



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN

TITULO:

“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTION DE CALIDAD  
BAJO EL ENFOQUE DEL SERVICIO DE ATENCION AL  
CLIENTE EN LA EMPRESA SERVICIOS GENERALES CAR  
DOCTOR AUTOMOTRIZ S.A.C. DEL DISTRITO DE  
SULLANA AÑO 2018”

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACION

AUTOR:

Bach. Tomás Junior Alburqueque Pulache.

ASESOR:

Mgr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

SULLANA – PERÚ

2019



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN

TITULO:

“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTION DE CALIDAD  
BAJO EL ENFOQUE DEL SERVICIO DE ATENCION AL  
CLIENTE EN LA EMPRESA SERVICIOS GENERALES CAR  
DOCTOR AUTOMOTRIZ S.A.C. DEL DISTRITO DE  
SULLANA AÑO 2018”

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACION

AUTOR:

Bach. Tomás Junior Alburqueque Pulache.

ASESOR:

Mgr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

SULLANA – PERÚ

2019

**JURADO EVALUADOR**

---

**MGTR. VÍCTOR HUGO VILELA VARGAS  
PRESIDENTE**

---

**DR. FELIX WONG CERVERA**

---

**LIC. ADM. MARITZA ZELIDETH CHUMACERO ANCAJIMA  
MIEMBRO**

---

**MGTR. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS  
ASESOR**

## **AGRADECIMIENTO**

Al dueño de la empresa Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C. quien es el principal protagonista de esta investigación y me permitio cumplir con el desarrollo de esta misma brindándome la información requerida, al MGTR. Carlos David Ramos Rosas por su apoyo en este arduo camino para el logro de mis metas y a todas las personas que de alguna forma apoyaron para la consecución de mis objetivos

## **DEDICATORIA**

A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, a mis padres que son las personas más importantes en mi vida y son el motivo el cual salgo adelante, por su apoyo incondicional cuando más necesito de ellos y todos mis logros serán para ellos.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como título “caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque del servicio de atención al cliente en la empresa Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C. del distrito de Sullana año 2018”. Teniendo Como objetivo general: Caracterizar la gestión de calidad bajo el enfoque del servicio de atención al cliente de la empresa Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C. en el distrito de Sullana, año 2018 La investigación fue de tipo descriptiva, debido a que solo se limita a describir las principales características de las variables en estudio; como muestra de estudio, se han tomado 68 clientes de dicha empresa a los cuales se les aplicó un cuestionario de 25 preguntas obteniéndose como resultado que del 100% de los encuestados el 38% Considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces cuenta con las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio, el 5% considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca cuenta con las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio, y solo el 3% considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca cuenta con las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio. Concluyéndose que La atención del cliente de la empresa “Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C” es importante porque permite que la relación con los clientes sea permanente logrando fidelizar a los clientes atendiendo sus necesidades para estar en mejora continúa

Palabras clave: Gestión de calidad, atención al cliente Y servicios generales

## **ABSTRACT**

The present work of investigation has like title "characterization of the management of quality under the approach of the service of attention to the client in the company General Services Car Doctor Automotriz S.A.C. of the district of Sullana year 2018. " Having as a general objective: To characterize the quality management under the focus of the customer service of the company General Services Car Doctor Automotriz S.A.C. in the district of Sullana, year 2018 The research was descriptive, because it only describes the main characteristics of the variables under study; As a study sample, 68 clients of that company have been taken to which a questionnaire of 25 questions was applied, obtaining as a result that of the 100% of the respondents 38% It considers that the company Car Doctor Automotriz sometimes has the facilities adequate to provide a good service, 5% consider that the Car Doctor Automotive company never has the adequate facilities to provide a good service, and only 3% consider that the company Car Doctor Automotriz almost never has the adequate facilities to provide a good service. Concluded that the customer service of the company "General Services Car Doctor Automotive S.A.C" is important because it allows the relationship with customers to be permanent, achieving customer loyalty by attending to their needs to be in continuous improvement

Keywords: Quality management, customer service and general services

# INDICE

JURADO EVALUADOR.....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT .....	vii
INDICE.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiv
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL.....	8
II.1. Antecedentes.....	8
II.2. Bases Teóricas .....	30
II.2.1. Empresa Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C.....	30
II.2.2. Gestión de Calidad.....	32
II.2.2.1. Importancia de la gestión de calidad .....	34
II.2.2.2. Principios de la gestión de calidad .....	36
II.2.3. Atención al cliente. ....	38
II.2.3.2. Tipos de clientes.....	41
II.2.3.3. Pautas para la comunicación en la atención al cliente .....	45



II.2.3.4.	Características de la atención al cliente.....	47
II.2.3.5.	Importancia de la atención al cliente.....	51
II.2.3.6.	Calidad Del Servicio. ....	52
II.2.3.7.	Satisfacción del Cliente.....	53
II.2.3.8.	Técnicas de asertividad en la Atención básica a clientes. ....	54
III.	METODOLOGÍA.....	58
III.1.	El tipo de investigación.....	58
III.2.	Nivel de la investigación de la tesis.....	59
III.3.	Diseño de la investigación.....	59
III.4.	El universo y muestra.....	59
III.5.	Definición y operacionalización de variables.....	64
III.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	66
III.7.	Plan de análisis.....	67
III.8.	Matriz de Consistencia.....	68
III.9.	Principios éticos.....	69
IV.	RESULTADOS.....	70
IV.1.	Resultados.....	70
IV.2.	Análisis De Resultados.....	95
V.	CONCLUSIONES.....	105
V.1.	Conclusiones.....	105
V.1.1.	Respecto A La Gestión De Calidad. ....	105
V.1.2.	Respecto a la Atención Al Cliente.....	106

Referencias Bibliográficas.....	108
VI. Anexos .....	112

## ÍNDICE DE TABLAS

Item	Preguntas	pag.
tabla 01	¿Considera usted que la empresa Car Doctor Automotriz cuenta con las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio?	70
tabla 02	¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz cuentan con las herramientas necesarias para la reparación de los vehículos?	71
tabla 03	¿Considera que la empresa Car Doctor Automotriz siempre cuenta con los productos necesarios para brindar un buen servicio?	72
tabla 04	¿Considera usted que el servicio en la empresa Car Doctor Automotriz es innovador?	73
tabla 05	¿Siente satisfecho con la calidad del servicio que se brinda en la empresa?	74
tabla 06	¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz se preocupan por documentar el diagnostico de los vehículos para tener referencias posteriores?	75
tabla 07	¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se preocupan por brindar un buen servicio y satisfacer al cliente?	76
tabla 08	¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se toman en cuenta las necesidades del cliente?	77
tabla 09	¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se trabaja de manera eficiente tomándose en cuenta las opiniones de sus trabajadores?	78
tabla 10	¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz son estimulados a realizar una buen servicio?	79

tabla 11	¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz se esfuerzan para alcanzar la satisfacción del cliente	80
tabla 12	¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz los trabajadores son capaces de identificar las fallas de los vehículos de manera veraz?	81
tabla 13	¿considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se reparan los vehículos de manera eficiente?	82
tabla 14	¿Considera que la atención en la empresa Car Doctor Automotriz es rápida y eficiente?	83
tabla 15	¿De mediar algún inconveniente en el servicio el personal de la empresa Car Doctor Automotriz le brinda una solución rápida?	84
tabla 16	¿Los colaboradores de la empresa Car Doctor Automotriz muestran estar comprometidos con brindar una buena calidad de servicio?	85
tabla 17	¿Considera que los trabajadores le brindan información clara y precisa de los servicios que ofrece la empresa?	86
tabla 18	¿Considera que la atención en la empresa Car Doctor Automotriz " se realiza bajo los principios de cordialidad y amabilidad?	87
tabla 19	¿Considera que la infraestructura de la empresa Car Doctor Automotriz es segura en caso de emergencia?	88
tabla 20	¿Es importante para usted la cordialidad y buen trato de los colaboradores?	89
tabla 21	¿Considera que los colaboradores de la empresa Car Doctor Automotriz conocen en forma clara y precisa los diversos servicios que se le ofrece?	90
tabla 22	¿considera que los trabajadores de la empresa dominan a la perfección sus funciones cumpliéndolas con destreza poniendo en práctica sus conocimientos para brindar un buen servicio?	91

tabla 23	¿Considera que los trabajadores de la empresa Car doctor Automotriz tratan correcta y amablemente a sus clientes?	92
tabla 24	¿Considera que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz trabajan bajo los principios de la veracidad, creencia y honestidad?	93
tabla 25	¿Considera que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz Captan los deseos y necesidades de los clientes?	94

## ÍNDICE DE TABLAS

Item	Preguntas	pag.
tabla 01	¿Considera usted que la empresa Car Doctor Automotriz cuenta con las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio?	70
tabla 02	¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz cuentan con las herramientas necesarias para la reparación de los vehículos?	71
tabla 03	¿Considera que la empresa Car Doctor Automotriz siempre cuenta con los productos necesarios para brindar un buen servicio?	72
tabla 04	¿Considera usted que el servicio en la empresa Car Doctor Automotriz es innovador?	73
tabla 05	¿Siente satisfecho con la calidad del servicio que se brinda en la empresa?	74
tabla 06	¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz se preocupan por documentar el diagnostico de los vehículos para tener referencias posteriores?	75
tabla 07	¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se preocupan por brindar un buen servicio y satisfacer al cliente?	76
tabla 08	¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se toman en cuenta las necesidades del cliente?	77
tabla 09	¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se trabaja de manera eficiente tomándose en cuenta las opiniones de sus trabajadores?	78
tabla 10	¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz son estimulados a realizar una buen servicio?	79

tabla 11	¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz se esfuerzan para alcanzar la satisfacción del cliente	80
tabla 12	¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz los trabajadores son capaces de identificar las fallas de los vehículos de manera veraz?	81
tabla 13	¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se reparan los vehículos de manera eficiente?	82
tabla 14	¿Considera que la atención en la empresa Car Doctor Automotriz es rápida y eficiente?	83
tabla 15	¿De mediar algún inconveniente en el servicio el personal de la empresa Car Doctor Automotriz le brinda una solución rápida?	84
tabla 16	¿Los colaboradores de la empresa Car Doctor Automotriz muestran estar comprometidos con brindar una buena calidad de servicio?	85
tabla 17	¿Considera que los trabajadores le brindan información clara y precisa de los servicios que ofrece la empresa?	86
tabla 18	¿Considera que la atención en la empresa Car Doctor Automotriz " se realiza bajo los principios de cordialidad y amabilidad?	87
tabla 19	¿Considera que la infraestructura de la empresa Car Doctor Automotriz es segura en caso de emergencia?	88
tabla 20	¿Es importante para usted la cordialidad y buen trato de los colaboradores?	89
tabla 21	¿Considera que los colaboradores de la empresa Car Doctor Automotriz conocen en forma clara y precisa los diversos servicios que se le ofrece?	90
tabla 22	¿Considera que los trabajadores de la empresa dominan a la perfección sus funciones cumpliéndolas con destreza poniendo en práctica sus conocimientos para brindar un buen servicio?	91

tabla 23	¿Considera que los trabajadores de la empresa Car doctor Automotriz tratan correcta y amablemente a sus clientes?	92
tabla 24	¿Considera que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz trabajan bajo los principios de la veracidad, creencia y honestidad?	93
tabla 25	¿Considera que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz Captan los deseos y necesidades de los clientes?	94



## I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como título “LA GESTION DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DEL SERVICIO DE ATENCION AL CLIENTE EN LA EMPRESA SERVICIOS GENERALES CAR DOCTOR AUTOMOTRIZ S.A.C. DEL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2018 el cual deriva de la línea de investigación de la escuela profesional de Administración, según priorización de grupos de interés y problema social que aborda.

Todas las MYPE se forman por subsistencia familiar; allí está la pobreza urbana y rural. Prácticamente se identifican. Mientras que las Pymes (pequeñas y medianas empresas), se forman por racionalidad empresarial y son más empresa que familia; por lo tanto, las MYPE son más familia que empresas Las MYPE surgen por la falta de puesto de trabajo ya que estas personas guiadas por esa necesidad tratan de ver la manera de poder generar sus propias fuente de ingresos, y así esta necesidad no ha podido ser satisfecha por el Estado, ni por las grandes empresas nacionales, y menos por las inversiones de las grandes empresas internacionales.

La empresa Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C. nació el 13 de junio del año 2011 después de que el mecánico automotriz Garcia Renteria Nelson Dagoberto junto a su hermano vieran como oportunidad de negocio ejercer sus carreras de manera independiente. El cual hoy en día se encuentra en etapa en crecimiento, la empresa Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C. tomo como posibilidad el estudio de diversos factores tales como el factor político, ya que se espera un aumento en el ingreso disponible de los consumidores dado que el gobierno anunció disminuir los impuestos. En el plano legal, La empresa Car Doctor Automotriz, estará al día en relación a las regulaciones acerca del empleo, salud y seguridad laboral. En cuanto al plano económico se observa que el PBI (Producto Bruto Interno) crecerá en 4.2% aumentando de esta forma

la capacidad adquisitiva de las personas. En el plano socio cultural, las personas prefieren productos ecológicos, en La empresa Car Doctor Automotriz los servicios y productos ofrecidos buscan proteger y garantizar la seguridad y mantenimiento del medio ambiente. En cuanto al plano tecnológico, La empresa Car Doctor Automotriz estará atento al desarrollo de las nuevas tecnologías del sector automotriz, para así poderlas integrar a su servicio. Por último, en el plano ecológico, La empresa Car Doctor Automotriz incorporará las regulaciones medio ambientales del sector automotriz. Dada la preocupación por el calentamiento global, La empresa Car Doctor Automotriz cuenta con maquinaria y equipo que promueven el cuidado del medio ambiente. Asimismo, se generarán campañas de reciclaje y desecho de residuos, contribuyendo así con la responsabilidad social.

Según Ferraro (2010) Las pequeñas y medianas empresas (pyme) son actores importantes en el desarrollo productivo de los países de América Latina por su contribución a la generación de empleo, su participación en el número total de empresas y en menor medida, por su peso en el producto interno bruto. En el paso muchas empresas han utilizado el término “Calidad” en beneficio propio, aprovechando la dificultad de establecer la “Calidad” de un producto. No existían parámetros objetivos para delimitar el grado de “Calidad. “Se puede definir Calidad como la satisfacción que recibe el cliente al Adquirir un producto, ya sea tangible o intangible. (S.L, 2008)

Para Lévano (2005) en el trabajo más reciente respecto a estadísticas del sector, el número de microempresas, 41.333. Por otro lado, de acuerdo con la Surat el número de medianas y grandes empresas formales asciende a 10,899, utilizando ambas fuentes.

Según el portal web forzaspeed (2017) Las Mypes dedicadas al rubro taller de mecánica automotriz Un taller mecánico automotriz es un lugar donde se realiza mano de obra correspondiente a la reparación de vehículos donde pueden ser motocicletas o coches (...). Cuando uno se encuentra en un taller mecánico automotriz se nota que todo está planificado para que los expertos en mecánica restauren y reparen cualquier elemento de los vehículos ya sea amortiguadores, frenos, filtros, líquidos, baterías, llantas, etc., principalmente en los talleres mecánicos se realizan trabajos de mantenimiento preventivo y correctivo de, los automóviles y se realizan controles con antelación para un viaje en automóvil.

Según Banco Mundial (2017). El Perú a lo largo de la última década ha presentado una de las economías de mayor crecimiento en la región, a pesar de que en el presente año se ha evidenciado una desaceleración del PBI generado por una temerosa inversión privada ante los escándalos de corrupción de diversos proyectos que se vienen dando a conocer en los últimos años, así como un estancamiento en los precios de los commodities.

El imparable crecimiento en la venta de vehículos con mayor tecnología y la renovación del parque automotriz exige la modernización de los talleres así como la capacitación permanente de calidad del capital humano para atender debidamente los requerimientos del mercado.

La renovación del parque automotor nacional en el 2014 alcanzó las 183 913 unidades de vehículos ligeros y pesados nuevos inscritos en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), informó Edwin Derteano, Presidente de Asociación Automotriz del Perú (AAP) y manifestó la previsión en que la venta de vehículos nuevos,

ligeros y pesados, crecería entre 12% y 13% en el 2015, debido a un mayor dinamismo esperado del consumo interno.

Los últimos cambios de la ciencia y tecnología aplicados al diseño de vehículos automotrices, hacen que estas unidades sean cada vez más complejas, con tendencia hacia lo electrónico, digital, informático y la automatización, además del creciente uso de energías no convencionales (gas, energía solar, electricidad, hidrógeno).

La gestión de calidad dentro de la empresa SERVICIOS GENERALES CAR DOCTOR AUTOMOTRIZ S.A.C es un factor importante y tiene una función principal para las actividades económicas de la empresa en busca de incursionar en los diferentes mercados internacionales.

La gestión de calidad es una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, es decir, planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en satisfacción del cliente y en el logro de los resultados deseados por la organización.

Según Uribe (2011) la gestión de calidad es el conjunto de actividades coordinadas que se despliegan de la función general de la dirección, enfocadas a determinar e implantar la política de calidad, los objetivos y las responsabilidades; que se establecen por medio de la planificación de la calidad, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y la mejora de la calidad dentro de un sistema de gestión, incluyendo “la planeación

estratégica, la asignación de recursos, el desarrollo de actividades operacionales y la evaluación relativa a la calidad

Para (Camisón, Cruz, & Gonzales, (2006) La Gestión de la Calidad se ha convertido actualmente en la condición necesaria para cualquier estrategia dirigida hacia el éxito competitivo de la empresa. El aumento incesante del nivel de exigencia del consumidor, junto a la explosión de competencia procedente de nuevos países con ventajas comparativas en costes y la creciente complejidad de productos, procesos, sistemas y organizaciones, son algunas de las causas que hacen de la calidad un factor determinante para la competitividad y la supervivencia de la empresa moderna. La literatura en este campo, apoyada en una amplia evidencia empírica, concluye que la competitividad empresarial, en un entorno turbulento como el actual, exige una orientación prioritaria hacia la mejora de la calidad.

Hoy en día las MYPES de la provincia de Sullana presentan una deficiente organización a nivel empresarial que impide el desarrollo económico y organizacional. Así mismo, el poco nivel de calidad con la que ofrecen sus productos y servicios, limitan su competitiva frente a sus competidores directos. Es por ello que MYPES del rubro de talleres mecánicos deben contar con métodos y estrategias de gestión de calidad y atención al cliente que les permita alcanzar la aceptación del público en general, existen talleres mecánicos que carecen de políticas de gestión de calidad que acrediten el buen funcionamiento del servicio que ofrecen; tampoco se sabe si estas MYPES son realmente negocios que cumplan con brindar productos o servicios que alcancen los estándares de calidad, y si es así, en qué medida, son capaces de afrontar los diversos cambios que el mundo empresarial impone. Es por ello que se planteó como pregunta de investigación

¿Cuáles son las características de La gestión de calidad bajo el enfoque del servicio de atención al cliente en la empresa SERVICIOS GENERALES CAR DOCTOR AUTOMOTRIZ S.A.C. en el distrito de Sullana, año 2018? Para dar respuesta a la interrogante se plantea como objetivo general: Caracterizar la gestión de calidad bajo el enfoque del servicio de atención al cliente de la empresa SERVICIOS GENERALES CAR DOCTOR AUTOMOTRIZ S.A.C. en el distrito de Sullana, año 2018. Para lograr el objetivo se plantea como objetivos Específicos: Determinar la importancia de la Gestión de calidad la empresa SERVICIOS GENERALES CAR DOCTOR AUTOMOTRIZ S.A.C. en el distrito de Sullana, año 2018; identificar los principios de la gestión de calidad en la empresa SERVICIOS GENERALES CAR DOCTOR AUTOMOTRIZ S.A.C. en el distrito de Sullana, año 2018; Identificar la importancia de la atención del cliente en la empresa SERVICIOS GENERALES CAR DOCTOR AUTOMOTRIZ S.A.C. en el distrito de Sullana año 2018; Identificar las características de la atención al cliente en la empresa SERVICIOS GENERALES CAR DOCTOR AUTOMOTRIZ S.A.C en la ciudad de Sullana, año 2018”. El presente estudio se justificara por la importancia de conocer la realidad que se vive en las empresas de talleres mecánicos en la Ciudad de Sullana, porque actualmente son unas de las empresas de gran trascendencia en la generación de fuentes de trabajo para la población, además de contribuir activamente en impulso, el sostenimiento y crecimiento económico del país. Así mismo la investigación se verá reflejada en los resultados de la metodología propuesta, porque ella permitirá determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las empresas de talleres mecánicos.

La investigación fue descriptiva – no experimental, para llevarla a cabo se tomó como unidad de análisis a los clientes de la empresa SERVICIOS GENERALES CAR DOCTOR AUTOMOTRIZ S.A.C de la ciudad de Sullana. La investigación se justifico

por la importancia de conocer la realidad que se vive en las Mypes del rubro talleres mecánicos automotrices a nivel nacional, porque en la actualidad son una de las empresas de trascendencia en la generación de fuentes de empleo para la población, además ayudan a impulsar el sostenimiento y crecimiento del país. Así mismo la investigación se ve reflejada en los resultados de la metodología propuesta, porque ella permitirá determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en las empresas dedicadas al rubro de talleres mecánicos automotrices para tal motivo se ha tomado como empresa en estudio a la Mype SERVICIOS GENERALES CAR DOCTOR AUTOMOTRIZ. Finalmente, la investigación se justifica porque el estudio es importante pues permitirá conocer a nivel exploratorio y descriptivo las características de la gestión de calidad y de la atención al cliente en la empresa en estudio. La investigación se presenta como una herramienta de comunicación para dar a conocer a la sociedad la importancia que tiene la gestión de calidad y el servicio de atención al cliente dentro de una organización permitiendo crear nuevos conocimientos en las personas y sobre todo en los futuros empresarios. La investigación me permite obtener mi título profesional de licenciado en administración del mismo modo la investigación sirve de base para realizar otros estudios similares en sectores productivos y en otros de servicios del distrito de Sullana y otros ámbitos geográficos conexos. La investigación permite a las empresas conocer la importancia de la gestión de calidad y el servicio de atención al cliente de la empresa SERVICIOS GENERALES CAR DOCTOR AUTOMOTRIZ del distrito de Sullana aportando conocimientos y ayudando al crecimiento empresarial, los resultados del proyecto permiten a los beneficiarios obtener datos reales de la investigación ya que para lograr los objetivos del proyecto de investigación se tomó como instrumento de recolección de datos un cuestionario, con el cual se logró obtener la información necesaria para el estudio de las variables de la

investigación, obteniendo resultados válidos y confiables. Los resultados obtenidos en la investigación ayudan a mejorar la visión de crecimiento en las Micro y pequeñas empresas demostrando la importancia que tiene la gestión de calidad y el uso del marketing dentro de la organización. La investigación a través de la aplicación teoría y conceptual detalla la información procesada mostrando los resultados obtenidos que le permitirá a los futuros investigadores comparar los diferentes conceptos la gestión de calidad y el servicio de atención al cliente de Empresa SERVICIOS GENERALES CAR DOCTOR AUTOMOTRIZ , permitiéndole conocer la realidad local de la misma.

## **II. MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL**

### **II.1. Antecedentes**

#### **II.1.1. Internacionales**

Ortiz (2015) en su Tesis previa a la obtención del Título de Ingeniera Comercial de la Universidad Politécnica Salesiana Cuenca – Ecuador la cual lleva por título Propuesta De Mejora Continua En El Sistema De Gestión De Calidad Bajo La Norma ISO 9001:2008 Al Proceso Quirófano General, Del Hospital José Carrasco Arteaga (Iess) De La Ciudad De Cuenca Esta tesis describe el estudio, análisis, y mejora en los procesos quirúrgicos en el área de Quirófano General del Hospital José Carrasco Arteaga en el Sistema de Gestión de Calidad bajo la norma ISO 9001-2008, esta norma permite identificar estratégicamente la elaboración de planes de mejora desarrollados con eficiencia, y eficacia para así garantizar la satisfacción del cliente. Tuvo como objetivo implementar y certificar el Sistema de Gestión de Calidad bajo la NORMA ISO 9001:2008 para generar una cultura de calidad que promueve el cumplimiento de los requisitos para la satisfacción del paciente / usuario y con ello la mejora continua del sistema, viéndose reflejada dentro de la



organización en los diferentes procesos. Tuvo como resultados que el 50% de la norma en el control y verificación de las actividades quirúrgicas a realizar, para garantizar la buena práctica médica. También muestra En la tabla 3.9 se presenta dos escenarios a modo de ejemplo: En el primer escenario el resultado es del 82% de evaluación del formato control de limpieza, este resultado da a conocer que el quirófano está listo para la cirugía. En el segundo escenario el resultado es del 68% de evaluación del formato control de limpieza, este resultado da a conocer que el quirófano no está apto para la cirugía. Y se llegó a las siguientes conclusiones La evidencia en el cumplimiento de ejecución de procedimientos ha mejorado en más del 50% con la mejora planteada a comparación de la situación actual del hospital según la norma CLASA; Con la implementación de los formatos se espera que el hospital José Carrasco Arteaga tenga importantes resultados que garanticen el bienestar, seguridad y comodidad de los pacientes/usuarios; Como se pudo evaluar en el Capítulo 4 de esta investigación los formatos dan soporte de control en los procedimientos y evita inconvenientes al momento de intervención quirúrgica.

Báez (2016) en su tesis de grado para la obtención del título de ingeniero comercial de la Universidad Internacional Del Ecuador la cual tiene por título: diseño de un sistema de gestión de la calidad basado en la norma certificable ISO 9001:2015 con aplicación a la empresa britel s.a. la cual tiene por objetivo general Diseñar un sistema de gestión de la calidad basado en la norma certificable ISO 9001:2015, enfocado a alcanzar una gestión organizacional superior en la empresa BRITEL S.A. el tipo de estudio hace

uso del método de inducción – deducción, partiendo de lo particular a lo general y viceversa; para concretar el análisis de la situación de la empresa. La presente investigación llega a las siguientes conclusiones: La norma internacional ISO 9001:2015, es la base de la estandarización de la calidad a nivel mundial, por lo que quienes apliquen esta norma en sus negocios, tienen una ventaja competitiva frente a sus competidores directos, ofreciendo de esta manera una oportunidad de acaparar el mercado al que está enfocado. El sistema de gestión de la calidad, hace que las empresas se desenvuelvan de manera ordenada, sistemática, eficiente y certificable, dando así una alternativa al manejo de los negocios, garantizando la reducción en costos de operación, de tiempos muertos, errores continuos, elevando así los ingresos de las empresas.

Molina (2014) en su tesis de grado previo a la obtención del título de ingeniera en contabilidad superior, auditoría y finanzas cpa. De la Universidad Regional Autónoma De Los Andes - Ecuador denominada: “Modelo de Gestión de Calidad para las Pequeñas Empresas textiles del Cantón Antonio Ante que permita mejorar la rentabilidad”, tesis para optar de grado previo a la obtención del título de ingeniera en contabilidad superior, auditoría y finanzas CPA, teniendo como objetivo general “diseñar un modelo de gestión de calidad que permita mejorar la rentabilidad de las pequeñas empresas textiles”; la modalidad de la investigación fue cualitativo-cuantitativo porque realizo mediante una observación directa, en el lugar de los hecho para obtener información clara la cual permitió conocer el problema que ocasiona la inexistencia de un control de calidad, de carácter explicativo , siendo el

método utilizado histórico-lógico, la población estuvo conformada por 125 empresas, se utilizaron como técnicas de recopilación de información la entrevista y la encuesta, y como herramientas la guía de entrevista y el cuestionario. Obteniéndose los siguientes resultados que el 69.28% muestra compromiso con la dirección, el 40.40% realiza una planificación para gestionar la calidad, el 70.24% son responsables con su procesos, el 43.44% invierte en infraestructura, el 64.88% muestra un enfoque al cliente, previendo estrategias de diseño y procesos en un 67.04%, aunque solo el 30.08% realiza un seguimiento y mejora continua. Teniendo como conclusiones que mediante el modelo de gestión de la calidad se determinó que existen varios beneficios en su implementación, tal es el caso de costos más bajo e ingresos más altos, con la evaluación de la gestión de calidad realizada se constató que su control no es el adecuado, sin embargo existen ciertos parámetros que han permitido su permanencia en el mercado.

García & Lindao (2016) en su tesis de grado previo a la obtención del título de ingeniero en sistemas de calidad y emprendimiento de la Universidad De Guayaquil la cual lleva por título “Propuesta De Un Diseño Para La Implementación De Un Sistema De Gestión Basado En La Norma ISO 9001:2008 Para La Empresa Logistecs Sucursal Guayaquil” el cual tuvo como objetivo general: Diseñar un Sistema de Gestión de Calidad basado en la Norma ISO- 9001:2008, con el propósito de obtener soluciones que ayuden a cumplir con las exigencias comerciales y sociales (tanto para los clientes como para los usuarios), así como también mejorar los procesos de la empresa Logistecs en la ciudad de Guayaquil y maximizar la eficiencia y eficacia en

el servicio integral. El diseño metodológico de la investigación es de tipo descriptivo de corte transversal no experimental. Técnica utilizada para recopilar información que se relaciona directamente con la entrevista y el cuestionario, se caracteriza por recoger información por escrito. Teniendo como resultados que existe un 70% de Incumplimiento, 1% que No está Implementado, 18% que Cumple Parcialmente, 7% que está Implementado Casi en su Totalidad y solo un 4% de la Norma que está Implementado Cumple en su Totalidad, existen varios causantes por el cual se ha dado estos porcentajes reflejando los puntos débiles de la empresa. Llegando a la conclusión que En la empresa existen inconsistencias, tales como el caso de los procedimientos documentados, ya que no era acorde a la ejecución de dichos procesos, no se contaba con una correcta elaboración y control de registros, no se realizaba seguimiento a las acciones tomadas por no conformidades, escasez de inducciones a los puestos de trabajos.

Castillo (2014) es su tesis para optar el título de psicólogo industrial / organizacional en el grado académico de Licenciado de la universidad Rafael Landívar de Guatemala la cual lleva por título Atención Al Cliente En El Hospital Nacional Jorge Vides Molina De Huehuetenango que tuvo como objetivo determinar cómo los trabajadores y usuarios perciben y reciben la atención al cliente brindada en el Hospital Nacional Jorge Vides Molina de Huehuetenango. Para fines de esta investigación se utilizó una muestra conformada por 60 sujetos, 30 trabajadores a quienes se les aplicó el primer instrumento “Cuestionario de atención al cliente dirigido a trabajadores del Hospital Nacional Jorge Vides Molina de Huehuetenango” que consta de 7

ítems midiendo niveles y rangos con el fin de percibir la atención brindada hacia los usuarios que visitan el hospital y 30 usuarios a quienes se les aplicó el segundo instrumento “Cuestionarios de atención al cliente dirigido a usuarios del Hospital Nacional Jorge Vides Molina de Huehuetenango”, que consta de 14 ítems midiendo niveles y rangos con el fin de percibir la atención recibida por los trabajadores. La investigación fue de tipo descriptiva exploratoria, utilizando estadística descriptiva básica; para la presentación de resultados a través de porcentajes representados en graficas de sectores. Se obtuvieron los siguientes resultados: El 40% de los colaboradores indica que la satisfacción al usuario es buena, mientras que un 34% la califica como muy buena, de esta manera es importante señalar que la mayoría de trabajadores califica bien la satisfacción que le brindan al usuario según la tabla de valores por pregunta. Se concluyó que las causas de la deficiente atención al cliente brindada por trabajadores del Hospital Nacional Jorge Vides Molina de Huehuetenango a los usuarios se ve reflejada en función de servicios, empatía y calidad en el servicio, en algunos puestos de trabajo, así mismo en relación a los factores que influyeron para obtener la información sobre la atención al cliente hacia los usuarios en el Hospital Nacional Jorge Vides Molina de Huehuetenango, fue poca la colaboración por parte de los trabajadores en el llenado del primer cuestionario de atención al cliente, argumentando mucho trabajo y falta de tiempo para responderlo.

Rodríguez & Caballero (2013) en su tesis para optar el título de Administrador Público de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano de Santiago de Chile la cual lleva por título Calidad de Atención, desde la

perspectiva del usuario en el Centro de Diagnóstico Terapéutico del Hospital San Juan de Dios teniendo como objetivo Detectar, según la percepción de los usuarios, los puntos críticos de la satisfacción usuaria, que están relacionados con la acreditación hospitalaria en términos de calidad de atención, dentro del CDT hospital san Juan de Dios. El universo del estudio, estará compuesto por personas usuarias de las dependencias del CDT, que estén en proceso de consulta médica periódica y/o también tratamiento de salud. Se obtuvieron los siguientes resultados: el 73% de los encuestados evalúa su atención de regular a muy mala. El 83% de los encuestados revela insatisfacción respecto a la rapidez para agendar horas médicas. Un 66% se demuestra insatisfecho con la presentación personal de los funcionarios administrativos. Existe un 67% de insatisfacción usuaria respecto de la capacidad del personal para responder sus dudas y consultas. Llegándose a la conclusión Dentro de los factores más importantes en cuanto a la calidad de atención, se encuentra, la amabilidad del personal, la que registra un gran nivel de insatisfacción por parte de los usuarios, una de las causas de este problema radica en la desmotivación que sufre el personal, al encontrarse sobrecargado en sus funciones por la falta de funcionarios, tanto médicos y técnicos como administrativos, constituyendo un nudo crítico de la atención.

### **II.1.2. Nacionales**

Cruz (2016) en su Informe final de tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de

Chimbote llevando por título “Caracterización Competitividad y Gestión De Calidad En Las MYPE Rubro Banano Orgánico En Tumbes, 2016”; estableció como objetivo general de investigación Determinar las principales características de la competitividad y gestión de calidad en las MYPES rubro banano orgánico en Tumbes, 2016, se planteó la metodología de tipo descriptivo con un nivel cuantitativo y de un diseño no experimental con un corte transversal, de acuerdo a las dos variables que son la competitividad y gestión de Calidad tiene un impacto positivo en la comercialización del Banano Orgánico en la Región de Tumbes, 2016, contando con una población de 81 y cuya muestra fue de 40 personas; técnica, encuesta y el instrumento cuestionario con preguntas cerradas del cual fue tabulada y sistematizados para culminar en el análisis de los resultados y su discusión, pudimos concluir que el 58% si tiene conocimiento de ideas innovadoras para aumentar su competitividad, asimismo el 43 % no tiene conocimiento de ello. Observamos que el 48 % de trabajadores A través de la lluvia de ideas dan solución a sus problemas, así como 45% aporta al mejoramiento del crecimiento dentro de la gestión el 33% mejoramiento de infraestructura y el 23% mejoramiento de producción utilizada. Por lo que se concluye que es importante tener presente los factores de competitividad para así lograr una buena gestión de calidad.

Rodríguez (2016) en su Tesis para optar el título profesional de licenciada en Administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote el cual lleva por título Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES en los servicios de venta de electrodomésticos en el distrito de Juanjuí, Año 2016. Tuvo como objetivo general, determinar las características

de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES en los servicios de venta de electrodomésticos en el Distrito de Juanjuí, Año 2016. La investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto. Fue descriptiva y se escogió una muestra de 6 microempresas, aplicando un cuestionario de 20 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Los representantes legales de las MYPES el 66.7% tienen de 31 a 50 años, son de sexo masculino 83.3%, el 66.7% tienen grado de Profesional Universitario. De la Empresa el 100.0% de las MYPES son formales, El 50.0% de las MYPES de las empresas tienen más de 4 años de permanencia en el mercado, Menos de 10 trabajadores permanentes es de 100.0%, y menos de 10 trabajadores eventuales es de 100.0%. El 100.0% de las MYPES afirma que La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. La mayoría de las MYPES ha usado las técnicas del Benchmarking al 66.7%. La conclusión más significativa obtenida de este estudio De la Empresa el 100.0% de las MYPES son formales, El 50.0% de las MYPES las empresas tienen más de 4 años de permanencia en el mercado, El 100.0% de las MYPES afirma que La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.

Higinio, (2016) en su tesis para optar el título profesional de licenciado en administración titulada Caracterización De La Gestión De Calidad Bajo El Modelo De Liderazgo Contingencial De Fred Fiedler En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del sector Servicio - Rubro Transporte Regional Vía Terrestre De Pasajeros En El Distrito De Huaraz, 2014. La cual tuvo como



objetivo general, describir y determinar las principales características del Liderazgo Contingencial en las micro y pequeñas empresas del sector transporte regional vía terrestre de pasajeros, del distrito de Huaraz, 2014. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva - cuantitativa y un diseño transeccional. Para el recojo de la información se escogió en forma dirigida a 12 gerentes de las MYPE del distrito de Huaraz a quienes se les aplicó un cuestionario de 12 preguntas cerradas aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: Del total de gerentes encuestados, el 66,67% manifestó no tener un alto grado de confianza con sus colaboradores, el 33% afirmó no dar reconocimiento a los logros, y el 58,33% manifestó no tener credibilidad en las decisiones en consenso, el 83,33% mencionó no dar respuesta al buen desempeño. Finalmente se concluye: La mayoría de los gerentes encuestados aplican deficientemente el liderazgo contingencial por falta de conocimiento en la manera correcta de dirigir y sin interés en el uso de métodos y entrenamientos respecto a la dirección del personal para una adecuada realización de las diversas actividades laborales.

Mori & Cuevas (2014) en su Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego la cual lleva por título Influencia De La Calidad Del Servicio Al Cliente En El Nivel De Ventas De Tiendas De Cadenas Claro Tottus - Mall, De La Ciudad De Trujillo 2014 teniendo como objetivo Establecer la influencia que existe entre la calidad del servicio y el nivel de ventas en tiendas de cadenas Claro Tottus - Mall de la ciudad de Trujillo. La investigación fue de tipo descriptivo

y se utilizó la técnica de la encuesta para el recojo de información obteniendo como resultados el 38.24% de los encuestados, manifiestan estar de acuerdo que la comunicación de las ofertas brindadas por el promotor de ventas y el cliente es efectiva en cadenas Claro Tottus – Mall, seguido del 47.06% que está totalmente de acuerdo y el 14.71% que no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Y se llegó a las siguientes conclusiones La calidad del servicio brindada en la cadena de Tiendas CLARO- TOTTUS influye de manera directa en el nivel de ventas lo cual implica que si existe una buena calidad de servicio esto repercute en el incremento del nivel de ventas. Los factores controlables como la oferta de los equipos de Claro el trato amable y buena comunicación del promotor influyen de manera positiva en el nivel de ventas. La evaluación de las dimensiones de calidad de servicio, en términos de infraestructura moderna, confiabilidad, empatía, respuesta tiene un impacto positivo en los clientes, debido a que confían en los productos ofertados y son escuchados ante cualquier duda que tengan sobre los productos por parte de los promotores de ventas.

Trujillo (2014) en su tesis para optar el título profesional de licenciado en administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote filial Huaraz la cual lleva por título Caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro venta minorista de productos textiles bazar del distrito de Huaraz, 2014 tuvo como objetivo general caracterizar la capacitación en atención al cliente en las MYPE del sector servicios – rubro venta minorista de productos textiles (bazar) del distrito de Huaraz, 2014. Para su desarrollo se utilizó un tipo y

nivel de investigación descriptiva - cuantitativa y un diseño transaccional, para el recojo de la información se consideró dos poblaciones: La primera conformada por los representantes de los 24 bazares y la segunda población conformada por los 30 empleados de dichos establecimientos, para lo cual se aplicó un cuestionario de 18 preguntas para ambas poblaciones. En cuanto a la encuesta aplicada a los representantes legales, se obtuvieron los siguientes resultados: El 66.67% consideran que la capacitación es un gasto, el 80% no capacitan a su personal y el 53.33% mencionan que sus empleados no están capacitados para atender al cliente. Así mismo de la encuesta aplicada a los trabajadores los resultados fueron: El 60% desconoce la manera correcta de atender a los clientes, el 73.33% consideran no estar en la capacidad de resolver los problemas diarios sobre atención al cliente y el 53.33% no le da importancia a las quejas de los clientes. Finalmente como conclusión: los gerentes de los establecimiento de venta de ropa no consideran a la capacitación como prioridad a pesar de reconocer que los empleados no brindan una buena atención al cliente, del mismo modo los trabajadores reconocen sus deficiencias para resolver problemas referentes a la atención del cliente, limitando de esta manera el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

### **II.1.3. Regionales**

Espinoza (2017) en su Tesis para optar el título profesional de licenciada en Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, la cual tiene por título Caracterización de la gestión de calidad y formalización en las mype rubro calzado de Chulucanas (Piura), año 2016 estableció como

objetivo determinar características de la Gestión de Calidad y Formalización de las MYPE rubro calzado de Chulucanas-Piura (2016). Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, siendo los resultados agrupados de acuerdo a las variables: gestión de calidad y formalización. Así se determinó que el 80,25% afirman que es necesario contar con un sistema de gestión de calidad para garantizar la calidad del producto; el 67.90% afirma que no es necesario un sistema de gestión de calidad para garantizar el servicio; con respecto a las características de formalización el 100% cuenta con los permisos de funcionamiento y están afiliados a un régimen tributario. El 50% de los clientes están satisfechos con los productos y la atención brindada por las Zapaterías de Chulucanas, mejorar la calidad del producto permitiría la satisfacción total de los clientes. El liderazgo empleado no logra que el personal se involucre en los objetivos del negocio, se debe mejorar el liderazgo con la finalidad de mantener motivado al personal lo que lograría una mejor productividad. El tipo de formalización que tienen las MYPE es su forma legal es como persona natural. Las MYPE no cuentan con una formalización laboral, porque afirman que la formalización laboral no mejora la productividad y concluyo que la situación de las MYPE con respecto a las características de la gestión de calidad y formalización mostró que los resultados obtenidos son: el 80.25% afirman que es necesario contar con un sistema de gestión de calidad para garantizar la calidad del producto; el 67.90% afirma que no es necesario un sistema de gestión de calidad para garantizar el servicio; con respecto a las características de formalización las MYPE bajo estudio no se encuentran formalizadas como personas jurídicas debido a que no están registradas en

SUNARP y para el estado esto significa que estas empresas aún son informales. El Estado Peruano debería formar un sistema nacional de capacitaciones que impulse el desarrollo y la promoción de la MYPE en el Perú.

Núñez (2016) en su Tesis para optar el título profesional de licenciada en Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, titulada “Factores de la competitividad y la gestión de calidad en las MYPE comerciales rubro-abarrotes en la Ciudad de Talara Alta (Piura), período 2016”, estableció como objetivo general determinar los principales factores de la competitividad y la gestión de calidad en las MYPE comerciales rubro abarrotes en la Ciudad de Talara Alta (Piura), período 2016. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal. Para su realización se escogió una población de 17 MYPE; tomando una muestra de 43 clientes a las cuales se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario. Los principales resultados encontrados fueron: Respecto a los datos generales de los clientes la edad promedio de los clientes de las MYPE estudiadas es de 35 a 50 años la cual representa un 40%; Respecto al Género el 72% son clientes del sexo femenino (amas de casa); Respecto al Grado de instrucción el 51% tienen primaria completa, el 70% de las MYPE les dan una buena atención al cliente, el 72% de los productos si satisfacen al consumidor. Finalmente se concluye: la gestión de calidad si tiene relación con la competitividad en las MYPE de la Ciudad de Talara Alta.

Palacios (2015) en su Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración de Empresas de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote la cual lleva por título: Formalización y gestión de calidad de las MYPE rubro lavado de autos Talara 2015 la cual tuvo como objetivo Identificar las características de la Formalización y Gestión de Calidad de las MYPE, rubro Lavado de Autos Talara 2015, para lo cual utilizó una metodología de tipo descriptivo, diseño no experimental, transversal, obteniéndose como resultado que el 100% de las empresas son formales; identificándose como indicadores de la formalización, estar registrado ante SUNAT, declarar y pagar puntual sus impuestos, contar con el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, tener licencia de funcionamiento y todos los documentos exigidos por la municipalidad. Así mismo, la emisión de comprobantes de pago en cada una de sus transacciones por el servicio. La adecuada gestión de calidad se manifiesta, en que los propietarios consideran en un 100% que el tiempo utilizado para realizar el servicio es adecuado, que hacen un inventario de los accesorios de los vehículos, que el personal se capacita constantemente y que conoce claramente sus funciones, que cuentan con un ambiente para la planificación de actividades diarias, que controlan los horarios de entrada y de salida de del personal, y que se supervisa la labor del personal cuando termina de realizar su servicio.

Guzmán (2014) en Informe de tesis para optar el título profesional de licenciado en administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote la cual se denomina Caracterización gestión de calidad y formalización de las mype rubro librerías (ciudad Piura) año 2013 La

investigación tuvo como objetivo general, conocer las características de la gestión de calidad y formalización de las MYPE rubro librerías de la ciudad de Piura, año 2013. La investigación fue descriptiva no experimental de nivel cuantitativa, de tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia, porque permitió conocer las opiniones de los sujetos de estudio, mediante una entrevista y un cuestionario con el propósito de conocer cuáles son los factores que influyen la gestión de calidad y formalización de las MYPE rubro librerías. Se encontró que el 65% de los empresarios conocen de las facilidades que existen para formalizarse y el 71% opina que la formalización mejora la productividad y calidad del servicio al estar correctamente formalizados. Según los resultados los empresarios del rubro librerías muy poco les interesa las capacitaciones y dar un buen servicio al cliente, además no utiliza métodos para evaluar la mejora de los procesos de gestión de calidad. Una de las principales razones por las que la MYPE no se formaliza es por procedimientos largos y complicados, generándoles altos costos por el tiempo que tienen que invertir para la formalización.

Balarezo (2015) en su Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote filial Piura la cual lleva por título: “Financiamiento y la atención al cliente de las MYPE rubro tiendas musicales en la ciudad de Piura al 2013”, y por objetivo conocer las características del financiamiento y la atención al cliente de estas MYPE. Existiendo cuatro MYPE actualmente pertenecientes a este rubro, las cuales se tomaron como población, donde el 100% de los encuestados son adultos, de sexo masculino y con secundaria completa. Se usó una

metodología cuantitativa de corte transversal y para el recojo de información se aplicó un cuestionario de preguntas cerradas claves a las empresas y a las personas que las concurren. Se obtuvo como resultados que un 50% opinan que la razón por la cual eligieron a la entidad para que se obtenga tal préstamo es por la rapidez. El 75% de los empresarios no conocían cómo actuar al adquirir un financiamiento, saber que se van a endeudar pero no estar correctamente informado muestra un alto porcentaje de la poca información que se tiene. Dentro de las conclusiones se llega a determinar que un tipo de financiamiento proviene de terceros, donde incluyen a socios, inversionistas e incluso préstamos familiares. Es una forma que muestra que estas MYPE están confiadas a un financiamiento que provenga de personas de su entorno empresarial y que puedan sentirse seguros de manejar tales préstamos. Respecto a la atención al cliente, las MYPE de este rubro no cuentan con trabajadores, y si los hay son temporales, y son los mismos microempresarios quienes brindan la atención, llegando a ser los únicos impulsores de su negocio, pero aun así es un motivante para que estos puedan llegar a sus clientes de manera positiva y seguir brindando productos de calidad. La importancia que obtiene la atención al cliente para las MYPE es sin duda los beneficios que estas consiguen (ganancias) al brindar una buena atención a sus clientes y no sólo un buen producto.

Patiño (2014) en su tesis para optar el grado de Magister en Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote filial Piura la cual lleva por título Caracterización de la Competitividad en el Servicio Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas, rubro gimnasios del distrito de



Piura, 2014, tuvo como objetivo general: Identificar las características de la competitividad en el servicio de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del rubro gimnasios en el distrito de Piura, 2014. El diseño de la investigación fue: No experimental, Transversal y Descriptivo. La información se recabó de una muestra de 11 micro y pequeñas empresas escogidas de manera dirigida y una población de 33 clientes, se les aplicó dos cuestionarios el primero a los propietarios dividido en tres partes con un total de 15 preguntas utilizando la escala de Likert y la segunda encuesta dirigida a los clientes con un total de 10 preguntas, se aplicó técnica de la encuesta; obteniéndose los siguientes resultados: Se identificó que el pequeño empresario de este rubro tiene un considerable grado de competitividad en el servicio de atención al cliente, porque toma en cuenta factores que van de la mano con el desarrollo de su empresa ya que la mayoría de propietarios (72%) frecuentemente renuevan sus equipos, además casi la totalidad de ellos (90%) buscan siempre hacer innovaciones en los servicios que brinda (maquinas, cardio, taebo, spinning, aeróbicos, etc.). Un porcentaje considerable de empresarios (45%) buscan además darles un precio competitivo a sus servicios y se concluye que se ha determinado que los motivos principales de satisfacción del usuario en este rubro son los horarios adecuados en un 66%, en la información clara y comprensible que reciben en un 63%, en que se sienten comprendidos por la empresa al conocer sus intereses y necesidades en un 57%; además de que existe una reacción rápida para absolver una consulta o solucionar un problema en un 57%. Esto denota que existe una satisfacción aceptable del cliente de las micro y pequeñas empresas del rubro gimnasios.

#### **II.1.4. Locales**

Vílchez (2012) En su trabajo de investigación titulado “Gestión de calidad y rentabilidad de las mypes comerciales rubro confección de ropa en la provincia de Sullana (Piura) año 2012”. Trabajo realizado para obtener licenciatura. Cuyo objeto fue conocer y analizar los efectos de la gestión de calidad en la rentabilidad de las MYPES comerciales rubro confección de ropa en la provincia de Sullana (Piura) en el año 2012. En cuanto al diseño y metodología fue cuantitativa – descriptiva, para el recojo de información se empleó una muestra de 15 con una población de 16 entre dueños y trabajadores, en el cual se manejó la técnica de encuesta utilizando como instrumento el cuestionario. Esta investigación obtuvo como resultados el 80%, los precios de los productos que ofrecen son cómodos y un 20% no son precios adecuados para sus clientes. También el 73% de los encuestados manifestaron que las MYPES bajo estudio ofrecen ofertas y promociones adecuadas y un 27% de los encuestados señalan que no los ofrecen. En la rentabilidad, 53 % de los negocios de ropa no cuenta con liquides para cubrir sus gastos y solo en el 47% de los encuestados señala que sus ratios de liquides son buenos. Y el 67% de los encuestados señalan tener conocimiento y llevar una adecuada gestión financiera que les brinda una adecuada rentabilidad, y un 33 % cree no realizar de manera óptima sus operaciones financieras y por lo tanto no obtiene una buena rentabilidad. En esta investigación se concluye que, al analizar los efectos de la gestión de calidad en la rentabilidad, se puede afirmar que la rentabilidad una mala gestión de calidad, la cual es generada en gran parte por la escasa capacitación de los

gerentes obtenida por las MYPES comerciales rubro confecciones de ropa está siendo afectada por o dueños sobre gestión de calidad. Así mismo Al conocer por qué la MYPES comerciales rubro confección de ropa no aplican la Gestión de Calidad es debido a que la no aplicación de las herramientas de la gestión de calidad se debe en gran parte al desconocimiento de parte de la gerencia sobre este tema que al ser bien aplicado incrementaría la competitividad de este sector empresarial.

Berrú Navarro (2014) En su trabajo de investigación titulado Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las mypes del sector comercial, rubro de zapaterías de la ciudad de Sullana, Región Piura. año 2014. trabajo para obtener licenciatura. cuyo objetivo fue determinar la caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las Mypes rubro zapaterías de la ciudad de Sullana, región Piura. Año 2014. En cuanto al diseño y metodología fue no experimental – descriptiva, se escogió una muestra de 40 microempresas, aplicando un cuestionario, utilizando la técnica de la encuesta. Los resultados obtenidos fueron el 62.50 % de las Mypes no asesoran al comprador, mientras que el 37.50 % si asesoran al comprador. Respecto a sus consultas o reclamos posteriores a la compra el 50.00 % responde con mayor frecuencia y el 12.50 % con poca frecuencia. En cuanto a la competitividad para el buen desempeño de las Mypes; el 87.50 % aprueban la competitividad y el 12.50 % desaprueban. Las conclusiones de esta investigación que la mayoría de las Mypes no asesoran al comprador pero responden a sus reclamos posteriores a la compra, así mismo De las MYPES en estudio el 75% utilizan las redes sociales para atención al cliente, el

57.50% utiliza la radio para la publicidad del producto de las Mypes, el 47.50% cada más de tres años el empleador capacita e incentiva al trabajador de las Mypes, el 50% considera que la infraestructura de las instalaciones es regular, mientras que el 62.50% considera que el personal de ventas y servicios no es honesto en la información que le proporciona al cliente.

Tissieres Carrasco (2011) En su trabajo de investigación titulado “Gestión de calidad y la incidencia en el crecimiento de la producción de las mypes agroexportadoras rubro de banano orgánico de la provincia de Sullana - Piura, año 2011”. Trabajo realizado para obtener licenciatura Cuyo objetivo fue determinar cómo la Gestión de Calidad y la incidencia en el Crecimiento de la producción de las Mypes Agroexportadoras rubro de banano Orgánico de la provincia de Sullana, región Piura, año 2011, sea desde el punto de vista que las Empresas, tienen un problema en los cultivos que está afectado a la producción y las exportaciones, cuya finalidad que sea más productiva. En cuanto al diseño y metodología fue no experimental transversal se escogió una población de 29 y se encuestaron 27 trabajadores de CEPIBO, la técnica que se utilizó que se utilizo fue la encuesta mediante el instrumento del cuestionario. cuyos resultados fueron que 76.7% de los encuestados afirma que los procesos de elaboración del producto que ofrecen al cliente si hace los procesos del producto, y un 33.3% no realizan los procesos de elaboración del producto. En cuanto a la producción que muestra las MYPES, 70.4% de los encuestados afirma una baja de producción ocasionada por el producto, y un 29.6% no hay baja de producción ocasionada por el producto. En esta investigación se concluyó que se utilizó las debidas herramientas para la

gestión de calidad, se planifico, se controló y mejoro la producción del banano orgánico para cumplir con la certificación orgánica y con los estándares requeridos por global gap para las exportaciones, así mismo se determinó la calidad del banano antes era de una calidad comparado con el de ahora tenemos un banano orgánico diferente mejorado y a la vez teniendo un impacto positivo en la producción.

Farfán Sánchez (2014) En este trabajo de investigación titulado “Gestión de la calidad de las mype del sector servicio –rubro pilado de arroz de la provincia Sullana. año 2014”. Trabajo realizado para obtener licenciatura. Cuyo objetivo fue describir las características de la Gestión de Calidad de las MYPE del sector servicio –rubro pilado de arroz de la provincia Sullana Año 2014. El diseño y metodología que se utilizo fue cuantitativa descriptiva. Para el recojo de información se escogió en forma dirigida una muestra de 13 MYPE que fue la totalidad de la población en las cuales se aplicó un cuestionario. Los resultados fueron que el 62% de las empresas tienen más de tres años en el negocio, por otra parte, el 46% de los encuestados manifestó que la razón por la que se iniciaron en la actividad fue por que vieron una oportunidad, esto podría decirse por la zona que es netamente agrícola, y el 62% de las empresas cuentan entre 1 a 5 trabajadores. Llegando a la conclusión que en cuanto a la aplicación de la gestión de calidad en las MYPE del sector servicio – rubro pilado de arroz de la provincia de Sullana año 2014. Podemos describir que los planes estratégicos basados en la misión, visión, valores de la organización y objetivos de la empresa no están bien definidos en algunas organizaciones. La motivación hacia los trabajadores de las MYPE

no son las adecuadas, puesto sólo lo hacen en pos de mejora de la productividad sin tener en cuenta de la mejora anímica del trabajador. Finalmente se describe que el tipo de liderazgo que ejercen los directivos es participativo, siendo recomendable el liderazgo autocrático, mostrando de esta forma poca preocupación por capacitar a su personal.

## **II.2. Bases Teóricas**

### **II.2.1. Empresa Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C.**

La empresa Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C. Nació el 13 de junio del año 2011 es un taller automotriz que se dedica al mantenimiento, reparación, cambio de aceite, venta de suministros y lavado de vehículos ubicado en el distrito de Sullana.

#### **II.2.1.1. Datos generales de la empresa**

- **Nombre:** Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C
- **Ruc:** 20526403933
- **Creación:** 13/06/2011
- **Estado:** activo
- **Tipo:** sociedad Anónima cerrada
- **Dirección:** cal. Orbegozo nro. 121 A.H. El Obrero Sullana
- **Propietario:** García Rentería Nelson Dagoberto

#### **II.2.1.2. Visión**

Ser la marca de talleres de mecánica líder y de mayor confianza y prestigio en Lima, con presencia en diversas ubicaciones estratégicas

de la capital, sobre la base de un comportamiento ético, impecable con nuestros clientes, colaboradores y la sociedad.

#### **II.2.1.3. Misión**

Generar plena satisfacción en nuestros clientes brindándoles servicios y productos de alta calidad, oportunamente, de acuerdo a sus necesidades, a precios competitivos y con calidez, cordialidad y respeto; y ser una organización modelo en el cumplimiento de nuestras obligaciones con nuestros colaboradores y la sociedad. Así mismo buscamos colaborar con la comunidad al formar a nuestro personal con capacitaciones que los hagan crecer como profesionales y su gratificación con el trabajo se vea reflejada en el trato con el público.

#### **II.2.1.4. Cultura organizacional**

La cultura organizacional de la empresa consiste en un servicio centrado en el cliente así mismo se destaca la garantía en los diversos servicios, esto hace referencia no sólo a los servicios de mecánica automotriz sino también a los servicios complementarios que hacen que la experiencia del cliente sea diferenciadora, Por último, todos los trabajadores se caracterizan por priorizar el trabajo, la dedicación al mismo es un elemento común en todos y cada uno de los trabajadores

## **II.2.2. Gestión de Calidad**

Según Cuatrecasas (2010) La calidad puede definirse como el conjunto de características que posee un producto o servicio, así como su capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario. La calidad supone que el producto o servicio deberá cumplir con las funciones y especificaciones para las que ha sido diseñado y que deberán ajustarse a las expresadas por los consumidores o clientes del mismo. La competitividad exigirá, además, que todo ello se logre con rapidez y al mínimo coste, siendo así que la rapidez y bajo coste serán, con toda seguridad, requerimientos que pretenderá el consumidor del producto o servicio. (p.17)

Se puede entender la Gestión de la Calidad como una actividad funcional específica de la empresa (de hecho, en muchas ocasiones esta actividad funcional suele reflejarse en la estructura organizativa funcional de las empresas, y se crean departamentos de calidad), o entenderla como una función transversal dentro de las funciones básicas de la empresa (dirección general, financiación, comercialización, producción y dirección de personas). (Heras et. al 2008, p.15)

Por otro lado Uribe (2011) nos indica que la gestión de la calidad no solo implica gestionar la calidad del producto o servicio, sino también administrar la calidad de la gestión de la organización como tal. Esto quiere decir que dentro de la gestión de calidad se debe mejorar continuamente el proceso de gestión de la empresa reduciendo las actividades inútiles que no



están agregando valor al proceso y permitiendo de esta forma un sistema más efectivo y eficiente (...) La gestión de la calidad proporciona una herramienta para mejorar y asegurar la calidad en todos y cada uno de los procesos de la organización. La definición dada por la ISO plantea que la gestión de la calidad son “actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad”

Del mismo modo Mateos de Pablo (2012) indica que La “Gestión de la Calidad” es hoy en día una alternativa para la empresa indispensable para el crecimiento y la supervivencia de la propia organización, en cualquiera de los entornos en los que actúe (...) A través de ella, se busca la mejora de los recursos disponibles, la reducción de fallos y los costes que ello conlleva, y la satisfacción de la propia empresa y sus trabajadores por el trabajo bien ejecutado, y lo que es más importante aún, la satisfacción obtenida por el cliente.

Por otro lado Para (Camisón, Cruz, & Gonzales, (2006) La Gestión de la Calidad se ha convertido actualmente en la condición necesaria para cualquier estrategia dirigida hacia el éxito competitivo de la empresa. El aumento incesante del nivel de exigencia del consumidor, junto a la explosión de competencia procedente de nuevos países con ventajas comparativas en costes y la creciente complejidad de productos, procesos, sistemas y organizaciones, son algunas de las causas que hacen de la calidad un factor determinante para la competitividad y la supervivencia de la

empresa moderna. La literatura en este campo, apoyada en una amplia evidencia empírica, concluye que la competitividad empresarial, en un entorno turbulento como el actual, exige una orientación prioritaria hacia la mejora de la calidad.

#### **II.2.2.1. Importancia de la gestión de calidad**

Un sistema de gestión de la calidad, es una herramienta de gestión, que permite a la Institución normalizar los procesos, promover una cultura de calidad, incrementar la satisfacción a los beneficiarios y generar confianza en los procesos.

Según Hammer y Stanton,; Harry y Schroeder, (citados por Camisón, C.; Boronat, M.; Villar, A.; Puig, A. 2007 ). La adopción de sistemas de gestión de la calidad puede ser beneficiosa para la organización. Con la adopción de estas prácticas se producen mejoras continuas que redundan en una mayor eficiencia, en reducciones de costes, en una mayor satisfacción de los consumidores y, finalmente, esto puede contribuir a la obtención de mayores beneficios

Según Valenzuela (s.f) la gestión de calidad es importante porque:

- ✓ Una empresa en la que todo su equipo humano trabaja orientado a la calidad consigue que sus empleados siempre dispongan de los medios e instalaciones adecuados para realizar su trabajo, pues el

sistema también prevé y regula la relación con proveedores, colaboradores, medios y materiales necesarios para la actividad, de tal forma que la empresa asegura que siempre dispondrá de los recursos humanos y materiales necesarios para ello.

- ✓ Todos los procesos de trabajo de la empresa quedan perfectamente documentados. Si todo el personal cumple y aplica los procesos tal y como se han reflejado en el sistema, se consigue que la producción de bienes y servicios de la empresa se obtengan de forma estandarizada, asegurando la homogeneidad de los resultados. También se evalúan y analizan estos procesos para mejorar su eficacia.
  
- ✓ El sistema permite identificar los requisitos y exigencias de los clientes. Habitualmente se mide su grado de satisfacción, labor que facilita la fijación de objetivos comerciales y el desarrollo de nuevos productos.
  
- ✓ Además, la empresa mejora la gestión del conocimiento mediante el control de la documentación y de los datos, quedando siempre actualizada.

- ✓ Con todo esto se consiguen importantes beneficios externos: se asegura que nuestro producto o servicio siga un estándar de calidad, se conoce al cliente y sus exigencias mejorando sus expectativas y fidelización, posibilidad de participación en licitaciones públicas o privadas que exijan la certificación, ventaja competitiva en el sector, etc. (Valenzuela, s.f)

Por otro lado Bañeras (2014) nos indica que La calidad en la gestión nos ayuda a reducir la improvisación dentro de nuestros procesos, de tal manera que nuestro primer objetivo sea llevar a cabo procesos totalmente planificados en los que sepamos en cada momento el modo de actuar durante situaciones normales de funcionamiento o condiciones óptimas de funcionamiento o, por el contrario, cómo actuar ante una desviación de los requisitos establecidos. De la misma manera la gestión de la calidad brinda una oportunidad clave, no sólo para planificar los procesos, sino también para establecer mecanismos para el seguimiento y la mejora de los mismos.

#### **II.2.2.2. Principios de la gestión de calidad**

Según Cenobio, Jaramillo, Serrano, (2006) La revisión de las normas ISO 9000 se ha basado en ocho principios de la calidad:

- a. Organización orientada al cliente: Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los mismos, satisfacer sus

requisitos y esforzarse por superar sus expectativas.

(Cenobio et al, 2006, p. 62-65)

b. Liderazgo: Los líderes unifican la finalidad y la dirección de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en la consecución de los objetivos (Cenobio et al, 2006, p. 62-65)

c. Participación del personal: El personal, con independencia del nivel de la organización en el que se encuentre, es la esencia de una organización y su total implicación posibilita que sus capacidades sean usadas para el beneficio de la organización. (Cenobio et al, 2006, p. 62-65)

d. Enfoque a procesos: Los resultados deseados se alcanzan más eficientemente cuando los recursos y las actividades relacionadas se gestionan como un proceso, para alcanzar (Cenobio et al, 2006, p. 62-65)

e. Enfoque del sistema hacia la gestión: Identificar, entender y gestionar un sistema de procesos interrelacionados para un

objetivo dado, mejora la eficacia y eficiencia de una organización, (Cenobio et al, 2006, p. 62-65)

f. Mejora continua: La mejora continua debería ser un objetivo permanente de la organización, pues sólo así se logrará la consistencia y la conformación de la nueva cultura. (Cenobio et al, 2006, p. 62-65)

g. Enfoque objetivo hacia la toma de decisiones: Las decisiones efectivas se basan en el análisis de datos y en la información que se genera en los procesos, (Cenobio et al, 2006, p. 62-65)

h. Relación mutuamente beneficiosa con el suministrador: Una organización y sus suministradores son interdependientes, las relaciones mutuamente beneficiosas aumentan la capacidad de ambos. (Cenobio et al, 2006, p. 62-65)

### **II.2.3. Atención al cliente.**

Para López, Pérez & Pérez (2013) Fidelizar a la clientela es uno de los objetivos de cualquier empresa, y para ello la empresa, la empresa tiene que conseguir que el cliente se sienta bien atendido y que sus necesidades hayan sido satisfechas con la adquisición del producto o la realización del servicio contratado (...) Por ello gestionar adecuadamente la relación con los

clientes y en concreto con su satisfacción, es determinante para para el éxito o fracaso de la empresa. Las compañías más conscientes de ello tratan de encajar dos piezas fundamentales: empleados y clientes, pues les otorga una ventaja competitiva sobre los demás. (p.164)

Según Brown (1992) La gestión de la atención al cliente consiste simplemente en eso: en gestionar la forma de atender al cliente. Desde siempre, el negocio se ha identificado con la competición. Se trata de competir por los mercados, por los territorios, por los lugares en los que se desarrolla la venta al por menor y, sobre todo, por los clientes. Las esperanzas de tales clientes son hoy mayores que nunca, como más amplia que nunca es la gama dentro de la cual pueden elegir. En todos los estudios sobre la clientela en los que he intervenido se plantea una gran diferencia entre lo que espera el cliente y lo que recibe (...) La atención al cliente es una modalidad de gestión que empieza desde lo más alto de la organización. Se trata de la filosofía y la cultura de la empresa. Una vez que se han identificado estos factores, si alguno de los integrantes de la organización es capaz de articularlos dándoles una forma sencilla, se estará construyendo algo duradero. (p. 1-2)

Mateos de Pablo (2012) nos dice que actualmente se considera que la forma en la que el cliente se siente atendido conforma gran parte de la percepción final de la satisfacción del mismo, ya que lo realmente vital para que este repita una compra en un establecimiento o tras una llamada telefónica es la sensación personal e íntima, muchas veces a niveles casi inconscientes, de

si se ha sentido escuchado y comprendido, aspectos incluso por encima de cuestiones básicas como si se le ha solucionado un problema o no. (p.43)

### **II.2.3.1. Estrategias Para El Éxito En La Atención Del Cliente**

Un buen servicio es la clave para lograr compras repetitivas por parte de los clientes. Según Pérez (2009) las estrategias para el éxito el servicio al cliente es un tema que recalca la importancia que el servicio al cliente debe tener para cualquier organización que ofrece sus productos o servicios al público en general. La idea central del tema radica en que un servicio eficiente y cortés al cliente resulta decisivo para el éxito de una organización. Cada persona tiene un papel que desempeñar en el aumento del nivel de satisfacción del cliente; dependientes, personal administrativo, supervisores y ejecutivos, todos deben estar al tanto de las necesidades de los clientes ya saber cómo satisfacerlas mejor.

Pérez también nos indica que hoy en día, el entorno de los negocios es altamente competitivo y cualquier compañía necesita establecer estrechas relaciones con sus clientes con el propósito de conservar su fidelidad. Muchas son las personas que dan por sentado estas relaciones y desconocen los pasos específicos que pueden ayudar a asegurar la satisfacción del cliente.

El modelo de cuatro pasos que se presenta en servicio al cliente: estrategias para el éxito es:

1. Establecer una relación profesional con el cliente.
2. Identificar las necesidades o problemas del cliente.



3. Proporcionar el servicio acordado.

4. Concluir la transacción.

Un empleado consciente de su propio comportamiento puede contribuir a una imagen positiva de la compañía, a un ambiente de negocios eficiente y productivo, y al mantenimiento de relaciones perdurables con los clientes.

### **II.2.3.2. Tipos de clientes**

Según Mateos de Pablo (2012) Las necesidades y deseos del cliente se ven claramente afectados por su forma de pensar, de sentir, de razonar, etc.; es decir, que todos ven la realidad de lo que desean, sienten necesitar y, finalmente, compran a través de la forma en que perciben el mundo.

Mateos de Pablo clasifican a los clientes de la siguiente manera:

#### **a. El cliente reservado**

- Características. Es aquella persona que apenas contesta a las preguntas del vendedor, incluso pareciendo no entender lo que se le dice. Todo ello puede estar motivado por su timidez, la desconfianza y el miedo a equivocarse; o bien a dificultades para expresarse.
- Forma de atenderle. Hay que ser extremadamente amable, demostrándole interés por sus deseos. Se deben hacer

preguntas cuyas respuestas intenten ser afirmativas, repitiendo los argumentos de formas distintas. Al hacerle preguntas, hay que tener cuidado de realizarlas en un tono de voz suave, para no generar malestar en dicho cliente. (Mateos de Pablo 2012)

#### **b. El cliente silencioso**

- Características. Existen multitud de razones por las que una persona puede estar callada: porque no tenga confianza en sí mismo; porque sea muy pensadora; porque no sepa conversar; o por otras razones que el profesional nunca descubrirá.
- Forma de atenderle. Se pueden hacer muchas preguntas a una persona silenciosa para obtener una respuesta. Estas serían aquellas que le piden opinión, realizadas con la técnica de las preguntas abiertas, es decir, aquellas que comienzan con las palabras: qué, cómo, cuándo, etc. Para aplicarlas hay que desarrollar mucha paciencia, ya que la tendencia natural de estos clientes es resistirse a contestar. (Mateos de Pablo 2012)

#### **c. El cliente tímido**

- Características. Este tipo de cliente se presenta inseguro de sí mismo, quizá bajo una presión de relacionarse con los demás, o bien de protección.
- Forma de atenderle. Hay que intentar acrecentar la confianza del cliente, mediante demostraciones físicas palpables, como pueden ser en catálogo, fotografías, facturas, etc., que generen tranquilidad en él. (Mateos de Pablo 2012)

#### **d. El cliente hablador**

- Características. Este tipo de cliente se caracteriza por su gran locuacidad, ya que no para de hablar, pareciendo ignorar el paso del tiempo y tratando incluso temas que no tienen nada que ver con el objeto de la compra.
- Forma de atenderle. Hay que escucharle con agrado y simpatía, pero intentando retomar la conversación hacia el tema que interesa para la venta de forma paciente, evitando entrar en discusiones, para prevenir la dispersión natural de estas personas. (Mateos de Pablo 2012)

#### **e. El cliente polémico**

- Características. Este cliente se caracteriza por estar siempre descontento y, por ello, le encanta entrar en discusiones, exigiendo razones de por qué se hacen las cosas de determinada manera. Puede mostrarse agresivo y brusco, haciendo observaciones negativas e irónicas acerca de los

productos, del servicio o de la empresa. Bajo la apariencia de dominación, suele esconderse una notable inseguridad en sí mismo, ya que su objetivo suele ser llevar la contraria, sintiéndose entonces superior a los demás.

- Forma de atenderle. Hay que escuchar a este cliente con paciencia, prometiéndole hacer caso a sus frecuentes reclamaciones y, sobretodo, no dejando que intimide con sus críticas e irónicos comentarios. Nunca se debe discutir con él, por el contrario hay que mostrarse firmes, con seguridad y moderación. (Mateos de Pablo 2012)

#### **f. El cliente egoísta**

- Características. Es un tipo de persona que cree saberlo todo, buscando siempre rápidas ventajas, siendo dominante y con tendencia a falsear la verdad y engañar.
- Forma de atenderle. Hay llamarle con frecuencia por su nombre, demostrando interés por sus asuntos, pidiéndole su opinión e incluso elogiando sus pensamientos. (Mateos de Pablo 2012)

#### **g. El cliente sabelotodo**

- Características. Es un tipo de cliente muy peligroso, ya que al creer que conoce mejor el producto, el mercado, los precios, las condiciones y hasta la propia empresa que el trabajador, somete a este a una alta presión sobre sus aptitudes.

- Forma de atenderle. Lo vital para que este tipo de cliente se vaya contento es que se sienta importante, por lo que hay que poner mucho interés para que se crea que él ha ganado, buscando sus criterios para hacerle sentir bien. (Mateos de Pablo 2012)

#### **h. El cliente indeciso**

- Características. Es un tipo complejo de cliente que duda casi de todo lo que se le ofrece, sin capacidad de elegir aunque lo ofertado no sea muy complicado ni numeroso ya que es inseguro, probablemente con sentido de inferioridad, que duda de todo y que nada le parece del todo bueno.
- Forma de atenderle. Lo importante es sentirse seguro en todo momento con respecto a lo que se le dice, ofreciéndole pocas alternativas y dándole la seguridad que acertará cuando se decida. (Mateos de Pablo 2012)

#### **II.2.3.3. Pautas para la comunicación en la atención al cliente**

Según Blanco, Lobato, & Lobato (2013) las pautas para una buena comunicación en la atención al cliente son:

##### **Calidad**

La comunicación en la atención al cliente debe ser de calidad y en ella no se debe producir ningún tipo de fallo, de forma que el cliente perciba un servicio fiable que le dé confianza en la empresa.

### **Accesibilidad**

El sistema de comunicación debe ser accesible para el cliente, por lo que es preciso abrir diferentes vías: telefónica, correo convencional y electrónico, de atención personal directa. No se trata de generar burocracia, sino de posibilitar la comunicación por todos los canales posibles.

### **Profesionalidad**

Las personas encargadas de la atención al cliente deben estar formadas para este propósito, y su actuación debe estar guiada.

### **Diligencia**

El cliente tiene que percibir que la atención que se le presta es rápida, oportuna y eficiente.

### **Cortesía**

Se debe mantener un comportamiento amable que muestre respeto y consideración con el cliente.

### **Ambientación**

Los elementos físicos que soportan la atención al cliente deben estar en perfecto uso y ser agradables de forma que generen un ambiente de confianza

#### **II.2.3.4. Características de la atención al cliente.**

Según Stanton, Etzel & Walker (2007) nos indica que las características de la atención al cliente son:

**Intangibilidad:** Como los servicios son intangibles, es imposible que los clientes prospectos prueben, degusten, toquen, vean, oigan o huelan, un servicio antes de comprarlo.

Por ejemplo, hasta que se juegue un partido de los Medias Blancas de Chicago no se puede saber si será emocionante, con muchos “hits” y jugadas cerradas, o será lento y aburrido. Por lo mismo, el programa promocional de una compañía debe ser explícito acerca de los beneficios que se derivarán del servicio, en vez de enfatizar el servicio en sí. (Stanton, Etzel & Walker 2007, p.304)

**Inseparabilidad:** De manera característica, no se pueden separar los servicios de su creador o vendedor. Más aún, muchos servicios se crean, se ofrecen y se consumen simultáneamente (...) La inseparabilidad de un servicio significa que los proveedores de servicios se ven envueltos, de manera concurrente, en la producción y los esfuerzos de marketing. (Stanton, Etzel & Walker 2007, p.305).

**Heterogeneidad:** Para una empresa de servicios, o incluso para un vendedor individual de los mismos, es difícil, si no imposible, estandarizar el producto. Cada unidad de servicio es un tanto diferente de otra del mismo servicio, debido al factor humano en la producción y la entrega (...)

Para compensar la heterogeneidad, las compañías de servicios deben prestar atención a las etapas de planeación de producto e implantación de sus programas de marketing. Desde el principio, la administración tiene que hacer todo lo posible por asegurar la uniformidad de calidad y mantener niveles de control elevados (Stanton, Etzel & Walker 2007, p.305)

**Carácter perecedero:** Los servicios son sumamente perecederos porque la capacidad existente no se puede guardar o mandar a inventario para uso futuro (...) El carácter perecedero y la dificultad resultante de equilibrar la oferta con la fluctuante demanda plantean retos de promoción, planeación de productos, programación y asignación de precios a los ejecutivos de servicios (Stanton, Etzel & Walker 2007, p.305 -306)

Por otro lado Álvarez (1995) nos menciona las siguientes características:

**Elementos tangibles:** Se refiere al estado físico de los equipos, de las instalaciones, de los materiales de comunicación utilizados y del personal. Si el local es confortable, bien ventilado, con buena iluminación, con buena ornamentación, el personal está presentable y bien vestido, los utensilios utilizados son correctos, las instrucciones e informaciones estéticas claras, el embalaje adecuado y los instrumentos de cobro funcionan correctamente. (Álvarez 1995, p.10)



**Fiabilidad:** Cumplen con los servicios ofrecidos de forma fiable y cuidadosa. (Álvarez 1995, p.10)

**Capacidad de respuesta:** Es la disposición de ayudar a los clientes de manera rápida y eficiente (Álvarez 1995, p.10)

**Profesionalidad:** dominan a la perfección sus funciones cumpliéndolas con destreza poniendo en práctica sus conocimientos para brindar un buen servicio. Adquieren conocimiento de las diferentes áreas y procesos para responder a las consultas frecuentes de los clientes, tienen la capacidad de asesorar para la toma de decisiones del cliente cuando éste se lo pide dando las razones pertinentes. (Álvarez 1995, p.10)

**Cortesía:** tratan correcta y amablemente. Es la atención, consideración, respeto y amabilidad del personal de contacto. Si saludan sonrientes, si contestan con amabilidad aun en el caso de reclamaciones. Si no discuten con el cliente. Si se piden disculpas en caso de causar cualquier inconveniente o problema antes de dar todo tipo de explicaciones. (Álvarez 1995, p.11)

**Credibilidad:** No engañan. Es la veracidad, creencia y honestidad en el servicio que se provee. Que los servicios no se hagan con fraude, dando menos de lo pactado, aumentando falsamente el tiempo empleado. (Álvarez 1995, p.12)

**Seguridad:** A salvo de peligros y dudas. Es la inexistencia de peligros, riesgos o dudas en cualquier fase del servicio que garantizan al cliente que aquel se lleve a cabo conforme a lo establecido y esperado por el cliente. (Álvarez 1995, p.12)

**Accesibilidad:** Se les puede localizar y hablar. Es la posibilidad de que el contacto con el proveedor sea abordable y fácil. Si se puede tener acceso a los responsables de la empresa proveedora, cuando sea necesario o exista algún problema grave. (Álvarez 1995, p.12)

**Comunicación:** brindan informado y saben escuchar. Se refiere a la capacidad de mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje que puedan entender, así como a la escucha de sus preguntas, demandas, quejas y solicitudes. (Álvarez 1995, p.12)

**Comprensión del cliente:** Captan los deseos y necesidades de los clientes. Es el esfuerzo realizado para conocer más a fondo a los clientes, sus necesidades y gustos. Si utilizan el nombre de los clientes más asiduos al saludarles. Si conocen algunas peculiaridades de la familia, domicilio, profesión o situación del cliente que les permitan acomodar su servicio y horarios a los de él. (Álvarez 1995, p.13)

### **II.2.3.5. Importancia de la atención al cliente.**

El servicio al cliente ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que mientras más exista, los clientes tiene mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es aquí donde radica dicha importancia de irlo perfeccionando y adecuando a las necesidades de los clientes, ya que estos mismo son quienes tendrán la última palabra para decidir. La importancia se puede guiar por los siguientes aspectos, mencionados por Autor Anónimo (citado por Solórzano & Aceves 2013):

- ✓ La competencia es cada vez mayor, por ende los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado.
- ✓ Los competidores se van equiparando en calidad y precio, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación.
- ✓ Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido.
- ✓ Si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores.

- ✓ Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o que vuelvan a visitarnos.
- ✓ Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que nos recomiende con otros consumidores.
- ✓ Es primordial tomar en cuenta dichos aspectos, ya que si se logran entender adecuadamente cada uno de ellos y, aplicarlos de la manera correcta se logrará tener una ventaja competitiva. (Solórzano & Aceves 2013, P.7)

#### **II.2.3.6. Calidad Del Servicio.**

Cornejo (1996) afirma que crear la Conciencia de calidad en todos y cada uno de los miembros de una empresa no se logra con solo darles una charla o adiestrarlos bien en lo que tiene que hacer, ya que la Calidad dependerá del esfuerzo de colaboración de cada una de las áreas o departamentos que intervienen en el proceso, tanto horizontal como verticalmente; y quien definirá si realmente se logró la calidad, será el cliente. Pero si llegase haber una falla en alguno de los procesos, esto se reflejara inmediatamente en la insatisfacción o pérdida del cliente.

Del mismo modo John Tschohl (2001) manifiesta que, en vista que la calidad de servicio, está orientada más como una estrategia

de ventas, es considerada también, una ventaja comparativa, y en muchas ocasiones es la única que la empresa posee, sobre todo en organizaciones que operan en economías de servicios y donde todas brindan el mismo servicio.

#### **II.2.3.7. Satisfacción del Cliente.**

Harrington (1997), señala que “el nivel de satisfacción del cliente es directamente proporcional a la diferencia entre el desempeño percibido de una organización y las expectativas del cliente”. Generalmente, la gestión de calidad enseña a conocer al cliente, las necesidades y que se debe hacer para mejorarlas, especificando la satisfacción y conservación de los clientes activos, la atracción de clientes potenciales, el diseño de estrategias que satisfagan necesidades cambiantes de los nuevos clientes y la reducción de costos al responder quejas y procesar reclamo. (p. 28)

Mateos de Pablo (2012) nos dice que actualmente se considera que la forma en la que el cliente se siente atendido conforma gran parte de la percepción final de la satisfacción del mismo, ya que lo realmente vital para que este repita una compra en un establecimiento o tras una llamada telefónica es la sensación personal e íntima, muchas veces a niveles casi inconscientes, de si se ha sentido escuchado y comprendido, aspectos incluso por

encima de cuestiones básicas como si se le ha solucionado un problema o no. (p.43)

#### **II.2.3.8. Técnicas de asertividad en la Atención básica a clientes.**

Según Díaz Fernández, (2014). Para que la asertividad sea lo más efectiva posible, se utilizan unas técnicas o tipos de comportamientos que ayudan a esta eficacia en la comunicación.

##### ➤ **Disco rayado**

Según Díaz Fernández, (2014). Se trata de repetir una frase una vez y otra, siempre de una forma respetuosa y cuando convenga decirla. Con ello se pretende llegar a los objetivos que tenemos marcados sin tener que recurrir a actitudes negativas. Si por ejemplo, necesitamos que un cliente realice un trámite que es obligatorio para un determinado hecho, la frase de: Es necesario que usted solicite este servicio por escrito. Se debe repetir cada vez que el cliente insista en realizarlo por otro cauce. Se puede repetir la frase añadiendo algunas palabras para reforzar la asertividad. Ejemplo de ello sería lo siento Sr/a. pero es necesario que usted solicite este servicio por escrito.

##### ➤ **Banco de niebla**

Según Díaz Fernández, (2014). Esta técnica se utiliza para cuando nos intentan chantajear o insisten en exceso. Se trata de rebatir la postura de la otra persona sin ser descortés, incluso se le puede dar la razón pero sin cambiar nuestra postura.

➤ **Libre información**

Según Díaz Fernández, (2014). Con esta técnica trataremos de corresponder a los comentarios que el interlocutor haga de sí mismo. Es importante subrayar que esos comentarios deben ser sobre el interlocutor. En estos casos, es conveniente realizar una respuesta coherente, así estamos dando a entender que estamos atentos y escuchamos lo que nos dice.

➤ **Aserción negativa**

Según Díaz Fernández, (2014). Con la aserción negativa podemos tener una actitud asertiva en situaciones delicadas. Sabemos que todos en un momento u otro nos equivocamos, y reconocerlo es una manera más de ser asertivos. En la relación con el cliente, puede suceder que este nos diga lo siguiente: Me dio usted una solicitud para realizar el escrito pero dicha solicitud no es correcta, según me han dicho en el otro departamento. Nuestra respuesta (después de hacer algunas comprobaciones)

puede ser: Es cierto, no me habían entregado las nuevas solicitudes, tome usted la nueva solicitud. No está demás añadir un comentario del tipo: Disculpe las molestias.

➤ **Interrogación negativa**

Según Díaz Fernández, (2014). Es muy útil para que nuestro interlocutor se sincere cuando realice alguna crítica. Con esta técnica podemos sacar buena información de su sentimiento o idea sobre un hecho o acontecimiento. En una situación con un cliente se puede dar la siguiente situación: ¿Por qué no le interesa nuestro producto? ¿Qué inconvenientes tiene?

➤ **Autorrevelación**

Según Díaz Fernández, (2014). Con la autorrevelación se trata de hacer partícipe a nuestro interlocutor de los sentimientos, gustos, creencias, etc. escondido y/o reprimido. Si empleamos esta técnica con nuestro cliente, se le podría hacer el siguiente comentario: No crea que me gusta mucho la burocracia, pero es mi trabajo y son las normas.

➤ **Compromiso viable**

Según Díaz Fernández, (2014). Esta técnica trata de negociar una situación en la que las partes están proponiendo y rebatiendo. Es ideal cuando en una



comunicación hay una distensión y se quiere aliviar esta situación con una salida airosa sin herir los sentimientos. En nuestra situación con el cliente, este nos dice lo siguiente: Necesito que me atienda el responsable para solucionar un problema. A lo que le podemos contestar: No es posible en estos momentos, pero le dejaré una nota en su despacho para que le cite lo antes posible.

➤ **Otras técnicas de asertividad**

Según Díaz Fernández, (2014). Además de la anteriores, podemos citar otras también muy interesantes que tienen también como misión establecer una comunicación asertiva. Podemos hablar del llamado aplazamiento asertivo. Se puede emplear ante una situación incómoda y en la que no sabemos cómo responder, bien porque estemos muy nerviosos o no sepamos responder. Lo que haremos es contestar en otro momento explicando que no se va realizar ningún comentario al respecto. Si un cliente nos critica (teniendo razón) y no sabemos cómo responderle, podemos comentarle que: siento lo ocurrido pero no puedo darle una respuesta ahora de lo que ha podido pasar. Espero resolver esta situación cuanto antes. Otra técnica es la denominada procesar el cambio. Se trata de parar cuando una discusión pueda llegar a convertirse en un gran problema. Se trata de parar de discutir (cambio)

y vernos a nosotros mismos desde otra perspectiva (como si fuéramos una tercera persona) para cambiar la dinámica y sugerir que lo dejemos porque puede empeorar la situación. Sería algo así como: Estamos en una situación en que nos estamos saliendo demasiado en esta discusión, quizás sea momento de tomárnoslo con más calma o dejarlo para otro momento donde estemos más tranquilos.

### **III. METODOLOGÍA**

Según Cortes & Iglesias, (2004) La Metodología de la Investigación (M.I.) o Metodología de la Investigación Científica es aquella ciencia que provee al investigador de una serie de conceptos, principios y leyes que le permiten encauzar de un modo eficiente y tendiente a la excelencia el proceso de la investigación científica. El objeto de estudio de la M.I. Lo podemos definir como el proceso de Investigación Científica, el cual está conformado por toda una serie de pasos lógicamente estructurados y relacionados entre sí. Este estudio se hace sobre la base de un conjunto de características y de sus relaciones y leyes. (p.8)

#### **III.1. El tipo de investigación**

Según Cazau (2006) En un estudio descriptivo se seleccionan una serie de cuestiones, conceptos o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otras, con el fin, precisamente, de describirlas. Estos estudios buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno

El tipo de investigación es descriptivo, pues se describe la gestión de calidad con el uso del marketing la Empresa Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C. del distrito de Sullana en el año 2018 se detalla las partes más relevantes de las variables y su incidencia.

### **III.2. Nivel de la investigación de la tesis**

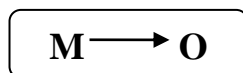
Según Fernández & Pértegas, (2002) La investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables.

Es de nivel cuantitativa porque la recolección de datos y la presentación de los resultados se han utilizado procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

### **III.3. Diseño de la investigación**

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – descriptivo.

Dónde:



M = Muestra conformada por los clientes de la empresa encuestada

O = Observación de las variables: gestión de calidad y servicio de atención al cliente.

→ = Es la relación o asociación

### **III.4. El universo y muestra**

Según Mendenhall, Beaver, & Beaver, (2006) En el lenguaje de la estadística, uno de los conceptos más elementales es el muestreo. En casi todos los

problemas de estadística, un número especificado de mediciones o datos, es decir, una muestra, se toma de un cuerpo de mediciones más grande llamado población. (p.3)

#### **III.4.1. Área geográfica del estudio**

Según el portal web Wikipedia (2017) Sullana, es la capital de la provincia de Sullana. Se ubica específicamente a 04°53'18" de latitud sur y 80°41'07" de longitud oeste, a una altura de 60 msnm, a la margen izquierda del río Chira, de tendencia urbana e industrial-comercial y de servicios.

Según el portal web Wikipedia (2017) Sullana como provincia limita por el Norte con el departamento de Tumbes; por el Este con el Ecuador y la provincia de Ayabaca; por el Sur con la provincia de Piura; y, por el Oeste con la provincia de Paita y la provincia de Talara.

Según el INEI (s.f) Sullana como distrito tiene un aproximado de 176,804 habitantes.

El área donde se realizará el estudio está ubicada en la ciudad de Sullana, departamento de Piura.

La provincia fronteriza de Sullana está situada en la parte media y al norte del departamento de Piura entre las coordenadas geográficas 80° 13' 19" y 80° 56' 13" de longitud oeste y 4° 4' 15" y 5° 14' 86" de latitud sur.

#### **III.4.2. Universo o población**

Según Salvarrey (2000) una población es un conjunto generalmente grande de individuos o medidas acerca de la cual se desea información (p.20)

Según Arias (2006) la población infinita es aquella en la que se desconoce el total de elementos que la conforman, por cuanto no existe un registro documental de éstos debido a que su elaboración sería prácticamente imposible.

La población la cual es objeto del estudio para las variables: Gestión de Calidad y el servicio de atención al cliente fue conformada por los clientes Empresa Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C. año 2018.

#### **III.4.3. Muestra**

Según Ludewig, (s.f.) nos indica que una muestra es un subconjunto de la población, que se obtiene para averiguar las propiedades o características de esta última, por lo que interesa que sea un reflejo de la población, que sea representativa de ella.

Se ha tomado como muestra a los clientes de la Empresa Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C. la misma que se aplicara para las dos variables: Gestión de Calidad y servicio de atención al cliente. se aplicó el cuestionario y se recogió la información que nos permitió continuar con el estudio de investigación.

Según Wigodski (2010) cuando una población es mayor a 50 requiere la aplicación de una fórmula estadística, por tratarse de una población de

carácter infinito, para obtener el resultado muestral a quienes se les aplicará el instrumento. Es así que obtiene:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

**Dónde:**

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

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

e = Margen de error que admitido

p= es la proporción esperada

q= 1-P

Datos a procesar:

n =?

Z = 90 % -> 1.65

p = 0.5

e = 10%

q= 1-0.5 = 0.5

Reemplazando en la formula los datos:

$$n = \frac{1.65^2 * 0.5 * 0.5}{0.1^2} = 68.06$$

La muestra estuvo conformada por 68 clientes de la empresa Servicios  
Generales Car Doctor S.A.C.

### III.5. Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional		Ítems	Fuente	Instrumento
		Dimensiones	Indicadores			
G E S T I Ó N  D E  C A L I D A D	Según Cuatrecasas (2010) La calidad puede definirse como el conjunto de características que posee un producto o servicio, así como su capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario.	Importancia	Calidad	¿Considera usted que la empresa Car Doctor Automotriz cuenta con las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio?	C  L  I  E  N  T  E  S	C  U  E  S  T  I  O   A  R  I  O
				¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz cuentan con las herramientas necesarias para la reparación de los vehículos?		
				¿Considera que la empresa Car Doctor Automotriz siempre cuenta con los productos necesarios para brindar un buen servicio?		
			Satisfacción	¿Considera usted que el servicio en la empresa Car Doctor Automotriz es innovador?		
				¿Siente satisfecho con la calidad del servicio que se brinda en la empresa?		
			Documentación	¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz se preocupan por documentar el diagnostico de los vehículos para tener referencias posteriores?		
		Principios	Orientada al cliente	¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se preocupan por brindar un buen servicio y satisfacer al cliente?		
				¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se toman en cuenta las necesidades del cliente?		
			Participación del personal	¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se trabaja de manera eficiente tomándose en cuenta las opiniones de sus trabajadores?		
			Liderazgo	¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz son estimulados a realizar una buen servicio?		
				¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz se esfuerzan para alcanzar la satisfacción del cliente		
			Enfoque a gestión	¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz los trabajadores son capaces de identificar las fallas de los vehículos de manera veraz?		
				¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se reparan los vehículos de manera eficiente?		



Variable	Definición conceptual	Definición operacional		Ítems	fuente	Instrumento
		Dimensiones	Indicadores			
ATENCIÓN AL CLIENTE	Según Brown (1992) La gestión de la atención al cliente consiste simplemente en eso: en gestionar la forma de atender al cliente.	Importancia	Capacidad de respuesta	¿Considera que la atención en la empresa Car Doctor Automotriz es rápida y eficiente?	C L I E N T E S	C U E S T I O N A R I O
				¿De mediar algún inconveniente en el servicio el personal de la empresa Car Doctor Automotriz le brinda una solución rápida?		
				¿Los colaboradores de la empresa Car Doctor Automotriz muestran estar comprometidos con brindar una buena calidad de servicio?		
			Comunicación	¿Considera que los trabajadores le brindan información clara y precisa de los servicios que ofrece la empresa?		
			Evaluación del servicio	¿Considera que la atención en la empresa Car Doctor Automotriz " se realiza bajo los principios de cordialidad y amabilidad?		
				¿Considera que la infraestructura de la empresa Car Doctor Automotriz es segura en caso de emergencia?		
		Gestión	¿Es importante para usted la cordialidad y buen trato de los colaboradores?			
			¿Considera que los colaboradores de la empresa Car Doctor Automotriz conocen en forma clara y precisa los diversos servicios que se le ofrece?			
			Profesionalidad:	¿considera que los trabajadores de la empresa dominan a la perfección sus funciones cumpliéndolas con destreza poniendo en práctica sus conocimientos para brindar un buen Servicio?		
			Cortesía:	¿Considera que los trabajadores de la empresa Car doctor Automotriz tratan correcta y amablemente a sus clientes?		
		Credibilidad	¿Considera que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz trabajan bajo los principios de la veracidad, creencia y honestidad?			
		Compresión del cliente	¿Considera que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz Captan los deseos y necesidades de los clientes?			

## **III.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **III.6.1. Técnicas**

Para Alelu, Cantin, López, & Rodríguez, (s.f.) la encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se le realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación (Alelu et al.,s.f.).

Para la recolección de datos se utilizó la encuesta la cual permitió obtener información acerca de la Mype, su Gestión de calidad y servicio de atención al cliente.

### **III.6.2. Instrumento**

Para García, (2002) El cuestionario es un sistema de preguntas ordenadas con coherencia, con sentido lógico y psicológico, expresado con lenguaje sencillo y claro. Permite la recolección de datos a partir de las fuentes primarias. Está definido por los temas que aborda la encuesta. Logra coincidencia en calidad y cantidad de la información recabada. Tiene un modelo uniforme que favorece la contabilidad y la comprobación. Es el instrumento que vincula el planteamiento del problema con las respuestas que se obtienen de la muestra. El tipo y características del cuestionario se determinan a partir de las necesidades de la investigación (p.7)

Se necesitó ciertas herramientas o instrumentos que permitieron recopilar datos de la realidad, es por ello que se empleo el cuestionario estructurado por 25 preguntas relacionadas a: Gestión de calidad (13) el

servicio de atención al cliente (12), redactadas de forma coherente y organizada, secuenciada y estructurada

### **III.7. Plan de análisis**

Para Alarcón & Gutiérrez, (s.f.) el plan de análisis detalla las medidas de resumen de las variables y como serán presentadas, indicando los modelos y técnicas estadísticas a usar, el software a usar en el procesamiento, el nivel de significancia fijado para las pruebas estadística

Por ser una investigación de nivel cuantitativo, se proceso los resultados obtenidos haciendo uso de la estadística tomando como soporte los programas de Word, Excel y spss.

### III.8. Matriz de Consistencia

Matriz de consistencia			
Problema	Objetivos	Variables	Metodología
¿Cuáles son las características de La gestión de calidad bajo el enfoque del Servicio de atención al cliente en la empresa Servicios Generales Car doctor Automotriz S.A.C. En el distrito de Sullana, año 2018?	GENERAL	Caracterizar la gestión de calidad bajo el enfoque del servicio de atención al cliente de la empresa Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C. en el distrito de Sullana, año 2018.	<b>Variable 1:</b> Gestión de Calidad.  <b>Variable 2:</b> atención al cliente.  <b>Tipo de investigación:</b> experimental-descriptiva <b>Nivel de investigación:</b> Cuantitativa <b>Universo o población:</b> 68 clientes de la empresa Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C.
	ESPECIFICOS	Determinar la importancia de la Gestión de calidad la empresa Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C. en el distrito de Sullana, año 2018;	
		Identificar los principios de la gestión de calidad en la empresa Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C. en el distrito de Sullana, año 2018.	
		Identificar la importancia de la atención del cliente en la empresa Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C. en el distrito de Sullana año 2018;	
		Identificar las características de la atención al cliente en la empresa Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C en la ciudad de Sullana, año 2018”	

### III.9. Principios éticos

Según Amaya, Berrío, & Herrera, (2015) Los llamados principios éticos pueden ser vistos como los criterios de decisión fundamentales que los miembros de una comunidad científica o profesional han de considerar en sus deliberaciones sobre lo que sí o no se debe hacer en cada una de las situaciones que enfrenta en su quehacer profesional.

Para el desarrollo de esta investigación se tomó en cuenta los siguientes principios:

- ✓ **Responsabilidad:** La investigación se realizó de manera responsable, con la finalidad de cumplir los objetivos planteados.
- ✓ **Veracidad:** Los resultados presentados son reales.
- ✓ **Respeto:** Se respetó la voluntad de participación de todos los clientes, no se coaccionaron ni se ofreció algún aliciente o premio con la finalidad de persuadir en su colaboración.
- ✓ **Confidencialidad:** los datos obtenidos en las encuestas fueron utilizados solo con fines académicos y de investigación, no se emplearon para fines personales o mal intencionados.

## IV. RESULTADOS

### IV.1. Resultados

#### IV.1.1. Gestión de calidad

Tabla 01

¿Considera usted que la empresa Car Doctor Automotriz cuenta con las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio?

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	3	5
Casi nunca	2	3
A veces	26	38
Casi siempre	15	22
Siempre	22	32

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

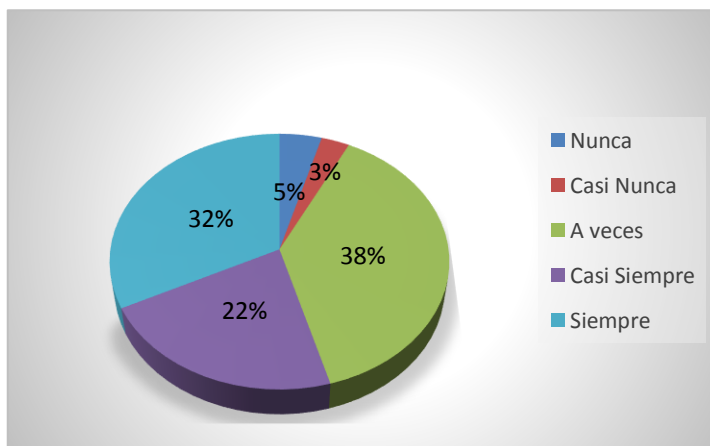


Figura 01: Gráfico Considera usted que la empresa Car Doctor Automotriz cuenta con las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio

**Interpretación:** del 100% de los encuestados el 38% Considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces cuenta con las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio, 22% opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre cuenta con las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio, el 22% considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre cuenta con las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio, el 5% considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca cuenta con las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio, y solo el 3% considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca cuenta con las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio.

**Tabla 02**

**¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz cuentan con las herramientas necesarias para la reparación de los vehículos?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	3	5
Casi nunca	2	3
A veces	39	57
Casi siempre	9	13
Siempre	15	22
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

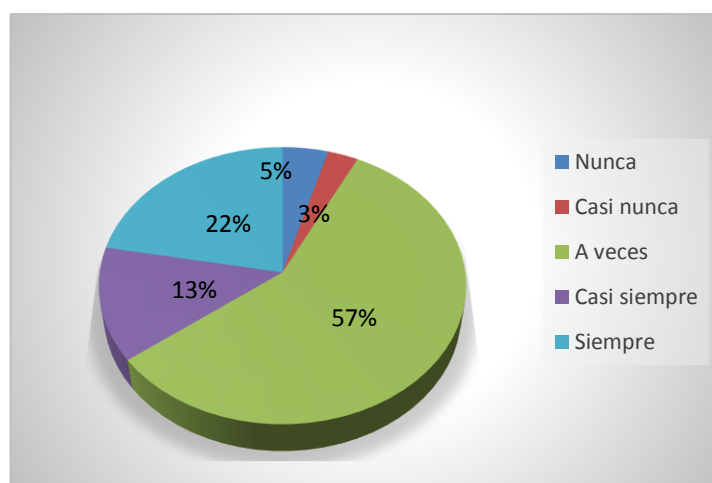


Figura 02: Gráfico Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz cuentan con las herramientas necesarias para la reparación de los vehículos

**Interpretación:** del 100% de los encuestados el 57% Considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces cuenta con las herramientas necesarias para la reparación de los vehículos, el 22 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre cuenta con las herramientas necesarias para la reparación de los vehículos, el 13% considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre con las herramientas necesarias para la reparación de los vehículos, el 5 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca cuenta con las herramientas necesarias para la reparación de los vehículos y solo el 3 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca cuenta con las herramientas necesarias para la reparación de los vehículos.

**Tabla 03**

**¿Considera que la empresa Car Doctor Automotriz siempre cuenta con los productos necesarios para brindar un buen servicio?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	18	27
Casi nunca	2	3
A veces	35	51
Casi siempre	2	3
Siempre	11	16
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

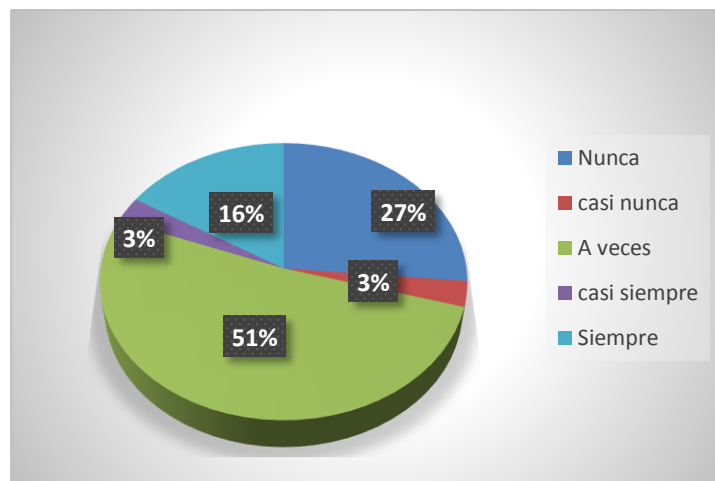


Figura 03: Gráfico Considera que la empresa Car Doctor Automotriz siempre cuenta con los productos necesarios para brindar un buen servicio.

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 51 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces cuenta con los productos necesarios para brindar un buen servicio, el 27 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz nunca cuenta con los productos necesarios para brindar un buen servicio, el 16% considera que la empresa Car Doctor Automotriz siempre cuenta con los productos necesarios para brindar un buen servicio, el 3 % considera que la empresa Car Automotriz casi siempre cuenta con los productos necesarios para brindar un buen servicio y solo el 3 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca cuenta con los productos necesarios para brindar un buen servicio.



**Tabla 04**

**¿Considera usted que el servicio en la empresa Car Doctor Automotriz es innovador?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	2	3
Casi nunca	1	2
A veces	24	35
Casi siempre	18	26
Siempre	23	34
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

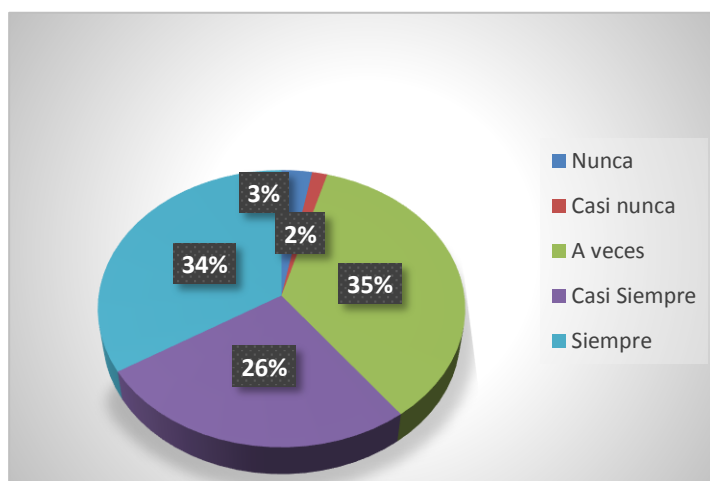


Figura 04: Gráfico Considera usted que el servicio en la empresa Car Doctor Automotriz es innovador

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 35 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces su servicio es innovador, el 34 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz siempre su servicio es innovador, el 26 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre su servicio es innovador, el 3 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca su servicio es innovador y solo el 2 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca su servicio es innovador.

**Tabla 05**

**¿Siente satisfecho con la calidad del servicio que se brinda en la empresa?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	3	5
Casi nunca	2	3
A veces	26	38
Casi siempre	15	22
Siempre	22	32
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

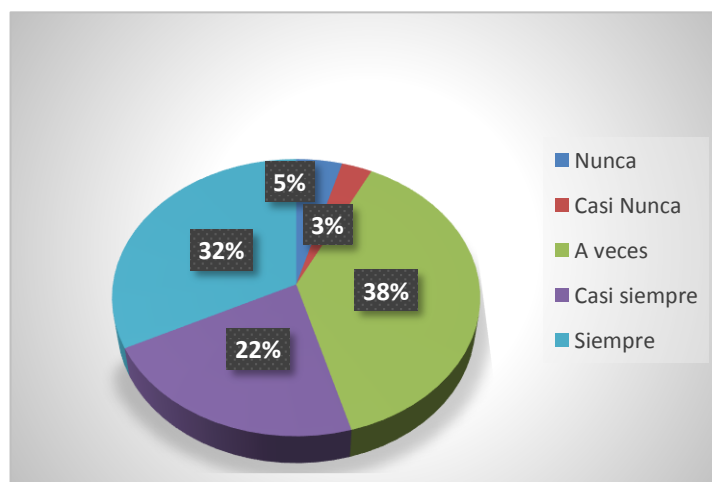


Figura 05: Grafico: Siente satisfecho con la calidad del servicio que se brinda en la empresa

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 38 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces se siente satisfecho con la calidad del servicio que se brinda en la empresa, el 32% opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre se siente satisfecho con la calidad del servicio que se brinda en la empresa, el 22% considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi se siente satisfecho con la calidad del servicio que se brinda en la empresa, el 5 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca se siente satisfecho con la calidad del servicio que se brinda en la empresa y solo el 3 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca se siente satisfecho con la calidad del servicio que se brinda en la empresa.

**Tabla 06**

**¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz se preocupan por documentar el diagnostico de los vehículos para tener referencias posteriores?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	5	7
Casi nunca	2	3
A veces	36	53
Casi siempre	17	25
Siempre	8	12
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

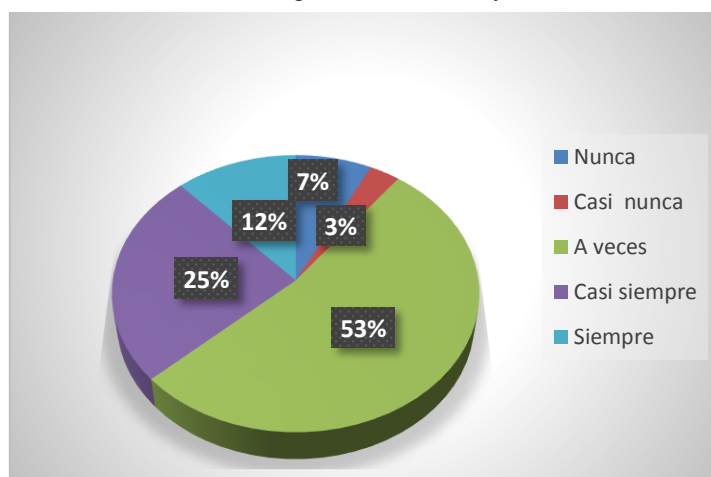


Figura 06: Grafico Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz se preocupan por documentar el diagnostico de los vehículos para tener referencias posteriores

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 53% considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces los trabajadores se preocupan por documentar el diagnostico de los vehículos para tener referencias posteriores, el 25% opina que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre los trabajadores se preocupan por documentar el diagnostico de los vehículos para tener referencias posteriores, el 12% considera que la empresa Car Doctor Automotriz siempre los trabajadores se preocupan por documentar el diagnostico de los vehículos para tener referencias posteriores, el 7 % considera que la empresa Car Automotriz nunca los trabajadores se preocupan por documentar el diagnostico de los vehículos para tener referencias posteriores y solo el 3 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca se los trabajadores se preocupan por documentar el diagnostico de los vehículos para tener referencias posterior.

**Tabla 07**  
**¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se preocupan por brindar un buen servicio y satisfacer al cliente?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	3	5
Casi nunca	2	3
A veces	26	38
Casi siempre	15	22
Siempre	22	32
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

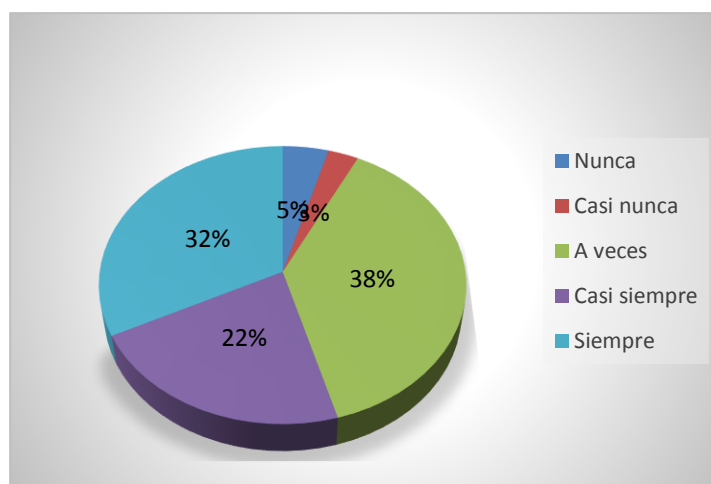


Figura 07: Gráfico: Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se preocupan por brindar un buen servicio y satisfacer al cliente.

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 38% considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces se preocupan por brindar un buen servicio y satisfacer al cliente, el 32% opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre se preocupan por brindar un buen servicio y satisfacer al cliente, el 22% considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre se preocupan por brindar un buen servicio y satisfacer al cliente, el 5 % considera que la empresa Car Automotriz nunca se preocupan por brindar un buen servicio y satisfacer al cliente y solo el 3 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca se preocupan por brindar un buen servicio y satisfacer al cliente.

**Tabla 08**

**¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se toman en cuenta las necesidades del cliente?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	3	5
Casi Nunca	2	3
A veces	26	38
Casi siempre	15	22
Siempre	22	32
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

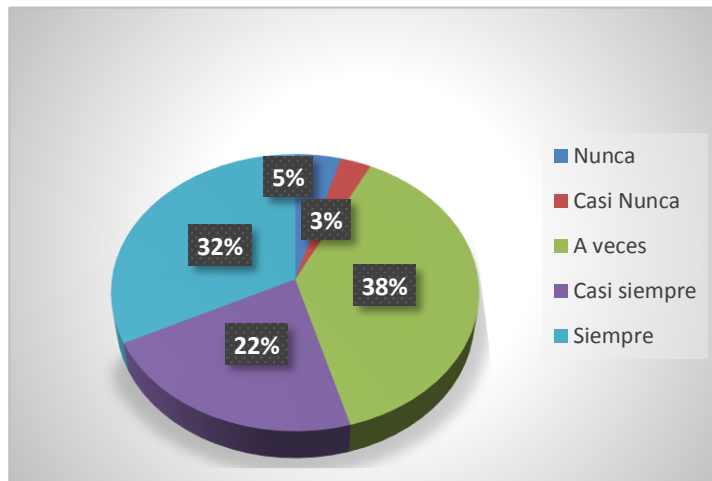


Figura 08: Grafico Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se toman en cuenta las necesidades del cliente

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 38% considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces se toman en cuenta las necesidades del cliente, el 32% opina que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre se toman en cuenta las necesidades del cliente, el 22% considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre se toman en cuenta las necesidades del cliente, el 5 % considera que la empresa Car Automotriz nunca se toman en cuenta las necesidades del cliente al cliente y solo el 3 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca se toman en cuenta las necesidades del cliente.

**Tabla 09**

**¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se trabaja de manera eficiente tomándose en cuenta las opiniones de sus trabajadores?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	7	10
Casi nunca	0	0
A veces	34	50
Casi siempre	12	18
Siempre	15	22
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

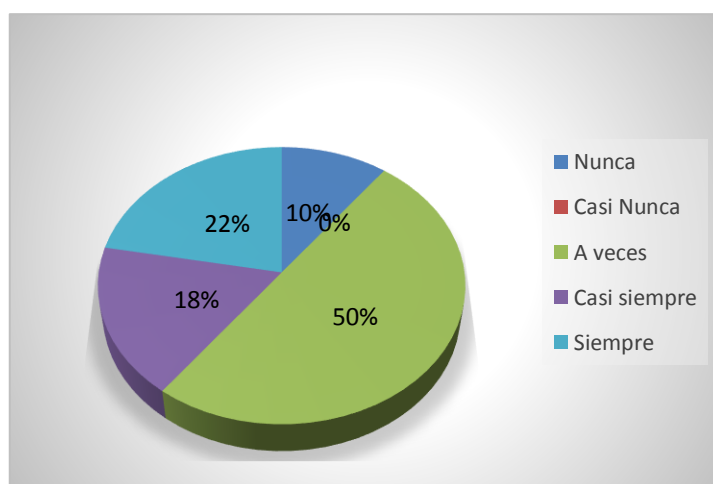


Figura 9: Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se trabaja de manera eficiente tomándose en cuenta las opiniones de sus trabajadores.

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 50% considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces se trabaja de manera eficiente tomándose en cuenta las opiniones de sus trabajadores, el 22% opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre se trabaja de manera eficiente tomándose en cuenta las opiniones de sus trabajadores, el 18% considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre se trabaja de manera eficiente tomándose en cuenta las opiniones de sus trabajadores, el 10 % considera que la empresa Car Automotriz nunca se trabaja de manera eficiente tomándose en cuenta las opiniones de sus trabajadores y solo el 0 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca se trabaja de manera eficiente tomándose en cuenta las opiniones de sus trabajadores.

**Tabla 10**

**¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz son estimulados a realizar una buen servicio?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	6	9
Casi nunca	2	3
A veces	19	28
Casi siempre	15	22
Siempre	26	38
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

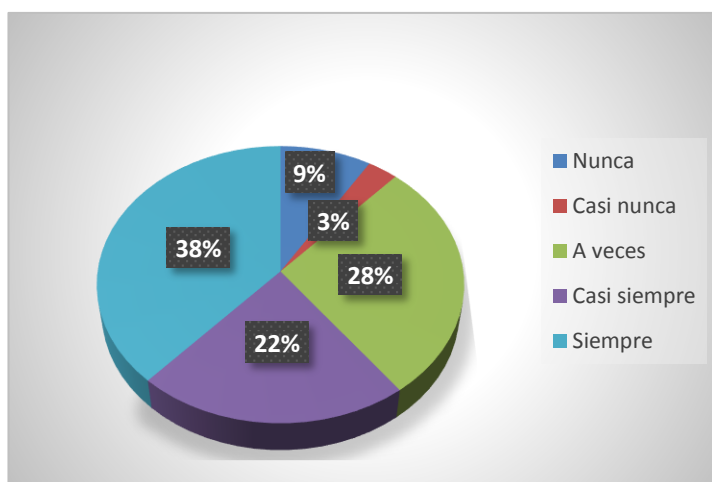


Figura 10: Gráfico Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz son estimulados a realizar una buen servicio.

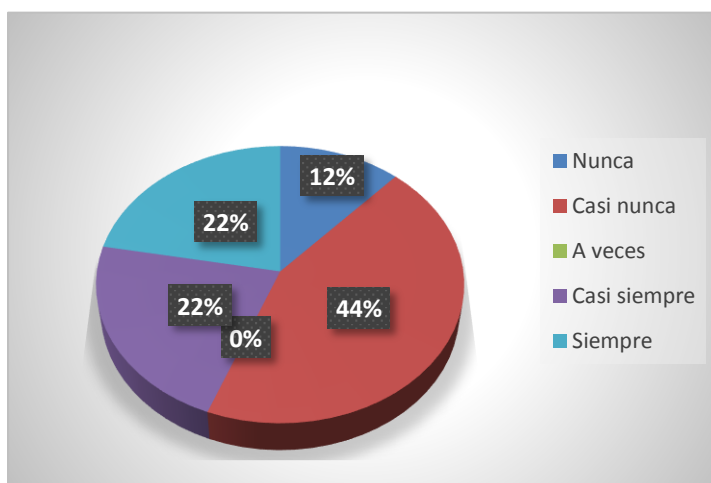
**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 38 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que siempre los trabajadores son estimulados a realizar una buen servicio, el 28 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz a veces los trabajadores son estimulados a realizar una buen servicio, el 22 % la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre los trabajadores son estimulados a realizar una buen servicio, el 9 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca los trabajadores son estimulados a realizar una buen servicio y solo el 3 % la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca los trabajadores son estimulados a realizar una buen servicio.

**Tabla 11**

**¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz se esfuerzan para alcanzar la satisfacción del cliente?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	8	12
Casi nunca	30	44
A veces	0	0
Casi siempre	15	22
Siempre	15	22
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente



**Figura 11:** Grafico Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz se esfuerzan para alcanzar la satisfacción del cliente.

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 44 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que casi nunca los trabajadores se esfuerzan para alcanzar la satisfacción del cliente, el 22% opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre los trabajadores se esfuerzan para alcanzar la satisfacción del cliente, el 22 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que casi siempre los trabajadores se esfuerzan para alcanzar la satisfacción del cliente, el 12% considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca los trabajadores se esfuerzan para alcanzar la satisfacción del cliente y solo el 0 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces los trabajadores se esfuerzan para alcanzar la satisfacción del clientes.



**Tabla 12.**

**¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz los trabajadores son capaces de identificar las fallas de los vehículos de manera veraz?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	6	9
Casi nunca	4	6
A veces	20	29
Casi siempre	17	25
Siempre	21	31
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

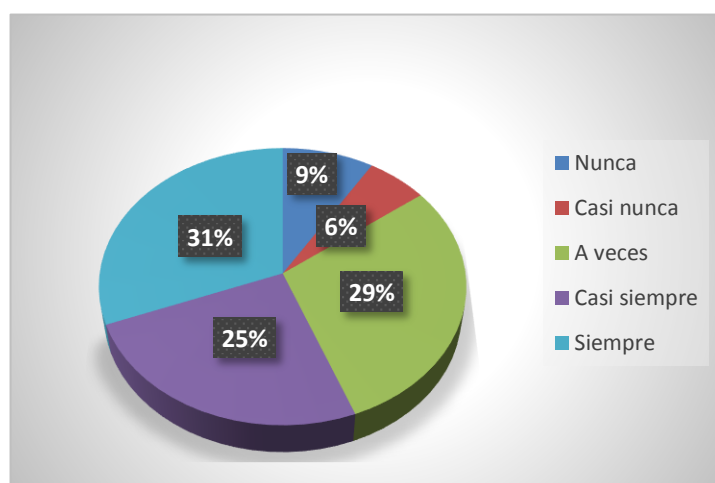


Figura 12: Gráfico Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz los trabajadores son capaces de identificar las fallas de los vehículos de manera veraz

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 31 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que siempre los trabajadores son capaces de identificar las fallas de los vehículos de manera veraz, el 29 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz a veces los trabajadores son capaces de identificar las fallas de los vehículos de manera veraz, el 25 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que casi siempre los trabajadores son capaces de identificar las fallas de los vehículos de manera veraz, el 9% considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca los trabajadores son capaces de identificar las fallas de los vehículos de manera veraz y solo el 6 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca los trabajadores son capaces de identificar las fallas de los vehículos de manera veraz.

**Tabla 13.**

**¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se reparan los vehículos de manera eficiente?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	6	9
Casi nunca	4	6
A veces	21	31
Casi siempre	15	22
Siempre	22	32
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

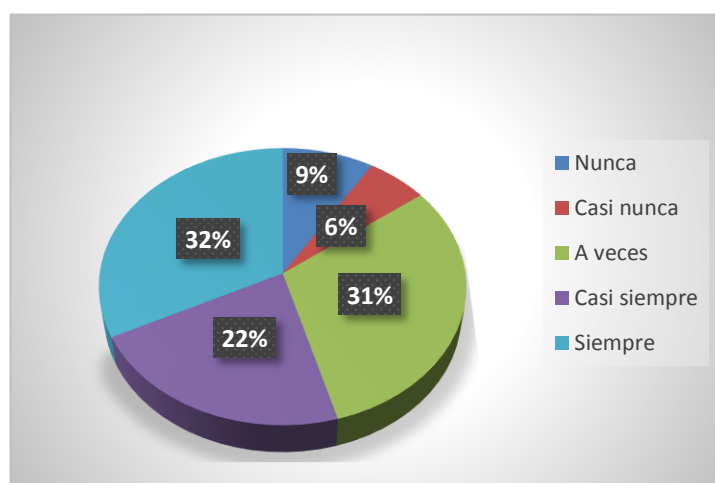


Figura 13: Gráfico Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se reparan los vehículos de manera eficiente

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 32 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que siempre se reparan los vehículos de manera eficiente, el 31 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz a veces los se reparan los vehículos de manera eficiente, el 22 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que casi siempre se reparan los vehículos de manera eficiente, el 9% considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca los se reparan los vehículos de manera eficiente y solo el 6 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca se reparan los vehículos de manera eficiente.

5.1.2. **Respecto a la atención al cliente**

**Tabla 14**

**¿Considera que la atención en la empresa Car Doctor Automotriz es rápida y eficiente?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	1	1
Casi nunca	0	0
A veces	33	49
Casi siempre	10	15
Siempre	24	35
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

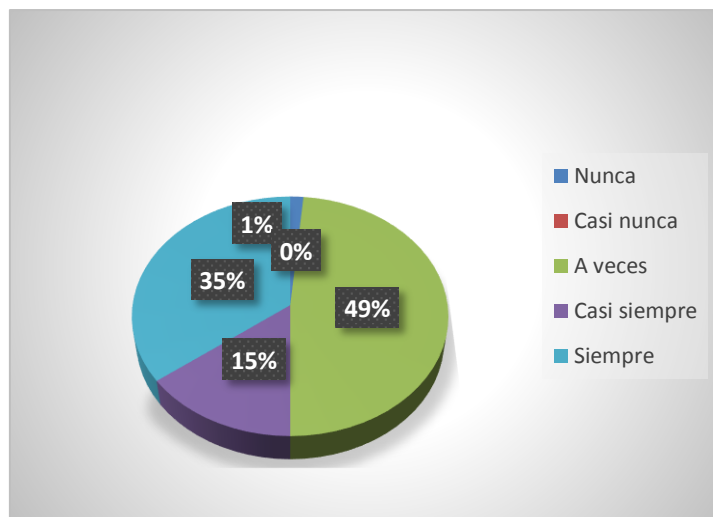


Figura 14: Gráfico Considera que la atención en la empresa Car Doctor Automotriz es rápida y eficiente

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 49 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que a veces la atención es rápida y eficiente, el 35 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre la atención es rápida y eficiente, el 15 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que casi siempre la atención es rápida y eficiente, el 1% considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca la atención es rápida y eficiente y solo el 0 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca la atención es rápida y eficiente.

**Tabla 15**

**¿De mediar algún inconveniente en el servicio el personal de la empresa Car**

**Doctor Automotriz le brinda una solución rápida?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	3	5
Casi nunca	5	7
A veces	20	29
Casi siempre	12	18
Siempre	28	41
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

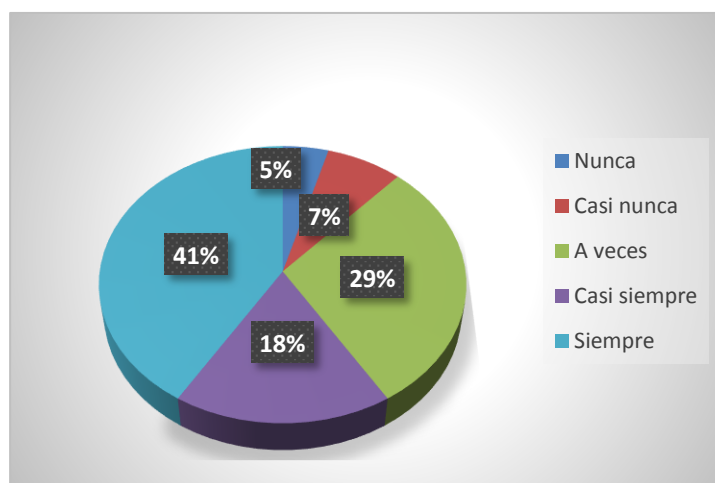


Figura 15: Gráfico De mediar algún inconveniente en el servicio el personal de la empresa Car Doctor Automotriz le brinda una solución rápida

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 41 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que siempre el personal brinda una solución rápida cuando sucede un inconveniente en el servicio, el 29 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz a veces el personal brinda una solución rápida cuando sucede un inconveniente en el servicio, el 18 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que casi siempre el personal brinda una solución rápida cuando sucede un inconveniente en el servicio, el 7% considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca el personal brinda una solución rápida cuando sucede un inconveniente en el servicio y solo el 5 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca el personal brinda una solución rápida cuando sucede un inconveniente en el servicio.

**Tabla 16**

**¿Los colaboradores de la empresa Car Doctor Automotriz muestran estar comprometidos con brindar una buena calidad de servicio?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	2	3
Casi nunca	3	4
A veces	27	40
Casi siempre	10	15
Siempre	26	38
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

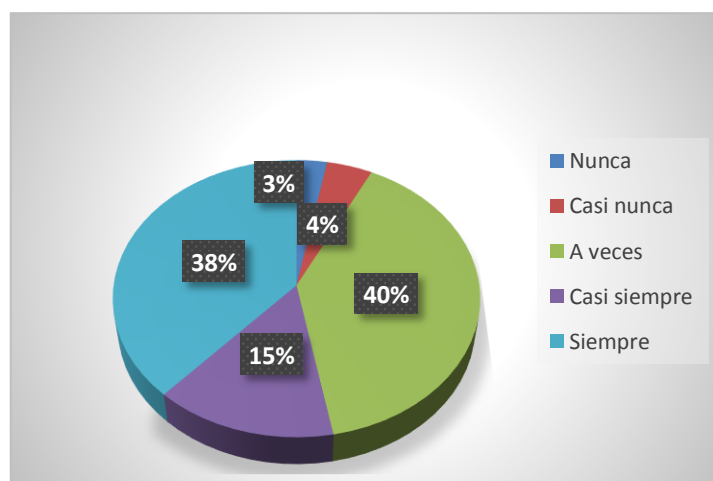


Figura 16: Gráfico Los colaboradores de la empresa Car Doctor Automotriz muestran estar comprometidos con brindar una buena calidad de servicio.

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 40 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que a veces los colaboradores muestran estar comprometidos con brindar una buena calidad de servicio, el 38 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre los colaboradores muestran estar comprometidos con brindar una buena calidad de servicio, el 15 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que casi siempre los colaboradores muestran estar comprometidos con brindar una buena calidad de servicio, el 4% considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca los colaboradores muestran estar comprometidos con brindar una buena calidad de servicio y solo el 3 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca los colaboradores muestran estar comprometidos con brindar una buena calidad de servicio.

**TABLA 17**

**¿Considera que los trabajadores le brindan información clara y precisa de los servicios que ofrece la empresa?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	4	6
Casi nunca	0	0
A veces	32	47
Casi siempre	16	23
Siempre	16	24
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

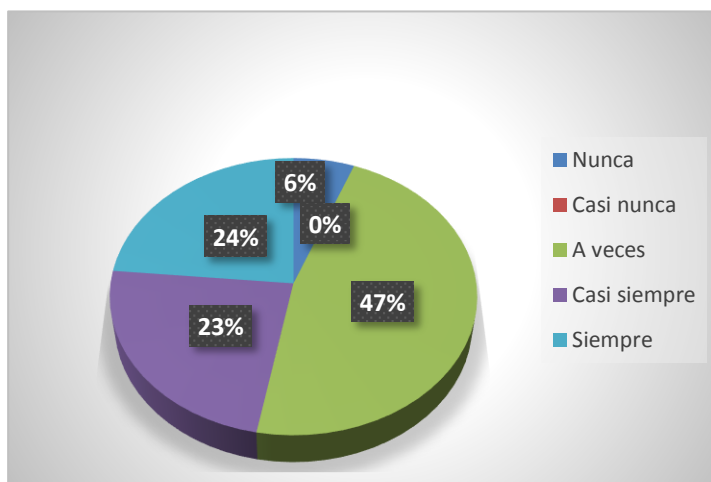


Figura 17: Gráfico Considera que los trabajadores le brindan información clara y precisa de los servicios que ofrece la empresa

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 47 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que a veces los trabajadores le brindan información clara y precisa de los servicios que ofrece la empresa, el 24 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre los trabajadores le brindan información clara y precisa de los servicios que ofrece la empresa, el 23 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre los trabajadores le brindan información clara y precisa de los servicios que ofrece la empresa, el 6% considera que la empresa Car Doctor Automotriz los trabajadores le brindan información clara y precisa de los servicios que ofrece la empresa y solo el 0 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca los trabajadores le brindan información clara y precisa de los servicios que ofrece la empresa

**Tabla 18**

**¿Considera que la atención en la empresa Car Doctor Automotriz " se realiza bajo los principios de cordialidad y amabilidad?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	3	5
Casi nunca	2	3
A veces	26	38
Casi siempre	15	22
Siempre	22	32
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

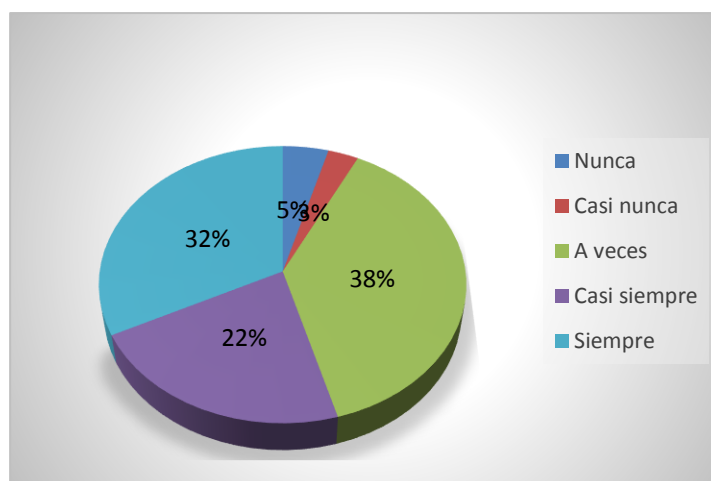


Figura 18: Gráfico Considera que la atención en la empresa Car Doctor Automotriz " se realiza bajo los principios de cordialidad y amabilidad

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 38 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que a veces la atención se realiza bajo los principios de cordialidad y amabilidad, el 32 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre la atención se realiza bajo los principios de cordialidad y amabilidad, el 22 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre la atención se realiza bajo los principios de cordialidad y amabilidad, el 5% considera que la empresa Car Doctor Automotriz que nunca la atención se realiza bajo los principios de cordialidad y amabilidad y solo el 3 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca la atención se realiza bajo los principios de cordialidad y amabilidad

**Tabla 19**

**¿Considera que la infraestructura de la empresa Car Doctor Automotriz es segura en caso de emergencia?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	3	5
Casi Nunca	2	3
A veces	26	38
Casi siempre	15	22
Siempre	22	32
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

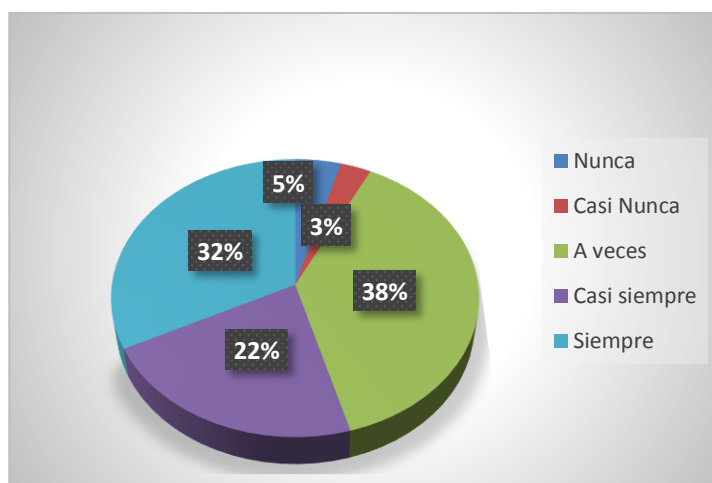


Figura 19: Gráfico Considera que la infraestructura de la empresa Car Doctor Automotriz es segura en caso de emergencia

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 38 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que a veces la infraestructura es segura en caso de emergencia, el 32 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre la la infraestructura es segura en caso de emergencia, el 22 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre la infraestructura es segura en caso de emergencia, el 5% considera que la empresa Car Doctor Automotriz que nunca la infraestructura es segura en caso de emergencia y solo el 3 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca la infraestructura es segura en caso de emergencia.



**Tabla 20**

**¿Es importante para usted la cordialidad y buen trato de los colaboradores?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	7	10
Casi nunca	0	0
A veces	34	50
Casi siempre	12	18
Siempre	15	22
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

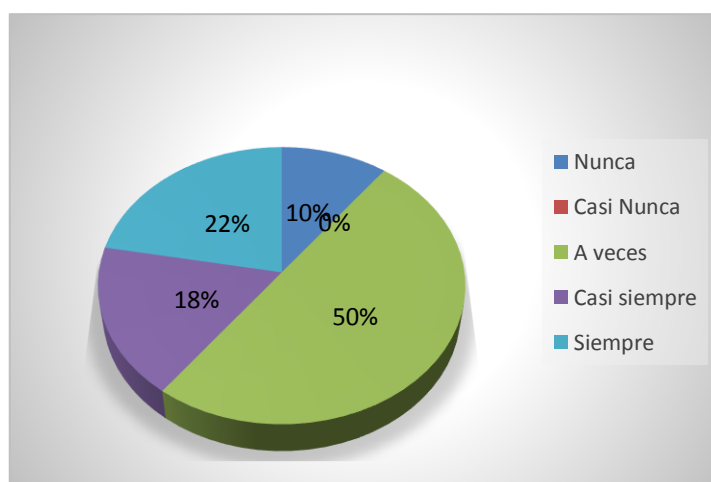


Figura 20: Grafico Es importante para usted la cordialidad y buen trato de los colaboradores

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 50 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que a veces es importante la cordialidad y el buen trato de los colaboradores, el 22 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz es importante la cordialidad y el buen trato de los colaboradores, el 18 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre es importante la cordialidad y el buen trato de los colaboradores, el 10% considera que la empresa Car Doctor Automotriz que nunca es importante la cordialidad y el buen trato de los colaboradores y solo el 0 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca es importante la cordialidad y el buen trato de los colaboradores.

**Tabla 21**

**¿Considera que los colaboradores de la empresa Car Doctor Automotriz conocen en forma clara y precisa los diversos servicios que se le ofrece?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	6	9
Casi nunca	2	3
A veces	19	28
Casi siempre	15	22
Siempre	26	38
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

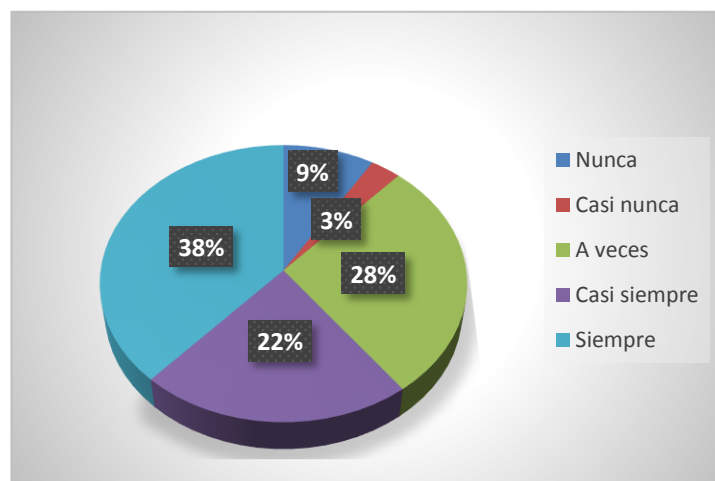


Figura 21: Gráfico Considera que los colaboradores de la empresa Car Doctor Automotriz conocen en forma clara y precisa los diversos servicios que se le ofrece.

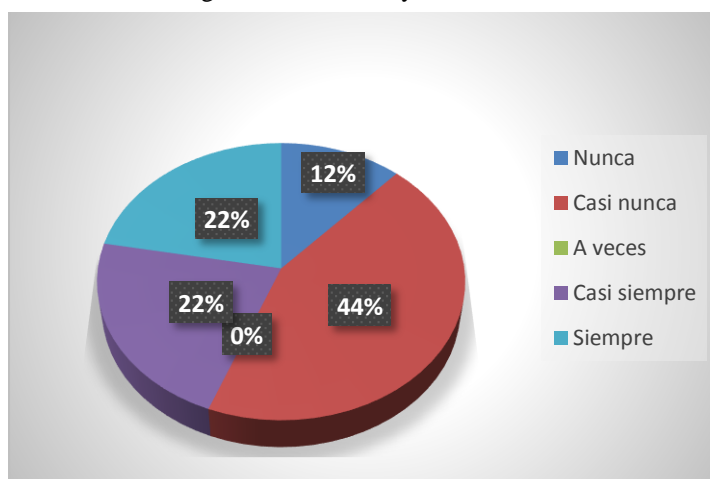
**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 38 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz siempre los colaboradores conocen en forma clara y precisa los diversos servicios que se le ofrece, el 28 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz que a veces los colaboradores conocen en forma clara y precisa los diversos servicios que se le ofrece, el 22 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre los colaboradores conocen en forma clara y precisa los diversos servicios que se le ofrece, el 9% considera que la empresa Car Doctor Automotriz que nunca los colaboradores conocen en forma clara y precisa los diversos servicios que se le ofrece y solo el 0 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca los colaboradores conocen en forma clara y precisa los diversos servicios que se le ofrece

**Tabla 22**

**¿Considera que los trabajadores de la empresa dominan a la perfección sus funciones cumpliéndolas con destreza poniendo en práctica sus conocimientos para brindar un buen servicio?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	8	12
Casi nunca	30	44
A veces	0	0
Casi siempre	15	22
Siempre	15	22
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente



**Figura 22:** Gráfico Considera que los trabajadores de la empresa dominan a la perfección sus funciones cumpliéndolas con destreza poniendo en práctica sus conocimientos para brindar un buen servicio

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 44 considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca dominan a la perfección sus funciones cumpliéndolas con destreza poniendo en práctica sus conocimientos para brindar un buen servicio, el 22 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre dominan a la perfección sus funciones cumpliéndolas con destreza poniendo en práctica sus conocimientos para brindar un buen servicio, el 22 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre dominan a la perfección sus funciones cumpliéndolas con destreza poniendo en práctica sus conocimientos para brindar un buen servicio, el 12% considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca los trabajadores dominan a la perfección sus funciones cumpliéndolas con destreza poniendo en práctica sus conocimientos para brindar un buen servicio y solo el 0 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que a veces dominan a la perfección sus funciones cumpliéndolas con destreza poniendo en práctica sus conocimientos para brindar un buen servicio.

**Tabla 23.**

**¿Considera que los trabajadores de la empresa Car doctor Automotriz tratan correctamente y amablemente a sus clientes?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	6	9
Casi nunca	4	6
A veces	20	29
Casi siempre	17	25
Siempre	21	31
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

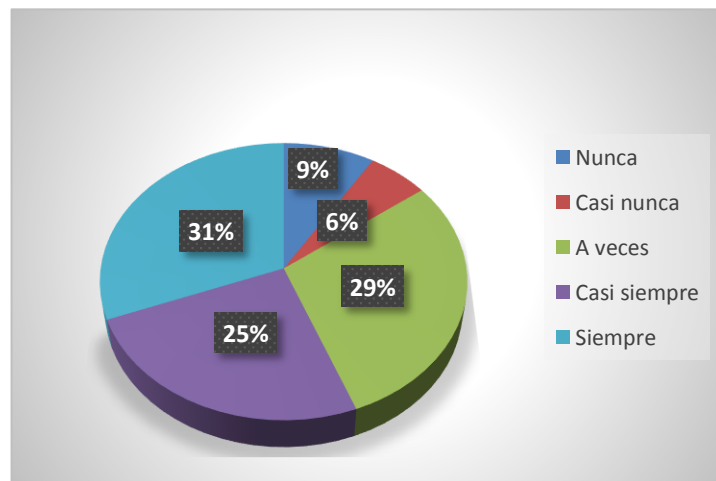


Figura 23: Gráfico Considera que los trabajadores de la empresa Car doctor Automotriz tratan correctamente y amablemente a sus clientes

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 31 considera que la empresa Car Doctor Automotriz siempre los trabajadores tratan correctamente y amable a sus clientes el 29 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz a veces tratan correctamente y amable a sus clientes , el 25 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre los trabajadores tratan correctamente y amable a sus clientes, el 9 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca los trabajadores tratan correctamente y amable a sus clientes y solo el 6 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que casi nunca los trabajadores tratan correctamente y amable a sus clientes

**Tabla 24**

**¿Considera que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz trabajan bajo los principios de la veracidad, creencia y honestidad?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	1	1
Casi nunca	0	0
A veces	33	49
Casi siempre	10	15
Siempre	24	35
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

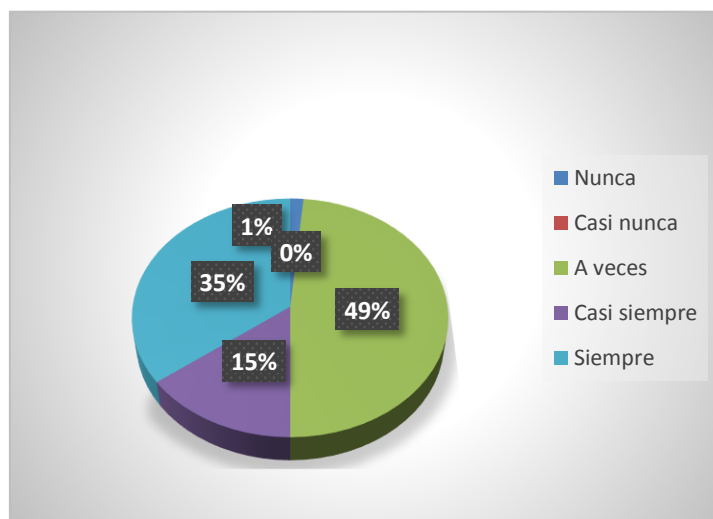


Figura 24: Gráfico Considera que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz trabajan bajo los principios de la veracidad, creencia y honestidad

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 49% considera que la empresa Car Doctor Automotriz que a veces los trabajadores trabajan bajo los principios de la veracidad, creencia y honestidad, el 35 % opina que la empresa que la empresa Car Doctor Automotriz que siempre los trabajadores trabajan bajo los principios de la veracidad, creencia y honestidad, el 15 % que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre los trabajadores trabajan bajo los principios de la veracidad, creencia y honestidad, el 1 % que la empresa Car Doctor Automotriz que nunca los trabajadores trabajan bajo los principios de la veracidad, creencia y honestidad y solo el 0 % que la empresa Car Doctor Automotriz que casi nunca los trabajadores trabajan bajo los principios de la veracidad, creencia y honestidad.

**Tabla 25**

**¿Considera que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz Captan los deseos y necesidades de los clientes?**

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	3	5
Casi nunca	5	7
A veces	20	29
Casi siempre	12	18
Siempre	28	41
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Car Doctor Automotriz para determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente

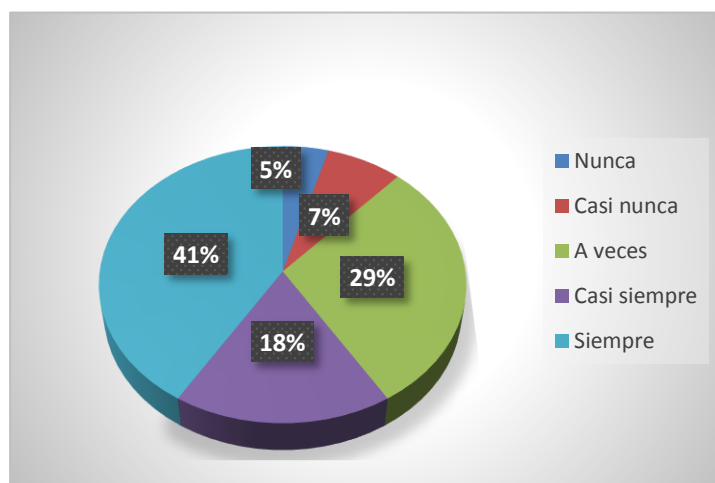


Figura 25: Gráfico Considera que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz Captan los deseos y necesidades de los clientes

**Interpretación:** del 100 % de los encuestados el 41% considera que la empresa Car Doctor Automotriz que siempre los trabajadores Captan los deseos y necesidades de los clientes, el 29 % opina que la empresa que la empresa Car Doctor Automotriz que a veces los trabajadores trabajan Captan los deseos y necesidades de los clientes, el 18 % que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre los trabajadores Captan los deseos y necesidades de los clientes, el 7 % que la empresa Car Doctor Automotriz que casi nunca los trabajadores Captan los deseos y necesidades de los clientes y solo el 5 % que la empresa Car Doctor Automotriz que nunca los trabajadores Captan los deseos y necesidades de los clientes.

## **IV.2. Análisis De Resultados**

### **IV.2.1. Respecto a la gestión de calidad**

Tabla 01: del 100% de los encuestados el 38% Considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces cuenta con las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio, 22% opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre cuenta con las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio, el 22% considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre cuenta con las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio, el 5% considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca cuenta con las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio, y solo el 3% considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca cuenta con las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio.

**Tabla 02:** del 100% de los encuestados el 57% Considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces cuenta con las herramientas necesarias para la reparación de los vehículos, el 22 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre cuenta con las herramientas necesarias para la reparación de los vehículos, el 13% considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre con las herramientas necesarias para la reparación de los vehículos, el 5 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca cuenta con las herramientas necesarias para la reparación de los vehículos y solo el 3 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca cuenta con las herramientas necesarias para la reparación de los vehículos.

**Tabla 03:** del 100 % de los encuestados el 51 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces cuenta con los productos necesarios para brindar un

buen servicio, el 27 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz nunca cuenta con los productos necesarios para brindar un buen servicio, el 16% considera que la empresa Car Doctor Automotriz siempre cuenta con los productos necesarios para brindar un buen servicio, el 3 % considera que la empresa Car Automotriz casi siempre cuenta con los productos necesarios para brindar un buen servicio y solo el 3 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca cuenta con los productos necesarios para brindar un buen servicio.

**Tabla 04:** del 100 % de los encuestados el 35 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces su servicio es innovador, el 34 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz siempre su servicio es innovador, el 26 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre su servicio es innovador, el 3 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca su servicio es innovador y solo el 2 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca su servicio es innovador.

**Tabla 05:** del 100 % de los encuestados el 38 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces se siente satisfecho con la calidad del servicio que se brinda en la empresa, el 32% opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre se siente satisfecho con la calidad del servicio que se brinda en la empresa, el 22% considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi se siente satisfecho con la calidad del servicio que se brinda en la empresa, el 5 % considera que la empresa Car Automotriz nunca se siente satisfecho con la calidad del servicio que se brinda en la empresa y solo el 3 % considera que la empresa Car Doctor



Automotriz casi nunca se siente satisfecho con la calidad del servicio que se brinda en la empresa.

**Tabla 06:** del 100 % de los encuestados el 53% considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces los trabajadores se preocupan por documentar el diagnostico de los vehículos para tener referencias posteriores, el 25% opina que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre los trabajadores se preocupan por documentar el diagnostico de los vehículos para tener referencias posteriores, el 12% considera que la empresa Car Doctor Automotriz siempre los trabajadores se preocupan por documentar el diagnostico de los vehículos para tener referencias posteriores, el 7 % considera que la empresa Car Automotriz nunca los trabajadores se preocupan por documentar el diagnostico de los vehículos para tener referencias posteriores y solo el 3 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca se los trabajadores se preocupan por documentar el diagnostico de los vehículos para tener referencias posterior.

**Tabla 07:** del 100 % de los encuestados el 38% considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces se preocupan por brindar un buen servicio y satisfacer al cliente, el 32% opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre se preocupan por brindar un buen servicio y satisfacer al cliente, el 22% considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre se preocupan por brindar un buen servicio y satisfacer al cliente, el 5 % considera que la empresa Car Automotriz nunca se preocupan por brindar un buen servicio y satisfacer al cliente y solo el 3 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca se preocupan por brindar un buen servicio y satisfacer al cliente.

**Tabla 08:** del 100 % de los encuestados el 38% considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces se toman en cuenta las necesidades del cliente, el 32% opina que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre se toman en cuenta las necesidades del cliente, el 22% considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre se toman en cuenta las necesidades del cliente, el 5 % considera que la empresa Car Automotriz nunca se toman en cuenta las necesidades del cliente al cliente y solo el 3 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca se toman en cuenta las necesidades del cliente.

**Tabla 09:** del 100 % de los encuestados el 50% considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces se trabaja de manera eficiente tomándose en cuenta las opiniones de sus trabajadores, el 22% opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre se trabaja de manera eficiente tomándose en cuenta las opiniones de sus trabajadores, el 18% considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre se trabaja de manera eficiente tomándose en cuenta las opiniones de sus trabajadores, el 10 % considera que la empresa Car Automotriz nunca se trabaja de manera eficiente tomándose en cuenta las opiniones de sus trabajadores y solo el 0 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca se trabaja de manera eficiente tomándose en cuenta las opiniones de sus trabajadores.

**Tabla 10:** del 100 % de los encuestados el 38 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que siempre los trabajadores son estimulados a realizar una buen servicio, el 28 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz a veces los

trabajadores son estimulados a realizar un buen servicio, el 22 % la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre los trabajadores son estimulados a realizar un buen servicio, el 9 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca los trabajadores son estimulados a realizar un buen servicio y solo el 3 % la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca los trabajadores son estimulados a realizar un buen servicio.

**Tabla 11:** del 100 % de los encuestados el 44 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que casi nunca los trabajadores se esfuerzan para alcanzar la satisfacción del cliente, el 22% opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre los trabajadores se esfuerzan para alcanzar la satisfacción del cliente, el 22 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que casi siempre los trabajadores se esfuerzan para alcanzar la satisfacción del cliente, el 12% considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca los trabajadores se esfuerzan para alcanzar la satisfacción del cliente y solo el 0 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz a veces los trabajadores se esfuerzan para alcanzar la satisfacción del cliente.

**Tabla 12:** del 100 % de los encuestados el 31 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que siempre los trabajadores son capaces de identificar las fallas de los vehículos de manera veraz, el 29 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz a veces los trabajadores son capaces de identificar las fallas de los vehículos de manera veraz, el 25 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que casi siempre los trabajadores son capaces de identificar las fallas de los vehículos de manera veraz, el 9% considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca los trabajadores son capaces de identificar las fallas de los

vehículos de manera veraz y solo el 6 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca los trabajadores son capaces de identificar las fallas de los vehículos de manera veraz.

**Tabla 13:** del 100 % de los encuestados el 32 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que siempre se reparan los vehículos de manera eficiente, el 31 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz a veces los se reparan los vehículos de manera eficiente, el 22 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que casi siempre se reparan los vehículos de manera eficiente, el 9% considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca los se reparan los vehículos de manera eficiente y solo el 6 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca se reparan los vehículos de manera eficiente.

#### IV.2.2. Respecto a la atención al cliente

**Tabla 14:** del 100 % de los encuestados el 49 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que a veces la atención es rápida y eficiente, el 35 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre la atención es rápida y eficiente, el 15 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que casi siempre la atención es rápida y eficiente, el 1% considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca la atención es rápida y eficiente y solo el 0 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca la atención es rápida y eficiente.

**Tabla 15:** del 100 % de los encuestados el 41 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que siempre el personal brinda una solución rápida cuando sucede un inconveniente en el servicio, el 29 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz a veces el personal brinda una solución rápida cuando sucede un inconveniente en el servicio, el 18 % considera que la empresa Car Doctor

Automotriz que casi siempre el personal brinda una solución rápida cuando sucede un inconveniente en el servicio, el 7% considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca el personal brinda una solución rápida cuando sucede un inconveniente en el servicio y solo el 5 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca el personal brinda una solución rápida cuando sucede un inconveniente en el servicio.

**Tabla 16:** del 100 % de los encuestados el 40 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que a veces los colaboradores muestran estar comprometidos con brindar una buena calidad de servicio, el 38 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre los colaboradores muestran estar comprometidos con brindar una buena calidad de servicio, el 15 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que casi siempre los colaboradores muestran estar comprometidos con brindar una buena calidad de servicio, el 4% considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca los colaboradores muestran estar comprometidos con brindar una buena calidad de servicio y solo el 3 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca los colaboradores muestran estar comprometidos con brindar una buena calidad de servicio.

**TABLA 17:** del 100 % de los encuestados el 47 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que a veces los trabajadores le brindan información clara y precisa de los servicios que ofrece la empresa, el 24 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre los trabajadores le brindan información clara y precisa de los servicios que ofrece la empresa, el 23 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre los trabajadores le brindan información clara

y precisa de los servicios que ofrece la empresa, el 6% considera que la empresa Car Doctor Automotriz los trabajadores le brindan información clara y precisa de los servicios que ofrece la empresa y solo el 0 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca los trabajadores le brindan información clara y precisa de los servicios que ofrece la empresa

**Tabla 18:** del 100 % de los encuestados el 38 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que a veces la atención se realiza bajo los principios de cordialidad y amabilidad, el 32 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre la atención se realiza bajo los principios de cordialidad y amabilidad, el 22 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre la atención se realiza bajo los principios de cordialidad y amabilidad, el 5% considera que la empresa Car Doctor Automotriz que nunca la atención se realiza bajo los principios de cordialidad y amabilidad y solo el 3 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca la atención se realiza bajo los principios de cordialidad y amabilidad

**Tabla 19:** del 100 % de los encuestados el 38 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que a veces la infraestructura es segura en caso de emergencia, el 32 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre la la infraestructura es segura en caso de emergencia, el 22 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre la infraestructura es segura en caso de emergencia, el 5% considera que la empresa Car Doctor Automotriz que nunca la infraestructura es segura en caso de emergencia y solo el 3 % considera que la

empresa Car Doctor Automotriz casi nunca la infraestructura es segura en caso de emergencia.

**Tabla 20:** del 100 % de los encuestados el 50 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que a veces es importante la cordialidad y el buen trato de los colaboradores, el 22 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz es importante la cordialidad y el buen trato de los colaboradores, el 18 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre es importante la cordialidad y el buen trato de los colaboradores, el 10% considera que la empresa Car Doctor Automotriz que nunca es importante la cordialidad y el buen trato de los colaboradores y solo el 0 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca es importante la cordialidad y el buen trato de los colaboradores.

**Tabla 21:** del 100 % de los encuestados el 38 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz siempre los colaboradores conocen en forma clara y precisa los diversos servicios que se le ofrece, el 28 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz que a veces los colaboradores conocen en forma clara y precisa los diversos servicios que se le ofrece, el 22 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre los colaboradores conocen en forma clara y precisa los diversos servicios que se le ofrece, el 9% considera que la empresa Car Doctor Automotriz que nunca los colaboradores conocen en forma clara y precisa los diversos servicios que se le ofrece y solo el 0 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca los colaboradores conocen en forma clara y precisa los diversos servicios que se le ofrece

**Tabla 22:** del 100 % de los encuestados el 44 considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi nunca dominan a la perfección sus funciones

cumplíendolas con destreza poniendo en práctica sus conocimientos para brindar un buen servicio, el 22 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz siempre dominan a la perfección sus funciones cumpliéndolas con destreza poniendo en práctica sus conocimientos para brindar un buen servicio, el 22 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre dominan a la perfección sus funciones cumpliéndolas con destreza poniendo en práctica sus conocimientos para brindar un buen servicio, el 12% considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca los trabajadores dominan a la perfección sus funciones cumpliéndolas con destreza poniendo en práctica sus conocimientos para brindar un buen servicio y solo el 0 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que a veces dominan a la perfección sus funciones cumpliéndolas con destreza poniendo en práctica sus conocimientos para brindar un buen servicio.

**Tabla 23:** del 100 % de los encuestados el 31 considera que la empresa Car Doctor Automotriz siempre los trabajadores tratan correctamente y amable a sus clientes el 29 % opina que la empresa Car Doctor Automotriz a veces tratan correctamente y amable a sus clientes , el 25 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre los trabajadores tratan correctamente y amable a sus clientes, el 9 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz nunca los trabajadores tratan correctamente y amable a sus clientes y solo el 6 % considera que la empresa Car Doctor Automotriz que casi nunca los trabajadores tratan correctamente y amable a sus clientes

**Tabla 24:** del 100 % de los encuestados el 49% considera que la empresa Car Doctor Automotriz que a veces los trabajadores trabajan bajo los principios de la veracidad, creencia y honestidad, el 35 % opina que la empresa que la empresa



Car Doctor Automotriz que siempre los trabajadores trabajan bajo los principios de la veracidad, creencia y honestidad, el 15 % que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre los trabajadores trabajan bajo los principios de la veracidad, creencia y honestidad, el 1 % que la empresa Car Doctor Automotriz que nunca los trabajadores trabajan bajo los principios de la veracidad, creencia y honestidad y solo el 0 % que la empresa Car Doctor Automotriz que casi nunca los trabajadores trabajan bajo los principios de la veracidad, creencia y honestidad.

**Tabla 25:** del 100 % de los encuestados el 41% considera que la empresa Car Doctor Automotriz que siempre los trabajadores Captan los deseos y necesidades de los clientes, el 29 % opina que la empresa que la empresa Car Doctor Automotriz que a veces los trabajadores trabajan Captan los deseos y necesidades de los clientes, el 18 % que la empresa Car Doctor Automotriz casi siempre los trabajadores Captan los deseos y necesidades de los clientes, el 7 % que la empresa Car Doctor Automotriz que casi nunca los trabajadores Captan los deseos y necesidades de los clientes y solo el 5 % que la empresa Car Doctor Automotriz que nunca los trabajadores Captan los deseos y necesidades de los clientes.

## **V. CONCLUSIONES.**

### **V.1. Conclusiones.**

#### **V.1.1. Respecto A La Gestión De Calidad.**

La importancia de la gestión de calidad en la empresa Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C le permite estar atento de lo que quiere el cliente y mantenerlo informado sobre el avance en

la resolución de sus quejas, las cuales son resueltas con objetividad, de manera confidencial y responsable. Todo esto además de crear una plataforma para el mantenimiento y la mejora continua.

Los principios de la gestión de calidad de la empresa “Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C”. Están Determinados a proporcionar bienes y servicios para satisfacer a clientes para adaptarse a sus expectativas, empleando las habilidades de todos los colaboradores para conseguir ventajas competitivas para la organización como se refleja en el estudio donde del 100% de los encuestados el 32% Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se preocupan por brindar un buen servicio y satisfacer al cliente

#### **V.1.2. Respeto a la Atención Al Cliente.**

La atención del cliente de la empresa “Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C” es importante porque permite que la relación con los clientes sea permanente logrando fidelizar a los clientes atendiendo sus necesidades para estar en mejora continua. Lo que se ve reflejado en los resultados del estudio Del 100% de los encuestados el 49% Considera que a veces la atención en la empresa Car Doctor Automotriz es rápida y eficiente, 35% considera que la atención en la empresa Car Doctor Automotriz es rápida y eficiente.

El servicio de atención al cliente de la empresa “Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C” se caracteriza en énfasis en los

servicios del cliente, utilizando estrategias y técnicas para que cada día siga creciendo y aumentando sus carteras de clientes, lo que se refleja en los resultados ya que del 100% de los encuestados el 31% Considera que los trabajadores de la empresa Car doctor Automotriz tratan correcta y amablemente a sus clientes.

## Referencias Bibliográficas

- Alarcon, E., & Gutierrez, c. (s.f.). Plan de analisis estadistico. Lima.
- Alelu, M., Cantin, S., Lopez, N., & Rodriguez, M. (s.f. ). Estudio De Encuestas. españa.
- Arias, F. G. (2006). El Proyecto de Investigación. Caracas: Editorial Episteme.
- Báez González, A. E. (2016). *Diseño de un sistema de gestión de la calidad basado en la norma certificable iso 9001:2015 con aplicación a la empresa britel s.a.* Quito: universidad internacional de Ecuador.
- Berrú navarro, e. R. (2014). Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro de zapaterías de la ciudad de Sullana, región Piura. Año 2014. Sullana.
- Brown, Andrew.(1992) Gestión de la atención al cliente. Madrid, ES: Ediciones Díaz de Santos.
- Camisón, C., Cruz, S., & Gonzalez, T. (2006). Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Madrid: Pearson Educacion.
- CASTILLO GARCÍA, L. F. (2014). ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL HOSPITAL NACIONAL JORGE VIDES MOLINA DE HUEHUETENANGO. HUEHUETENANGO: UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR.
- Cazau, P. (2006). Introducción A La Investigación En Ciencias Sociales. Buenos Aires.
- Cenobio, M. G. J. C., Jaramillo, V. D., & Serrano, C. I. (2006). Gestión de la calidad en procesos de servicios y productivos. México, D.F., MX: Instituto Politécnico Nacional.

- Cruz Merino, Y. F. (2016). *“Caracterización Competitividad y Gestión De Calidad En Las MYPE Rubro Banano Orgánico En Tumbes, 2016”*. TUMBES: ULADECH.
- Cortes, C. M., & Iglesias, L. I. (2004). Generalidades sobre Metodología de Investigacion. Ciudad del Carmen, México : Universidad Autónoma del Carmen
- Espinoza Parrales, R. M. (2016). Caracterización de la gestión de calidad y formalización en las mype rubro calzado de Chulucanas (Piura), año 2016. Piura: Uladech .
- Farfán Sánchez, J. (2015). Gestión de la calidad de las MYPE del sector servicio – rubro pilado de arroz de la provincia Sullana. Año 2014. Sullana: Uladech.
- Fernández, P., & Pértegas. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. La Coruña
- Ferraro (2010) Políticas de apoyo a las PYMES en América Latina. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)
- forzaspeed. (03 de marzo de 2017). *Forza Speed auto center*. Obtenido de <http://www.forzaspeed.com.mx/taller-mecanico-automotriz/>
- García, F. (2002). Recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionario. Sonora: LIMUSA. SA DE CV.
- García Santana, C. R., & Lindao Quinde, A. V. (2016). *Propuesta de un Diseño para la Implementación de un Sistema de Gestión basado en la Norma ISO 9001:2008 para la Empresa LOGISTECSA sucursal Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Guzmán, M. (2014). Caracterización gestión de calidad y formalización de las mype rubro librerías (ciudad Piura) año 2013. Piura.

- Hidalgo, M., & Ponce, C. (2011). Capacitación y empleo para la MYPE a través del SENCE. Valdivia.
- Higinio, A. (2016). Caracterización De La Gestión De Calidad Bajo El Modelo De Liderazgo Contingencial De Fred Fiedler En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del sector Servicio - Rubro Transporte Regional Vía Terrestre De Pasajeros En El Distrito De Huaraz, 2014. Huaraz.
- Instituto Nacional De Estadística. (s.f). INEI. Obtenido de Poblacion 2000 al 2015:<http://proyectos.inei.gob.pe/web/poblacion/>
- López González, L., Pérez Feijoo, H., & Pérez Hernández, J. M. (2013). Comunicación y atención al cliente: grado superior. Madrid: McGraw-Hill.
- Mateos de Pablo Blanco, M. Á. (2012). Atención básica al cliente (MF1329\_1). Malaga: IC Editorial.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). Fundamentos de Marketing. McGraw-Hill Companies: México, D.F.
- Salvarrey, L. (2000). Curso de Estadística Basica . Salto.
- Tissieres Carrasco, I. M. (2013). Gestión de calidad y la incidencia en el crecimiento de la producción de las mypes agroexportadoras rubro de banano orgánico de la provincia de Sullana - Piura, año 2011. Sullana.
- Uribe Macías, M. E. (2011). Marco teórico de la calidad, base para la caracterización de los sistemas de gestión de la calidad de empresas de Ibagué. *Revista Mundo Economico y Empresarial*, 3-17.
- Valenzuela Cano, I. (s.f). La importancia de la implantación de un sistema de gestión de calidad . Granada: LA GACETA JURÍDICA DE GRANADA Y JAEN.

Vilchez, J. (2013). Gestión de calidad y rentabilidad en las Mypes comerciales rubro confección de ropa en la provincia de Sullana (Piura) año 2012. Sullana.

wikipedia. (29 de abril de 2017). Wikipedia. Obtenido de Sullana:<https://es.wikipedia.org/wiki/Sullana>. Wikipedia. (24 de Julio de 2017).

wikipedia. Obtenido de Provincia de Sullana:[https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia\\_de\\_Sullana](https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Sullana)Zeithaml.

## VI. Anexos

### ANEXO 01: ENCUESTA.



#### ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION.

**El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de la micro y pequeña empresa para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en SERVICIOS GENERALES CAR DOCTOR AUTOMOTRIZ S.A.C. DEL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2018 la información que usted nos proporcionará será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su colaboración.**

Item	Preguntas	Alternativas				
		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
1	¿Considera usted que la empresa Car Doctor Automotriz cuenta con las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio?					
2	¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz cuentan con las herramientas necesarias para la reparación de los vehículos?					
3	¿Considera que la empresa Car Doctor Automotriz siempre cuenta con los productos necesarios para brindar un buen servicio?					
4	¿Considera usted que el servicio en la empresa Car Doctor Automotriz es innovador?					
5	¿Siente satisfecho con la calidad del servicio que se brinda en la empresa?					
6	¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz se preocupan por documentar el diagnostico de los vehículos para tener referencias posteriores?					
7	¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se preocupan por brindar un buen servicio y satisfacer al cliente?					
8	¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se toman en cuenta las necesidades del cliente?					
9	¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se trabaja de manera eficiente tomándose en cuenta las opiniones de sus trabajadores?					
10	¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz son estimulados a realizar una buen servicio?					
11	¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz se esfuerzan para alcanzar la satisfacción del cliente?					
12	¿Considera que en la empresa Car Doctor Automotriz los trabajadores son capaces de identificar las fallas de los vehículos de manera veraz?					



13	¿considera que en la empresa Car Doctor Automotriz se reparan los vehículos de manera eficiente?					
14	¿Considera que la atención en la empresa Car Doctor Automotriz es rápida y eficiente?					
15	¿De mediar algún inconveniente en el servicio el personal de la empresa Car Doctor Automotriz le brinda una solución rápida?					
16	¿Los colaboradores de la empresa Car Doctor Automotriz muestran estar comprometidos con brindar una buena calidad de servicio?					
17	¿Considera que los trabajadores le brindan información clara y precisa de los servicios que ofrece la empresa?					
18	¿Considera que la atención en la empresa Car Doctor Automotriz " se realiza bajo los principios de cordialidad y amabilidad?					
19	¿Considera que la infraestructura de la empresa Car Doctor Automotriz es segura en caso de emergencia?					
20	¿Es importante para usted la cordialidad y buen trato de los colaboradores?					
21	¿Considera que los colaboradores de la empresa Car Doctor Automotriz conocen en forma clara y precisa los diversos servicios que se le ofrece?					
22	¿considera que los trabajadores de la empresa dominan a la perfección sus funciones cumpliéndolas con destreza poniendo en práctica sus conocimientos para brindar un buen servicio?					
23	¿Considera que los trabajadores de la empresa Car doctor Automotriz tratan correcta y amablemente a sus clientes?					
24	Car Doctor Automotriz					
25	¿Considera que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz trabajan bajo los principios de la veracidad, creencia y honestidad?					
26	¿Considera que los trabajadores de la empresa Car Doctor Automotriz Captan los deseos y necesidades de los clientes?					

## ANEXO 2

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PARCIAL	TOTAL
1	<b>Remuneraciones</b>					
	• Investigar	Unidad	01	s/ 80.00	s/80.00	<b>s/80.00</b>
2	<b>Bienes</b>					
	• USB	Unidad	01	s/30.00	s/30.00	
	• Hojas	Millar	01	s/25.00	s/25.00	
	• Cuaderno	Unidad	01	s/21.00	s/21.00	
	• Lapiceros	Unidad	01	s/2.50	s/2.50	
	• Folder manila	Unidad	04	s/0.70	s/2.80	
						<b>s/81.30</b>
4	<b>Servicios</b>					
	• Pasajes				s/90.00	
	• Fotocopiado	Global	110	s/0.05	s/55.00	
	• Impresiones	Global	80	s/0.30	s/24.00	
	• Internet	Horas	50	s/1.00	s/50.00	
						<b>s/219.00</b>
						<b>s/380.30</b>

## ANEXO 03

### Fiabilidad

#### Notas

Salida creada		10-MAR-2019 18:02:10
Comentarios		
Entrada	Conjunto de datos activo	Conjunto_de_datos0
	Filtro	<ninguno>
	Ponderación	<ninguno>
	Segmentar archivo	<ninguno>
	N de filas en el archivo de datos de trabajo	68
	Entrada de matriz	
Manejo de valor perdido	Definición de ausencia	Los valores perdidos definidos por el usuario se tratan como perdidos.
	Casos utilizados	Las estadísticas se basan en todos los casos con datos válidos para todas las variables en el procedimiento.
Sintaxis		<p>RELIABILITY</p> <p>/VARIABLES=PREG01 PREG02  PREG03 PREG04 PREG05 PREG06  PREG07 PREG08 PREG09 PREG10  PREG11 PREG12 PREG13 PREG14  PREG15 PREG16 PREG17 PREG18  PREG19 PREG20 PREG21 PREG22  PREG23 PREG24 PREG25</p> <p>/SCALE('ALL VARIABLES') ALL</p> <p>/MODEL=ALPHA</p> <p>/STATISTICS=DESCRIPTIVE CORR</p> <p>/SUMMARY=TOTAL.</p>
Recursos	Tiempo de procesador	00:00:00.03
	Tiempo transcurrido	00:00:00.05

[Conjunto\_de\_datos0]

#### Advertencias

El determinante de la matriz de covarianzas es cero o aproximadamente cero. Las estadísticas basadas en su matriz inversa no se pueden calcular y se visualizan como valores perdidos por el sistema.

#### Escala: ALL VARIABLES

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	68	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	68	100,0

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

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,951	,953	25

**Estadísticas de elemento**

	Media	Desviación estándar	N
PREG01	3,75	1,084	68
PREG02	3,46	1,014	68
PREG03	2,79	1,322	68
PREG04	3,87	1,006	68
PREG05	3,75	1,084	68
PREG06	3,31	,981	68
PREG07	3,75	1,084	68
PREG08	3,75	1,084	68
PREG09	3,41	1,149	68
PREG10	3,78	1,244	68
PREG11	2,99	1,430	68
PREG12	3,63	1,233	68
PREG13	3,63	1,245	68
PREG14	3,82	,976	68
PREG15	3,84	1,180	68
PREG16	3,81	1,096	68
PREG17	3,59	1,040	68
PREG18	3,75	1,084	68
PREG19	3,75	1,084	68
PREG20	3,41	1,149	68
PREG21	3,78	1,244	68
PREG22	2,99	1,430	68
PREG23	3,63	1,233	68
PREG24	3,82	,976	68
PREG25	3,84	1,180	68

**Estadísticas de total de elemento**

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
PREG01	86,15	343,142	,876	.	,946
PREG02	86,44	351,683	,704	.	,948
PREG03	87,10	386,810	-,174	.	,959
PREG04	86,03	347,133	,836	.	,947
PREG05	86,15	343,142	,876	.	,946
PREG06	86,59	362,962	,416	.	,951
PREG07	86,15	343,142	,876	.	,946
PREG08	86,15	343,142	,876	.	,946
PREG09	86,49	353,149	,579	.	,949
PREG10	86,12	364,643	,280	.	,953
PREG11	86,91	343,723	,636	.	,949
PREG12	86,26	339,690	,843	.	,946
PREG13	86,26	339,332	,842	.	,946
PREG14	86,07	350,218	,775	.	,947
PREG15	86,06	347,996	,684	.	,948
PREG16	86,09	350,112	,687	.	,948
PREG17	86,31	357,023	,544	.	,950
PREG18	86,15	354,277	,589	.	,949
PREG19	86,15	362,963	,372	.	,951
PREG20	86,49	355,149	,532	.	,950
PREG21	86,12	340,553	,814	.	,947
PREG22	86,91	343,723	,636	.	,949
PREG23	86,26	339,690	,843	.	,946
PREG24	86,07	350,218	,775	.	,947
PREG25	86,06	347,996	,684	.	,948

## ANEXO 04

### “AÑO DEL DIÁLOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL”

#### SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN

Sullana 22 De Diciembre del 2018

Sr. García Rentería Nelson Dagoberto  
Representante legal Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C

Estimado y distinguido señor:

Yo Tomas Junior Alburqueque Pulache identificado con DNI N° 71472554, me place extenderle mi cordial saludo, en ocasión de expresarle que siendo estudiante del taller de titulación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, solicito el debido permiso de usted para realizar mi proyecto de investigación en su prestigiosa empresa “**Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C**” y acceso a la misma con el fin de obtener información que me permita desarrollar dicho proyecto relacionado a la caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente, lo que considero oportuno para su empresa, cuyo estudio y desarrollo contribuirá e impactara en su organización positivamente.

Agradezco de antemano su colaboración

Gracias:



-----  
**Tomas J. Alburqueque Pulache**  
**Br. En administración de empresas**

Atte.



## ANEXO 05

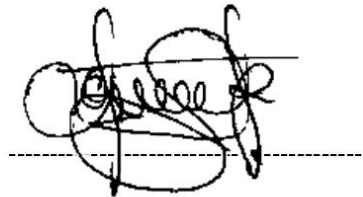
### AUTORIZACIÓN

Sullana 28 De Diciembre del 2018

Yo Nelson Dagoberto García Rentería identificado con DNI N° 02838342, representante legal de la empresa “**Servicios Generales Car Doctor Automotriz S.A.C**” autorizo al Br. Tomas Junior Alburqueque Pulache lleve a cabo su proyecto de investigación relacionado a la gestión de calidad y atención al cliente en la empresa que dignamente dirijo.

Agradeciendo desde ya su interés.

Atte.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Nelson Dagoberto García Rentería', is written over a solid horizontal line. Below the signature, a dashed horizontal line is present.

Nelson Dagoberto García Rentería  
DNI: 02838342