les brinda. Así mismo buscan adquirir todos los productos en empresas de confianza, pues el tema de la garantía es un elemento favorable para ellos. Los consumidores son, los que concretan la eficacia de un negocio. Dado que las ventas no dejan de ser un tema trascendental para toda empresa, la efectividad y rentabilidad se obtiene cuando se edifican relaciones de largo plazo con los consumidores. Si el producto sigue con los tipos de calidad en su proceso de producción, les da mayor seguridad y confianza a los consumidores. El gran desafío es poder alcanzar a las empresas internacionales y estar en la capacidad de poder competir con ellos, menciona el Instituto Nacional de calidad. (INACAL, 2017)

La gestión dentro del mundo empresarial crea una técnica fundamental para el progreso económico, ya no sólo de las adecuadas empresas que realizan sus sistemas de gestión, asimismo para su sector de actividad o su país. La calidad es la gestión, refuerza a reducir la improvisación dentro de los procesos, de tal manera que el primer objetivo sea llevar a cabo procesos completamente planificados en los que se sepa en cada instante el modo de actuar durante circunstancias normales de funcionamiento o situaciones óptimas de trabajo o, por el contrario, cómo actuar ante un desvío de los requerimientos establecidos. De la misma forma la gestión de calidad ofrece una oportunidad clave, no sólo para planificar los procesos, si no también crear componentes para el seguimiento y el progreso de los mismos.

Para mejorar la gestión de las organizaciones y la calidad de los productos que elaboran o servicios que suministran, se debe analizar las normas estandarizadas que lo dirigen de la mano para constituya un sistema de gestión de la calidad. La ventaja de tener un método de gestión de calidad puede modificar la reducción de costes asociados a los procesos y productos, mejora la imagen externa de la organización y aumenta la presencia en el mercado y mejora la satisfacción de los consumidores. (Vasco, 2017)

En el Perú, son cada vez más las empresas que anhelan fidelizar a sus clientes y vender sus productos o servicios en el mercado. Para ello, necesitan diseñar una estrategia la cual les permita planificar como se va a dar a conocer que medios van a utilizar.

En la ciudad de Sullana las librerías manejan medidas para reciclar y utilizan productos que no posean material tóxico, asimismo de motivar a reciclar todo tipo de papel, cartón, también dichas empresas dan premios a sus compradores que reciclan, esto se da a cabo con el fin de que los individuos también se semejen al principio de cuidar el medio ambiente.

Por lo anterior expresado en la presente investigación, se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad en atención al cliente de la Librería El Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente de la librería el Antártico S.A.C. del distrito de Sullana, 2021.

Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos:  
Identificar las características de la Planificación en la Librería El Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021. Describir las características de la organización en la Librería El Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021. Determinar las características de la confiabilidad en la Librería El Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021.

La investigación se justifica porque tiene el propósito de brindar información acerca de la atención que se da a conocer a los clientes para mejorar en la gestión de calidad, se justificó de forma práctica por la contribución en la calidad de la atención al cliente utilizando y proponiendo estrategias para conseguir tener mayor ganancia dentro de la empresa, asimismo fidelizando a los clientes y pueda expandir el mercado y se justificó de manera metodológica aplicando la técnica de la encuesta ya que el ámbito de estudio es gestión de calidad en atención al cliente, la cual accedió a conocer las opiniones de los clientes referente a la calidad que brinda la empresa, difundiendo el nivel de exploración y descripción de las características de la atención al cliente y de la gestión de calidad que tiene la empresa. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo – de propuesta. Se utilizó una población de 68 clientes a quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 78% siempre se dirige con respeto a los clientes; un 76% a veces les brinda un servicio de calidad, el 74% casi siempre están satisfechos, el 70% siempre encuentra una buena comunicación. Esta investigación concluye de la siguiente forma. La empresa si cuenta con una gestión de calidad adecuado para los clientes y demostraron que la atención brindada de los trabajadores cumplió la expectativa en la calidad del producto lo cual estaban satisfechos, asumiendo la disponibilidad para las dudas mostradas.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes**

#### **Antecedentes Internacionales**

##### **Variable 1: Gestión de Calidad**

Saavedra (2018) en su tesis *Planeación del sistema de gestión de la calidad de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Católica de Colombia de acuerdo con los requisitos del ntc Iso 9001:2015*, Tuvo como objetivo general Planear el Sistema de Gestión de la Calidad de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Católica de Colombia de acuerdo con los requisitos de la NTC ISO 9001:2015. La metodología que se utilizó cualitativa y descriptiva. Obteniendo los siguientes resultados: el 27,14% el cumplimiento está establecido en la Norma ISO 9001:2015, el 20% de las empresas si cuentan con el plan estratégico, el 46% no realizan el control de actividades, 25% de las Mypes su Cumplen con sus expectativas, el 20% afirman que las empresas si tiene ambiente del local, el 72.50% de empresas afirmaron que si cuentan con las promociones de los productos, el 89.45% de los encuestados afirmaron que la empresa apela a las emociones de los productos. Se concluye que la planificación del Sistema de Gestión de Calidad basados en la norma ISO 9001:2015, se generó el desarrollo de una serie de actividades que entregan como resultado una propuesta de mapa de procesos, caracterizaciones, misión, visión, objetivos, política de calidad y planteamiento del alcance del Sistema de Gestión para la Facultad de Ingeniería, esto permite a la misma tener una estructura organizacional, un panorama actual y una proyección a donde se quiere llegar.



## **Variable 2: Atención al cliente**

Bonilla (2018) en su investigación *La percepción y satisfacción en el servicio al cliente en la Librería Éxito de la ciudad de Riobamba, período 2017, tesis para optar el título de Ingeniero Comercial, en la Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador*. Tuvo como objetivo general: Determinar la percepción y satisfacción en el servicio al cliente en la Librería Éxito de la ciudad de Riobamba. Se trabajó con una base de la población económicamente activa de 400 personas de la ciudad de Riobamba comprendidas en el rango de edad desde los 18 hasta 65 años según el INEC, para su investigación se planteó la metodología inductiva de tipo descriptiva y campo con un diseño no experimental, se utilizaron las técnicas e instrumentos como encuestas las cuales nos sirvió para saber si la empresa cubre sus expectativas y que se debería cambiar para llegar a cumplir los objetivos planteados, los principales resultados y conclusiones fueron que el 39% conoce de la empresa por medio de amigos o familiares, 29% por radio, el 45,1% considera que se tiene un muy buen horario de atención, el 36% señaló que hay una muy buena atención al cliente, el 32,8% se siente muy satisfecho en cuanto a atención, el 57% ve como buena sus expectativas cumplidas, se llegó a la conclusión que se puede evidenciar que los clientes notan las fallas que existen en la librería entre ellas está el servicio al cliente, que afecta directamente al rendimiento de las ventas y su imagen, ya que si las personas no están conformes buscan a la competencia para satisfacer sus necesidades, lo cual perjudica a la empresa en sí. La librería Éxito como tal está posicionada en la mente de los clientes, se ha evidenciado sus diferentes necesidades al momento de adquirir un producto, como también la necesidad por contar con demostraciones de su funcionamiento, calidad en el trato.

Abril (2020) en su tesis *propuesta de mejora en el servicio para la satisfacción del cliente en el centro estético belle medical SPA*, el objetivo general fue analizar de qué manera un plan de mejoras ayuda a elevar la satisfacción de los clientes en el centro estético belle medical SPA. La metodología fue de tipo descriptiva correlacional, para obtener la información se hizo uso del cuestionario dirigido a 5 trabajadores, se obtuvo los siguientes resultados; que el 66.7% asiste frecuentemente a los spas, 50% afirman que les brindan atención personal, 66,7% indico que la persona no cuenta con conocimientos para contestar sus inquietudes, el 50% menciona que no cuentan con recursos de materiales suficientes para realizar su trabajo. Concluyendo que la situación del centro estético “belle medical spa” debe potencializar estratégicamente la atención a los clientes con reuniones periódicas de calidad, es necesario que el administrador mejore los procesos operativos y administrativos aplicando una comunicación constante con sus empleados y clientes.

Villalba (2018) en su tesis *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azuca beach, azúcar bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora*. Cuyo objetivo general es el siguiente, analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos. La investigación es de tipo descriptiva, la cual tiene dos cuestionarios, una direccionada al representante de la empresa con quince preguntas y otra para los clientes que consta de catorce preguntas. Se obtuvieron los siguientes resultados, el 38% de los 114 encuestados, está de acuerdo en que el personal fue amable y respetuoso, el 38% está de acuerdo, el 33% de las personas encuestadas, están de acuerdo en que el tiempo de servicio estuvo dentro de lo esperado, el 24% está de acuerdo con el tiempo de servicio, el 60% del total de los encuestados está satisfecho dentro de la organización, En cuanto a las funciones y responsabilidades e 50% tiene muy en claro cuáles son sus funciones, en cuanto al

sentimiento de motivación, el 48% se encuentra medianamente satisfecho, 38% se encuentra medianamente satisfecho recibiendo capacitaciones para mejorar su trabajo en atención al cliente, el 64% considera que reciben capacitaciones 2 veces al año, y se llega a las siguientes conclusiones, la mayor fortaleza es el ambiente y la limpieza de lugar; la decoración, y el tipo de música de cada uno de los restaurantes influyen en el ambiente. Mientras que las debilidades detectadas fueron: la amabilidad del personal, la presentación y elaboración de bebidas y la rapidez del servicio.

## **Antecedentes Nacionales**

### **Variable 1: Gestión de Calidad**

Celis (2021) en su investigación titulada *Propuesta de mejora del proceso administrativo para la gestión de calidad en las mypes, sector comercio, rubro librerías del distrito de Molinos, provincia de Pachitea-Huánuco, 2021*. En donde se notó que no aplican un adecuado proceso administrativo. Esta investigación alcanza al sector librerías del Distrito de Molinos, de las cuales la propuesta que se elaboró en relación al Factor Humano, el Organigrama y el nivel de Satisfacción al cliente. La Metodología es de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal. La población 5 MYPES, la muestra 5 MYPES. Los resultados: El 100% indicaron que no existe un organigrama, 100% tiene definido la misión, el 100% tiene definido su plan de negocio, el 80% tiene un estilo de liderazgo, el 80% aplica la mejora continua, el 60% aplica encuestas de satisfacción al cliente, solo 20% tiene en cuenta al factor humano. Se concluyó, los procesos administrativos necesitan ser implementados por lo que se propone un plan de mejora como: encuestar a los clientes, elaborar el organigrama y capacitar al personal.

Mestanza (2018) en su tesis titulada *Gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del rubro librerías basadas en la atención al cliente Huanchaco -Trujillo 2018*, es de tipo descriptivo lo que nos permite poder lograr una interpretación de la variable que interactúa en este proyecto de investigación; tiene un nivel cuantitativo que nos deja poder hacer las mediciones con sus respectivas técnicas para lograr dicho resultado de la misma manera es un diseño transversal no experimental, teniendo como problema planteado ¿Cómo se gestiona las micro y pequeña empresa en el rubro librerías bajo el enfoque de atención al cliente, Huanchaco 2018? Técnica de medición utilizado es la encuesta que está dirigida a los colaboradores internos de las micro y pequeñas empresas de las cuales se aplicó de la encuesta en 10 librerías, en el cual el cuestionario fue de 20 preguntas con el fin de obtener información. así mismo nos muestran que de los Resultados de la encuesta nos brinda la siguiente información requerida, que en un 30%, las librerías no tienen una visión clara de su empresa, un 30% de las mypes en estudio no identifican sus propios objetivos, tan solo el 20 % de los encuestados conocen lo que es gestión, por lo tanto el 30 % nunca ha aplicado técnicas para enriquecer sus conocimientos sobre gestión, se concluyó que los dueños o encargados de las librerías del Distrito de Huanchaco no tienen conocimiento de gestión administrativa y por el mismo motivo no aplican ninguna técnica de gestión, pero si consideran que tienen que mejorar esa debilidad y buscar capacitarse adecuadamente para brindar un mejor servicio a su clientela.

### **Variable 1 y 2: Gestión de calidad y atención al cliente**

Gutiérrez (2018) en su tesis titulada *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro librerías, distrito de Satipo,*

año 2018. Planteando el objetivo principal de la presente investigación ha sido determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las mypes del Sector Comercial, Rubro Librerías, distrito de Satipo, año 2017. Así mismo la metodología de investigación del tipo descriptivo, no experimental, transversal, correlacional; se aplicó un cuestionario como técnica la encuesta se realizó 17 preguntas a través de la técnica de un cuestionario. Como resultados de la encuesta Respecto al gerente: Edad, la mayoría están en el rango de 29 a 39 años (72,7%); sexo femenino(54.5%) y masculino (45,5%); la mayoría no tiene instrucción académica, son “Empíricos” (54.5%). Respecto a la empresa: 100.0% cumplen con los aspectos de la formalización; principal interés de formalizarse es el “acceso al crédito bancario” (72,7%); 45,5% tiene como trayectoria en el mercado “de 4 a 6 años”. Un 63,6% cuenta “de 1 a 4 trabajadores” y no los tiene registrados en planilla. Respecto a la gestión y atención al cliente: El 72,7% no se gerencia con prácticas de mejora continua. No tiene misión, visión (81,2%); considera “regular” la gestión de la gerencia (54,5%). Las mypes no se involucran en el fomento de la cultura (63,6%). No organiza, ni clasifica los artículos en función de orientación al cliente. El 72,7% no capacita a su personal; 81,8% no tiene establecido el servicio de post venta. Sin embargo, la gestión tiene como prioridad: “Calidad de Servicio” 63,6%; “Rentabilidad” 18,2%; “Posicionamiento 18,2%”. Se concluyó que en su mayoría no evalúa el nivel de satisfacción del cliente 81,8%.

## **Variable 2: Atención al Cliente**

Taunama (2022) en la tesis titulada *Propuesta de mejora de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería. Caso: Librería bazar Patty del distrito El Agustino. Lima*

2020, en la investigación se planteó como objetivo general: Determinar la propuesta de Mejora de la Atención al Cliente para la Gestión de la Calidad en las Micros y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, Rubro Librería. Caso: Librería Bazar Patty del distrito El Agustino. Lima 2020, el diseño de la investigación fue no Experimental-transversal- descriptivo. Se utilizó una población muestral de 5 trabajadores a quienes se les aplicó el cuestionario estructurado de 11 preguntas aplicando la escala de Likert a través de la técnica que se utilizó es la encuesta obteniendo los siguientes resultados: Respecto a las características de la atención al cliente el 75% tienen conocimiento de las expectativas del cliente, el 66.66% señalan que muy pocas veces aplican encuestas para saber la conformidad del cliente, el 100% señalan que muy pocas veces evalúan los resultados de la satisfacción al cliente, casi siempre aplican de alguna estrategia para la atención al cliente; Respecto a las características de la gestión de la calidad, se tiene que el 75% de los encuestados señalaron que algunas veces tienen conocimiento del nivel de satisfacción del cliente; el 75% señaló que pocas veces realizan la evaluación de la satisfacción al cliente y pocas veces realización de programas de Fidelización, el 66.66% señalaron que pocas veces realizan programas de motivación. Se concluyó que los representantes de la librería Patty tienen conocimiento de las expectativas del cliente, pocas veces evalúan los resultados de la satisfacción, pocas veces aplican programas de fidelización y siempre aplican alguna estrategia de atención al cliente.

## **Antecedentes regionales**

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

Flores (2021) En la tesis titulada *Gestión de calidad y el kaizen que aplican las Mype rubro librería Urb. Ignacio Merino I etapa, Piura, año 2021*. en la investigación se planteó como objetivo general. Determinar las características de la gestión de calidad y el kaizen que aplican las Mype rubro librería Urb. Ignacio Merino I etapa, Piura, año 2021. Se empleó la metodología de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, corte transversal. En los principales resultados en las herramientas gestión de calidad se identifica que en la hoja de verificación con la pregunta “lleva un registro de ventas diarias” se observa que el 66.7% si lleva, el 66.7% no emplea la herramienta diagrama causa efecto, el 66.7% no lleva un control anual de ventas. Asimismo, se determina que el 66.7% de los clientes consideran que las librerías si usan las 5s del kaizen para mejorar la calidad de su producto. Las conclusiones fueron que la mayoría de las Mypes no aplica la herramienta diagrama causa efecto, tampoco el grafico de control, pero si aplican la herramienta hoja de verificación, asimismo en el principio enfoque al cliente, la mayoría de las librerías están atentas a las necesidades de los clientes, por otro lado con respecto al Kaizen, se determina que la mayoría de las Mypes hace uso de las 5s del Kaizen, asimismo con respecto a la metodología del kaizen en la planeación relacionado con la pregunta si tiene claro los objetivos donde quiere llegar las Mypes, la mayoría de los propietarios conoce el objetivo donde quiere llegar.

Chulluncuy (2019) en su tesis titulada *Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector comercial, rubro librería-Satipo, 2019*. Tuvo como objetivo principal de la investigación ha sido determinar la Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector comercial, rubro librería-Satipo, 2019. La investigación se origina al identificar como problemática la ausencia de una administración eficaz por parte de los microempresarios. La metodología de investigación fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo-correlacional, diseño no experimental, transversal y tipo correlacional. Se aplicó un cuestionario de 25 preguntas con la técnica de encuesta y entrevista: Del microempresario: la mayoría son adultos: están en los rangos de edad de “45 a 54 años” y de “55 a más años”; de sexo femenino (60,0%) y nivel universitario (60,0%). De la gestión de calidad: sólo el 20.0% de las mypes realiza encuestas de satisfacción; 80,0% carece de mecanismos para generar valor añadido y mejora de procesos, se desconoce del uso de herramientas de calidad. De los procesos administrativos: el 60,0% no realiza la planeación de las actividades de la empresa; carece de organigrama y no planifica auditorías preventivas para fortalecer los mecanismos de control. Finalmente, se llegó a la conclusión que existe correlación entre ambas variables, es decir a procedimientos administrativos más eficaces, se logrará una gestión de calidad.

### **Variable 1 y 2: Gestión de calidad y atención al cliente**

Palacios (2020) en la investigación titulada *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE, rubro librería del centro de Piura, 2020*. tuvo como objetivo: Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente de las Mypes, rubro librería del centro de Piura, 2020. La metodología fue de tipo descriptivo,



nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal. Las unidades económicas en estudio fueron 06 Mype, con una población de 20 trabajadores y 121 clientes, se diseñó un instrumento de recojo de datos (cuestionario) que contiene 27 preguntas cerradas. Parala Gestión de Calidad se obtuvo como resultados: el 80% de encuestados recoge información y datos de la Mype antes de tomar decisiones y el 85% refiere que su empresa si cuenta con un organigrama funcional. Para la variable Atención al cliente, el 65.83% de clientes señala que en las librerías si cuentan con personal capacitado para su atención y el 69.42% de la muestra se sintió a gusto con la atención brindada por el trabajador de la Mype rubro librería. Se llegó a la conclusión en las librerías del centro de Piura se tienen establecidos los procedimientos para diferentes actividades entre las que se encuentran la toma de decisiones y larecepción de pedidos. Así mismo los clientes de las librerías del centro de Piura, después de haber adquirido algún producto, han considerado que si se ha valorado su nivel de satisfacción.

## **Antecedentes Locales**

### **Variable 1: Gestión de Calidad**

Calderón (2019) en su tesis titulada *Gestión de calidad y el marketing en las librerías en el distritode Sullana- año 2019*. Está investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar lasprincipales características de la gestión de calidad y el marketing en las librerías en el distrito deSullana año 2019; así mismo la metodología que empleó de sus investigaciones fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal? Para la recopilación de la información se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario, conformado de 32 preguntas

cerradas, la población en la variable gestión de calidad y marketing es finito y se obtuvo 47 personal administrativo. Después del análisis de los datos obtenidos se tiene que el 89% del personal administrativo encuestados considera que el personal siempre es responsable y demuestra eficiencia en su trabajo, el 96% del personal administrativo considera que el marketing siempre le permite posicionarse y dominar el mercado, Se concluyó que los elementos de la gestión de calidad son: Estructura organizacional, Planificación y tiene documentado los procedimientos que van a seguir para cumplir con una buena gestión de calidad, las estrategias de marketing que implementan en las librerías son: Brindar una atención personalizada ya que el personal se encuentra capacitado; Buscar referidos porque incentiva la compra de sus clientes creando preferencia respecto a la competencia; Dar obsequios al cliente por medio de promociones y descuentos; Mantener buena comunicación.

Oviedo (2019) en su tesis titulada *Gestión de calidad y el marketing en las librerías en el distrito de Sullana año 2019* tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad y el marketing en las librerías en el distrito de Sullana año 2019; la metodología fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario, conformado de 32 preguntas cerradas, la población en la variable gestión de calidad y marketing es finito y se obtuvo 47 personal administrativo. Después del análisis de los datos obtenidos se tiene que el 89% del personal administrativo encuestados considera que el personal siempre es responsable y demuestra eficiencia en su trabajo, el 96% del personal administrativo considera que el marketing siempre le permite posicionarse y dominar el mercado, se llegó a la conclusión que los elementos de la gestión de calidad

son: Estructura organizacional, planificación y tiene documentado los procedimientos que van a seguir para cumplir con una buena gestión de calidad, las estrategias de marketing que implementan en las librerías son: Brindar una atención personalizada ya que el personal se encuentra capacitado; Buscar referidos porque incentiva la compra de sus clientes creando preferencia respecto a la competencia; Dar obsequios al cliente por medio de promociones y descuentos; Mantener buena comunicación.

Martínez (2018) en su tesis *Caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las MYPE rubro librería del Centro de Piura, año 2018*, tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Piura, Se planteó como objetivo general: Determinar qué características tiene la capacitación y gestión de calidad de las MYPE rubro librería del Centro de Piura, año 2018, la metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal. De la misma manera, se utilizó la metodología para recabar información de naturaleza cuantitativa. Las unidades económicas en estudio son 09 librerías; es decir 09 propietarios y 26 trabajadores, para la recopilación de datos se utilizó un instrumento de información el cual fue el cuestionario, que fue validado por expertos, realizando 12 preguntas para la variable capacitación y 13 para la variable gestión de calidad, un total de 25 preguntas, los principales resultados y conclusiones fueron que el 45% manifiestan que siempre comprenden las necesidades actuales y futuras de los clientes, el 45% siempre están calculando la satisfacción al cliente y actúan según los resultados, el 45% manifiesta que siempre proporciona al personal los recursos y la libertad para que actúen con responsabilidad y autoridad, el 44% expresan que siempre se ofrece oportunidades para que sus colaboradores aumenten sus conocimientos, competencias y experiencias.

Villanueva (2017) en su tesis denominado *Gestión de calidad en la toma de decisiones de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librerías del Casco Urbano del distrito de Chimbote, 2017* en la investigación se planteó el siguiente objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad en la toma de decisiones de las micro y pequeñas empresas del sector comercio \_ rubro librerías del casco urbano del distrito de Chimbote, 2017. Así mismo, metodológicamente, la investigación fue no experimental, transversal y descriptivo, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 12 micro y pequeñas empresas, se aplicó como técnica la encuesta, que consta de n°21 preguntas, Obteniendo los siguientes resultados: El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años, son del género femenino, el 100% permanece en el rubro de 7 a más años, el 87.5% tienen de entre 1 a 5 trabajadores. El 75% NO conocen el término gestión de Calidad, El 87.5% miden el rendimiento del personal con la técnica de observación, creen que la excesiva rotación del personal les impide una adecuada gestión de calidad, El 87.5% no conocen la técnica administrativa toma de decisiones, El 100% le darían mucha importancia al realizar una toma de decisiones correcta y les gustaría que se implemente la técnica administrativa toma de decisiones. Por lo consiguiente, aplicando la investigación se concluyó la Gestión de calidad es muy importante e influyente en la toma de decisiones de las micro y pequeñas empresas del sector comercio \_ rubro librerías del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016, ya que les dará mejores resultados y tendrán menos inconvenientes con sus clientes internos y externos.

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

### **Variable 1: Gestión de calidad**

La gestión es un conjunto de procedimientos y acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo, es una serie de tareas que se realizan para acometer un fin planteado con antelación. suele relacionarse principalmente con el mundo corporativo, con las acciones que desarrolla una empresa para alcanzar, por ejemplo, su objetivo de ventas o de ganancias. Sin embargo, no solo se gestionan compañías, proyectos, o bienes económicos, sino cualquier tipo de recurso. Cuando una persona se organiza para cumplir una serie de deberes en un tiempo determinado está gestionando su tiempo. (Westreicher, 2019).

Según la ISO 9000 (2016) afirma que cuando se habla de la calidad es el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos (necesidades o expectativas establecidas). El concepto de calidad ha evolucionado a lo largo de los años, desde un mero control o inspección (rechazo de los productos defectuosos) hasta llegar a convertirse en uno de los grandes pilares de la estrategia global de una empresa satisfacer las expectativas del cliente.

Una de las principales formas para que la empresa se pueda distinguir, consiste en ofrecer calidad en el servicio, en forma consistente, la cual dará una fuerte ventaja competitiva, que conduce a un mejor desempeño en la productividad y en las utilidades de la organización. Muchas empresas han tratado de asegurarse que los clientes reciban de forma constante servicios de gran calidad, pero por desgracia, la calidad de los servicios es más difícil definir y juzgar en comparación a la calidad en los productos. Por esta causa, es importante que el prestador de servicios identifique las expectativas,

defina y comunique con claridad las necesidades de los clientes, ya que ese colaborador está en contacto directo con las personas que adquieren el servicio (Carro y González, 2019).

## **Dimensiones de gestión de calidad**

### **Dimensión 1. Planificación**

Según Abalo (2021), la planificación es un proceso continuo que refleja los cambios del ambiente en torno a cada organización y busca adaptarse a ellos. La planificación es el desarrollo consciente y responsable de cualquier tipo de proyecto. En investigación, construcción, operación y gestión, la planificación de proyectos es un requisito fundamental para una implementación exitosa.

Planificar significa trabajar en la misma línea desde el inicio del proyecto, porque se necesitan varias actividades para organizar cada proyecto. Según los expertos, el primer paso es crear un plan, que luego se implementa. En otras palabras, la planificación es un método que permite la ejecución inmediata de los planes, cuya ejecución y control se basa en la planificación. La planificación es el desarrollo consciente y responsable de cualquier tipo de proyecto. En los campos de investigación, construcción, gestión y administración, la planificación de proyectos es un requisito clave para la implementación exitosa de proyectos. (Cortés,2019)

La planificación es un proceso de toma de decisiones para lograr un futuro deseado, teniendo en cuenta la situación imperante y los factores internos y externos que pueden afectar el logro de las metas. Dependiendo del entorno utilizado, va de simple a complejo. La actividad de planificación en la gestión significa planes y proyectos en sus diferentes áreas, niveles y actitudes.

## **Indicadores**

### **Liderazgo**

Una parte integral de cada organización y se centra en tener una mejor productividad, una mejor calidad y un menor coste de producción. Pero dentro de la gestión de calidad, un buen liderazgo es primordial con el fin de mejorar la calidad en toda empresa, como la fuera encargada de establecer objetivos y ayudar a los empleados para implementar estos objetivos. (EIPE, 2018)

El liderazgo es una tarea realizada por una persona que se destaca de los demás y es capaz de tomar las decisiones correctas para el grupo, equipo u organización anterior, inspirando a otros participantes de este grupo a lograr un objetivo común. Por lo tanto, se dice que el liderazgo involucra a más de una persona que dirige (líder) y es apoyada (subordinados) y le permite desarrollar su cargo de manera efectiva.

Pérez (2021) señala que el liderazgo es un conjunto de habilidades que debe tener una persona en particular para influir en el pensamiento o la acción de otras personas y motivarlas para garantizar que las tareas de esas personas se lleven a cabo de manera efectiva, lo que conduce al logro. utilizar varias herramientas como el carisma y la confianza al hablar y la capacidad de comunicarse con los demás. Una persona muestra liderazgo tomando la iniciativa, ofreciendo ideas innovadoras, etc.

### **Planificación**

Stoner (2019) menciona que es parte de la gestión de la calidad es encaminada a formar los objetivos de la calidad y a la especificación de los procesos objetivos necesarios y de los recursos relacionados para lograr objetivos de la calidad. Es un

enfoque racional de los objetivos preseleccionados. Dado que la concentración no se produce en el vacío, una buena planificación debe tener en cuenta la naturaleza del entorno en el que se llevan a cabo las actividades planificadas.

ISO 9000 (2018) define la planificación de la calidad como una parte de la gestión de la calidad que se centra en establecer objetivos de calidad y definir los procesos operativos necesarios y los recursos relacionados para lograr los objetivos de calidad. En general, en la planificación de la calidad, en primer lugar, se establecen objetivos con los que se desea obtener un producto o servicio que satisfaga las necesidades del cliente, y, en segundo lugar, debe centrarse en cómo implementar estos objetivos o planes.

### **Satisfacción**

Según Peiró (2018), la satisfacción del cliente es muy importante para las empresas porque allí continúan consumiendo los productos y servicios de la marca y pueden recomendarlos a otro tipo de usuarios. Este resultado satisfactorio puede ser una de las claves para incrementar las ventas de tu empresa. Es el sentimiento de alegría que tienen las personas cuando han cumplido un deseo o satisfecho una necesidad. Por ejemplo, pagar deudas, saciar el hambre, satisfacer las pasiones, o cumplir ciertos requisitos distintos de premiar el mérito, o en su defecto, cambiar agravios por recompensa.

ISO 9001 (2019) señala que la satisfacción expresa el sentimiento de alegría que experimentan las personas cuando han cumplido un deseo o satisfecho una necesidad. Esta es una parte subjetiva para todos, porque no todas las personas están satisfechas con los mismos resultados. Si bien las necesidades básicas como la



alimentación, la vivienda y el trabajo son necesarias para sentirse completo, hay personas que siempre quieren más y, por lo tanto, nunca están satisfechas con lo que tienen. Un sinónimo de satisfacción es placer, aunque también puede ser alegría o satisfacción.

La planificación de la calidad es parte de la gestión de la calidad, cuyo propósito es establecer objetivos de calidad y definir los procesos operativos y los recursos necesarios para lograr los objetivos. fijar metas hoy y tratar de optimizar los recursos para lograr los resultados deseados. (ISO 9001, 2019)

### **Evaluación**

Según Ibáñez (2022) es un proceso para evaluar el desempeño de un empleado con el fin de tomar decisiones objetivas de recursos humanos. Las organizaciones actuales utilizan las evaluaciones de los empleados para determinar los aumentos salariales, las necesidades de capacitación y desarrollo, y proporcionan documentación para respaldar los esfuerzos de rotación de empleados. Por lo tanto, una evaluación bien gestionada puede actuar como una herramienta de seguimiento y desarrollo de los empleados. Las empresas de este método para evaluar a los empleados y el hecho de no centrarse solo en los objetivos, añaden aspectos como las competencias y habilidades que nos permite,

El acto de evaluar la realidad, que forma parte de un proceso cuyos momentos iniciales son para advertir las características de la realidad que se evalúa y recopilar información sobre ellas, y cuyas etapas posteriores son para informar y tomar decisiones con base en una evaluación de valor predeterminada. (Pérez, 2019)

## **Dimensión 2. Organización**

Según Pérez (2021), Una organización es un sistema creado para lograr ciertas metas y objetivos. Estos sistemas pueden a su vez consistir en otros subsistemas interconectados que realizan funciones específicas, es un conjunto de personas en una entidad laborando bajo una misma coordinación en un ambiente externo.

Una organización es un conjunto de elementos formado principalmente por personas que actúan e interactúan entre sí de acuerdo con una estructura ideada y diseñada de tal manera que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros son coordinados, sistemáticos y regulados por la organización. grupo para lograr ciertos objetivos que pueden no ser rentables. (Flores,2019)

La organización resulta ser algo ampliamente requerido en el desarrollo de diversas funciones o la falta de las mismas también en nuestra vida diaria. Básicamente, esto se debe a que el orden presupone el orden, y como ya se demostró, el escenario contrario, como el desorden o el caos, nunca conducirá a la consecución de los objetivos propuestos en ningún campo o caso. Una organización es un sistema social formado por un grupo de personas enfocadas en un objetivo común a alcanzar en un tiempo, espacio y cultura específicos. Toda organización tiene estándares, metas y ejes que ayudan a lograr la misión.

### **Indicadores**

#### **Mejora continua**

ISO 9001 nos menciona que es un enfoque para la mejora de procesos operativos que se basa en la necesidad de revisar continuamente las operaciones de los

problemas, la reducción de costos oportunidad, la racionalización, y otros factores que en conjunto permiten la optimización. A menudo asociada con metodologías de proceso, la actividad de mejora continua proporciona una visión continua, medición y retroalimentación sobre el rendimiento del proceso para impulsar la mejora en la ejecución de los procesos. Sin embargo, ISO 9001 es claro que el liderazgo debe desempeñar un papel fundamental en la implementación de una cultura impulsada por la calidad.

### **Productividad**

Según Reyes (2021), La productividad es la relación entre la salida del proceso y la entrada, cuando la producción aumenta para un nivel dado de insumos, o cuando la cantidad de insumos disminuye para un nivel dado de producción. Por lo tanto, las medidas de productividad representan qué tan bien se utilizan los recursos de una organización para producir sus productos. En pocas palabras, la productividad significa producir más con menos.

La productividad es la capacidad que tiene alguien o algo de producir, de ser útil y rentable. Siempre que se pronuncia la palabra se entiende la cualidad que produce algo, y el término también se refiere a potencia o tasa de producción por unidad de trabajo, tierra cultivada, equipo industrial, entre otras cosas.

La productividad nos permite medir lo que se produce en nuestra empresa a partir de los recursos que utilizamos, por lo que tiene como objetivo optimizar la cantidad de recursos que utilizamos para lograr mejores resultados. Nos ayuda a saber si somos efectivos en nuestras tareas o si necesitamos adaptar, mejorar o adaptar los procesos que hacemos para crecer. El resultado ideal es obtener la mayor cantidad de

resultados posible utilizando la menor cantidad de recursos posible, lo que significaría la máxima eficiencia.

### **Organización**

Según Pérez (2021), La organización tiene que ver con los recursos empresariales. Se introduce un conjunto de características para conseguir los objetivos propuestos. El trabajo administrativo y administrativo es posible si no se elabora inicialmente un plan organizativo. Un plan organizacional debe sentar las bases para otros factores relacionados con la empresa, como las operaciones y la gestión de riesgos, el control de calidad y los recursos humanos.

### **Recursos humanos**

Según Morales (2020), es un grupo de empleados, así como cualquier individuo que trabaje dentro de la organización. También se a la gestión de los trabajadores dentro de una organización. Recursos humanos es el departamento de las empresas que gestiona todo lo relacionado con las personas que trabajan en ellas. Esto incluye reclutamiento, selección, contratación, capacitación, educación, promoción, nómina y terminación.

Los recursos humanos son importantes para cualquier negocio que necesite crecer y contratar a los mejores empleados. Ya sea para cada tarea o para ayudar a las personas que se están desarrollando en la empresa, formarse y crecer. Puede encontrar más información en nuestra guía en línea de recursos de recursos humanos.

El recurso humano es una colección de empleados, los empleados que tiene una organización, un determinado sector y la economía en su conjunto. Un recurso

humano es cualquier persona física que está conectada a una organización, industria o economía. En los negocios, sin embargo, este término se refiere a la gestión que una empresa hace con sus empleados. Desde la contratación hasta el despido, este es el trabajo del departamento de recursos humanos.

### **Implementación cambios y mejoras**

Mena (2018) Es la capacidad de alcanzar el resultado deseado y proteger este resultado y continuar mejorando. Además, es importante definir medidas de éxito para que el seguimiento transparente y oportuno del proceso de cambio pueda no solo verificar el progreso, sino también detectar desvíos y poder corregirlas a tiempo, antes de que las desviaciones se vuelvan más complejas.

Un proceso de gestión de cambios es importante para todas las empresas porque puede facilitar el flujo de información cuando es necesario realizar cambios en un proyecto. Un proceso exitoso debe definir métricas de éxito, organizar flujos de trabajo, facilitar la comunicación del equipo y configurarlos para el éxito.

### **Variable 2: Atención al cliente**

Según Prieto (2019) afirma cuando se habla de atención del cliente se puede definir que es un conjunto desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a buena comunicación e identificando las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes.

Actualmente la clave para prestar un servicio excelente al cliente está en entender que el éxito no viene dado por el producto, o al menos no sólo por el producto,

sino por el servicio que dicho producto lleva consigo. De poco, o muy poco nos servirá fabricar el mejor hormigón del mercado si a la hora de la verdad nuestro servicio va a fallar, si no somos capaces de ponerlo en la obra en el momento preciso, la calidad va a pasar a un segundo plano, docenas de obreros esperando a que nuestros camiones lleguen pueden costar a la empresa constructora miles de euros (Palomino, 2019).

Menciona Luria citado por (Ayuntamiento de Áviles, 2020, pág. 2) menciona: La atención consiste en un proceso selectivo de la información necesaria, la consolidación de los programas de acción elegibles y el mantenimiento de un control permanente sobre el curso de los mismos.

## **Dimensiones de atención al cliente**

### **Dimensión 1. Confiabilidad**

Para López (2021), La confiabilidad es la capacidad de un elemento para realizar una función requerida en condiciones específicas durante un período de tiempo específico. En otras palabras, hemos logrado la confiabilidad necesaria cuando el producto hace lo que queremos que haga y cuando queremos que lo haga. Cuando decimos producto, podemos referirnos a una máquina, una planta industrial, un sistema e incluso a una persona. La confiabilidad tiene un impacto directo en el resultado final de la empresa y debe aplicarse no solo a máquinas o equipos individuales, sino también a todos los procesos que conforman la cadena de valor de la organización, es el nivel de confianza que se tiene a que un sistema cumpla con la función. Señala que para poder lograrse se requiere de armonía y trabajando en equipo.

La confiabilidad es un conjunto de teorías y métodos matemáticos, prácticas operativas y procedimientos organizacionales que, utilizando el estudio de las leyes de ocurrencia de errores, permiten resolver los problemas de predicción, evaluación y optimización de supervivencia, probabilidad de recuperación, la duración media y el porcentaje de tiempo de actividad del sistema" y utilice tres formas de expresarlo.

## **Indicadores**

### **Satisfacción de servicios**

Según Castañeda (2022) menciona que la satisfacción del cliente mide la reacción de un consumidor al servicio o producto de una marca en particular. Las cualificaciones son referencias para mejorar el servicio que les ofrecemos y también para conocer en detalle lo que necesitan. Antes de discutir cómo debemos medir y analizar la satisfacción del cliente, comencemos con una breve definición del concepto. La satisfacción del cliente se puede definir como el sentimiento o actitud de un cliente hacia un producto, empresa o servicio proporcionado por una empresa.

La satisfacción del cliente es una medida de cuán satisfechos están los consumidores con los productos y servicios de una empresa. Esto incluye agilidad, precisión, amabilidad, entre otros. Se trata de cumplir y superar las expectativas del cliente. Esto es muy importante porque, depende el éxito de la empresa, el número de clientes, su fidelización e incluso las referencias a otros consumidores.

## **Mostrar atención**

Ramírez (2018) Es un conjunto de actividades a través de las empresas tratan sus relaciones con los clientes existentes o potenciales antes o después de la compra de un producto, con el objetivo final de lograr la mayor satisfacción posible. Las empresas centradas en el cliente expanden a centrar sus relaciones en un área concreta y especializada de la empresa.

- *Tener una presentación adecuada:* Depende mucho si el objetivo es vender un producto o servicio, en las que debe ir información concreta, o si es una reunión de presentación de empresa donde tenemos que mostrar hitos relevantes.
- *Atención personal y amable:* Implica un trato directo o personal entre un determinado trabajador y un determinado cliente, y que toma en cuenta las necesidades, gustos y preferencias de este último.
- *Disponer de la información adecuada:* Es muy importante cualquier empresa planifique cuidadosamente aquellas tareas que tengan que ver con el contacto directo con el cliente.
- *Expresarse corporal y oralmente de forma adecuada:* Es la forma más antigua de comunicación entre los seres humanos, anterior al lenguaje escrito y hablado. Así se encuentra un lenguaje corporal propio con el cual sentir, expresar y comunicar de una manera integrada, auténtica y creadora.



## **Presentación del producto**

Lenis (2022) La presentación de un producto es la acción que efectúa una empresa o marca para introducir un producto en el mercado. Tiene en cuenta las necesidades del grupo objetivo al que está presentado el producto. Su finalidad es atraer la atención del consumidor y atraerlo hacia el producto.

La prestación del producto es la divulgación de los resultados de la investigación y el desarrollo del producto. Los diferentes tipos de presentaciones cuando se trata de productos tienen aspectos a considerar que no están relacionados con la forma de presentar profesionalmente. Esto será parte del evento, pero desde el proceso creativo hasta la organización del lugar o el comportamiento.

## **Motivación**

La motivación del consumidor es un estado central que induce a las personas a identificar y adquirir productos o servicios que satisfagan sus necesidades conscientes e inconscientes. Compensar estas necesidades puede motivarlos a realizar compras repetidas o hallar otros bienes y servicios que satisfagan mejor estas necesidades. (Dianne,2018)

La motivación es algo que puede ayudar a cualquier persona a apegarse a una acción, completar los procesos necesarios y tomar las acciones asociadas para lograr un logro, una meta o satisfacer una necesidad específica. La motivación es uno de los aspectos psicológicos más relacionados con el desarrollo humano. No se caracteriza como un rasgo de personalidad, sino más bien como la interacción de las personas con la situación, por lo que varía de persona a persona, y para una misma persona puede ser diferente en diferentes momentos y en diferentes situaciones.

## **Servicio**

Ortiz (2022) Es un trabajo de equipo lo cual debe enfocarse en los procesos que tienen lugar durante la interacción del cliente con el producto o servicio. Debe crear una experiencia global para los consumidores que los haga sentir satisfechos y así reconocer positivamente a la marca en argumento.

- *Seguridad:* Consiste en brindar al cliente, en la medida de lo posible, cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el producto o servicio ofrecido.
- *Credibilidad:* Demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además de ser veraces y modestos.
- *Comunicación:* Mantener informado al cliente, utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender. Si ya hemos cubierto los aspectos de seguridad y credibilidad seguramente será más sencillo mantener abierto el canal cliente- empresa.
- *Comprensión del cliente:* No sólo sonreírles en todo momento si no mantener una buena comunicación que permita saber lo que necesita, cuando y como.
- *Accesibilidad:* Para dar un excelente servicio debemos tener varias vías de contacto con el cliente, buzones de sugerencias, quejas y reclamos. Es necesario crear un conducto regular dentro de la organización para este tipo de observaciones, evitar la burocracia y establecer acciones reales que permitan sacarles provecho a las fallas que nuestros clientes han detectado.
- *Cortesía:* Será más fácil cautivar a nuestros clientes si les damos un excelente trato y les brindamos gran atención.

## **Marco conceptual**

### **Gestión**

Arias (2022) menciona que gestión es la función y efecto de la dirección y administración. Más precisamente, la gestión es un procedimiento entendido como un procedimiento necesario para lograr algo o resolver un problema.

### **Calidad**

Según Arias (2022) afirma que la calidad está relacionada con la percepción que tiene cada persona de cómo algo se compara con lo que le gusta, y varios factores como la cultura, el producto o servicio, las necesidades y las expectativas influyen directamente en esta definición.

### **Atención**

Para Rodríguez (2017) la atención se puede definir como la capacidad de generar, seleccionar, dirigir y mantener un nivel suficiente de activación para procesar información relevante. En otras palabras, la atención es un proceso que se produce a nivel cognitivo y que nos permite centrarnos en los estímulos que son relevantes.

### **Cliente**

Un cliente es una persona que recibe servicios a cambio del pago de alguien que los proporciona por este concepto. Según la historia, recae en el otro quien brindó el servicio de protección, transporte y seguridad todo el tiempo. Rodríguez (2017)

### **Mypes**

Las micro y pequeñas son cualquier tipo de entidad económica organizada por una persona natural o jurídica (sociedad mercantil), que tiene por objeto realizar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización o prestación de servicios. Rodríguez (2017)

### **III. HIPÓTESIS**

Según Hernández (2018) la hipótesis no se planteó, ya que busca describir las variables y no todas las investigaciones que son cuantitativas se plantea hipótesis de un factor esencial.

En la presente investigación que se tituló gestión de calidad en atención al cliente en la librería el Antártico S.A.C, del Distrito de Sullana, 2021. No se planteó hipótesis por ser tipo descriptivo.

## **IV. METODOLOGÍA**

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

Se utilizó el diseño de investigación: No experimental - Transversal- descriptivo

#### **No experimental**

No tiene determinación aleatoria, ni manipulación de variables o grupos de comparación. El investigador se da cuenta de lo que está ocurriendo. Naturalmente, sin intervenir de ningún tipo búsqueda. Primero, algunas propiedades o variables dependen de, o no responde al proceso de prueba. (Rodríguez, 2020)

Fue no experimental, porque no manipularon deliberadamente a las variables de Gestión de calidad y atención al cliente en la librería el a Librería EL Antártico S.A.C. del Distrito De Sullana, 2021.

#### **Fue Transversal**

Una investigación observacional que analiza y estudia datos de variables recogidas en un lapso de tiempo. La recopilación de datos se hace presente, esto quiere decir, en el momento de comenzar la investigación. Los estudios transversales son bastantes rápidos de cumplir, las variables se recolectan en un explícito periodo de tiempo y es el punto de partida para pendientes investigaciones. Según (Ayala, 2019), este es un estudio observacional descriptivo para determinar si una condición o servicio al cliente está presente en una muestra específica de la población en un momento determinado.

Fue transversal, porque el estudio de investigación Gestión de calidad en atención al cliente de la Librería EL Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021. Se desarrolló en un espacio y tiempo determinado donde se tuvo un inicio y un final que define en el año 2022.

### **Fue descriptivo**

La investigación descriptiva es un método válido para investigar temas o tópicos específicos y sirve como base para posteriores estudios cuantitativos. Aunque existen preocupaciones razonables sobre la validez estadística, siempre que el investigador comprenda las limitaciones, este tipo de estudio representa una herramienta científica invaluable. (Shuttleworth, 2008)

Fue de nivel descriptivo porque solo se describió las principales características de Gestión de calidad en atención al cliente de la Librería EL Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021.

## **4.2. Población y muestra**

### **Población**

La población de la que se recopilaron los datos y debe ser representativa, así mismo un conjunto es el conjunto de todos los estados que cumplen un conjunto de especificaciones. (Sampieri, 2014)

**Población:** Para las variables Gestión de calidad y atención al cliente se utilizó una población infinita de clientes de la Librería el Antártico del Distrito, Sullana, 2021.

## Muestra

Procedimiento en el que se conoce la probabilidad de presencia de cada elemento en la muestra. Por tal motivo, este procedimiento se realizará mediante un muestreo aleatorio no probabilístico, el cual se aplicará a la población. (Arias, 2006)

**Muestra:** Para las variables Gestión de calidad y atención al cliente se utilizó una muestra de 68 clientes de la Librería el Antártico del distrito, Sullana, 2021.

Se utilizó la fórmula de población desconocida para hallar la muestra

Dónde:

n: Es el tamaño de la muestra.

Z: Factor de confiabilidad es 1,96 con un 95% de confianza

P = 0,5 Proporción de éxito de la característica de interés.

Q = 1-P = 0,5

E = 0.10

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$
$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)}{(0.1)^2}$$
$$n = \frac{(2.706025)(0.25)}{(0.01)}$$
$$n = \frac{0.67650}{0.01}$$
$$n = 67.65$$
$$n = 68 \text{ clientes}$$

La muestra es de 68 clientes para las variables gestión de calidad en atención al cliente en la librería el Antártico S.A.C, del Distrito de Sullana, 2021.

### 4.3. Definición y operacionalización de variables

| Variable           | Definición conceptual  | Definición operacional  | Dimensiones   | Indicadores                   | Ítems  | Fuente                               | Escala de medición    |
|--------------------|--|---|---------------|-------------------------------|--|--------------------------------------|-----------------------|
| Gestión de Calidad | La gestión de calidad es un conjunto de elementos interrelacionados que interactúan de una organización que establece políticas, objetivos y procesos para alcanzarlos. (Cristofani, 2020) | La gestión de calidad es un conjunto de técnicas modernas que ayudaran a mejorar las funciones de la empresa, es necesario utilizar las etapas planificación, y organización para poder lograrlo los objetivos y metas en la empresa. (Carro y González, 2019). | Planificación | Liderazgo                     | 1. ¿La empresa cumple con ser líder dentro de su rubro?  | Cuestionario aplicado a los clientes | I<br>K<br>E<br>R<br>T |
|                    |  |   |               | Planificación                 | 2. ¿Cree usted que la empresa tiene planificación?   |                                      |                       |
|                    |  |   |               | Satisfacción                  | 3. ¿La empresa satisface sus necesidades con sus productos?  |                                      |                       |
|                    |  |   |               | Evaluación                    | 4. ¿Crees que la empresa evalúa el desempeño de sus trabajadores?  |                                      |                       |
|                    |  |   | Organización  | Producto y servicios          | 5. ¿La empresa tiene los productos de calidad para satisfacer a sus clientes cuando van comprar a la librería? |                                      |                       |
|                    |  |   |               | Mejora continua               | 6. ¿Estás satisfecho con la calidad y precio de los productos y servicios de la empresa?                       |                                      |                       |
|                    |  |   |               | Productividad                 | 7. ¿La empresa cuenta con un sistema de gestión de calidad para la mejora de su productiva?                    |                                      |                       |
|                    |  |   |               | Organización                  | 8. ¿La empresa cuenta con un sistema de gestión para la mejora de su organización?                             |                                      |                       |
|                    |  |   |               | Recursos humanos              | 9. ¿La empresa cuenta con recursos humanos y tecnológicos en sus procesos de gestión?                          |                                      |                       |
|                    |  |   |               | Implementar cambios y mejoras | 10. ¿La empresa implementa cambios o mejoras para un mejor servicio?   |                                      |                       |



| Variable            | Definición conceptual   | Definición de operacional  | Dimensiones   | Indicadores               | Ítems  | Fuente                               | Escala de medición    |
|---------------------|---|--|---------------|---------------------------|--|--------------------------------------|-----------------------|
| Atención al cliente | La atención al cliente es una técnica estratégica que brinda a los clientes un valor agregado en relación con las ofertas de los competidores y les permite ver una diferencia global en la oferta en la empresa. (Salazar, 2019) | Prieto (2019) señala que la atención al cliente es la confiabilidad que realiza los representantes y trabajadores al brindar un producto o servicio a los clientes por lo cual es indispensable el buen trato. | Confiabilidad | Satisfacción de servicios | 14. ¿La empresa te realizó encuesta para conocer tu satisfacción en la librería? | Cuestionario aplicado a los clientes | I<br>K<br>E<br>R<br>T |
|                     |   |  |               | Mostrar atención          | 12. ¿El personal siempre está dispuesto en atenderlo con respeto?                |                                      |                       |
|                     |   |  |               | Presentación del producto | 13. ¿La librería les brinda productos de buena calidad?                          |                                      |                       |
|                     |   |  |               | Motivación                | 14. ¿La empresa les ofrece ofertas de sus productos?                             |                                      |                       |
|                     |   |  |               | Buen servicio             | 15. ¿El servicio brindado dentro de la empresa superan sus expectativas?         |                                      |                       |

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

##### **Técnicas**

Según Mendoza (2020) es el conjunto de instrumento en el que se efectúa el método, mientras que el instrumento incorpora el recurso o medio que va a ayudar a realizar la investigación, se convierten los datos con el objetivo de dar a conocer una información útil.

La técnica que se utilizó para el recojo de la información fue la encuesta, la cual estará direccionada a los clientes en las micro y pequeñas empresas del rubro Librería el Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021.

##### **Instrumentos**

El instrumento que se utilizó es el cuestionario y está elaborado por 15 preguntas, las cuales las 68 estarán dirigidas a los clientes de la Mype librería el Antártico S.A.C, referente a las variables gestión de calidad y atención al cliente. Las preguntas se realizaron en escala Likert.

#### **4.5. Plan de análisis**

Hernández (2019) menciona la elección de tipo de análisis depende de lo que el investigador desee y de los datos que se hayan recolectado, si los datos fueron cuantitativos se efectúa el análisis de cuantitativo, si los datos fueron cualitativos se efectuarán un análisis. Dentro del análisis de datos se analizará la recolección de datos que exista entre las diversas pruebas estadísticas a aplicar.

Los programas informáticos como el Microsoft Excel fue utilizado para ejecutar la tabulación en la información adquirida con el cuestionario como instrumento; así mismo para realizar tablas y figuras; además el programa Microsoft Word fue utilizado para redactar el trabajo de investigación ; se utilizó el Mendeley para almacenar los archivos y las referencias bibliográficas; el programa Power Point fue esencial para la elaboración y presentación en diapositivas y uso en la sustentación del trabajo de investigación; el Turnitin fue requerido para visualizar la similitud de porcentaje y evitar el plagio, por último el programa PDF fue necesario para la presentación final del trabajo de investigación.

#### 4.6. Matriz de consistencia

| Título   | Enunciado   | Objetivos  | Hipótesis   | Variables  | Metodología   | Población y muestra   | Técnica de instrumento   | Plan de análisis   |
|--|---|--|---|--|---|---|--|--|
| Gestión de calidad en Atención al Cliente en la Librería el Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021 | ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad en atención al cliente en la Librería el Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021? | <p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente de la librería el Antártico S.A.C. del distrito de Sullana, 2021.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar las características de la planificación en la Librería El Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021</li> <li>2. Describir las características de la organización en la Librería El Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021.</li> <li>3. Determinar las características de la confiabilidad en la Librería El Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021.</li> </ol> | <p>En esta investigación no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.</p> <p>Según Hernández (2018) la hipótesis no se planteó, ya que busca describir las variables y no todas las investigaciones que son cuantitativas se plantea hipótesis de un factor esencial.</p> | <p><b>Variable 1.</b></p> <p>Gestión de Calidad</p> <p><b>Variable .2</b></p> <p>Atención al cliente</p> | <p><b>Diseño de la investigación</b></p> <p>No experimental-Transversal-Descriptivo</p> | <p><b>Población:</b></p> <p>En la variable gestión de calidad y atención al cliente se estimó la población infinita de clientes en la Librería el Antártico, del Distrito de Sullana, 2021.</p> <p><b>Muestra:</b></p> <p>En la variable gestión y atención al cliente se utilizó la muestra no probabilística por utilidad de 68 clientes de librería el Antártico, del Distrito de Sullana, 2021.</p> | <p><b>Técnica:</b></p> <p>Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b></p> <p>Cuestionario en escala Likert</p> | <p>Se utilizaron los programas informáticos como, Microsoft Word, Drive, Formulario de Google, Microsoft Excel y Turnitin.</p> |

#### 4.7. Principios Éticos

En el presente trabajo de investigación, se dio el cumplimiento a la ética profesional con principios que son fundamentales de moral, social e individual, a través de normas y conductas para la satisfacción del bien común, a través del código de ética para la investigación, Versión 003 (2020).

**Protección a las persona:** Se utilizó el principio ético de protección a la persona por toda la información brindada a los participantes fue de acuerdo a su convivencia respetando su privacidad, además solicitaron no poner sus correos electrónicos, ni número de celular, solo pusieron sus nombres completos y firma a través de un consentimiento informado Se les dio a conocer que los datos personales brindados solo serán utilizados para el trabajo de investigación y que ellos decidían no dar más información se les concedería sin ninguna obligación.

**Libre de participación y derecho a estar informado:** Se aplicó la encuesta a los participantes luego de mencionarles la finalidad de la investigación presenciada en el consentimiento informado. Después les pedí que sean participes, leído el documento, su aprobación brindándome la firma del mencionado conocimiento. Después resolvieron varias dudas de los trabajadores y dueños de la empresa sobre la información otorgada con el propósito de brindarles una mejor seguridad en su intervención.

**Beneficencia no maleficencia:** Los encuestados en el estudio fueron priorizados frente a los beneficios del estudio, ya que el estudio no pretendió enmarcarse en caracterizar, mas no en condicionar a la muestra de estudio, a ello se suma el propósito de no generar daño o lesiones durante y después del estudio.

**Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad:** El presente estudio, debido a que se ha enfocado al estudio a la MYPE del rubro de actividades de Librería el Antártico S.A.C, no se generaron daños al medio ambiente, así mismo tampoco a la biodiversidad; sin embargo, se ha minimizado al máximo el consumo de energía durante el desarrollo de la investigación.

**Justicia:** Se dio un buen trato amigable a los representantes de la empresa dándoles el motivo importancia de la encuesta y su participación brindada, se les entrego un modelo de consentimiento informado para cada uno y se emplearon las mismas preguntas. Además, se les comunicó que, si están interesados en saber los resultados de la investigación, se les haría llegar una copia de información.

**Integridad científica:** Se les dio a conocer que los datos personales concedidos por cada participante solo se emplearían en el consentimiento informado. También se les indico que las respuestas dadas serían utilizadas en el proceso del trabajo de investigación. Se les comunico además que los resultados obtenidos no serán manipulados, ni alterados.

## V. RESULTADOS

### 5.1.Resultados

*Tabla 1. Características de la planificación en la Librería El Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021*

| Características de planificación                       | n  | %      |
|--|----|--------|
| <b>Liderazgo en la empresa</b>                         |    |        |
| Siempre  | 48 | 70.59  |
| Casi siempre   | 12 | 17.65  |
| A veces  | 7  | 10.29  |
| Nunca  | 0  | 0.00   |
| Total  | 68 | 100.00 |
| <b>Planificación y organización</b>                    |    |        |
| Siempre  | 29 | 42.65  |
| Casi siempre   | 31 | 45.59  |
| A veces  | 7  | 10.29  |
| Nunca  | 1  | 1.47   |
| Total  | 68 | 100.00 |
| <b>Satisfacción al cliente en producto y servicios</b> |    |        |
| Siempre  | 40 | 58.82  |
| Casi siempre   | 20 | 29.41  |
| A veces  | 8  | 11.76  |
| Nunca  | 0  | 0.00   |
| Total  | 68 | 100.00 |
| <b>Evaluación</b>                                      |    |        |
| Siempre  | 28 | 41.18  |
| Casi siempre   | 25 | 36.76  |
| A veces  | 15 | 22.0   |
| Nunca  | 0  | 0.00   |
| Total  | 68 | 100.00 |
| <b>Calidad de producto y servicios</b>                 |    |        |
| Siempre  | 28 | 41.18  |
| Casi siempre   | 30 | 44.1   |
| A veces  | 10 | 14.70  |
| Nunca  | 0  | 0.00   |
| Total  | 68 | 100.00 |

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes en la Librería el Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021.

*Tabla 2. Características de la organización en la Librería El Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021.*

| Características de organización                         | n  | %      |
|---|----|--------|
| <b>Sistema de calidad para mejorar la productividad</b> |    |        |
| Siempre   | 28 | 41.18  |
| Casi siempre  | 21 | 30.88  |
| A veces   | 18 | 26.47  |
| Nunca   | 1  | 1.47   |
| Total   | 68 | 100.00 |
| <b>Sistema de gestión para la organización</b>          |    |        |
| Siempre   | 35 | 51.47  |
| Casi siempre  | 19 | 27.94  |
| A veces   | 14 | 20.59  |
| Nunca   | 0  | 0.00   |
| Total   | 68 | 100.00 |
| <b>Recursos humanos y tecnológicos</b>                  |    |        |
| Siempre   | 32 | 47.06  |
| Casi siempre  | 25 | 36.76  |
| A veces   | 11 | 16.18  |
| Nunca   | 0  | 0.00   |
| Total   | 68 | 100.00 |
| <b>Cambios y mejoras para un mejor servicio</b>         |    |        |
| Siempre   | 30 | 44.12  |
| Casi siempre  | 26 | 38.24  |
| A veces   | 12 | 17.65  |
| Nunca   | 0  | 0.00   |
| Total   | 68 | 100.00 |

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes en la Librería el Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021.



*Tabla 3. Características de la confiabilidad en la Librería El Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021.*

| Características confiabilidad        | n  | %      |
|--------------------------------------|----|--------|
| <b>Satisfacción al cliente</b>       |    |        |
| Siempre                              | 34 | 50.00  |
| Casi siempre                         | 24 | 35.29  |
| A veces                              | 9  | 13.29  |
| Nunca                                | 1  | 1.47   |
| Total                                | 68 | 100.00 |
| <b>Atención al cliente</b>           |    |        |
| Siempre                              | 38 | 55.88  |
| Casi siempre                         | 25 | 36.76  |
| A veces                              | 5  | 7.35   |
| Nunca                                | 0  | 0.00   |
| Total                                | 68 | 100.00 |
| <b>Confiabilidad al producto</b>     |    |        |
| Siempre                              | 40 | 58.82  |
| Casi siempre                         | 21 | 30.88  |
| A veces                              | 7  | 10.29  |
| Nunca                                | 0  | 0.00   |
| Total                                | 68 | 100.00 |
| <b>Incentivos para el trabajador</b> |    |        |
| Siempre                              | 35 | 51.47  |
| Casi siempre                         | 25 | 36.76  |
| A veces                              | 8  | 11.76  |
| Nunca                                | 0  | 0.00   |
| Total                                | 68 | 100.00 |
| <b>Servicio en la empresa</b>        |    |        |
| Siempre                              | 30 | 44.12  |
| Casi siempre                         | 23 | 33.82  |
| A veces                              | 13 | 19.12  |
| Nunca                                | 2  | 2.94   |
| Total                                | 68 | 100.00 |
| <b>Beneficios del producto</b>       |    |        |
| Siempre                              | 25 | 36.76  |
| Casi siempre                         | 30 | 44.12  |
| A veces                              | 12 | 17.65  |
| Nunca                                | 1  | 1.47   |
| Total                                | 68 | 100.00 |

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes en la Librería el Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021.

## 5.2. Análisis De Resultados

**Tabla 1. Características de la planificación en la Librería El Antártico**

*S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021.*

Liderazgo en la empresa: el 70.59% de los encuestados a los clientes de la empresa Librería mencionaron que siempre cumple con ser líder dentro del rubro, estos resultados concuerdan con lo encontrado de Bonilla (2018) quien señala que el 65% de los encuestados mencionaron que las Mypes siempre tienen liderazgo con sus clientes y empleados, asimismo también concuerda con lo encontrado con los resultados de Celis (2021) quien menciona que los representantes siempre tienen liderazgo con los clientes y trabajadores. Se observa que la mayoría de los clientes mencionaron de la empresa librería antártico siempre cumple el dueño con ser líder dentro de la empresa librería.

Planificación y organización: el 45.59% de los encuestados señalaron que siempre realiza la planificación y organización dentro de la empresa. Pero contrasta con el resultado encontrado con Celis (2021) quien menciona que los empresarios nunca planifican la planificación y organización en la Mype para que los trabajadores trabajen en equipo, de igual manera contrasta con la tesis de Mestanza (2018) quien menciona que la mayoría de los dueños y gerentes indicaron que nunca hacen la planificación y organización en sus empresas con los empleados y colaboradores y no existe trabajo en equipo. La mayoría de los encuestados señalaron que la empresa librería siempre el dueño realiza la planificación y organización con los colaboradores ya que es importante hacer capacitación y charlas orientándolos que se concentren en sus puestos de trabajo y que atienden que los clientes de manera amable.

Satisfacción al cliente en producto y servicios: el 58.82% de encuestados mencionaron que la empresa librería siempre hay satisfacción al cliente en producto y servicio con los clientes, esto resultado coincide con la investigación encontrado por Mestanza (2018) quien señala que los empresarios y pequeñas empresas siempre hace la satisfacción al cliente en productos y servicios de calidad al momento que los clientes adquieren comprar lo libros. La mayoría de los clientes mencionaron que la Mype librería siempre hace la satisfacción al cliente en productos y servicios cuando adquieren los clientes los libros, pero también debe existir con los colaboradores trabajo en equipo, si hay un problema para que la solución sea inmediata con los clientes.

Evaluación: el 41.18% de los encuestados mencionaron que la Mype siempre realiza la evaluación con todos los colaboradores, estos resultados concuerdan con lo encorado por Gutiérrez (2018) quien indica que los dueños siempre realizan la evaluación con los empleados dentro su empresa. Pero contrasta con los resultados encontrados de Taunama (2022) quien menciona que el 87% de los empresarios señalaron que nunca realizan la evaluación con los lideres y empleados y colaboradores porque cada uno trabaja de forma individual. Por lo tanto, la mayorea de los encuestados señalaron que siempre el dueño hace la evaluación cada mes, ya que los trabajadores no están trabajando de manera correcta en sus trabajos de puesto es por hace la evaluación con todos los empleados para que vea su capacitación de cada colaborador si están preparado para los puestos de trabajados.

Calidad de producto y servicios: el 41.18 % de los encuestados indicaron que siempre la calidad de producto y servicios son de calidad, estos resultados concuerdan con lo encontrado de Flores (2021) quien menciona que los Mypes siempre tienen sus productos y servicios de calidad que brindan a los clientes, asimismo coincide con la tesis de Chulluncuy (2019) quien señala que el 99% de los dueños siempre sus productos son de calidad y brinda un servicio de primera necesidad y calidad a los clientes. Se observó que la mayoría de los clientes mencionaron que la empresa librería siempre brinda productos y servicios de calidad satisfaciendo las necesidades de los clientes cuando quieren comprar libros, cuentos, poemas.

***Tabla 2. Características de la organización en la Librería El Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021.***

Sistema de calidad para mejorar la productividad: el 41.18% de los encuestados señalaron que siempre el sistema de calidad ayuda a mejorar la productividad. Estos resultados concuerdan con Chulluncuy (2019) quien menciona que el 98% de los representantes señalaron que siempre manejan el sistema de calidad para que mejore su productividad en la empresa, de igual manera coincide con el estudio de Palacios (2020) quien menciona que los colaboradores siempre utilizan el sistema de calidad dentro de la empresa para mejorar la productividad de sus ventas cuando tienen metas. Por lo tanto, siempre maneja la empresa el sistema de calidad para mejorar su productividad de ventas, y también los colaboradores manejan porque la empresa realiza las ventas por metas.

Sistema de gestión para la organización: 51.47% de los encuestados a los clientes mencionaron que la empresa siempre utiliza el sistema de gestión para la organización con los colaboradores. Pero contrasta con lo encontrado con Calderón

(2019) quien señalo que 78% de los dueños mencionaron que nunca utilizan los empelados el sistema de gestión para la organización, de igual manera contratas con la tesis Oviedo (2019) quien indica que los representantes nunca utilizan el sistema de gestión para la organización ni hacen capacitación a los empleados dentro de la empresa. Se observo que la mayoría de los clientes señalaron que la empresa siempre utiliza el sistema de gestión para la organización.

Recursos humanos y tecnológicos: el 47.06 de los encuestados a los clientes señalaron que siempre cuenta con recursos humanos y tecnologías para sus procesos en gestión, estos resultados concuerdan con Martínez (2018) quien menciona que los empresarios siempre utilizan los recursos humanos y tecnológicos y también realizan capacitación a los empleados. Pero contrasta con la tesis de Villanueva (2017) quien señala que el 56% de los encuestados indicaron que nunca tienen y cuentan con los recursos humanos y tecnológicos y también no realizan charlas ni capacitaciones a los empleados y colaboradores. Por lo tanto, se observó que la mayoría de los clientes indicaron que la empresa librería siempre cuenta con recursos humanos y tecnológicos, ya que es muy importante hacer charla respeto a los recursos humanos.

Cambios y mejoras para un mejor servicio: 44.12% de los encuestados mencionaron que siempre la empresa hace cambios y mejoras para un mejor servicio, estos resultados concuerdan con lo encontrado de Villanueva (2017) quien señalo que un 98% de los encuestados indicaron que las empresa siempre realizan cambios y mejoras para un mejor servicio para sus clientes, asimismo también coincide con el estudio de Martínez (2018) quien menciona que los dueños siempre hacen cambios y mejoras dentro sus empresas para un mejor servicio para sus clientes cuando adquieren

productos. Se observó que la mayoría de los clientes señalaron que siempre la empresa librería hace cambio y mejorar para un mejor servicio de calidad y así satisface a sus clientes cuando quieren comprar libros y cuentos.

***Tabla 3. Características de la confiabilidad en la Librería El Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021.***

Satisfacción al cliente: el 50% de encuestados mencionaron que la empresa siempre satisface a sus clientes con los productos, Martínez (2018) quien indico que los dueños y trabajadores siempre satisfacen a los clientes cuando quieren comprar un libro. Pero contrasta con la tesis de Oviedo (2019) quien menciona que el 78% de los encuestados a los empresarios señalaron nunca los colaboradores y empleados satisfacen a los clientes cuando adquieren productos de libros. Por lo tanto, la mayoría de los clientes mencionaron que la empresa librería siempre los colaboradores satisfacen a sus clientes de forma amable.

Atención al cliente: el 55.88% de los encuestados señalaron que siempre la atención en con eficaz y eficiencia al cliente, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Calderón (2019) quien menciona que los colaboradores siempre atienden a los clientes con amabilidad, asimismo coincide con la tesis de Palacios (2020) quien menciona que 65% de los encuestados indicaron que las empresas siempre brindan una buena atención al cliente. Por lo tanto, la mayoría de los clientes mencionaron que la empresa librería siempre brinda una buena atención al cliente.

Confiabilidad al producto: el 58.82% de encuestados indicaron que la empresa siempre brinda la confiabilidad de los productos de calidad, estos resultados concuerdan con los encontrados de Palacios (2020) quien menciona que el 65% de los encuestados señalaron que los representantes siempre hay la confiabilidad de los clientes en los productos, asimismo también coincide con lo encontrado de Chulluncuy (2019) quien menciona que los empresarios siempre existe la confianza e confiabilidad con los productos cuando venden productos. Se observó que la mayoría de los encuestados señalaron que la empresa siempre da confianza y confiabilidad a sus clientes con los productos que brinda y no tiene ninguna queja cuando compran libros.

Incentivos para el trabajador: 51.47% de los encuestados mencionaron que siempre la empresa hace incentivos a los trabajadores para su disponibilidad a los clientes, estos resultados concuerdan con lo encontrado por Flores (2021) quien menciona que el 87% de los representantes señalaron que siempre realiza incentivos para los trabajadores para su disponibilidad de sus clientes. Pero contrasta con lo encontrado con Taunama (2022) quien menciona que 98% de los empresarios nunca les da incentivos a los colaboradores para disponibilidad de los clientes. La mayoría de los encuestados a los clientes mencionaron que la empresa siempre les da incentivos a los colaboradores.

Servicio en la empresa: el 44.12% de los encuestados señalaron que la empresa siempre brinda servicios de calidad, estos resultados concuerdan con lo encontrado de Taunama (2022) quien menciona que el 98% de los microempresarios siempre realizan un buen servicio de calidad a los clientes. Pero contrasta con Gutiérrez (2018) quien menciona que los propietarios nunca brindan un buen servicio de calidad a los clientes

cuando adquieren productos. La mayoría de los clientes indicaron que la Mype siempre brinda un servicio de calidad y trata con amabilidad a sus clientes.

Beneficios del producto: el 36.76% de los encuestados mencionaron que casi siempre la empresa supera sus expectativas, estos resultados coinciden con Gutiérrez (2018) quien indico que las empresas casi siempre al brindado los servicios y productos superan sus expectativas, de igual manera coincide con la investigación de Mestanza (2018) quien menciona que el 65% de los encuestados señalaron que los Mypes casi siempre al servicio brindado superan sus expectativas con los colaboradores. Pero contrasta con los resultados encontrados de Celis (2021) quien menciona que las empresas nunca superan sus expectativas cuando brindan servicio productos de calidad siempre tienen quejas de los clientes. Por lo tanto, se observó que la mayoría de los clientes indicaron que siempre la empresa supera sus expectativas.



## **VI. CONCLUSIONES**

La mayoría de los encuestados señalaron que siempre cumple con ser líder dentro del rubro, asimismo también satisfacen a sus clientes con sus productos y servicios, de igual manera la empresa realiza la planificación y organización. La minoría de los encuestados señalaron que siempre existe una evaluación con los colaboradores y ofrece la calidad de sus productos para satisfacer a sus clientes.

La mayoría de los encuestados a los clientes indicaron que siempre utilizan el sistema de calidad para mejorar la productividad, también cuenta con gestión de calidad para implementar en su organización, asimismo cuenta con recursos humanos y tecnológicos e implementan cambios para su mejor servicio.

La mayoría de los encuestados señalaron que la empresa siempre encuesta para conocer la satisfacción de los clientes y que el personal está dispuesto en atender y brinda una confianza a los clientes al momento de ofrecer sus productos, también les da incentivos a los trabajadores para la disponibilidad al cliente para que superan sus expectativas.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Contratar más personal para que pueda facilitar y ayudar a los clientes y así ellos se encuentren satisfechos con la atención rápida al pedir sus productos y se sientan cómodos para que así la empresa pueda ser recomendada con sus amistades al brindarles una mejora en la calidad de nuestros productos

Brindar información a los trabajadores de manera frecuente sobre las metas a futuro que se va a emplear en la empresa.

Brindar capacitación a los empleados para que así puedan orientar con precisión las actividades diarias para que se pueda lograr resultados positivos de la empresa

Analizar al cliente para darles una atención adecuada dejando satisfechos hacia la atención de nuestros empleados.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Domínguez. (2018). *“Estabilidad económica del Perú mantiene interés de inversionistas [entrevista].*
- ANDINA (2022), from <https://andina.pe/agencia/noticia-estabilidad-economica-del-peru-mantiene-interes-inversionistas-entrevista-696174.aspx>.
- EIPE. (2018). *El liderazgo en la gestión de calidad: características de un buen líder.* EIPE Business School. Retrieved 2022, from <https://www.eipe.es/blog/liderazgo-gestion-de-calidad/>.
- Guzmán. (2017). *Mype: Conoce los beneficios de formalizar tu empresa.* ANDINA. <https://andina.pe/agencia/noticia-mype-conoce-los-beneficios-formalizar-tu-empresa-569848.aspx>
- INACAL. (2017). *La Calidad y sus beneficios para los consumidores y productores.* RPP. Retrieved 2022, from <https://rpp.pe/seamos-peruanos-de-calidad/la-calidad-y-sus-beneficios-para-los-consumidores-y-productores-noticia-1094592>.
- INEI. (2018). *Estructura Empresarial.* INEI. [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1703/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1703/libro.pdf).
- López. (2017). *Importancia de la calidad del servicio al cliente.* Instituto Tecnológico de Sonora. <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>
- Sánchez. (2020). *Vista de LAS MYPES EN PERÚ. SU IMPORTANCIA Y PROPUESTA TRIBUTARIA.* <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/5433/4665>
- Vasco. (2017). *Consideraciones actuales sobre gestión empresarial - Dialnet* <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5802891>

- Arias. (2016). *Productividad*.  
<https://economipedia.com/definiciones/productividad.html>.
- Calvo. (2021). *Mejora continua*. <https://es.godaddy.com/blog/mejora-continua-empresa/>
- Coello. (2021). *La gestión de calidad*. Universidad Complutense de Madrid.  
<https://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento10123.pdf>
- González. (2017). *La importancia del servicio al cliente*.  
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16203/RobayoRodriguezAlejandro2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ibañez. (2019). *Evaluación del trabajador*.  
[https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v03\\_n6/evaluacion.htm](https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v03_n6/evaluacion.htm)
- ISO 9001. (2021). *Certificación ISO 9001 | Sistemas de Gestión de Calidad | LLC EC Ecuador*. Ecuador. <https://ll-c.com.ec/certificacion/iso-9001/>
- Mariño. (2021). *Plan nacional de la calidad. Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca*. Retrieved 2022, from <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/12/PLAN-NACIONAL-DE-CALIDAD-2022.pdf>
- Peiró. (2018). *Satisfacción del cliente*. Economipedia.  
<https://economipedia.com/definiciones/satisfaccion-del-cliente.html>
- Ucha. (2022). *Definición de Satisfacción del Cliente*.  
<https://definicionabc.com/satisfaccion-del-cliente/>
- Bown. (2018). *Motivación de los consumidores*.  
<https://www.cuidatudinero.com/13098836/definicion-de-motivacion-de-los-consumidores>

- Castañeda. (2022). *Calidad de servicio*.  
<https://www.tiendanube.com/blog/mx/calidad-de-servicio/>
- Durán. (2018). *Implementación y sostenimiento del cambio organizacional*.  
<https://www.forbes.com.mx/implementar-y-sostener-cambio-organizacional/>
- Lenis. (2022). *Presentación de un producto*. <https://blog.hubspot.es/marketing/como-hacer-presentacion-productos>
- Morales. (2020). *Recursos humanos (RRHH)*. Economipedia.  
<https://economipedia.com/definiciones/recursos-humanos-rrhh.html>
- Ortiz. (2022). *La importancia del servicio al cliente para tu negocio*.  
<https://blog.hubspot.es/service/importancia-servicio-cliente>
- Ramírez. (2021). *Información y atención al cliente*. Retrieved 2021, from  
<https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448196813.pdf>

## Anexos

### Anexo 1. Cronograma de actividades

| CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES |  |            |   |   |   |             |   |   |   |            |   |   |   |             |   |   |   |
|---------------------------|--|------------|---|---|---|-------------|---|---|---|------------|---|---|---|-------------|---|---|---|
| N°                        | Actividades  | Año 2021   |   |   |   |             |   |   |   | Año 2022   |   |   |   |             |   |   |   |
|                           |  | Semestre I |   |   |   | Semestre II |   |   |   | Semestre I |   |   |   | Semestre II |   |   |   |
|                           |  | Mes        |   |   |   | Mes         |   |   |   | Mes        |   |   |   | Mes         |   |   |   |
|                           |  | 1          | 2 | 3 | 4 | 1           | 2 | 3 | 4 | 1          | 2 | 3 | 4 | 1           | 2 | 3 | 4 |
| 1                         | Elaboración del Proyecto   | ■          |   |   |   |             |   |   |   |            |   |   |   |             |   |   |   |
| 2                         | Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación               |            | ■ |   |   |             |   |   |   |            |   |   |   |             |   |   |   |
| 3                         | Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación             |            |   | ■ |   |             |   |   |   |            |   |   |   |             |   |   |   |
| 4                         | Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor |            |   |   | ■ |             |   |   |   |            |   |   |   |             |   |   |   |
| 5                         | Mejora del marco teórico   |            |   |   |   | ■           |   |   |   |            |   |   |   |             |   |   |   |
| 6                         | Redacción de la revisión de la literatura.                         |            |   |   |   |             | ■ |   |   |            |   |   |   |             |   |   |   |
| 7                         | Elaboración del consentimiento informado (*)                       |            |   |   |   |             |   | ■ |   |            |   |   |   |             |   |   |   |
| 8                         | Ejecución de la metodología  |            |   |   |   |             |   |   | ■ |            |   |   |   |             |   |   |   |
| 9                         | Resultados de la investigación                                     |            |   |   |   |             |   |   |   |            | ■ |   |   |             |   |   |   |
| 10                        | Conclusiones y recomendaciones                                     |            |   |   |   |             |   |   |   |            |   | ■ |   |             |   |   |   |
| 11                        | Redacción del pre informe de Investigación.                        |            |   |   |   |             |   |   |   |            |   |   | ■ |             |   |   |   |
| 12                        | Reacción del informe final   |            |   |   |   |             |   |   |   |            |   |   |   | ■           |   |   |   |
| 13                        | Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación        |            |   |   |   |             |   |   |   |            |   |   |   |             | ■ |   |   |
| 14                        | Presentación de ponencia en eventos científicos                    |            |   |   |   |             |   |   |   |            |   |   |   |             |   | ■ |   |
| 15                        | Redacción de artículo científico                                   |            |   |   |   |             |   |   |   |            |   |   |   |             |   |   | ■ |

## Anexo 2. Presupuesto

| <b>PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE<br/>(Estudiante)</b>            |                  |              |                   |
|--|------------------|--------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>   | <b>Base</b>      | <b>% o N</b> | <b>Total, S/.</b> |
| <b>Suministros</b>   |                  |              |                   |
| ▪ Impresiones  | S/10.00          | 1            | S/10.00           |
| ▪ Fotocopias   | S/5.00           | 1            | s/5.00            |
| ▪ Empastado  | s/10.00          | 1            | s/10.00           |
| ▪ Papel bond A-4 (500 hojas)                                 | s/10.00          | 1            | S/10.00           |
| ▪ Lapiceros  | S/5.00           | 1            | s/5.00            |
| ▪ Tableros   | s/10.00          | 1            | s/10.00           |
| <b>Servicios</b>   |                  |              |                   |
| Uso de Turnitin  | s/.50.00         | 2            | s/.100.00         |
| <b>Sub total</b>   |                  |              | <b>s/.150.00</b>  |
| <b>Gastos de viaje</b>                                       |                  |              |                   |
| ▪ Pasajes para recolectar información                        | S/10.00          | 1            | S/10.00           |
| ▪ Recarga de celular   | S/30.00          | 3            | s/90.00           |
| <b>Subtotal</b>  |                  |              | <b>s/.100</b>     |
| <b>TOTAL, PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE</b>                      |                  |              | <b>s/.250.00</b>  |
| <b>PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE<br/>(Universidad)</b>           |                  |              |                   |
| <b>Categoría</b>   | <b>Base</b>      | <b>% o N</b> | <b>Total, s/.</b> |
| <b>Servicios</b>   |                  |              |                   |
| ▪ Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD) | <b>s/. 30.00</b> | <b>4</b>     | <b>S/.120.00</b>  |
| ▪ Búsqueda de información en base de datos                   | <b>s/.35.00</b>  | <b>2</b>     | <b>s/160.00</b>   |

|   |                 |          |                   |
|---|-----------------|----------|-------------------|
| ▪ Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University – MOIC) | <b>s/.40.00</b> | <b>4</b> | <b>S/160.00</b>   |
| ▪ Publicación de artículo en repositorio institucional                    | <b>s/50.00</b>  | <b>1</b> | <b>s/.50.00</b>   |
| <b>Subtotal</b>   |                 |          | <b>s/. 400.00</b> |
| <b>Recurso Humano</b>   |                 |          |                   |
| ▪ Asesoría personalizada (5 horas por semana)                             | <b>s/.63.00</b> | <b>4</b> | <b>s/.252.00</b>  |
| <b>Subtotal</b>   |                 |          | <b>s/.252.00</b>  |
| <b>TOTAL PRESUPUESTON O DESEMBOLSABLE</b>                                 |                 |          | <b>S/. 652.00</b> |



### Anexo 3. Cuadro de sondeo

| <b>Razón social</b>        | <b>Ruc</b>  | <b>Propietario</b> |
|----------------------------|-------------|--------------------|
| "Librería Bazar Antártico" | 20602987516 | 1                  |

| <b>N°</b> | <b>Apellidos y nombres</b> | <b>Área</b>                        |
|-----------|----------------------------|------------------------------------|
| 1         | Rabanal Benites, July      | Cajera de agente                   |
| 2         | Espinoza Veliz, Frexia     | Cajera de agente                   |
| 3         | Odreman Márquez, Rosely    | Atención al cliente en la librería |
| 4         | Espinoza Veliz, Yazira     | Atención al cliente en librería    |

### Anexo 3. Permiso de la empresa



Carta s/N.º - 2021-ULADECH CATÓLICA

Sr(a).  
Shirley Romelia, Chero Velez.  
Gerente de la empresa "Librería El Antártico"

Presente. -

De mi consideración:

Es un grato dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, Soy la Alumna: Jimenez Chero, Yeixigrei Maryuri, con código de matrícula N°0411181069 , de la Carrera Profesional de Administración, Ciclo VIII, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado "GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA LIBRERÍA "EL ANTÁRTICO" S.A.C. DEL DISTRITO DE SULLANA, Año 2021", durante los meses de Septiembre, octubre, noviembre y diciembre del presente año.

Por este motivo, le agradecería mucho que me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución.

En espera de su amable atención, quedo de usted.

Shirley Romelia Chero Velez.  
DNI: 76526890

Jimenez Chero, Yeixigrei  
DNI: 72796913

## Anexo 4. Consentimiento informado



### PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula **Gestión de Calidad en Atención al Cliente en la Librería el Antártico S.A.C. Del distrito de Sullana, 2021**

y es dirigido por Jimenez Chero Yeixigrei Maryuri, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las características de gestión de Calidad en Atención al Cliente en la Librería el Antártico S.A.C. Del distrito de Sullana, 2021”

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará unos minutos de su tiempo, [https://docs.google.com/forms/d/1ehRWVmgxYWKbONu\\_CXAOFIRLVFaveThELLTa82tFL74/edit?usp=drive\\_web](https://docs.google.com/forms/d/1ehRWVmgxYWKbONu_CXAOFIRLVFaveThELLTa82tFL74/edit?usp=drive_web) Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de un correo. Si desea, también podrá escribir al correo [yjimenezchero@gmail.com](mailto:yjimenezchero@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el comité de Ética de la investigación de la Universidad Católica los Angeles de Chimbote.

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

Nombre: Shirley Romelia Chero Vélez

Fecha: 28/05/2021

Correo electrónico: Shirleychero@gmail.com

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

Firma del investigador (o encargado de recoger información):  
COMITE INTIRUCIONAL DE ETICA EN

## Anexo 5. Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

### ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La información obtenida en el presente cuestionario es de “Gestión de Calidad en Atención al Cliente en la Librería el Antártico S.A.C. Del distrito de Sullana, 2021”, la información que usted proporcionará será utilizado con fines académicos y con absoluta confidencialidad, por lo que se agradece por su participación de esta encuesta.

El cuestionario tiene 14 preguntas y tendrán 5 opciones de respuesta en escala de Likert

| (1)   | (2)     | (3)          | (4)     |
|-------|---------|--------------|---------|
| NUNCA | A VECES | CASI SIEMPRE | SIEMPRE |

| ITEM   | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
| 1. ¿La empresa cumple con ser líder dentro su rubro?   |   |   |   |   |
| 2. ¿Cree usted que la empresa tiene una buena planificación?                                 |   |   |   |   |
| 3. ¿La empresa satisface sus necesidades con sus productos?                                  |   |   |   |   |
| 4. ¿Crees que la empresa evalué el desempeño de sus trabajadores?                            |   |   |   |   |
| 5. ¿Estás satisfecho con la calidad y precio de los productos y servicios de la empresa?     |   |   |   |   |
| 6. ¿La empresa cuenta con un sistema de gestión de calidad para la mejora de su productiva?  |   |   |   |   |
| 7. ¿La empresa cuenta con un sistema de gestión para la mejora de su organización?           |   |   |   |   |
| 8. ¿La empresa cuenta con recursos humanos y tecnológicos en sus procesos de gestión?        |   |   |   |   |
| 9. ¿La empresa implementa cambios o mejoras para un mejor servicio?                          |   |   |   |   |
| <b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>   |   |   |   |   |
| 10. ¿La empresa alguna vez te encuesta para conocer tu satisfacción?                         |   |   |   |   |
| 11. ¿El personal siempre está dispuesto a atenderlo?   |   |   |   |   |
| 12. ¿La empresa le brinda confianza al momento de ofrecerle un producto?                     |   |   |   |   |
| 13. ¿Cree que la empresa les da incentivos a los trabajadores por su disposición al cliente? |   |   |   |   |
| 14. ¿El servicio brindado dentro de la empresa superan tus expectativas?                     |   |   |   |   |

## **Anexo 6. Validación del instrumento**

### **EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

#### **I. DATOS GENERALES:**

**1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):** Zapata Castro, Elizabeth Diamina

**1.2. Grado Académico:** Magister

**1.3. Profesión:** Licenciado En Administración

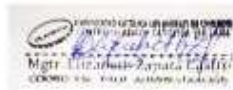
**1.4. Institución donde labora:** Universidad Católica los Ángeles de Chimbote

**1.5. Cargo que desempeña:** Docente

**1.6. Denominación del instrumento:** Encuesta

**1.7. Autor del instrumento:** Jimenez Chero, Yeixigrei Maryuri

**1.8. Carrera:** Administración de empresas



---

**FIRMA**

### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a): Mgtr. ~~Ralli Mazino~~, Lizbeth Giovanna

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

El presente es para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que mi persona está en la etapa de elaboración de la tesis para posterior desarrollo de la misma con el fin de obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, en la promoción 2022, para lo cual requiero validar los instrumentos que me permitirá recoger la información necesaria para poder desarrollar la investigación.

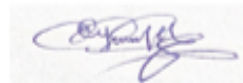
El título de la tesis es "Gestión De Calidad En Atención Al Cliente En La Librería "El Antártico" S.A.C. Del Distrito De Sullana, 2021", y siendo importante contar con la aprobación de un administrador experto para poder aplicar los instrumentos en mención, se ha considerado conveniente recurrir a usted, ante su profesionalismo para que emita su juicio de valor sobre la validez de los instrumentos.

Para efectos de su análisis adjunto los siguientes documentos:

- ✓ Matriz de operacionalización de las variables.
- ✓ Matriz de consistencia.
- ✓ Instrumento de recolección de datos.
- ✓ Informe de validación del instrumento de investigación.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de Usted, no sin antes agradecerle por la atención a la presente.

Atentamente



Jimenez Chero Yeixigrei Maryuri

---

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Mgtr. ~~Ralli Magino~~, Lizbeth Giovanna
- 1.2. **Grado Académico:** Magister
- 1.3. **Profesión:** Licenciado en Administración
- 1.4. **Institución donde labora:** Universidad Católica los Ángeles de Chimbote
- 1.5. **Cargo que desempeña:** Docente
- 1.6. **Denominación del instrumento:** Trabajo en equipo
- 1.7. **Autor del instrumento:** Jimenez Chero, Yeixigrei
- 1.8. **Carrera:** Administración

### INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Gestión De Calidad En Atención Al Cliente En La Librería "El Antártico" S.A.C. Del Distrito De Sullana, 2021

#### II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO

Instrumento de recolección de datos del trabajo de investigación titulado: Gestión De Calidad En Atención Al Cliente En La Librería "El Antártico" S.A.C. Del Distrito De Sullana, 2021.

#### III. TESISISTA

Jimenez Chero Yeixigrei Maryuri

#### IV. DECISIÓN

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta la estructura y profundidad; por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

#### OBSERVACIONES:

Instrumento aplicable

APROBADO: SI

NO

#### EXPERTO EVALUADOR



Lizbeth Ralli Magino,  
Magister en Administración de Negocios

DNI N.º 40311682



## **INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

### **I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

Gestión De Calidad En Atención Al Cliente En La Librería “El Antártico” S.A.C. Del Distrito De Sullana, 2021

### **II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO**

Instrumento de recolección de datos del trabajo de investigación titulado: Gestión De Calidad En Atención Al Cliente En La Librería “El Antártico” S.A.C. Del Distrito De Sullana, 2021.

### **III. TESISISTA**

Jimenez Chero Yeixigrei Maryuri

### **IV. DECISIÓN**

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta la estructura y profundidad; por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

#### **OBSERVACIONES:**

Instrumento aplicable.

**APROBADO:**

**SI**

**NO**

**EXPERTO EVALUADOR**



---

Espinosa Olaya Víctor Hugo

Magister en Administración de empresas

**DNI N° 07535731**

## Anexo 7. Alfa de Cronbach

### Variable 1. Gestión de calidad

|           | ítem 1 | ítem 2 | ítem 3 | ítem 4 | ítem 5 | ítem 6 | ítem 7 | ítem 8 | ítem 9 | ítem 10 | ítem 11 | ítem 12 | ítem 13 | ítem 14 | ítem 15 | SUMA      |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| Ciente 1  | 1      | 1      | 2      | 3      | 1      | 2      | 2      | 1      | 1      | 2       | 3       | 1       | 2       | 2       | 1       | <b>25</b> |
| Ciente 2  | 1      | 2      | 2      | 2      | 1      | 3      | 3      | 2      | 2      | 2       | 2       | 1       | 3       | 3       | 2       | <b>31</b> |
| Ciente 3  | 1      | 2      | 1      | 1      | 2      | 1      | 1      | 1      | 2      | 1       | 1       | 2       | 1       | 1       | 1       | <b>19</b> |
| Ciente 4  | 4      | 2      | 3      | 5      | 2      | 4      | 3      | 3      | 2      | 3       | 5       | 2       | 4       | 3       | 3       | <b>48</b> |
| Ciente 5  | 2      | 2      | 2      | 2      | 3      | 3      | 3      | 2      | 2      | 2       | 2       | 3       | 3       | 3       | 2       | <b>36</b> |
| Ciente 6  | 1      | 2      | 1      | 1      | 1      | 2      | 2      | 1      | 2      | 1       | 1       | 1       | 2       | 2       | 1       | <b>21</b> |
| Ciente 7  | 2      | 1      | 2      | 1      | 2      | 3      | 1      | 1      | 1      | 2       | 1       | 2       | 3       | 1       | 3       | <b>26</b> |
| Ciente 8  | 1      | 2      | 2      | 2      | 3      | 4      | 3      | 2      | 2      | 2       | 2       | 3       | 4       | 3       | 2       | <b>37</b> |
| Ciente 9  | 2      | 2      | 1      | 2      | 2      | 2      | 2      | 1      | 2      | 1       | 2       | 2       | 2       | 2       | 1       | <b>26</b> |
| Ciente 10 | 1      | 1      | 2      | 3      | 2      | 2      | 2      | 2      | 1      | 2       | 3       | 2       | 2       | 2       | 2       | <b>29</b> |
| Ciente 11 | 1      | 2      | 2      | 2      | 2      | 3      | 3      | 2      | 2      | 2       | 2       | 2       | 3       | 3       | 2       | <b>33</b> |
| Ciente 12 | 2      | 2      | 1      | 1      | 2      | 2      | 2      | 1      | 2      | 1       | 1       | 2       | 2       | 2       | 1       | <b>24</b> |
| Ciente 13 | 2      | 2      | 3      | 5      | 2      | 4      | 3      | 3      | 2      | 3       | 5       | 2       | 4       | 3       | 3       | <b>46</b> |
| Ciente 14 | 1      | 2      | 2      | 2      | 3      | 3      | 1      | 2      | 2      | 2       | 2       | 3       | 3       | 1       | 2       | <b>31</b> |
| Ciente 15 | 2      | 2      | 1      | 1      | 2      | 2      | 2      | 1      | 2      | 1       | 1       | 2       | 2       | 2       | 1       | <b>24</b> |
| Ciente 16 | 2      | 1      | 2      | 1      | 4      | 3      | 3      | 3      | 1      | 2       | 1       | 4       | 3       | 3       | 3       | <b>36</b> |
| Ciente 17 | 1      | 2      | 2      | 2      | 3      | 4      | 3      | 2      | 2      | 2       | 2       | 3       | 4       | 3       | 2       | <b>37</b> |
| Ciente 18 | 2      | 2      | 1      | 2      | 2      | 2      | 2      | 2      | 2      | 1       | 2       | 2       | 2       | 2       | 2       | <b>28</b> |
| Ciente 19 | 1      | 1      | 2      | 3      | 1      | 2      | 2      | 2      | 1      | 2       | 3       | 1       | 2       | 2       | 2       | <b>27</b> |
| Ciente 20 | 1      | 2      | 2      | 2      | 2      | 3      | 3      | 2      | 2      | 2       | 2       | 2       | 3       | 3       | 2       | <b>33</b> |
| Ciente 21 | 2      | 2      | 1      | 1      | 2      | 2      | 2      | 1      | 2      | 1       | 1       | 2       | 2       | 2       | 1       | <b>24</b> |
| Ciente 22 | 1      | 2      | 3      | 5      | 1      | 4      | 3      | 3      | 2      | 3       | 5       | 1       | 4       | 3       | 3       | <b>43</b> |
| Ciente 23 | 1      | 2      | 2      | 2      | 3      | 3      | 3      | 2      | 2      | 2       | 2       | 3       | 3       | 3       | 2       | <b>35</b> |
| Ciente 24 | 2      | 2      | 1      | 1      | 2      | 2      | 2      | 1      | 2      | 1       | 1       | 2       | 2       | 2       | 1       | <b>24</b> |

|           |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |           |
|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----------|
| Ciente 25 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | <b>32</b> |
| Ciente 26 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | <b>37</b> |
| Ciente 27 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | <b>26</b> |
| Ciente 28 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | <b>29</b> |
| Ciente 29 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | <b>33</b> |
| Ciente 30 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | <b>24</b> |
| Ciente 31 | 1 | 2 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 3 | <b>45</b> |
| Ciente 32 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | <b>35</b> |
| Ciente 33 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | <b>24</b> |
| Ciente 34 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | <b>32</b> |
| Ciente 35 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | <b>37</b> |
| Ciente 36 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | <b>28</b> |
| Ciente 37 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | <b>29</b> |
| Ciente 38 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | <b>33</b> |
| Ciente 39 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | <b>24</b> |
| Ciente 40 | 1 | 2 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 3 | <b>45</b> |
| Ciente 41 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | <b>35</b> |
| Ciente 42 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | <b>24</b> |
| Ciente 43 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | <b>32</b> |
| Ciente 44 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | <b>37</b> |
| Ciente 45 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | <b>28</b> |
| Ciente 46 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | <b>29</b> |
| Ciente 47 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | <b>33</b> |
| Ciente 48 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | <b>24</b> |
| Ciente 49 | 1 | 2 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 3 | <b>45</b> |
| Ciente 50 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | <b>35</b> |
| Ciente 51 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | <b>24</b> |
| Ciente 52 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | <b>32</b> |
| Ciente 53 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | <b>37</b> |

|                 |              |               |              |               |               |               |              |              |              |                |                |               |               |              |               |           |
|-----------------|--------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|----------------|----------------|---------------|---------------|--------------|---------------|-----------|
| Ciente 54       | 2            | 2             | 1            | 2             | 2             | 2             | 2            | 2            | 2            | 1              | 2              | 2             | 2             | 2            | 2             | <b>28</b> |
| Ciente 55       | 1            | 1             | 2            | 3             | 2             | 2             | 2            | 2            | 1            | 2              | 3              | 2             | 2             | 2            | 2             | <b>29</b> |
| Ciente 56       | 1            | 2             | 2            | 2             | 2             | 3             | 3            | 2            | 2            | 2              | 2              | 2             | 3             | 3            | 2             | <b>33</b> |
| Ciente 57       | 2            | 2             | 1            | 1             | 2             | 2             | 2            | 1            | 2            | 1              | 1              | 2             | 2             | 2            | 1             | <b>24</b> |
| Ciente 58       | 1            | 2             | 3            | 5             | 2             | 4             | 3            | 3            | 2            | 3              | 5              | 2             | 4             | 3            | 3             | <b>45</b> |
| Ciente 59       | 1            | 2             | 2            | 2             | 3             | 3             | 3            | 2            | 2            | 2              | 2              | 3             | 3             | 3            | 2             | <b>35</b> |
| Ciente 60       | 2            | 2             | 1            | 1             | 2             | 2             | 2            | 1            | 2            | 1              | 1              | 2             | 2             | 2            | 1             | <b>24</b> |
| Ciente 61       | 2            | 1             | 2            | 1             | 2             | 3             | 3            | 3            | 1            | 2              | 1              | 2             | 3             | 3            | 3             | <b>32</b> |
| Ciente 62       | 1            | 2             | 2            | 2             | 3             | 4             | 3            | 2            | 2            | 2              | 2              | 3             | 4             | 3            | 2             | <b>37</b> |
| Ciente 63       | 2            | 2             | 1            | 2             | 2             | 2             | 2            | 2            | 2            | 1              | 2              | 2             | 2             | 2            | 2             | <b>28</b> |
| Ciente 64       | 1            | 1             | 2            | 3             | 2             | 2             | 2            | 2            | 1            | 2              | 3              | 2             | 2             | 2            | 2             | <b>29</b> |
| Ciente 65       | 1            | 2             | 2            | 2             | 2             | 3             | 3            | 2            | 2            | 2              | 2              | 2             | 3             | 3            | 2             | <b>33</b> |
| Ciente 66       | 2            | 2             | 1            | 1             | 2             | 2             | 2            | 1            | 2            | 1              | 1              | 2             | 2             | 2            | 1             | <b>24</b> |
| Ciente 67       | 1            | 2             | 3            | 5             | 2             | 4             | 3            | 3            | 2            | 3              | 5              | 2             | 4             | 3            | 3             | <b>45</b> |
| Ciente 68       | 1            | 2             | 2            | 2             | 3             | 3             | 3            | 2            | 2            | 2              | 2              | 3             | 3             | 3            | 2             | <b>35</b> |
| <b>VARIANZA</b> | <b>0.337</b> | <b>0.1719</b> | <b>0.399</b> | <b>1.4972</b> | <b>0.3218</b> | <b>0.6505</b> | <b>0.338</b> | <b>0.467</b> | <b>0.172</b> | <b>0.39879</b> | <b>1.49719</b> | <b>0.3218</b> | <b>0.6505</b> | <b>0.338</b> | <b>0.4697</b> |           |

|                               |                   |
|-------------------------------|-------------------|
| $\Sigma$ (símbolo sumatorio)  |                   |
| $\alpha$ (Alfa) =             | <b>0.88374966</b> |
| K (Numero de Ítems) =         | 15                |
| Vi (Varianza de cada Ítems) = | 8.03070934        |
| Vt (Varianza Total) =         | 45.8460208        |

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

**Variable 2. Atención al cliente**

|            | ítem 1 | ítem 2 | ítem 3 | ítem 4 | ítem 5 | ítem 6 | ítem 7 | ítem 8 | ítem 9 | ítem 10 | ítem 11 | ítem 12 | ítem 13 | ítem 14 | ítem 15 | SUMA |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|------|
| Cliente 1  | 3      | 1      | 2      | 3      | 2      | 1      | 1      | 2      | 1      | 2       | 3       | 3       | 1       | 2       | 2       | 29   |
| Cliente 2  | 3      | 3      | 2      | 2      | 2      | 1      | 2      | 2      | 3      | 2       | 2       | 2       | 3       | 2       | 3       | 34   |
| Cliente 3  | 5      | 2      | 1      | 2      | 1      | 2      | 2      | 1      | 2      | 1       | 2       | 1       | 2       | 2       | 2       | 28   |
| Cliente 4  | 3      | 2      | 3      | 3      | 3      | 1      | 5      | 3      | 2      | 3       | 3       | 5       | 2       | 5       | 3       | 46   |
| Cliente 5  | 3      | 2      | 2      | 2      | 2      | 1      | 2      | 2      | 2      | 2       | 2       | 2       | 2       | 3       | 3       | 32   |
| Cliente 6  | 1      | 2      | 1      | 2      | 1      | 2      | 2      | 1      | 2      | 1       | 2       | 1       | 2       | 2       | 2       | 24   |
| Cliente 7  | 3      | 2      | 3      | 3      | 3      | 2      | 1      | 2      | 2      | 3       | 3       | 1       | 2       | 2       | 1       | 33   |
| Cliente 8  | 3      | 2      | 2      | 2      | 2      | 1      | 2      | 2      | 2      | 2       | 2       | 2       | 2       | 3       | 3       | 32   |
| Cliente 9  | 3      | 1      | 2      | 3      | 2      | 2      | 2      | 1      | 1      | 2       | 3       | 2       | 1       | 2       | 2       | 29   |
| Cliente 10 | 3      | 1      | 2      | 3      | 2      | 1      | 1      | 2      | 1      | 2       | 3       | 3       | 1       | 2       | 2       | 29   |
| Cliente 11 | 3      | 3      | 2      | 2      | 2      | 2      | 2      | 2      | 3      | 2       | 2       | 2       | 3       | 2       | 3       | 35   |
| Cliente 12 | 3      | 2      | 1      | 2      | 1      | 2      | 2      | 1      | 2      | 1       | 2       | 1       | 2       | 2       | 2       | 26   |
| Cliente 13 | 3      | 2      | 3      | 3      | 3      | 5      | 5      | 3      | 2      | 3       | 3       | 5       | 2       | 5       | 3       | 50   |
| Cliente 14 | 1      | 2      | 2      | 2      | 2      | 1      | 2      | 2      | 2      | 2       | 2       | 2       | 2       | 3       | 3       | 30   |
| Cliente 15 | 3      | 2      | 1      | 2      | 1      | 2      | 2      | 1      | 2      | 1       | 2       | 1       | 2       | 1       | 2       | 25   |
| Cliente 16 | 3      | 2      | 3      | 3      | 3      | 2      | 1      | 2      | 2      | 3       | 3       | 1       | 2       | 2       | 3       | 35   |
| Cliente 17 | 3      | 2      | 2      | 2      | 2      | 1      | 2      | 2      | 2      | 2       | 2       | 2       | 2       | 3       | 3       | 32   |
| Cliente 18 | 3      | 1      | 2      | 3      | 2      | 1      | 2      | 1      | 1      | 2       | 3       | 2       | 1       | 2       | 2       | 28   |
| Cliente 19 | 1      | 1      | 2      | 3      | 2      | 1      | 1      | 2      | 1      | 2       | 3       | 3       | 1       | 2       | 2       | 27   |
| Cliente 20 | 3      | 3      | 2      | 2      | 2      | 1      | 2      | 2      | 3      | 2       | 2       | 2       | 3       | 2       | 3       | 34   |
| Cliente 21 | 3      | 2      | 1      | 2      | 1      | 2      | 1      | 1      | 2      | 1       | 2       | 1       | 2       | 2       | 2       | 25   |
| Cliente 22 | 3      | 2      | 3      | 3      | 3      | 1      | 5      | 3      | 2      | 3       | 3       | 5       | 2       | 5       | 3       | 46   |
| Cliente 23 | 3      | 2      | 2      | 2      | 2      | 1      | 2      | 2      | 2      | 2       | 2       | 2       | 2       | 3       | 3       | 32   |

|           |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| Ciente 24 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 26 |
| Ciente 25 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 35 |
| Ciente 26 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 32 |
| Ciente 27 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 26 |
| Ciente 28 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 29 |
| Ciente 29 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 34 |
| Ciente 30 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 26 |
| Ciente 31 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 5 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 2 | 5 | 3 | 46 |
| Ciente 32 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 30 |
| Ciente 33 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 26 |
| Ciente 34 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 35 |
| Ciente 35 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 32 |
| Ciente 36 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 28 |
| Ciente 37 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 28 |
| Ciente 38 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 34 |
| Ciente 39 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 26 |
| Ciente 40 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 5 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 2 | 5 | 3 | 46 |
| Ciente 41 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 32 |
| Ciente 42 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 26 |
| Ciente 43 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 33 |
| Ciente 44 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 32 |
| Ciente 45 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 28 |
| Ciente 46 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 29 |
| Ciente 47 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 34 |
| Ciente 48 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 26 |
| Ciente 49 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 5 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 2 | 5 | 3 | 46 |
| Ciente 50 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 32 |
| Ciente 51 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 24 |
| Ciente 52 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 35 |

|                 |              |              |              |               |              |               |               |              |              |                |                |               |                |               |               |    |
|-----------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|--------------|----------------|----------------|---------------|----------------|---------------|---------------|----|
| Ciente 53       | 3            | 2            | 2            | 2             | 2            | 1             | 2             | 2            | 2            | 2              | 2              | 2             | 2              | 3             | 3             | 32 |
| Ciente 54       | 1            | 1            | 2            | 3             | 2            | 1             | 2             | 1            | 1            | 2              | 3              | 2             | 1              | 2             | 2             | 26 |
| Ciente 55       | 3            | 1            | 2            | 3             | 2            | 1             | 1             | 2            | 1            | 2              | 3              | 3             | 1              | 2             | 2             | 29 |
| Ciente 56       | 3            | 3            | 2            | 2             | 2            | 1             | 2             | 2            | 3            | 2              | 2              | 2             | 3              | 2             | 3             | 34 |
| Ciente 57       | 3            | 2            | 1            | 2             | 1            | 2             | 2             | 1            | 2            | 1              | 2              | 1             | 2              | 2             | 2             | 26 |
| Ciente 58       | 3            | 2            | 3            | 3             | 3            | 1             | 5             | 3            | 2            | 3              | 3              | 5             | 2              | 5             | 3             | 46 |
| Ciente 59       | 3            | 2            | 2            | 2             | 2            | 1             | 2             | 2            | 2            | 2              | 2              | 2             | 2              | 3             | 3             | 32 |
| Ciente 60       | 1            | 2            | 1            | 2             | 1            | 2             | 2             | 1            | 2            | 1              | 2              | 1             | 2              | 2             | 2             | 24 |
| Ciente 61       | 1            | 2            | 3            | 3             | 3            | 2             | 1             | 2            | 2            | 3              | 3              | 1             | 2              | 2             | 3             | 33 |
| Ciente 62       | 3            | 2            | 2            | 2             | 2            | 1             | 2             | 2            | 2            | 2              | 2              | 2             | 2              | 3             | 3             | 32 |
| Ciente 63       | 3            | 1            | 2            | 3             | 2            | 1             | 2             | 1            | 1            | 2              | 3              | 2             | 1              | 2             | 2             | 28 |
| Ciente 64       | 3            | 1            | 2            | 3             | 2            | 1             | 1             | 2            | 1            | 2              | 3              | 3             | 1              | 2             | 2             | 29 |
| Ciente 65       | 3            | 3            | 2            | 2             | 2            | 1             | 2             | 2            | 3            | 2              | 2              | 2             | 3              | 2             | 3             | 34 |
| Ciente 66       | 3            | 2            | 1            | 2             | 1            | 2             | 2             | 1            | 2            | 1              | 2              | 1             | 2              | 2             | 2             | 26 |
| Ciente 67       | 1            | 2            | 3            | 3             | 3            | 1             | 5             | 3            | 2            | 3              | 3              | 5             | 2              | 5             | 3             | 44 |
| Ciente 68       | 3            | 2            | 2            | 2             | 2            | 1             | 2             | 2            | 2            | 2              | 2              | 2             | 2              | 3             | 3             | 32 |
| <b>VARIANZA</b> | <b>0.625</b> | <b>0.328</b> | <b>0.441</b> | <b>0.2465</b> | <b>0.441</b> | <b>0.4187</b> | <b>1.2803</b> | <b>0.399</b> | <b>0.328</b> | <b>0.44118</b> | <b>0.24654</b> | <b>1.4784</b> | <b>0.32764</b> | <b>0.9818</b> | <b>0.2785</b> |    |



|                               |                   |
|-------------------------------|-------------------|
| Σ (símbolo sumatorio)         |                   |
| α (Alfa) =                    | <b>0.83956492</b> |
| K (Numero de Ítems) =         | 15                |
| Vi (Varianza de cada Ítems) = | 8.26124567        |
| Vt (Varianza Total) =         | 38.1747405        |

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$





*Características de la organización en la Librería El Antártico S.A.C. del*

*Distrito de Sullana, 2021.*

| Preguntas  | Respuestas   | Tabulación   | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|--|--------------|--|---------------------|---------------------|
| Sistema de calidad para mejorar la productividad | Siempre      | IIII-IIII-IIII-IIII-III                                    | 28                  | 41.18               |
|  | Casi siempre | IIII-IIII-IIII-IIII-I                                      | 21                  | 30.88               |
|  | A veces      | IIII-IIII-IIII-III   | 18                  | 26.47               |
|  | Nunca        | I  | 1                   | 1.47                |
|  | Total        | IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-III | 68                  | 100.00              |
| Sistema de gestión para la organización          | Siempre      | IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII                         | 35                  | 51.47               |
|  | Casi siempre | IIII-IIII-IIII-III   | 19                  | 27.94               |
|  | A veces      | IIII-IIII-III  | 14                  | 20.59               |
|  | Nunca        | -  | 0                   | 0.00                |
|  | Total        | IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-III | 68                  | 100.00              |
| Recursos humanos y tecnológicos                  | Siempre      | IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-II                           | 32                  | 47.06               |
|  | Casi siempre | IIII-IIII-IIII-IIII-IIII                                   | 25                  | 36.76               |
|  | A veces      | IIII-IIII-I  | 11                  | 16.18               |
|  | Nunca        | -  | 0                   | 0.00                |
|  | Total        | IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-III | 68                  | 100.00              |
| Cambios y mejoras para un mejor servicio         | Siempre      | IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII                              | 30                  | 44.12               |
|  | Casi siempre | IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-I                                 | 26                  | 38.24               |
|  | A veces      | IIII-IIII-II   | 12                  | 17.65               |
|  | Nunca        | -  | 0                   | 0.00                |
|  | Total        | IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-III | 68                  | 100.00              |

*Características de la confiabilidad en la Librería El Antártico S.A.C. del*

*Distrito de Sullana, 2021.*

| Preguntas                 | Respuestas   | Tabulación   | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---------------------------|--------------|--|---------------------|---------------------|
| Satisfacción al cliente   | Siempre      | IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-III                                    | 34                  | 50.00               |
|                           | Casi siempre | IIII-IIII-IIII-IIII-IIII   | 24                  | 35.29               |
|                           | A veces      | IIII-IIII  | 9                   | 13.29               |
|                           | Nunca        | I  | 1                   | 1.47                |
|                           | Total        | IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-III | 68                  | 100.00              |
| Atención al cliente       | Siempre      | IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-III                               | 38                  | 55.88               |
|                           | Casi siempre | IIII-IIII-IIII-IIII-IIII   | 25                  | 36.76               |
|                           | A veces      | IIII   | 5                   | 7.35                |
|                           | Nunca        | -  | 0                   | 0.00                |
|                           | Total        | IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-III           | 68                  | 100.00              |
| Confiabilidad al producto | Siempre      | IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII                              | 40                  | 58.82               |
|                           | Casi siempre | IIII-IIII-IIII-IIII-I  | 21                  | 30.88               |
|                           | A veces      | IIII-II  | 7                   | 10.29               |
|                           | Nunca        | -  | 0                   | 0.00                |
|                           | Total        | IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-III           | 68                  | 100.00              |
| Incentivos para           | Siempre      | IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII                                   | 35                  | 51.47               |
|                           | Casi siempre | IIII-IIII-IIII-IIII-IIII   | 25                  | 36.76               |

|                         |              |  |    |        |
|-------------------------|--------------|--|----|--------|
| el trabajador           | A veces      | IIII-III   | 8  | 11.76  |
|                         | Nunca        | -  | 0  | 0.00   |
|                         | Total        | IIII-III-III-III-III-III-<br>III-III-III-III-III-III-<br>III-III | 68 | 100.00 |
| Servicio en la empresa  | Siempre      | IIII-III-III-III-III-III   | 30 | 44.12  |
|                         | Casi siempre | IIII-III-III-III-III   | 23 | 33.82  |
|                         | A veces      | IIII-III-III   | 13 | 19.12  |
|                         | Nunca        | II   | 2  | 2.94   |
|                         | Total        | IIII-III-III-III-III-III-<br>III-III-III-III-III-III-<br>III-III | 68 | 100.00 |
| Beneficios del producto | Siempre      | IIII-III-III-III-III   | 25 | 36.76  |
|                         | Casi siempre | IIII-III-III-III-III-III   | 30 | 44.12  |
|                         | A veces      | IIII-III-III-II  | 12 | 17.65  |
|                         | Nunca        | I  | 1  | 1.47   |
|                         | Total        | IIII-III-III-III-III-III-<br>III-III-III-III-III-III-<br>III-III | 68 | 100.00 |

## Anexo 9. Figuras

Características de la planificación en la Librería El Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021

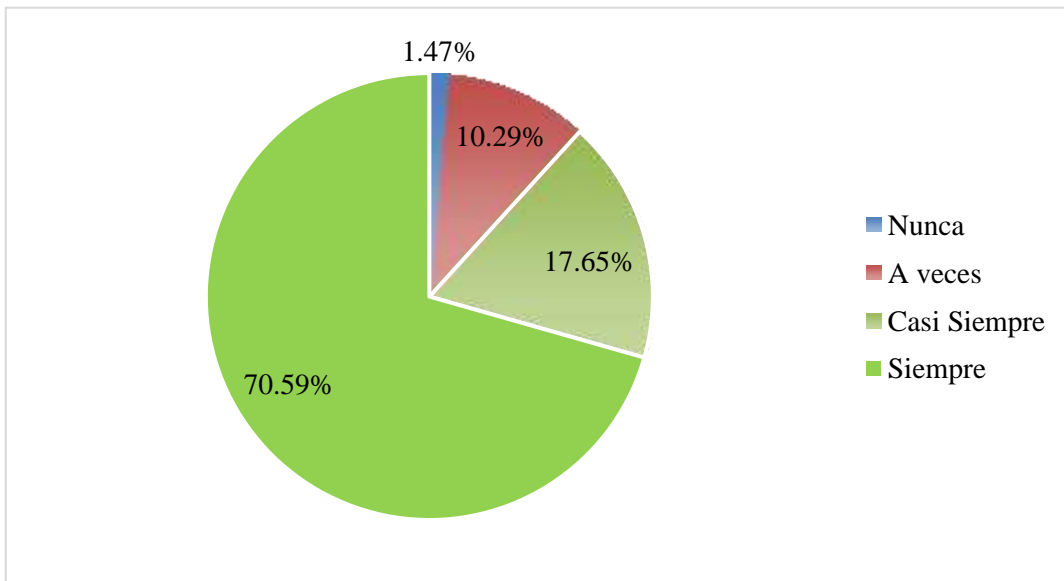


Figura 1. Liderazgo en la empresa

Fuente: Tabla 1

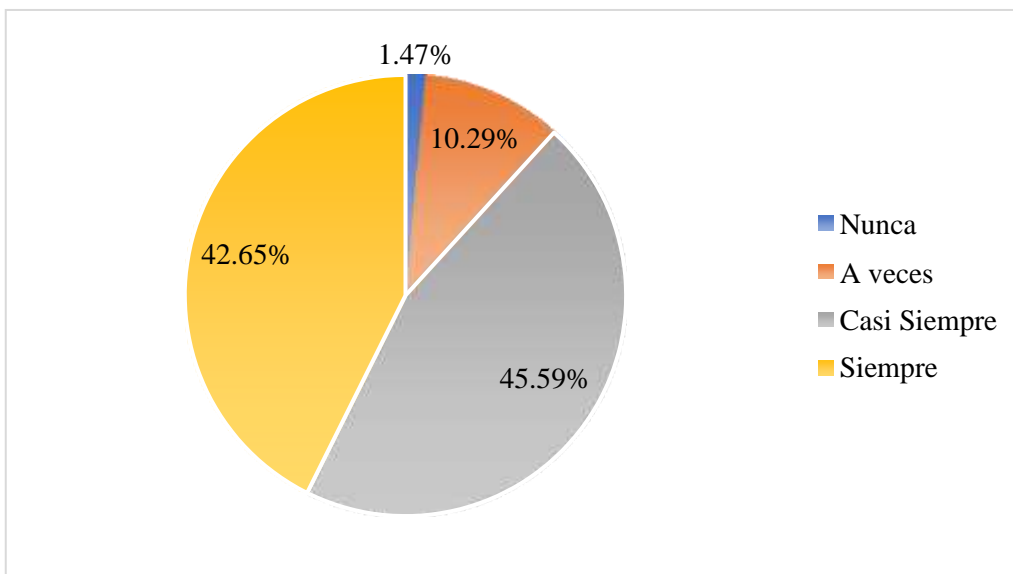


Figura 2. Planificación y organización

Fuente: Tabla 1

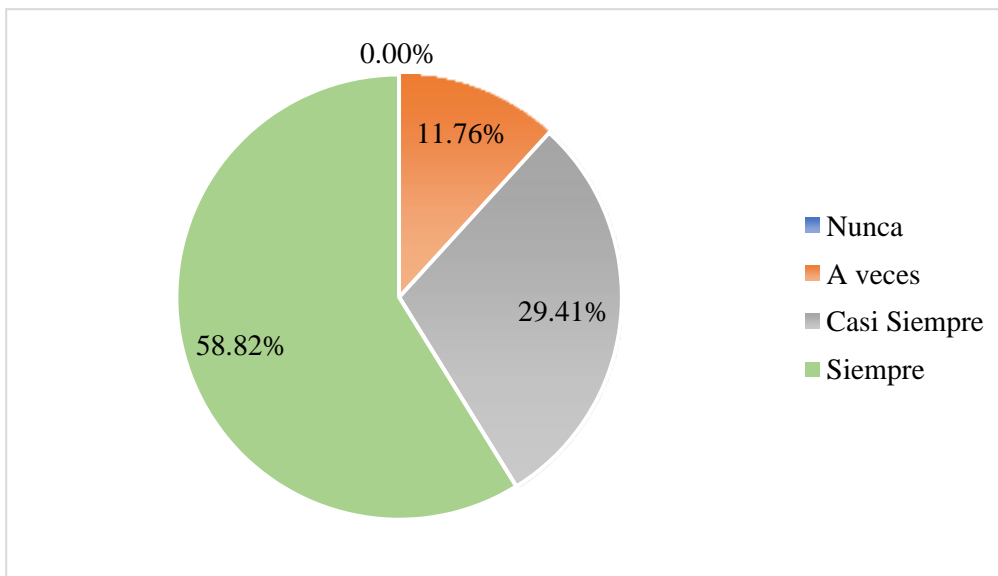


Figura 3. Satisfacción al cliente en producto y servicios

Fuente: Tabla 1

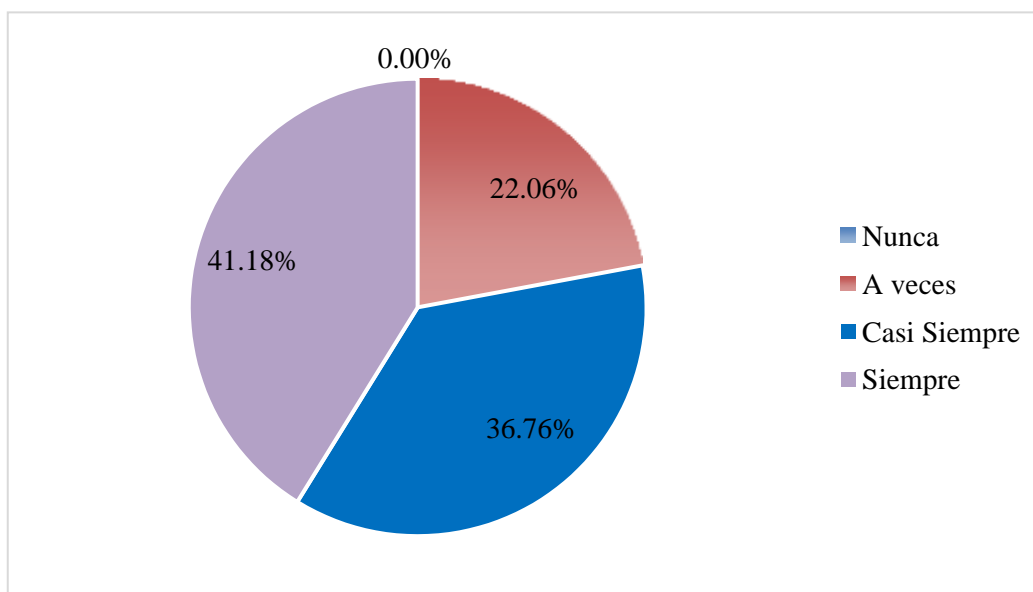


Figura 4. Evaluación

Fuente: Tabla 1

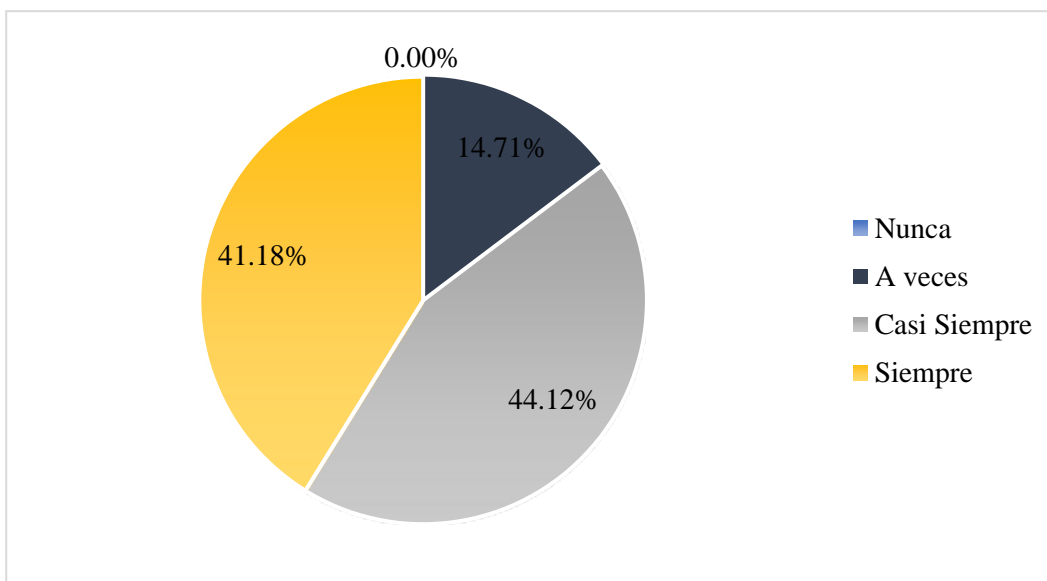


Figura 5. Calidad de producto y servicios

Tabla 1

Características de la organización en la Librería El Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021.

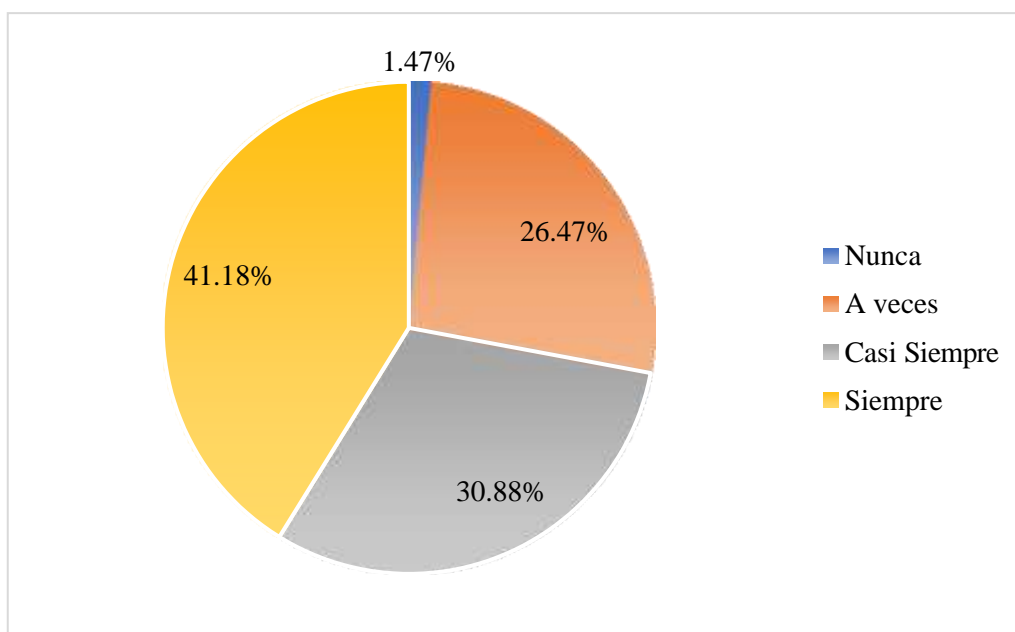


Figura 6. Sistema de calidad para mejorar la productividad

Fuente. Tabla 2

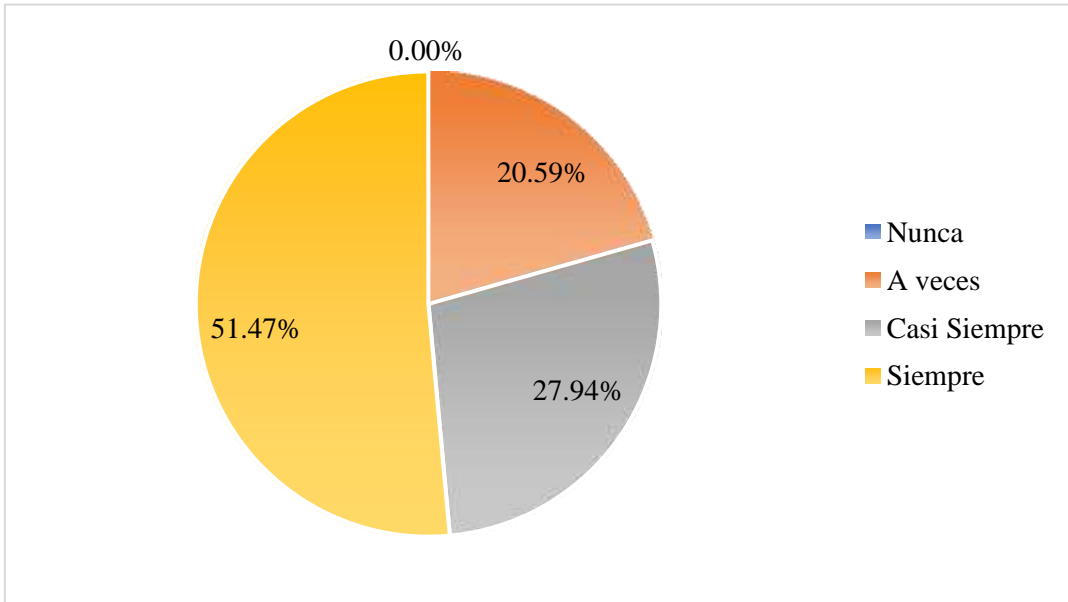


Figura 7. Sistema de gestión para la organización

Fuente. Tabla 2

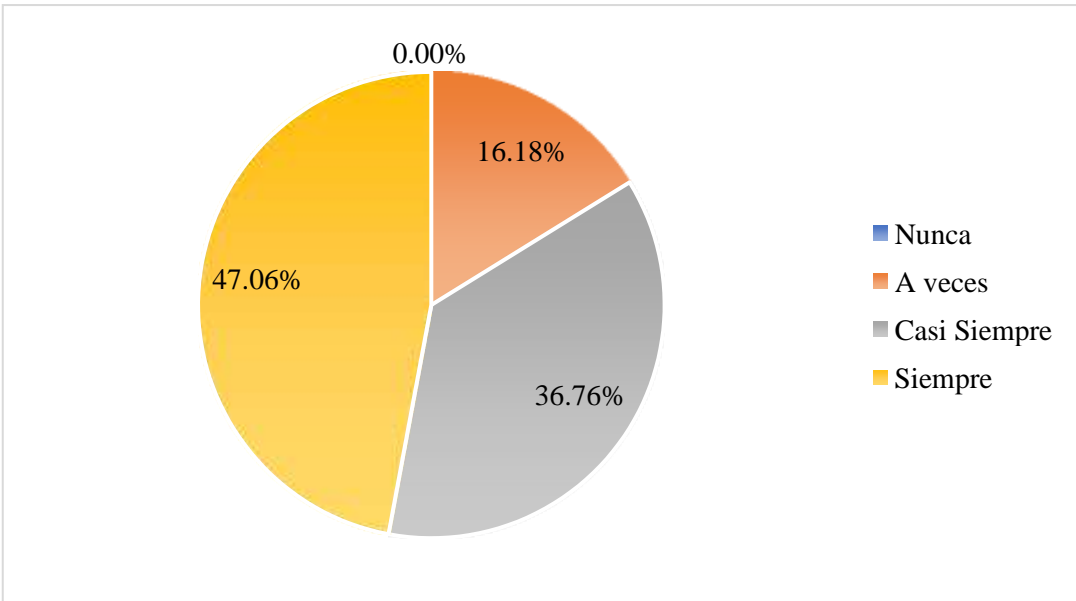


Figura 8. Recursos humanos y tecnológicos

Fuente. Tabla 2

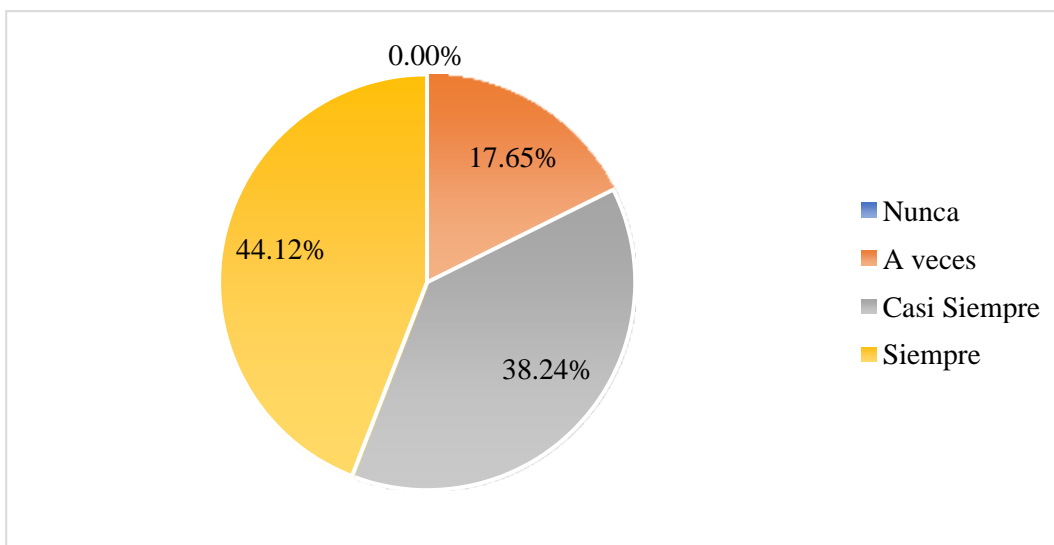


Figura 9. Cambios y mejoras para un mejor servicio

Fuente. Tabla 2

Características de la confiabilidad en la Librería El Antártico S.A.C. del Distrito de Sullana, 2021.

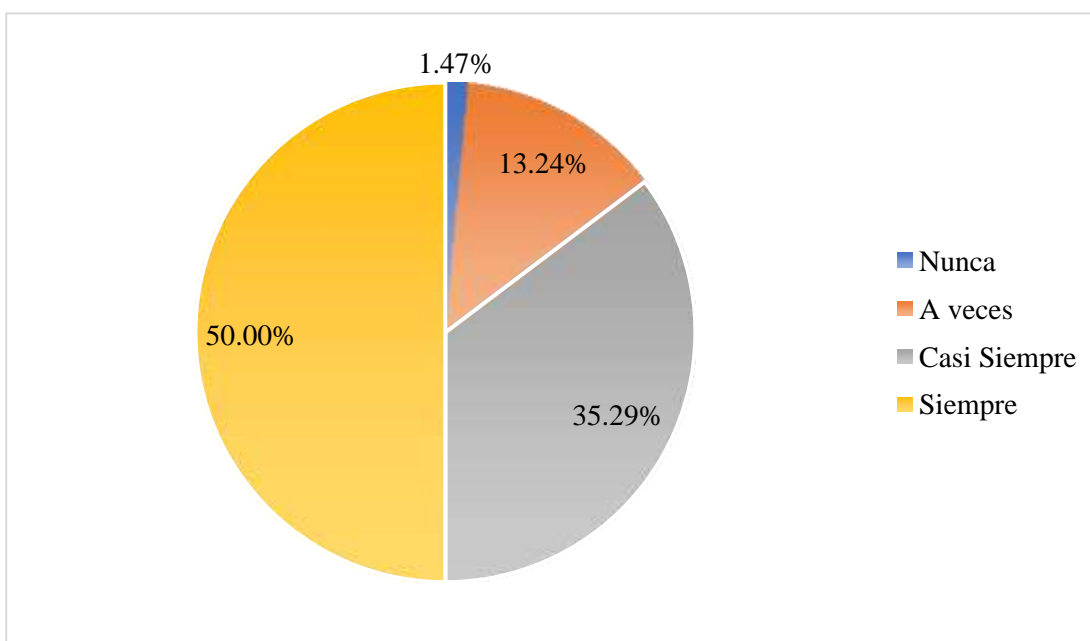


Figura 10. Satisfacción al cliente

Fuente. Tabla 3



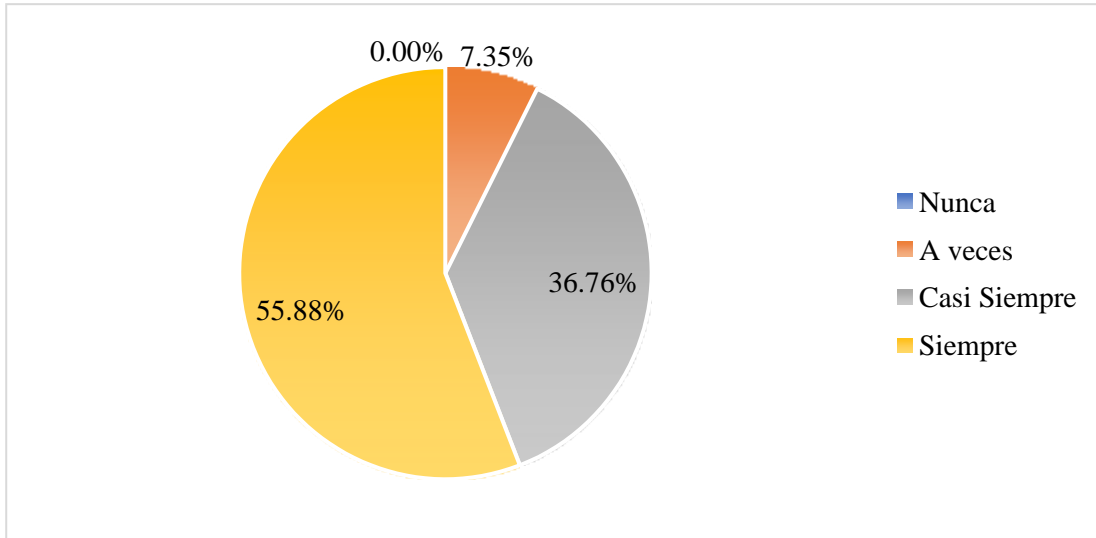


Figura 11. Atención al cliente

Fuente. Tabla 3

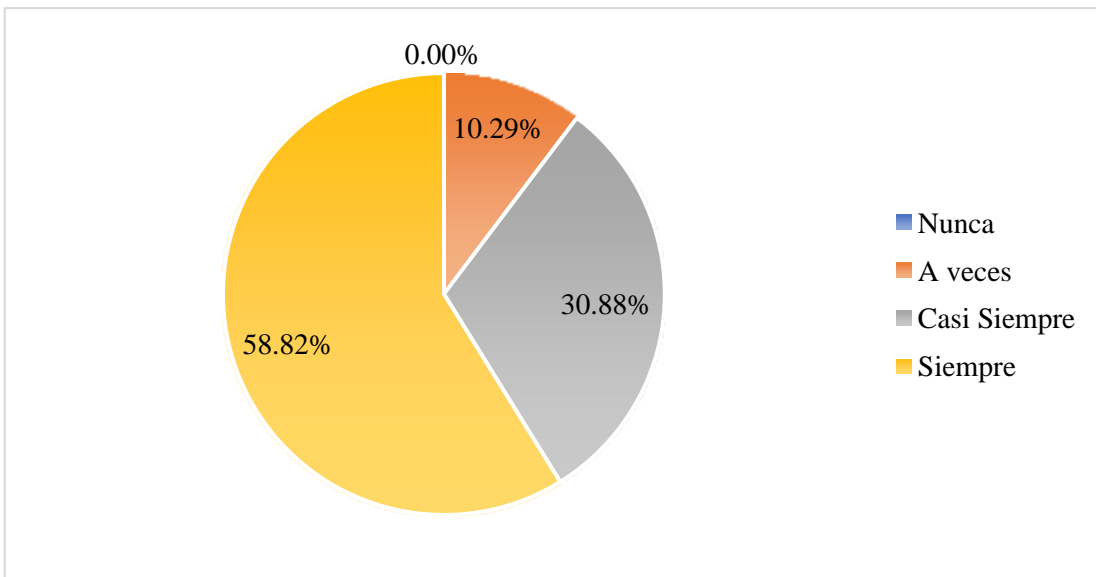


Figura 12. Confiabilidad al producto

Fuente. Tabla 3

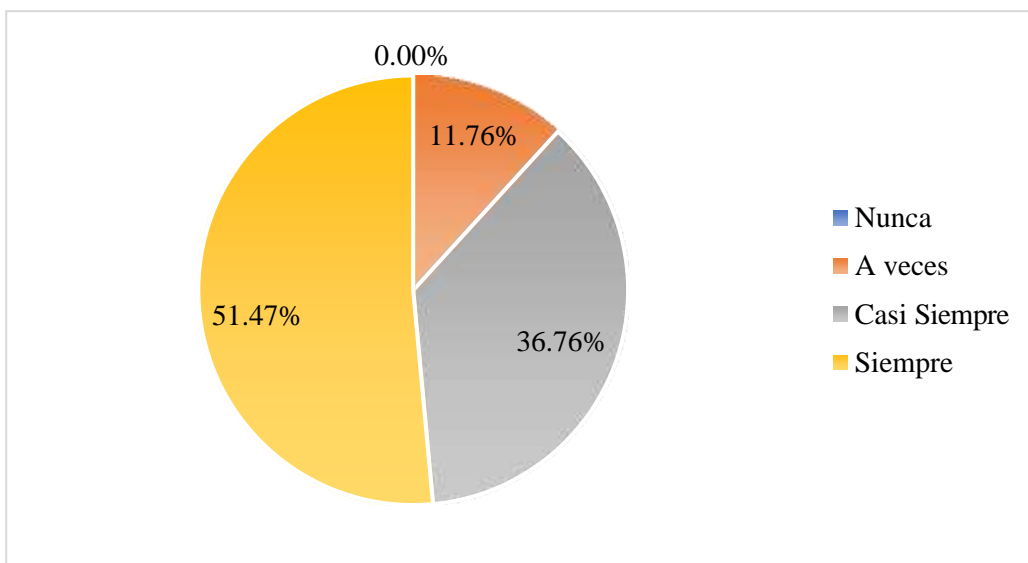


Figura 13. Incentivos para el trabajador

Fuente. Tabla 3

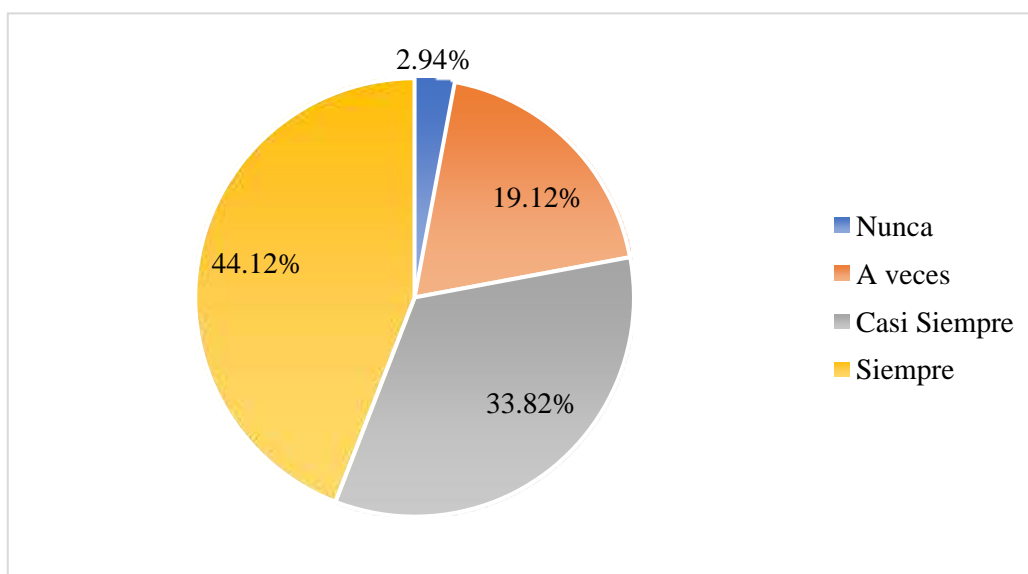


Figura 14. Servicio en la empresa

Fuente. Tabla 3

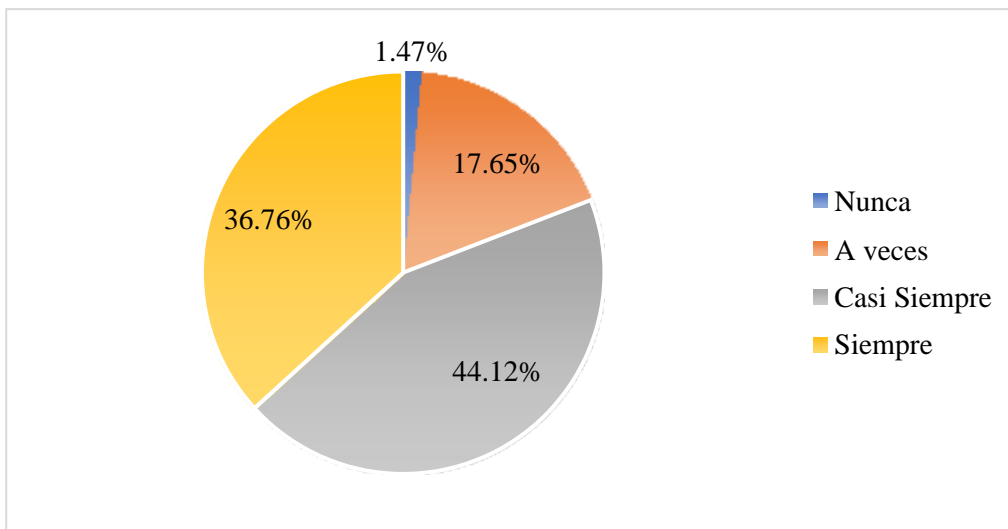


Figura 15. Beneficios del producto

Fuente. Tabla 3

TC-820-

YJIMENEZCH\_PREBANCA\_TURNITIN\_2022\_03\_CORREGIDO.pdf

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

12%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote

Trabajo del estudiante

5%

2

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

4%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo