



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES**

**FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE**

**ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LA  
METODOLOGIA DMAIC EN LAS MYPE DEL SECTOR  
COMERCIO RUBRO LIBRERÍAS DEL JR. HUANCANÉ  
JULIACA 2019**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL  
DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

Bach. NORMA YESSELA BARRANTES CALLATA

ASESOR:

Mgtr. DIVAN YURI CARI CONDORI

JULIACA-PERÚ

2019

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

---

Dr. Juan Mauricio, PILCO CHURATA

Presidente

---

Dr. Aurelio Francisco, ALVAREZ GALLEGOS

Miembro

---

Lic. Adm. Constantino Antonio PARICAHUA CONDORI

Miembro

---

Mgtr. Diván Yuri, CARI CONDORI

Asesor

## **AGRADECIMIENTO**

Doy gracias a Dios, a mis familiares por haberme apoyado en todo momento durante toda esta etapa por haber cumplido mis anhelos y por tener una buena experiencia dentro de la Universidad,

A mis amigos quienes estuvieron apoyándome siempre y por creer en mí, asimismo agradecer también a cada docente que me guio en el transcurso de estos años.

## **DEDICATORIA**

A Dios, por haberme ayudado llegar hasta este momento, por darme salud y lograr mis metas propuestas.

Esto va dedicado a mi hermosa familia. A mi abuela: toribia, mi madre: Rosa, mi padre: Félix, mi hermana: Miriam, mi hermano: William y a mi compañero de la vida: Denis. Son las personas que estuvieron a mi lado apoyándome en las malas y buenas, así como económicamente y moralmente demostrándome su amor incondicional sin pedir a cambio de nada, los quiero mucho.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado con, Gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC en las Mype del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca 2019, se logra alcanzar el siguiente objetivo general, Describir la gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca, 2019, para esta investigación se usó la metodología con un diseño no experimental, de nivel cuantitativo con tipo de investigación descriptivo, donde su población estaba conformado por 92 trabajadores de las Mype del rubro librerías y su muestra fue de 67 trabajadores resultado que se obtuvo al aplicar la formula según Hernández (2014), Para la recolección de datos se aplicó un cuestionario de 20 preguntas con escala Likert, con referencia a la variable la gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC, para la tabulación de los datos recolectados utilizando el programa SPSS versión 22 y se obtuvieron los siguientes resultados que se describieron de la siguiente manera: en tablas, gráficos con sus respectivas interpretaciones, conclusiones y recomendaciones; para finalizar se llegó a la siguiente conclusión como resultado del objetivo general de la investigación, de la muestra de 67 trabajadores de las librerías que fueron encuestados el 41,8% respondieron raras veces y 38,8% opinaron que siempre es bueno usar la metodología DMAIC, en las MYPE sector comercio rubro librerías ya que es una metodología muy buena cuando se emplea de manera estratégica en beneficio de sus clientes.

**Palabras claves:** Gestión, calidad, metodología DMAIC, Mype.

## ABSTRACT

The present work of investigation titled with, Management of quality with the use of the DMAIC methodology in the Mype of the sector commerce bookstores of the Jr. Huancané Juliaca 2019, is achieved to reach the following general objective, Describe the quality management with the use of the DMAIC methodology in the MSEs of the commerce sector of bookstores of the Jr. Huancané Juliaca, 2019, for this research the methodology was used with a non-experimental design, of quantitative level with descriptive research type, where its population consisted of 92 workers of the Mype of bookstores and its sample was 67 workers, which was obtained by applying the formula according to Hernández (2014). For the data collection, a questionnaire of 20 questions was applied with a Likert scale, with reference to the variable the management of quality with the use of the DMAIC methodology, for the tabulation of the data collected using the SPSS program version 22 and the following results were obtained which are described as follows: in tables, graphs with their respective interpretations, conclusions and recommendations; to conclude, the following conclusion was reached as a result of the general objective of the research, of the sample of 67 workers in the bookstores who were surveyed, 41.8% answered rarely and 38.8% said that it is always good to use the methodology DMAIC, in the MSEs sector, commerce, bookstores, since it is a very good methodology when used strategically for the benefit of its clients.

**Keywords:** Management, quality, DMAIC methodology, Mype.

## CONTENIDO

<b>HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR</b> .....	ii
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iii
<b>DEDICATORIA</b> .....	iv
<b>RESUMEN</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>CONTENIDO</b> .....	vii
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	ix
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	xi
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>II. REVISIÓN DE LITERATURA</b> .....	6
<b>2.1. Antecedentes</b> .....	6
<b>2.2. Marco Teórico</b> .....	9
<b>2.2.1. Gestión de calidad</b> .....	9
<b>2.2.2. DMAIC</b> .....	20
<b>2.2.3. Marco conceptual</b> .....	27
<b>III. METODOLOGÍA</b> .....	31
<b>3.1. Diseño de la investigación</b> .....	31
<b>3.1.1. El tipo de investigación</b> .....	31
<b>3.1.2. Nivel de la investigación</b> .....	31
<b>3.2. Población y muestra</b> .....	31
<b>3.2.1. Población</b> .....	31
<b>3.2.2. Muestra</b> .....	32
<b>3.3. Definición y operacionalización de variables</b> .....	34
<b>3.3.1. Variable independiente: Gestión de calidad</b> .....	34
<b>3.3.2. Metodología DMAIC</b> .....	34
<b>3.3.3. Operacionalización de variables</b> .....	35
<b>3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b> .....	36
<b>3.4.1. Técnicas</b> .....	36
<b>3.4.2. Instrumentos</b> .....	36
<b>3.5. Plan de análisis</b> .....	37
<b>IV. RESULTADOS Y ANALISIS DE RESULTADOS</b> .....	38
<b>4.1 Resultados</b> .....	38

4.1.1	Objetivo general .....	38
4.1.2	Objetivo específico 1 .....	39
4.1.3	Objetivo específico 2 .....	44
4.1.4	Objetivo específico 3 .....	49
4.1.5	Objetivo específico 4 .....	54
4.1.6	Objetivo específico 5 .....	59
4.2	Análisis de resultados.....	64
3.6.1.	Objetivo general .....	64
3.6.2.	Objetivo específico 1 .....	64
3.6.3.	Objetivo específico 2 .....	64
3.6.4.	Objetivo específico 3 .....	65
3.6.5.	Objetivo específico 4 .....	65
3.6.6.	Objetivo específico 5 .....	65
4.3	Discusión de los resultados .....	67
<b>V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>		<b>69</b>
5.1	Conclusiones .....	69
5.2	Recomendaciones .....	70
<b>VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS .....</b>		<b>71</b>
6.1	Referencias Bibliográficas.....	71
6.2	Anexos .....	77
	Anexo 1: Matriz de consistencia .....	77
	Anexo 2: Instrumento de cuestionario .....	78
	Anexo 3 Confiabilidad del instrumento mediante Alfa Cronbach .....	80
	Anexo 4: Base de datos .....	83
	Anexo 5: fotos .....	85
	Anexo 6: Turnitin.....	89

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla	1
la gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC en las MYPE.....	38
Tabla	2
Gestión de calidad con el uso de la definición metodológica DMAIC .....	39
Tabla	3
¿Cuenta con una base de datos de clientes potenciales? .....	40
Tabla	4
¿Hace un reconocimiento a su personal por la buena atención que brinda a sus clientes? ....	41
Tabla	5
¿Analiza constantemente las expectativas de sus clientes?.....	42
Tabla	6
¿Puede interpretar el comportamiento de sus clientes al ingresar a la librería? .....	43
Tabla	7
Gestión de calidad con el uso de la medición metodológica DMAIC .....	44
Tabla	8
¿Realiza una comparación con la ventas anteriores, con las ventas actuales? .....	45
Tabla	9
¿capacitas a tus trabajadores para la buena atención a tus clientes? .....	46
Tabla	10
¿Haces una constante mejora en equipamiento? .....	47
Tabla	11
¿Consecutivamente te mides con la competencia para mejorar la atención?.....	48
Tabla	12
Gestión de la calidad con el uso de análisis de la metodología DMAIC .....	49
Tabla	13
¿Identificas las necesidades de tus clientes? .....	50
Tabla	14
¿Usted es comprensivo con las necesidades que requiere su cliente?.....	51
Tabla	15
¿Tu personal esta constantemente capacitado para poder brindar un servicio eficaz? .....	52
Tabla	16
¿Tienes oportunidades para mejorar la atención al cliente?.....	53

Tabla	17
Gestión de calidad con el uso de implementación metodológica DMAIC .....	54
Tabla	18
¿Solucionas los problemas que requiere el cliente? .....	55
Tabla	19
¿Tratas de ganarte la atención y aprobación de los clientes? .....	56
Tabla	20
¿Tiene la capacidad de proveer las necesidades de los clientes potenciales? .....	57
Tabla	21
¿Cuenta siempre con productos novedoso para sus clientes? .....	58
Tabla	22
Gestión de calidad con el uso del control metodológico DMAIC .....	59
Tabla	23
¿Realiza un plan de monitoreo a sus trabajadores? .....	60
Tabla	24
¿Al finalizar el día realiza un control sobre de ingreso de clientes potenciales y no potenciales? .....	61
Tabla	25
¿Realiza una control constantes sobre la salida e ingreso de sus productos?.....	62
Tabla	26
¿Realiza un control de los clientes que generan reclamos constantes? .....	63

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 la gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC en las MYPE	38
Gráfico 2 Gestión de calidad con el uso de la definición metodológica DMAIC	39
Gráfico 3 ¿Cuenta con una base de datos de clientes potenciales?	40
Gráfico 4 ¿Hace un reconocimiento a su personal por la buena atención que brinda a sus clientes?	41
Gráfico 5 ¿Analiza constantemente las expectativas de sus clientes?	42
Gráfico 6 ¿Puede interpretar el comportamiento de sus clientes al ingresar a la librería?	43
Gráfico 7 Gestión de calidad con el uso de la medición metodológica DMAIC	44
Gráfico 8 ¿Realiza una comparación con las ventas anteriores, con las ventas actuales?	45
Gráfico 9 ¿Capacitas a tus trabajadores para la buena atención a tus clientes?	46
Gráfico 10 ¿Haces una constante mejora en equipamiento?	47
Gráfico 11 ¿Consecutivamente te mides con la competencia para mejorar la atención?	48
Gráfico 12 Gestión de la calidad con el uso de análisis de la metodología DMAIC	49
Gráfico 13 ¿Identificas las necesidades de tus clientes?	50
Gráfico 14 ¿Usted es comprensivo con las necesidades que requiere su cliente?	51
Gráfico 15 ¿Tu personal está constantemente capacitado para poder brindar un servicio eficaz?	52
Gráfico 16 ¿Tienes oportunidades para mejorar la atención al cliente?	53
Gráfico 17 Gestión de calidad con el uso de implementación metodológica DMAIC	54
Gráfico 18 ¿Solucionas los problemas que requiere el cliente?	55
Gráfico 19 ¿Tratas de ganarte la atención y aprobación de los clientes?	56
Gráfico 20 ¿Tiene la capacidad de proveer las necesidades de los clientes potenciales?	57
Gráfico 21 ¿Cuenta siempre con productos novedosos para sus clientes?	58
Gráfico 22 Gestión de calidad con el uso del control metodológico DMAIC	59

Gráfico 23 ¿Realiza un plan de monitoreo a sus trabajadores? .....	60
Gráfico 24 ¿Al finalizar el día realiza un control sobre de ingreso de clientes potenciales y no potenciales?.....	61
Gráfico 25 ¿Realiza un control constante sobre la salida e ingreso de sus productos? .....	62
Gráfico 26 ¿Realiza un control de los clientes que generan reclamos constantes? ...	63

## **I. INTRODUCCIÓN**

La gestión de calidad según Arana (2013, pág. 15) menciona que la gestión de calidad es el conjunto de decisiones que usan en la empresa con el objetivo de promover la calidad en los productos, servicios, procesos y sobre todo en la gestión empresarial.

Las DMAIC es una metodología estructurada para la solución de problemas usada en todo tipo de negocios. Ocampo (2012) propone una metodología que integra el DMAIC con la simulación discreta (DMAIC SIM) y donde utiliza la simulación como herramienta en las fases de Analizar y Mejorar.

El contenido del problema se define en base a los antecedentes, según a las antecedentes internacionales encontramos DMAIC (Definir, medir, analizar, implementar y controlar) es utilizado por las empresas para la reducción de sus desperdicios de operación y reducción de riesgos asociados en las librerías, en los antecedentes nacionales encontramos que también utilizan la metodología DMAIC en este caso para satisfacer a sus clientes.

Planteamiento del problema, en la ciudad de Juliaca vemos diferentes actividades económicas en el comercio, dentro de ellas podemos encontrar la actividad en el comercio de librerías que están ubicadas en la ciudad de Juliaca; y dentro de ello tenemos estas siguientes empresas: Librería Mijocy, Librería Import, Distribuciones "La Crayolita", Distribuciones Canaza EIRL, Creaciones librería "La Exitosa", Distribuidora librería "Leyla", Classic distribuciones, Distribuciones librería "C-Velarde", Librería & educativos "Nandito", Distribuciones "El Cacerito", Distribuciones y librería Stanford EIRL, Distribuciones "Luciana", Distribuciones San Román EIRL. En algunos casos encontramos que no hay una adecuada gestión de

calidad ni una buena atención al cliente y por ellos es que se realizó esta investigación con el propósito de apoyar a las empresas del rubro librerías de la ciudad de Juliaca.

La gestión de calidad es el grupo de actividades proyectadas y sistemáticas, esenciales para la confianza apropiada de que un producto o servicio satisfaga las necesidades de calidad. Para una buena gestión de calidad se debería de realizar un plan de estrategia debido para aumentar sus ventas y tener una buena rentabilidad para la empresa del sector librerías.

Tipo de problema, el problema que hemos encontrado en esta investigación es la Gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC en las Mype del sector comercio rubro librerías del Jr.: Huancané Juliaca 2019, es una metodología estructurada para la solución de problemas usada en todo tipo de negocios lo primero que deberíamos de hacer es definir el problema que hay dentro de las empresas para posteriormente resolverlo, en este caso se va a aplicar a las librerías y ver la calidad que dan las empresas a sus clientes con el propósito de lograr los objetivos de la entidad institución.

Para las preguntas de la investigación, se ha detalló con un problema general planteado así ¿Cómo es la gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca 2019?

en esta investigación también se ha planteado 5 problemas específicos de las cuales nos podrán ayudar a resolver el problema principal para la investigación

- ¿Cómo es la gestión de calidad con el uso de la definición metodológica DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca 2019?
- ¿Cómo es la gestión de calidad con el uso de la medición metodológica DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca 2019?

- ¿Cómo es la gestión de la calidad con el uso de análisis de la metodología DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca 2019?
- ¿Cómo es la gestión de calidad con el uso de mejora metodológica DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca 2019?
- ¿Cómo es la gestión de calidad con el uso del control metodológico DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca 2019?

Objetivos de la investigación se desarrolló con el objetivo general. Describir la gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca 2019.

Así mismo se desarrolló respectivamente los objetivos específicos:

- Conocer la gestión de calidad con el uso de la definición metodológica DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca, 2019
- Identificar la gestión de calidad con el uso de la medición metodológica DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca, 2019
- Describir la gestión de la calidad con el uso de análisis de la metodología DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca, 2019
- Identificar la gestión de calidad con el uso de mejora metodológica DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca, 2019
- Conocer la gestión de calidad con el uso del control metodológico DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca 2019

De esta manera se encontró ver la gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca 2019, Así mismo en la investigación se justificó debido al entorno actual y la necesidad u obligación de contar o brindar una mejor calidad, para ayudar en los procedimientos

técnicos operativos en el desarrollo y progresos de la empresa, es decir, garantizar y asegurar la formación de la gestión de calidad de la empresa; La implementación y cumplimiento de la gestión de calidad y DMAIC será posible en distintas librerías, para sus negocios o áreas específicas. Ya que todas las librerías deben de permitir el buen desarrollo y lograr que contribuya a un mejor desempeño y mayores beneficios, como la mejora en la calidad de servicio que se beneficiara al micro y pequeñas empresas del sector librerías.

La motivación para el desarrollo de esta investigación responde a la participación de la autora en grupos de estudio juntamente con las redes temáticas de investigación, también gracias a los aportes críticos y motivación constante que nos permitieron el avance en la discusión de los conceptos y aplicación de la metodológica del estudio de investigación

La investigación se ha desarrolló bajo la metodología de un diseño no experimental es una investigación sistemática en la que el investigador no tiene control sobre las variables independientes por que ya ocurrieron hechos o porque simplemente son intrínsecamente manipuladas, de nivel cuantitativo se aplica fundamentalmente para comprobar el grado en el cual las variaciones en uno a más factores son concurrentes con la variación de los factores.

Las variables de la investigación que se utilizaron fueron, la variable 1 gestión de calidad, que conceptualmente significa, según el autor Arana (2013, pág. 15) menciona que la gestión de calidad es el conjunto de decisiones que usan en la empresa con el objetivo de promover la calidad en los productos, servicios, procesos y sobre todo en la gestión empresarial.

Y la variable DMAIC la cual corresponde a las siglas de define, mide, analiza, mejora (improve en inglés) y controla. Se trata de una metodología de resolución de problemas sobre procesos ya creados que fue desarrollada por el ingeniero de Motorola Bill Smith en 1984 y forma parte del sistema de gestión Six Sigma. Existe además otra metodología para la creación de nuevos procesos llamada DMADV (Define, Measure, Analyze, Design, Validate). Con la metodología se busca mejorar procesos, además se trata de un proceso que se puede repetir de forma constante para estar continuamente evolucionando y mejorándolo.

También se ha desarrollado la limitación de esta investigación surgieron algunas limitaciones como la disposición de personal y el tiempo de respuesta de cada cuestionario, también en la búsqueda de información que me llevo más tiempo.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes**

Trujillo (2017) en su tesis de investigación con el título : “Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing en las MYPE del sector comercial, rubro librería, distrito de Satipo, año 2017”, donde su objetivo general era lo siguiente, “determinar el nivel de gestión de las MYPES del sector comercial, rubro librerías del distrito de Satipo y aplicación exitosa de estrategias de marketing”. También se utilizó la metodología de diseño no experimental, de tipo descriptivo correlacional de nivel cuantitativo, donde su población estaba conformada por 9 MYPES de la misma manera por ser el tamaño similar, su muestra es igual a 9. En conclusión, se llegó al siguiente resultado, donde las MYPES del rubro Librerías son negocios dirigidos en su gran mayoría por microempresarios donde el rango de edad consta desde “29 a 39 años”, de ambos sexos como son masculino y femenino sin ningún tipo o grado de instrucción académica, esto quiere decir que en su gran mayoría. El 66,7% son negocios de emprendedores jóvenes en el negocio.

Madueño (2016) en su trabajo de investigación titulado: “Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librerías en el centro del distrito de nuevo Chimbote, 2016” tuvo como objetivo general, “determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería en el Centro del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016”. También se empleó el diseño no experimental, transversal y descriptivo, donde su población estuvo

conformada por 10 micro y pequeñas empresas de igual manera por tratarse de una magnitud similar, la muestra corresponde a 10. Llegó a la conclusión de que la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación contribuye en gran manera al mejoramiento, la eficiencia y el logro de las micro y pequeñas empresas teniendo una buena interrelación y aceptación por parte de los clientes.

Martínez (2018) desarrolló una investigación de título: “Caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las MYPE rubro librería del centro de Piura, año 2018” estableció como objetivo general, “determinar qué características tiene la capacitación y gestión de calidad de las MYPE rubro librería del Centro de Piura, año 2018”. En donde utilizó la metodología con un diseño no experimental de tipo cuantitativo y en un nivel descriptivo, donde su población estuvo conformada por 9 MYPE del mismo modo su muestra es igual a 9. Concluyó aduciendo que, respecto a los objetivos de la capacitación, que se desarrolla en el personal de los colaboradores no se preocupan por desarrollar las habilidades y el desempeño de posiciones futuras y en cuanto a las técnicas de capacitación, se precisa que concerniente al lugar no se desvelan por ejecutar la formación fuera de la empresa.

Romero (2018) realizó una investigación de título: “Capacitación y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, urb. 21 de abril, Distrito Chimbote ,2015.” Tuvo como objetivo general la determinación de las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, urb.21 de abril, Distrito Chimbote ,2015. Con un diseño de investigación no experimental, transversal, descriptivo y cuantitativo, con una población de 10 micro y pequeñas empresas, en cuanto a la

muestra estuvo conformada por 7. Obteniendo los siguientes resultados: respecto a los representantes el 50% tienen entre 18 a 30 años, el 50% son de sexo masculino, el 50% tienen un grado superior no universitario, el 50% son los dueños, el 60% tiene más de 7 años desarrollándose en el cargo. Respecto a las Mypes: el 60% tiene más de 7 años de permanencia en el rubro, todas las organizaciones tienen de 1 a 5 empleados y crearon su empresa para generar ganancias. Respecto a la capacitación: el 70% de las personas se han logrado capacitar en los últimos años, el 90% se ha capacitado de 1 a 2 veces, la mitad considera que la capacitación consta de una inversión y la otra mitad ha si ha capacitado a su personal, en cuanto al 40% capacitó a su personal en atención al cliente, el 80% eleva la eficiencia del personal, el 80% considera que la capacitación al personal mejora ganancias de su empresa. Respecto a la gestión de calidad: el 60% conoce el termino gestión de calidad, el 100% conoce técnicas modernas de gestión de calidad, el 70% utiliza técnicas para cuantificar el rendimiento de su personal, el 50% tiene dificultades en la implementación de la gestión de calidad, el 60% cree que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de su negocio.

Pérez (2018) en su tesis de título: “Gestión de calidad bajo el enfoque del neuromarketing en las MYPES del sector comercial, rubro librería bazar, distrito de Mazamari, provincia de Satipo, año 2018” cuyo objetivo fue “investigar el nivel de gestión de las MYPES del sector comercial, rubro librería bazar del distrito de Mazamari, provincia de Satipo y la práctica de estrategias de neuromarketing”. Como metodología, se empleó el diseño no experimental, transversal, descriptivo de tipo cuantitativo con un nivel descriptivo y en la población se contó con 16 MYPES, así como en la muestra se tiene un número de 12. La investigación concluye que el 40,0%

de los microempresarios no tienen algún interés en aplicar estrategias de neuromarketing, sustentados en el desconocimiento, como principal impedimento para su implementación.

## **2.2. Marco Teórico**

### **2.2.1. Gestión de calidad**

La gestión es el proceso en base de la cual se gestionan una variedad de recursos principales con el propósito de lograr los objetivos de la entidad institución.

La gestión es un conjunto de consentimientos, que involucra a toda la entidad y a todos sus integrantes que se encuentran dentro de la entidad. La gestión involucra una forma de poder comprender y trabajar nuestros proyectos desde un punto de vista estructurado.

Según Arana (2013, pág. 15) menciona que “la gestión de calidad es el conjunto de decisiones que usan en la empresa con el objetivo de promover la calidad en los productos, servicios, procesos y sobre todo en la gestión empresarial”.

También se puede entender que la gestión de calidad es una actividad funcional específica de la empresa, sobre todo en diversas oportunidades esta actividad suele incorporarse en la estructura organizacional de las empresas.

Según Ghobadian (2014) menciona que “la gestión de calidad total es una forma de poder mejorar continuamente el resultado en cada área de una empresa, siempre en cuando usando todos los recursos humanos posibles”.

Según el autor Gonzáles (2015) describe que “la calidad ya sea de un bien o servicio no se determina; sino se elabora y se produce. La elaboración

y aplicación o ejecución de un sistema de gestión apoyado en las normas ISO 9000 puede ser de ayuda para garantizar que un bien o servicio sea generado con procesos controlados”

Según Migliaccio (2014) describe que la gestión de calidad “son todos los niveles, pero esta debería de ser guiada por la alta dirección, asimismo se podría decir que es una herramienta principal para la competencia de las empresas y esta les informa grandes beneficios o ganancias”.

Según el autor Burckhardt (2013) menciona que la gestión de calidad “es el conjunto o grupo de medidas, proyectadas constantemente, que son importantes para brindar la confianza apropiada de que un producto o servicio y esta satisfaga las necesidades y sobre la calidad”.

Los principales “compradores” se dieron cuenta que para asegurar que sus proveedores les entreguen los productos aplicando sus necesidades, será fundamental que organicen e informen todas aquellas consideraciones o aspectos de su entidad que pudieran incidir en la calidad del producto que les proporcionaban. Todo ello debería de estar coherente e informado, y es por ello que comenzaron a exigir a sus proveedores a garantizar y proteger la calidad.

Un sistema de gestión de calidad, ya sea (certificado o no), debe estar demostrado por un manual de calidad y estad deben de contener procedimientos e instrucciones técnicas y sobre todo una adecuada información, y esta debe de ser revisada a través de auditorías. También debe tener en cuenta que todos aquellos componentes que tengan influencias en la calidad final de algún servicio o producto que brinda la empresa.

En el rubro librerías, los clientes que acuden a estos establecimientos buscan una atención primordial y eficaz. puesto que la calidad actúa en este sentido, ya que es muy importante para el sector una buena atención, ya que los clientes buscan establecimientos donde son bien atendidos, productos seguros, productos de calidad e información apropiada y confiable, puesto que, si estos detalles son satisfechos, aseguraremos su fidelidad e incluso el usuario puede traer nuevos clientes.

#### **2.2.1.1. Importancia de la gestión de calidad**

Según el autor Valle (2017) dice la gestión de calidad “es importante porque se adaptará a las modificaciones que continuamente se presentan en una tarea o actividad difícil para aquellas empresas que no se encuentran debidamente preparadas sobre un riesgo que podría ocurrir dentro de un futuro”.

La gestión de calidad es importante para crear productos de alta calidad que no sólo satisfacen sino superan incluso la satisfacción de nuestros clientes. Los clientes deben estar completamente satisfechos con su marca. Los vendedores de negocios son exitosos, sólo si destacan en calidad en lugar de cantidad.

Toda empresa está obligada a identificar estrategias o criterios que le proporcionen el ingreso al mundo competitivo que hoy en día hay, y si estas estrategias o criterios no van unidos de la herramienta de gestión que aseguren su cumplimiento, porque los esfuerzos serán en vano.

#### **2.2.1.2. Principios de la gestión de calidad**

Según Burckhardt (2013, pág. 13) menciona estos principios de la gestión de calidad y son las siguientes:

- a) **Enfoque al cliente:** el control de calidad está enfocado en aplicar las necesidades del cliente y en trabajar en superar sus expectativas.
- b) **Liderazgo:** Son quienes dirigen o encabezan un grupo, establecen los propósitos, dirigen y generan condiciones imprescindibles con el objetivo para que las demás personas se involucren en la consecución de los objetivos en cuanto a la calidad se refiere.
- c) **Compromiso de las personas:** es un tema muy resaltante para una entidad, los colaboradores que componen ya sea personal calificado y se comprometan con la compañía.
- d) **Enfoque basado en procesos:** Hecho que implica comprender, gestionar las actividades como términos relacionados que sean parte de un sistema coherente, logrando que se obtengan resultados afines y previsibles de un carácter más eficaz y eficiente.
- e) **Mejora continua:** con finalidad de que una compañía pueda lograr el buen funcionamiento se tiene que situar y poner un énfasis y ajustar el desempeño laboral para el mejoramiento consecutivo.
- f) **Toma de decisiones en la evidencia:** Los juicios que se toman, fundamentadas en el análisis y evaluación de datos e contenido informativo tienen una mayor probabilidad de obtener resultados esperados y deseados.

g) **Gestión de las relaciones:** el cometido de las relaciones con los aspectos vinculados oportunos, como por ejemplo con los proveedores, facilita la consecución del éxito sostenido de la organización.

#### **2.2.1.3. Ventajas de la gestión de calidad**

- Se concentra el esfuerzo en ámbitos organizativos y de procedimientos competitivos.
- Consigue mejoras en un corto plazo y resultados visibles.
- Contribuye a la adaptación de los procesos a los avances tecnológicos.
- Si existe reducción de producto defectuoso, trae como consecuencia una reducción en los costos, como resultado de un consumo menor de materia prima o sea los productos son de menor calidad.
- Permite eliminar procesos repetitivos de poco rendimiento evitando así los gastos innecesarios.

#### **2.2.1.4. Desventajas de la gestión de calidad**

- Requiere de un cambio en la organización, y de esa manera obtener el éxito.
- Puede llegar a ser un proceso muy largo y se hacen inversiones importantes.
- Cuando el mejoramiento se concentra en el área específica de la organización se pierde la perspectiva de la interdependencia que existe entre todos los miembros de la empresa.

- En vista de que los gerentes en las pequeñas y medianas empresas son muy conservadores, el mejoramiento continuo se hace un proceso muy largo.

#### **2.2.1.5. Características de la gestión de calidad**

Según Saavedra (2017) menciona estas características sobre la gestión de calidad:

- a) La gestión de calidad total debe basarse en la participación de todos los miembros de una organización y apuntar al éxito a largo plazo con beneficios para todas las partes interesadas de la organización.
- b) La organización debe tener una filosofía y cultura apropiada para realizar con éxito la gestión total.
- c) La gestión de calidad influye en todas las actividades técnicas y no técnicas que tiene lugar en la organización.

#### **2.2.1.6. Dimensiones de la variable gestión de calidad**

##### **2.2.1.6.1. Bienes tangibles**

Según el autor Pérez (2016) dice “son todos aquellos bienes físicamente apreciables, es decir que se pueden tocar y ocupan un espacio. Por lo tanto, la inversión en bienes tangibles es aquella que consiste en comprar bienes físicos y dentro de ellas podemos encontrar, libros, documentos, revistas, obras de arte entre otros”. Con el fin de mantenerlos esperando que incrementen su precio “revalorización” para venderlos con posterioridad y obtener beneficios.

Según la Universidad Arturo Prat del Estado de Chile (2015, pág. 83) describe que los bienes tangibles “son las cosas que tienen

existencia real y pueden ser percibidas por los sentidos, por ejemplo, un computador, una camioneta, un piano, etc.” Se clasifican en muebles e inmuebles:

**a) Bienes Muebles:** Son los que pueden trasladarse de un lugar a otro sin que pierdan su individualidad, por ejemplo, equipos computacionales, maquinarias, mobiliario, vehículos, herramientas, etc. Se clasifican en muebles por naturaleza y muebles por anticipación.

**b) Bienes Inmuebles:** Son los que no pueden transportarse de un lugar a otro, como las tierras y las minas, y las cosas que se adhieren permanentemente a ellos, por ejemplo, edificios, árboles, líneas telefónicas, represas, puentes, alcantarillado, entre otros. Se clasifican en inmuebles por naturaleza, inmuebles por adherencia e inmuebles por destinación.

- **Equipamiento:** Según Agu (2018) nos dice que el equipamiento de la oficina tiene un papel destacado para el desempeño de la actividad.
- **Instalaciones:** Martínez (2013) nos dice que el diseño y la distribución de las instalaciones, son decisiones previamente analizadas y posteriormente seleccionadas, que permiten a la organización llegar a sus objetivos.
- **Apariencia de los colaboradores:** (Boris, 2015) nos dice que es parte importante en cuanto al aspecto que desean para sus colaboradores, ya que puede llegar a reflejar el estado de ánimo

de una persona, su amor propio y por supuesto, la buena imagen de la compañía.

Los establecimientos del rubro librería presentan una diversidad de bienes tangibles, estas varían en tamaño y cantidad asimismo forman parte de la empresa como, los equipos de trabajo, computadoras, mostradores, sillones, cámaras de seguridad, y otros objetos que se pueden apreciar en cada establecimiento del rubro librería. Estas ayudan a que la empresa sea más eficaz, puesto que, si hay equipamiento oportuno, las labores y actividades funcionan de manera continua y eficiente en beneficio de la empresa.

#### **2.2.1.6.2. Confiabilidad**

Según el autor Rodríguez (2014) expresa que la confiabilidad “es la habilidad que posee la empresa para suministrar el servicio prometido de forma fiable, segura y cuidadosa. Dar fiabilidad al cliente es también cumplir lo que se promete en folletos, hojas de horarios, etc”.

La confiabilidad es la probabilidad de que un elemento o sistema no falle bajo determinadas condiciones de operación específicas dentro de vida útil.

- **Compromiso del personal a cargo:** Según (Núñez, 2014) nos dice que el compromiso de los empleados es un indispensable para el éxito de cualquier organización y la consecución de sus objetivos.
- **Interés en la solución:** Según Arturo (2015) nos dice que ante una queja o reclamo por parte del cliente lo primero que debes hacer es

afrontar el problema y atender la queja o reclamo lo más pronto posible

Las librerías tienen que considerar la confiabilidad puesto que esta garantizara la seguridad del cliente hacia el producto o marca que ellos eligen para su respectiva satisfacción de uso, asimismo la confiabilidad se gana, a través compromiso y el buen manejo del contacto a través de los productos o servicios que se pueden brindar en los diferentes establecimientos del rubro librerías.

### **2.2.1.6.3. Capacidad de respuesta**

Según el autor Keith (2016) menciona que la capacidad de respuesta “es el conjunto de acciones, procesos y ejecuciones; el que cliente espera además del producto básico, como consecuencia del precio y la imagen; va más allá de la atención y se relaciona con prestaciones y actividades durante y después de una relación comercial”.

Además, la capacidad de puesta es el servicio que proporciona una empresa para relacionarse con sus clientes a través de: teléfonos sitio web, redes sociales, entre otros.

- **Tiempo de respuesta de reclamos:** Según INDECOPI “Es un registro donde el consumidor puede dejar constancia de su queja o reclamo sobre el bien adquirido o servicio contratado. Los proveedores están obligados a contar con su LIBRO DE RECLAMACIONES, ya sea en físico (libro con hojas) o virtual (a través de una computadora)”.

- **Horario conveniente:** Según Gómez (2017) nos dice que se trata de una medida pensada para favorecer la conciliación de la vida laboral con la personal y familiar.
- **Colaboradores que respondan:** Según Pasquel (2017) nos dice que “la capacitación promueve el crecimiento de las personas dentro de la organización”.

La capacidad de respuesta es fundamental en las Mypes del sector comercio rubro librerías, puesto que esta es una disposición que realiza la empresa de ayudar a los usuarios brindando un servicio más rápido y oportuno ante cualquier situación ya que estas tienen que ser solucionadas. Asimismo, esta mantiene contentos a nuestros clientes, es la clave para asegurar que los usuarios actuales no se transformen en clientes pasados.

#### **2.2.1.6.4. Seguridad**

Es una fuente indispensable de la vida cotidiana, que permite al individuo y a la comunidad realizar sus aspiraciones

Según el autor Rodríguez (2014) expresa que la seguridad “es la confianza, también es el sentimiento que tiene los clientes que se sientan seguros con sus proveedores, cuando saben que están en buenas manos. Son, sobre todo, la imagen y el nombre de la empresa lo que crea estas sensaciones en los clientes o que entes instruidos de manera que el cliente se sienta en confianza”.

- **Cientes seguros con sus proveedores:** Según Urbano (2017) nos dice que debemos “Mantener un canal de comunicación con el

cliente después de la compra, es el poder hacerle conocer las promociones y ofertas vigentes”.

- **Colaborador que brinda confianza:** Según López (2018) nos dice que se basa en que el posible cliente vea que le estas ofreciendo conocimiento, herramientas e información de valor que puedes ir implementando sin que te pida nada a cambio.
- **Colaborador bien instruido:** Según Frigo (2018) nos dice que la capacitación permite evitar la obsolescencia de los conocimientos del personal, que ocurre generalmente entre los empleados más antiguos si no han sido reentrenados o instruidos.

Cuando se trata de seguridad, las librerías ante esto tienen que ser considerada y fundamental para su establecimiento, puesto que lo primero que el cliente necesita es la seguridad que nosotros le tenemos que brindar, pues los clientes asisten con mayor frecuencia a establecimientos en donde se van a poder sentir seguros con los productos que adquieren.

#### **2.2.1.6.5. Empatía**

Según Carpena (2014, pág. 24) describe que la empatía “es una capacidad natural que se desarrolla en interrelación con los demás y en el seno de una cultura que define el tipo de humano que se espera que seamos, cómo debe ser la participación con el sufrimiento del “otro”.

Es la capacidad de ponerse en la piel del otro, entender sus alegrías, sus penas y temores sin emitir un juicio.

La empatía es la actitud de ponerse en el lugar de la otra persona, comprenderla desde su propia perspectiva y comprenderle sus sentimientos

y emociones. Además, la empatía implica conocer claramente al interlocutor que uno ha comprendido su punto de vista, pero sin hacerse cargo de las emociones de la otra persona.

- **Preocupación por los intereses de los clientes:** Según Gálvez (2014) nos dice que el cliente tenga claro el uso que dará al producto o servicio y pueda analizar si este le representa una satisfacción a una necesidad o un deseo.
- **Colaboradores amables:** Según el autor (Doce, 2018) nos dice que la “amabilidad es un cierto tipo de fuerza. Nos permite generar conexiones positivas con otras personas”.
- **Comprensión por la necesidad del cliente:** Según Villacís (2017) nos dice que, para mantener felices a tus clientes, encuentra qué es lo que provoca ese sentimiento y dáselos.

En el comercio del rubro librerías la empatía tiene que ser una práctica continúa, puesto que esta es una capacidad que el colaborador tiene que tener, ya que esta logra entender y vivenciar el estado de ánimo que tiene otra persona, asimismo comprende las necesidades del cliente, puesto que sabremos qué es lo que quiere el cliente que acude a este sector.

### 2.2.2. DMAIC

Es una metodología estructurada para la solución de problemas usada en todo tipo de negocios.

Ocampo (2012) propone una metodología que integra el DMAIC con la simulación discreta (DMAIC SIM) y donde utiliza la simulación como herramienta en las fases de Analizar y Mejorar.

DMAIC corresponde a las siglas de define, mide, analiza, mejora (improve en inglés) y controla. Se trata de una metodología de resolución de problemas sobre procesos ya creados que fue desarrollada por el ingeniero de Motorola Bill Smith en 1984 y forma parte del sistema de gestión Six Sigma. Existe además otra metodología para la creación de nuevos procesos llamada DMADV (Define, Measure, Analyze, Design, Validate). Con la metodología DMAIC se busca mejorar procesos, además se trata de un proceso que se puede repetir de forma constante para estar continuamente evolucionando y mejorándolo.

#### **2.2.2.1. Importancia de las DMAIC**

Según Pino (2016) señaló que el enfoque eficaz para la mejora de un proceso es el DMAIC (Define, Measure, Analyze, Improve and Control), el cual es un método que empieza a definir el proceso, mide los resultados claves, analiza la causa raíz que origina el desempeño actual y seguidamente se determinan posibles mejoras y se implementan las que se consideren más convenientes.

“En consecuencia, la habilidad que adquiere el personal de la organización que participa en la ejecución de estos proyectos, permitirá que con el tiempo sea la fuente para la mejora de sus procesos”, puntualizó.

El proceso sirve como mejora directamente en cada área de actividad de la compañía:

##### **a) Productividad**

Mejoras de la efectividad y capacidades del proceso de fabricación

##### **b) Finanzas**

Reducción de costes de cualquier índole, desde energía o margen bruto

**c) Calidad**

Mitigación de scrap, reclamaciones cliente o costes de no calidad  
NQE

**d) Tiempo**

Reducción del ciclo, optimización de la reacción de reparación. Se debe partir de una fuente de datos para poder comenzar con un proyecto de mejora, para ello el uso de datos puede darnos una idea del objetivo marcado. La utilización de esta aproximación a la resolución de problemas utiliza de forma eficiente la estadística y la no estadística mediante análisis sistemáticos.

**2.2.2.2. Clasificación de DMAIC**

**2.2.2.2.1. Define (definir)**

En primer lugar, debemos definir cuál es el problema que queremos resolver, tenemos que ponernos en situación, saber dónde estamos. Esto es importante, ya que será difícil continuar si fallamos en el primer paso.

La definición del mismo es fundamental para establecer unos correctos KPIs. Que nos permitan tener un mejor conocimiento de la situación.

- **Requerimientos del cliente:** Según el autor Quijano (2013) nos dice que “las empresas deben de personalizar su servicio de acuerdo al cliente que manejan”.

- **Entender los procesos importantes:** Según el autor Izquierdo (2018) nos dice que son “Actividades que realizamos desde que recibimos el primer contacto de un usuario hasta que resolvemos su consulta y nos despedimos de él”.

En la librería la satisfacción de los clientes es fundamental puesto que depende mucho de ello para lograr las ganancias que se requieren y también con ello lograr entender al cliente desde que ingresa para realizar una consulta o poder realizar una compra de un producto. Esto es de gran ayuda, dado que, beneficia de gran manera a conseguir la fiabilidad de sus clientes y también lograr la satisfacción de los consumidores.

#### **2.2.2.2.2. Mide (Measure)**

Sabemos dónde estamos y ahora queremos saber a dónde vamos. El camino tiene que ser medible, por ello definir unas métricas a seguir, que nos ayuden a conocer la situación en la que se encuentra el problema que queremos resolver. Debemos medir estos indicadores y establecer una ruta de seguimiento que nos permita más adelante poder analizar la situación. Y así saber si hemos llegado al destino.

- **Desempeño:** Según Laza (2012) nos dice que la “productividad de una organización depende en gran medida del buen desempeño de los trabajadores”. A mayor bienestar mayor rendimiento y mayor productividad. Es por todo esto que tiene gran importancia implementar políticas claras y efectivas de motivación laboral

- **Recolección de datos:** Según el autor Gondar (2004) nos dice que son “informaciones sobre el cliente, o sobre un individuo que todavía no se ha convertido en cliente, se dispondría de datos suficientes para empezar a hacer predicciones”.
- **Magnitud de mejora:** Según el autor Barrios (2012) nos dice que “las empresas deben encontrar mecanismos que den a sus colaboradores los conocimientos, habilidades y actitudes que se requiere para lograr un desempeño óptimo”.

La medición del desempeño, información y mejora de los trabajadores, ayuda para que los consumidores en la librería se tienen que desarrollar y profundizar más en los trabajadores de esa manera que el cliente este satisfecho con el trato recibido y mejorar más el desarrollo de socializarse con cada cliente.

#### 2.2.2.2.3. Analiza (Analyze)

Con los datos que hemos recogido haremos un análisis de estos, para determinar y analizar las razones por las que se está fallando y qué acciones deben implantarse para poder corregir el problema y mejorar los indicadores que nos hemos marcado.

- **Análisis de información:** Según el autor (Martin, 2016) nos dice que tenemos que “conocer cuáles son las preferencias de compra de tus potenciales clientes es imprescindible para el éxito del negocio”.
- **Defectos:** Según el Cortés (2017) nos dice que para conocer a nuestro cliente hay que tratar de meterse en su cabeza y saber qué necesita.

- **Oportunidades de mejora:** Según Rodríguez (2013) nos dice que tenemos que “Brindarles oportunidades de desarrollo y autorrealización. Consiste en brindarles oportunidades o posibilidades de autorrealización, logro, crecimiento, desarrollo profesional y personal”.

Al momento de analizar cada proceso que se realiza en la librería se estudia la información y los defectos que este ocasiona para poder mejorar las oportunidades de ventas de cada producto y relacionarse con los clientes de esa manera se pueda lograr el crecimiento de la librería y con ello el desarrollo de los profesionales y de la misma persona en cada aspecto.

#### **2.2.2.2.4. Mejora (Improve)**

Tras esto llega el momento de poner en marcha las acciones necesarias para mejorar la situación actual.

El propósito de esta fase es el de implementar a gran escala las soluciones seleccionadas en las fases anteriores. Es en esta fase donde generamos las soluciones potenciales, seleccionamos y priorizamos soluciones, aplicamos las mejores prácticas de Lean/Six Sigma, realizamos en análisis de riesgos, administramos y ejecutamos la solución, hacer alto y revisar el desarrollo de la fase de mejora.

- **Diseño de soluciones:** Según el autor Druker (Druker, 2017) nos dice “asegúrese de haber entendido muy bien el problema y reconstruya la situación con sus propias palabras para demostrarle al cliente que efectivamente le ha comprendido”.

- **Plan de implementación:** Según el autor (González) nos dice que un plan de servicio al cliente examina profundamente las percepciones y expectativas de una empresa, y guía a la empresa a través del proceso de llevar tus actividades de servicio al cliente online con los clientes y sus necesidades.

La mejora de cada aspecto y en cada personal de la librería puesto que esta llega a resolver problemas que se presenten en el momento y puede implementar alguna acción de las actividades y la atención con los clientes.

#### **2.2.2.2.5. Controla (Control)**

Tras llevar a cabo estas acciones, debemos llevar un control sobre las mismas para asegurarnos de que se implementan correctamente y que los objetivos que nos habíamos marcado efectivamente se cumplen. En esta fase podemos comenzar el seguimiento de los métricos y gráficas de control, documentar procedimientos estándares de operación, crear planes de control del proceso, documentar la historia de las actividades implementadas y los obstáculos, la transición al dueño del proceso, hacer alto y revisar el desarrollo de la fase de control.

- **Proceso:** Según la SUNAT (2019) es el procedimiento mediante el cual la SUNAT realiza una auditoría exhaustiva a los libros, registros y documentación del contribuyente con la finalidad de determinar de manera definitiva el monto de la obligación tributaria correspondiente a un determinado tributo y periodo tributario.

- **Plan de monitoreo:** Según el autor García (2013) dice que el monitoreo, el seguimiento y la evaluación son acciones que se realizan sobre un mismo que hacer institucional.

En la librería se tiene que adecuar un buen control del producto y también de los trabajadores, puesto que esto beneficia de gran manera para lograr un control adecuado en los diferentes aspectos del personal que trabaja y realiza diferentes actividades.

### **2.2.3. Marco conceptual**

#### **2.2.3.1. Gestión**

Según Vilcarromero (2017, pág. 13) manifiesta que es una operación a efectuar al momento de gestionar, administrar una determinada labor con la finalidad de definir el propósito y el método para que pueda ser desarrollada, para elaborar la estrategia del desarrollo.

#### **2.2.3.2. Calidad**

Según Barrios (2018, pág. 182) expone que la calidad consiste en transformar las necesidades, las expectativas de los usuarios en la única vía para diseñar y desarrollar productos por los cuales el cliente estará dispuesto a pagar, logrando así su plena satisfacción; en otras palabras la calidad solo puede medirse a partir del punto de vista del cliente.

#### **2.2.3.3. Gestión de Calidad**

Según Hernández (2018, pág. 180) expresa que gestión de calidad es una estrategia para impulsar la competitividad empresarial, cuyo fin es lograr la satisfacción del cliente.

Asimismo es el mecanismo fundamental para el impulso de las entidades.

#### **2.2.3.4. Proceso**

Según Pérez (2013, pág. 41) sostiene que proceso es una secuencia ordenada de las labores secuenciales o simultáneas que elabora un ejecutor, sobre una materia, el cual tiene valor para su usuario o cliente.

#### **2.2.3.5. DMAIC – Las 5 fases del proceso de implementación de six-sigma**

Según Ocampo (2014, pág. 2) afirma que DMAIC se refiere a una estrategia de calidad basada en datos con el objetivo de optimizar las técnicas y es parte integral de la iniciativa de calidad de la compañía. Six Sigma DMAIC es un método estructurado de resolución de problemas.

#### **2.2.3.6. Bien Tangible**

Según Prado (2013, pág. 15) dice que cuando se habla de un Bien Tangible, se habla de objetos, propiedades, cosas, todas ellas materiales, los acervos tangibles, es decir, que se puedan palpar y ocupan un espacio, tales poseídas por una persona.

#### **2.2.3.7. Confiabilidad**

Según Enriquez (2017) Se define como la aptitud de un producto, en realizar su función de una manera prevista. Así mismo se precisa que la probabilidad de la resultante ejecutará su función, prevista sin ocurrencias por un transcurso de tiempo determinado y bajo condiciones indicadas.

#### **2.2.3.8. Capacidad de respuesta**

Según Arnoletto (2018) es una respuesta de calidad aceptable, dentro de un margen de tiempo aceptable y a un costo aceptable.

#### **2.2.3.9. Seguridad**

Es una arista del derecho a la seguridad en el consumo y supone que todos los productos que se comercializan en el mercado deben ser seguros, debido a que no presenten riesgos o presente únicamente riesgos mínimos compatibles con el empleo del insumo y por lo tanto, estén libre de riesgos inadmisibles.

#### **2.2.3.10. Empatía**

Según Solano (2018) es la capacidad de situarse en el lugar del cliente y comprender su punto de vista, aunque no se esté de acuerdo con él.

#### **2.2.3.11. Definir**

Es identificar probables actividades de mejoría en una corporación, trabajando de la mano con la dirección de la entidad se clasifican todos los que se califican más competentes.

#### **2.2.3.12. Medir**

Se trata de establecer características que determinen el comportamiento del proceso. Identificando cuales son las características que el cliente percibe como clave y que parámetros son los que afectan este desempeño.

#### **2.2.3.13. Analizar**

Se trata de estudiar los fundamentos conseguidos del estado actual del proceso y determinar las causas de este estado y las oportunidades de mejora. Así mismo determinar las causas principales que afectan el funcionamiento del sistema con vistas a su posible erradicación, de todos los datos recopilados.

#### **2.2.3.14. Implantar**

El desarrollo o puesta en actividad de una idea proyectada, ya sea, de un estudio informático, en plan, modelo de desarrollo, diseño específico, práctica, algoritmo o política.

#### **2.2.3.15. Controlar**

Es el procedimiento de fiscalizar las labores de una compañía con el propósito de comprobar si se adecua a lo proyectado, rectificar las falencias y desviaciones.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Diseño de la investigación**

Según el autor Avila (2013, pág. 89) refiere que “la investigación no experimental es un estudio metodológico en el cual el investigador no tiene control en las variables independientes por que ya ocurrieron hechos o porque simplemente son intrínsecamente manipuladas, los cambios de la variable independiente se suscitaron y el indagador se limita en la observación de las de los estados ya existentes dada la incapacidad de influir sobre las variables y sus efectos”.

La actual investigación concierne a la investigación no experimental.

##### **3.1.1. El tipo de investigación**

La investigación que se realiza, tiene un enfoque descriptivo, a razón por lo que se valora en un conjunto de variables que muestran todas las expectativas de los participantes, en base a los estudios, ya que según Hernández Et. Al. (2014) señala, que los estudios descriptivos buscan especificar propiedades de carácter importante en cualquier fenómeno que se analiza, es decir describe las tendencias de un determinado grupo o población

##### **3.1.2. Nivel de la investigación**

La investigación es de nivel cuantitativo ya que, según el autor Hernández, (2002) en la investigación Cuantitativa Los estudios que utilizan este enfoque confían en la medición numérica, el conteo, y en uso de estadística para establecer indicadores exactos.

#### **3.2. Población y muestra**

##### **3.2.1. Población**

Es el grupo general de personajes, objetos o medidas que disponen de ciertas cualidades que permiten identificar algún aspecto y en un momento determinado. Cuando se vaya a efectuar a cierta investigación deben de tomarse en cuenta determinadas características fundamentales al seleccionarse la población bajo estudio. Tamayo (2013)

La población de esta investigación está conformada por los MYPE del rubro de librerías de la ciudad de Juliaca 2019.

<b>N°</b>	<b>MYPES del rubro de librerías</b>	<b>RUC</b>	<b>Personal</b>
<b>1</b>	Librería MIJOCY	10024114690	11
<b>2</b>	Librería IMPORT	10312447850	15
<b>3</b>	Distribuciones "LA CRAYOLITA"	10414231743	4
<b>4</b>	Distribuciones CANAZA EIRL	20448464114	5
<b>5</b>	Creaciones librería "LA EXITOSA"	10023664874	4
<b>6</b>	Distribuidora librería "LEYLA"	10024161647	5
<b>7</b>	Classic distribuciones	10450005679	10
<b>8</b>	Distribuciones librería "C-VELARDE"	10439358268	5
<b>9</b>	Librería & educativos "NANDITO"	10701231207	4
<b>10</b>	Distribuciones "EL CACERITO"	10024370874	6
<b>11</b>	Distribuciones y librería STANFORD EIRL	20448844022	12
<b>12</b>	Distribuciones "LUCIANA"	10758968761	6
<b>13</b>	Distribuciones SAN ROMAN EIRL	20447694256	5
<b>Total</b>			<b>92</b>

### **3.2.2. Muestra**

La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población. Suele ser definida como un subgrupo de la población, debe ser representativa y adecuada. Hernández (2014)

La muestra para esta investigación está conformada por los MYPE del sector de librerías de la ciudad de Juliaca 2019.

$$n = \frac{N.Z^2.p.q}{e^2.(N-1) + Z^2.p.q}$$

- n : Es el tamaño de la muestra  
N : Es el tamaño de la población.  
Z : Es el nivel de confianza (1.96), es decir, 95% de confianza)  
e : Es la precisión o el error (5% de error)  
p : Probabilidad de éxito (0.8)  
q : Probabilidad de fracaso (0.2)

Cálculo de la muestra:

- N = 92  
Z = 1,96 (95% de confianza)  
e = 0,05 (5% de error)  
p = 0.8  
q = 0.2

Reemplazamos los valores:

$$n = \frac{92(1.96)^2 \times (0.8 \times (0.2))}{(0.05)^2 \times (92 - 1) + (1.96)^2 \times (0.8) \times (0.2)}$$

$$n = \frac{56.548352}{0.842156}$$

$$n = 67.14712239$$

$$n = 67$$

La forma del cálculo de la muestra es de 67.

### **3.3. Definición y operacionalización de variables**

#### **3.3.1. Variable independiente: Gestión de calidad**

Según el autor Gonzáles (2015) describe que “la calidad de un bien o servicio no se concreta; sino que se crea y se produce. La creación y aplicación de un sistema de gestión basado en las normas ISO 9000 puede servir de guía para asegura que un bien o servicio ha sido producido con procesos controlados”.

#### **3.3.2. Metodología DMAIC**

Según Pino (2016) señaló que el enfoque eficaz para la mejora de un proceso es el DMAIC (Define, Measure, Analyze, Improve and Control), el cual es un método que empieza a definir el proceso, mide los resultados claves, analiza la causa raíz que origina el desempeño actual y seguidamente se determinan posibles mejoras y se implementan las que se consideren más convenientes.

### 3.3.3. Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Escala de valoración	Índice
<b>Variable independiente Gestión de Calidad</b>	Bienes tangibles	- Equipamiento		
		- Instalaciones		
	Confiabilidad	- Apariencia de los colaboradores		
		- Compromiso del personal a cargo		
	Capacidad de respuesta	- Interés en la solución		
		- Tiempo de respuesta de reclamos	Nunca	1
		- Horario conveniente	Raras veces	2
	Seguridad	- Colaboradores que respondan	Siempre	3
		- Clientes seguros con sus proveedores		
		- Colaborador que brinda confianza		
Empatía	- Colaborador bien instruido			
	- Preocupación por los intereses de los clientes			
	- Colaboradores amables			
<b>Variable complementaria Metodología DMAIC</b>	Definir	- Compresión por la necesidad de los clientes		
		- Requerimientos del cliente		
	Medir	- Entender los procesos importantes		
		- Desempeño		
		- Recolección de datos		
	Analizar	- Magnitud de mejora		
		- Análisis de información		
	Mejorar	- Defectos		
		- Oportunidades de mejora		
	Controlar	- Diseño de soluciones		
- Plan de implementación				
		- Procesos		
		- Plan de monitoreo		

Fuente: Elaboración propia

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.4.1. Técnicas**

Según el autor Gómez **Fuente especificada no válida.**, dice que las técnicas “son los procedimientos e instrumentos que utiliza el investigador con la finalidad de recopilar datos”.

- **Entrevista**

La entrevista es el procedimiento más utilizado por diversos profesionales en muy distintos campos aplicados como el policial, periodístico, médico, psicológico, laboral, y educativo, entre otros. En todos los casos, el propósito u objetivo más frecuente de la entrevista es conseguir información y procurar que ésta responda, con la mayor precisión posible, a lo que necesitamos averiguar. (Marquez Sanchez, 2006)

#### **3.4.2. Instrumentos**

Un instrumento de investigación es la herramienta utilizada por el investigador para recolectar la información de la muestra seleccionada y poder resolver el problema de la investigación, que luego facilita resolver el problema de mercadeo. Los instrumentos están compuestos por escalas de medición.

- **Cuestionario**

Las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la

información que se vaya obteniendo. (Trespalcios Gutiérrez, Vázquez Casielles, & Bello Acebrón, 2005).

### **3.5. Plan de análisis**

Los datos fueron obtenidos a través de la aplicación de las técnicas e instrumentos, recurriendo a los informantes o fuentes los cuales fueron incorporados o ingresados a los programas especiales de cómputo como MS Word, MS Excel y el programa estadístico SPSS, para el procesamiento de datos, la presentación en tablas y gráficas y el análisis estadístico. De tal manera se desarrolló con la correlación de Pearson según Llopis (2012) nos dice que es especialmente apropiada cuando la distribución de las variables es la normal.

### **3.6. Principios éticos**

En el presente trabajo se hace hincapié a los principios éticos de confidencialidad, respeto a la dignidad de la persona y respeto a la propiedad intelectual, así mismo se reconoce que toda información utilizada en el presente trabajo ha sido utilizada para fines académicos exclusivamente.

## IV. RESULTADOS Y ANALISIS DE RESULTADOS

### 4.1 Resultados

#### 4.1.1 Objetivo general

Describir la gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca 2019

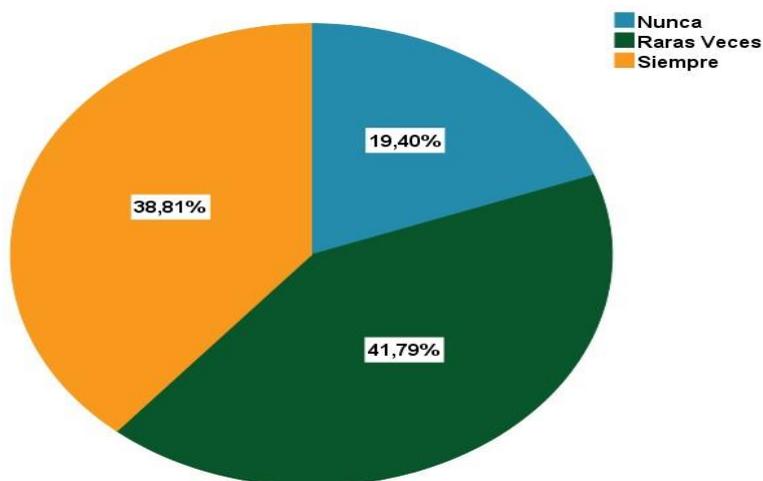
**Tabla 1**

la gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC en las MYPE

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	13	19,4
Raras Veces	28	41,8
Siempre	26	38,8
Total	67	100,0

*Fuente:* Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 1** la gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC en las MYPE



*Fuente:* Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: De la tabla 1; concluyeron que el 19,40% de encuestados respondieron nunca, el 41,8% respondieron raras veces y 38,81% contestaron Siempre, aplican las librerías la gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC para poder brindar un buen servicio a los clientes.

#### 4.1.2 Objetivo específico 1

Conocer la gestión de calidad con el uso de la definición metodológica DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca 2019

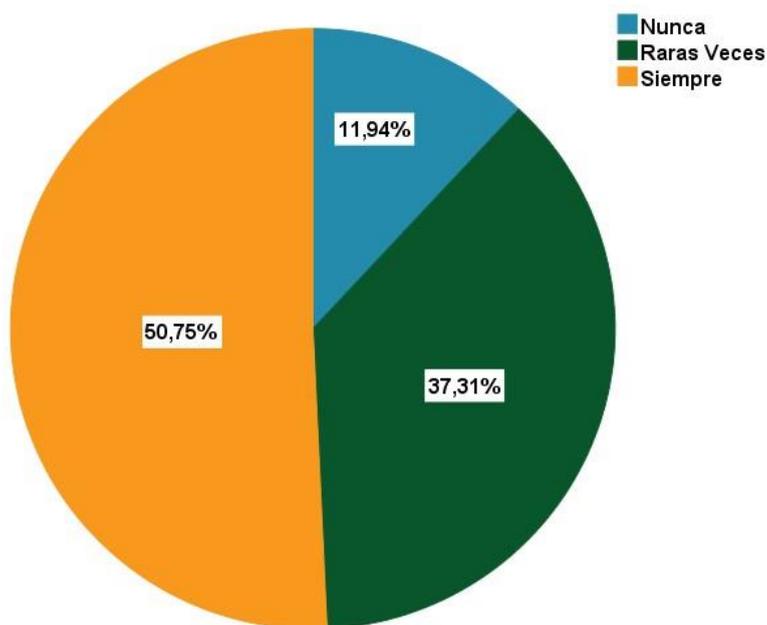
**Tabla 2**

Gestión de calidad con el uso de la definición metodológica DMAIC

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	8	11,9
Raras Veces	25	37,3
Siempre	34	50,7
Total	67	100,0

*Fuente:* Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 2** Gestión de calidad con el uso de la definición metodológica DMAIC



*Fuente:* Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación 2: De la tabla 2; precisaron él 11,94% de encuestados respondieron nunca, el 37,31% respondieron raras veces y 50,75% contestaron Siempre, cree que el uso de las definiciones de la metodología DMAIC son efectivas en las librerías.

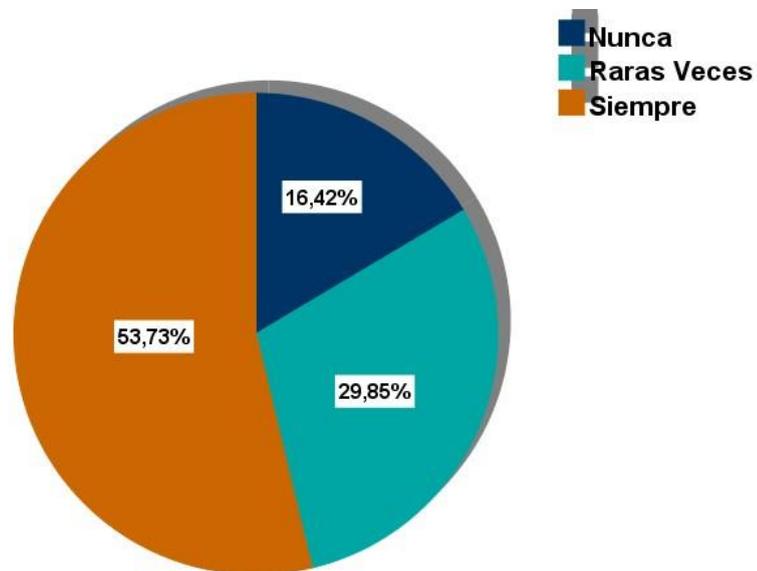
**Tabla 3**

¿Cuenta con una base de datos de clientes potenciales?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	11	16,4
Raras Veces	20	29,9
Siempre	36	53,7
Total	67	100,0

**Fuente:** Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 3** ¿Cuenta con una base de datos de clientes potenciales?



**Fuente:** Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: de la tabla 3 mostraron que 11 trabajadores con un 16,42% respondieron que nunca, mientras que 20 trabajadores con 29,85% opinaron que raras veces y 36 trabajadores con el 53,73% siempre cuenta con una base de datos de clientes potenciales.

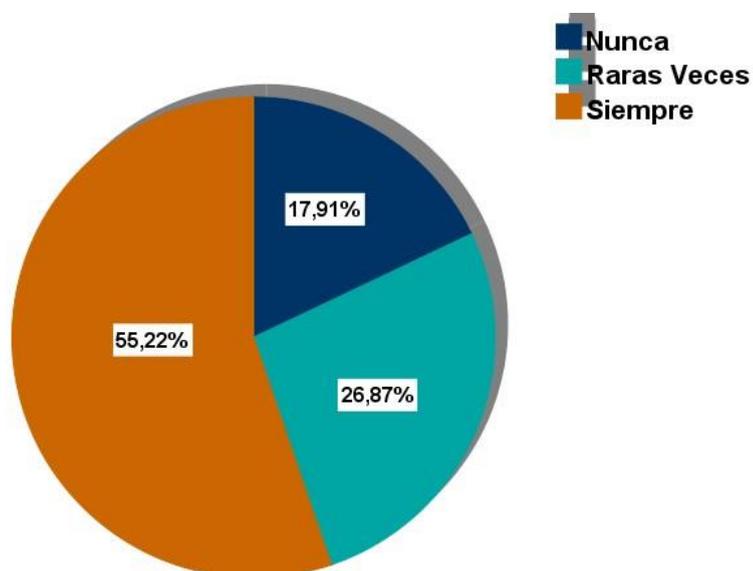
**Tabla 4**

¿Hace un reconocimiento a su personal por la buena atención que brinda a sus clientes?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	12	17,9
Raras Veces	18	26,9
Siempre	37	55,2
Total	67	100,0

*Fuente:* Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 4** ¿Hace un reconocimiento a su personal por la buena atención que brinda a sus clientes?



*Fuente:* Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: de la tabla 4 la participación de 12 trabajadores con un 17,91% dieron como respuesta que nunca, mientras que 18 trabajadores con 26,87% concluyeron que raras veces y 37 trabajadores con el 55,22% indicaron que si hacen un reconocimiento a su personal por la buena atención que brinda a sus clientes.

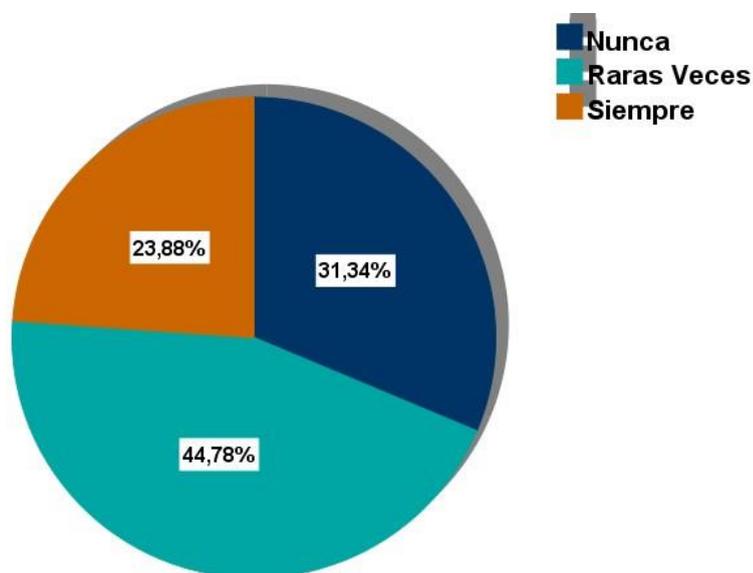
**Tabla 5**

¿Analiza constantemente las expectativas de sus clientes?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	21	31,3
Raras Veces	30	44,8
Siempre	16	23,9
Total	67	100,0

**Fuente:** Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 5** ¿Analiza constantemente las expectativas de sus clientes?



**Fuente:** Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: de la tabla 5 precisaron que 12 trabajadores con un 31,34% respondieron que nunca, mientras que 30 trabajadores con 44,8% dieron a respuesta que raras veces y 16 trabajadores con el 23,9% precisaron que si hacen un reconocimiento a su personal por la buena atención que brinda a sus clientes.

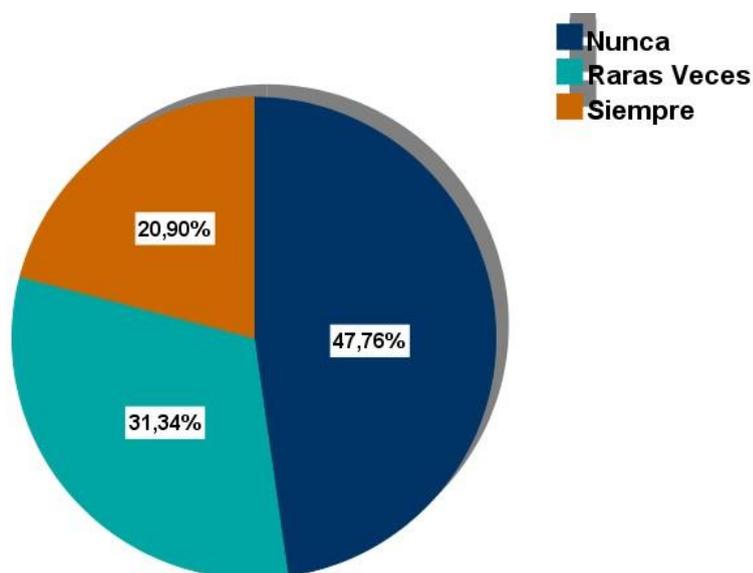
**Tabla 6**

¿Puede interpretar el comportamiento de sus clientes al ingresar a la librería?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	32	47,8
Raras Veces	21	31,3
Siempre	14	20,9
Total	67	100,0

*Fuente:* Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 6** ¿Puede interpretar el comportamiento de sus clientes al ingresar a la librería?



*Fuente:* Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: de la tabla 6 respondieron que 32 trabajadores con un 47,8% respondieron nunca, en cambio 21 trabajadores con 31,34% dieron a respuesta raras veces y 14 trabajadores con el 20,90% indicaron que si puede interpretar el comportamiento de sus clientes al ingresar a la librería

### 4.1.3 Objetivo específico 2

Identificar la gestión de calidad con el uso de la medición metodológica DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca, 2019

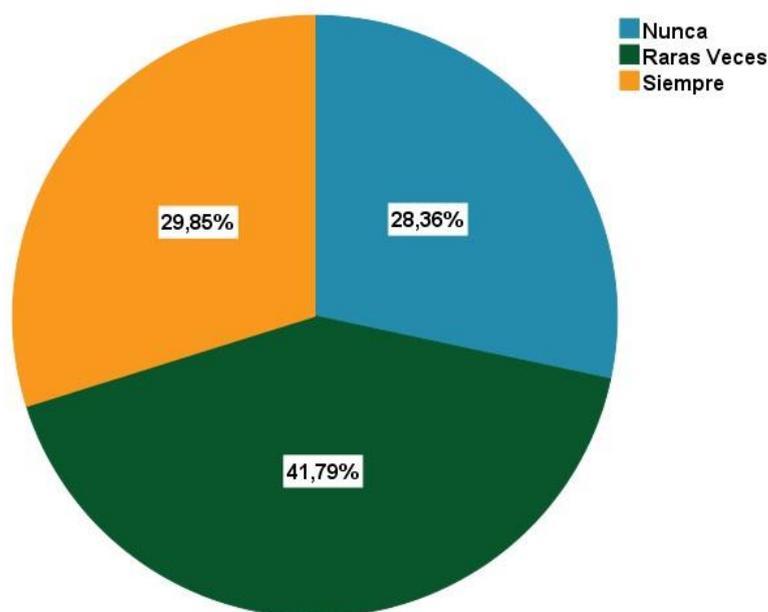
**Tabla 7**

Gestión de calidad con el uso de la medición metodológica DMAIC

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	19	28,4
Raras Veces	28	41,8
Siempre	20	29,9
Total	67	100,0

**Fuente:** Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 7** Gestión de calidad con el uso de la medición metodológica DMAIC



**Fuente:** Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: De la tabla 3; señalaron que él 28,36% de encuestados respondieron nunca, el 41,8% respondieron raras veces y 29,85% dieron como respuesta Siempre, Consideran que la gestión de calidad con el uso de la medición logra alcanzar más clientes y mejora la calidad laboral.

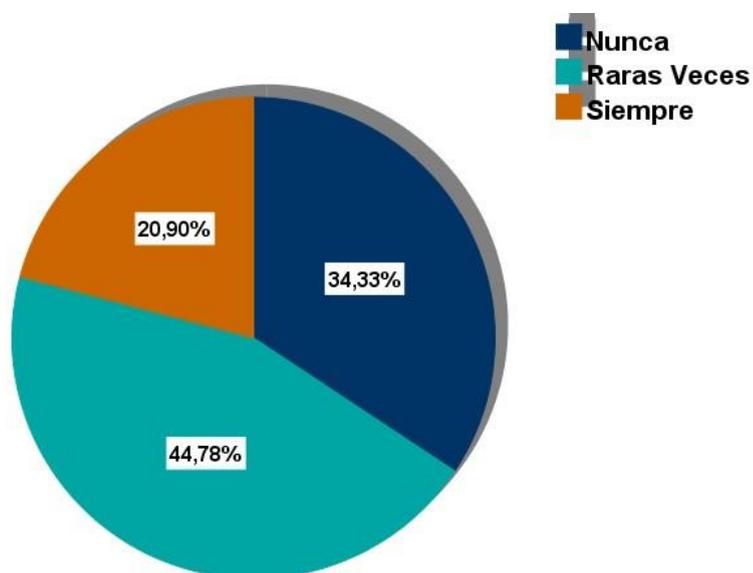
**Tabla 8**

¿Realiza una comparación con la ventas anteriores, con las ventas actuales?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	23	34,3
Raras Veces	30	44,8
Siempre	14	20,9
Total	67	100,0

*Fuente:* Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 8** ¿Realiza una comparación con las ventas anteriores, con las ventas actuales?



*Fuente:* Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: de la tabla 8 dijeron que 23 trabajadores con un 34,33% responden nunca, por otro lado 30 trabajadores con 44,8% respondieron raras veces y 14 trabajadores con el 20,90% indicaron que realiza una comparación con las ventas anteriores, con las ventas actuales.

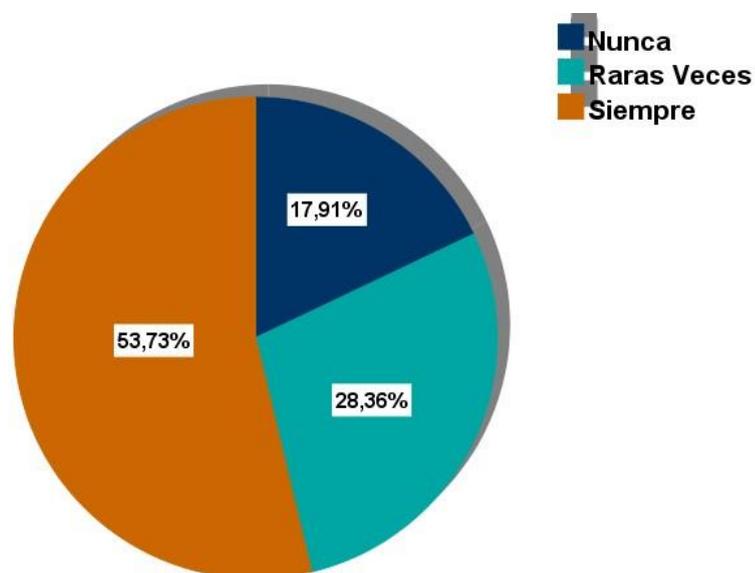
**Tabla 9**

¿capacitas a tus trabajadores para la buena atención a tus clientes?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	12	17,9
Raras Veces	19	28,4
Siempre	36	53,7
Total	67	100,0

**Fuente:** Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 9** ¿capacitas a tus trabajadores para la buena atención a tus clientes?



**Fuente:** Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: de la tabla 9 se concluyeron que 12 trabajadores con un 17,91% opinan nunca, mientras que 19 trabajadores con 28,4% resaltaron raras veces y 36 trabajadores con el 53,73% respondieron siempre capacitan a sus trabajadores para brindar una buena atención a sus clientes

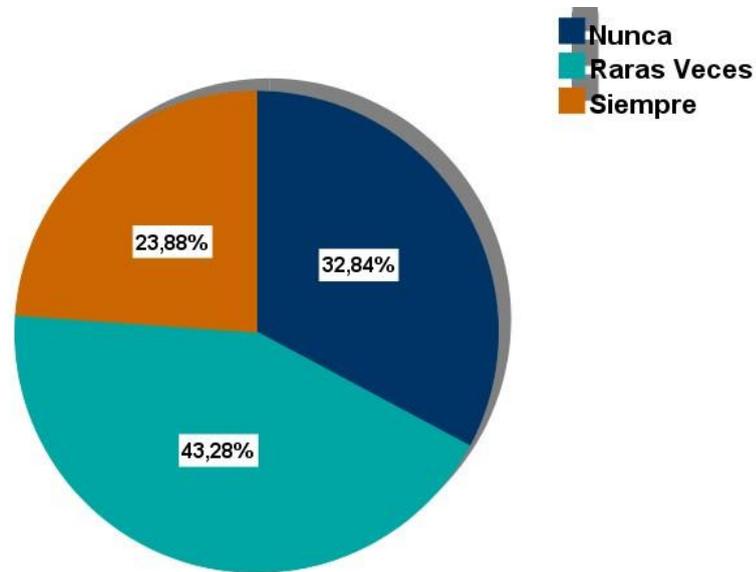
**Tabla 10**

¿Haces una constante mejora en equipamiento?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	22	32,8
Raras Veces	29	43,3
Siempre	16	23,9
Total	67	100,0

**Fuente:** Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 10** ¿Haces una constante mejora en equipamiento?



**Fuente:** Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: de la tabla 10 mencionaron que 22 trabajadores con un 32,84% dieron como a su opinión nunca, en cambio 29 trabajadores con 43,3% nos indicaron raras veces y 16 trabajadores con el 23,9% dieron como respuesta que siempre hacen una constante mejora en su equipamiento.

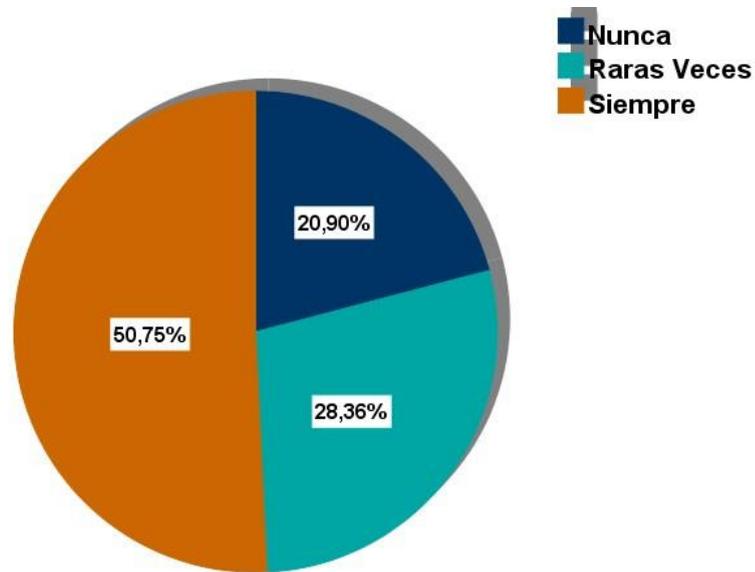
**Tabla 11**

¿Consecutivamente te mides con la competencia para mejorar la atención?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	14	20,9
Raras Veces	19	28,4
Siempre	34	50,7
Total	67	100,0

**Fuente:** Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 11** ¿Consecutivamente te mides con la competencia para mejorar la atención?



**Fuente:** Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: de la tabla 11 dijeron que 14 trabajadores con un 20,90% responden que nunca, mientras que 19 trabajadores con 28,4% dijeron raras veces y 34 trabajadores con el 50,8% indicaron que consecutivamente se miden con la competencia para mejorar la atención al cliente

#### 4.1.4 Objetivo específico 3

Describir la gestión de la calidad con el uso de análisis de la metodología DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca, 2019

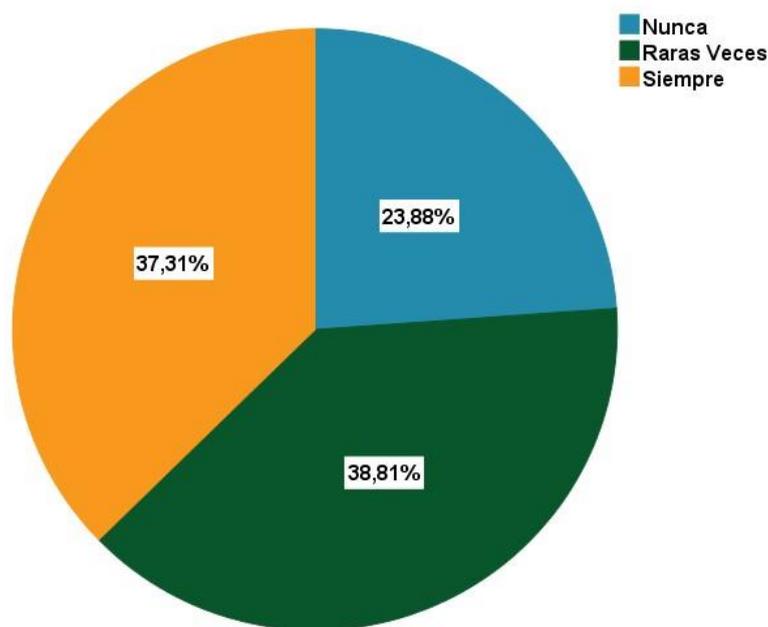
**Tabla 12**

Gestión de la calidad con el uso de análisis de la metodología DMAIC

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Nunca	16	23,9	23,9
Raras Veces	26	38,8	38,8
Siempre	25	37,3	37,3
Total	67	100,0	100,0

**Fuente:** Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 12** Gestión de la calidad con el uso de análisis de la metodología DMAIC



**Fuente:** Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: De la tabla 4; se percibieron que el 23,88% de encuestados respondieron nunca, el 38,81% respondieron raras veces y 37,31% contestaron Siempre, Tiene una actitud de análisis proactiva, y se identifica con las necesidades de sus clientes.

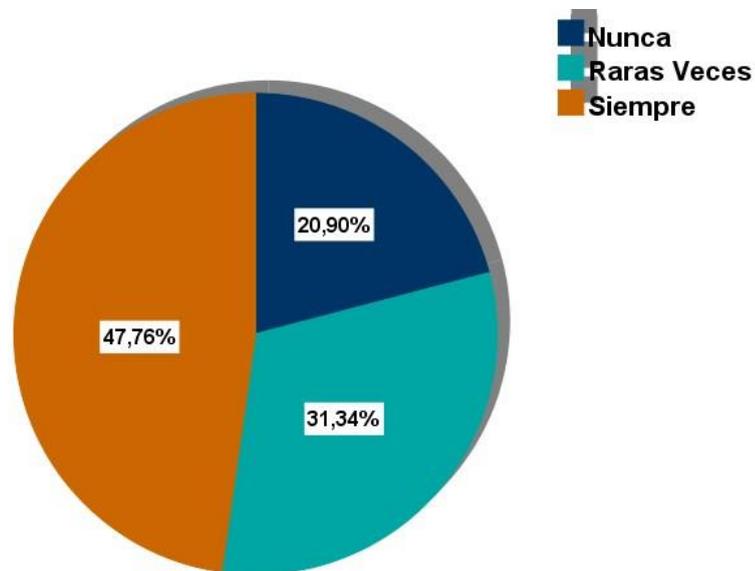
**Tabla 13**

¿Identificas las necesidades de tus clientes?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	14	20,9
Raras Veces	21	31,3
Siempre	32	47,8
Total	67	100,0

**Fuente:** Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 13** ¿Identificas las necesidades de tus clientes?



**Fuente:** Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: De la tabla 13; dieron a alusión 14 trabajadores con él 20,90% de encuestados dieron una apreciación de nunca, 21 trabajadores con el 31,34% respondieron raras veces y 31 trabajadores con el 47,76% respondieron siempre, tienen una actitud de análisis proactiva, e identidad con las librerías.

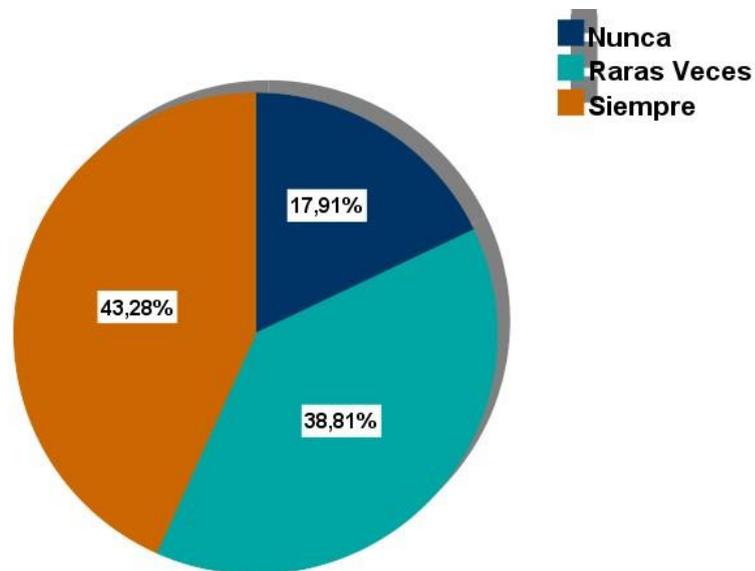
**Tabla 14**

¿Usted es comprensivo con las necesidades que requiere su cliente?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	12	17,9
Raras Veces	26	38,8
Siempre	29	43,3
Total	67	100,0

**Fuente:** Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 14** ¿Usted es comprensivo con las necesidades que requiere su cliente?



**Fuente:** Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: de la tabla 14 dieron a conocer el siguiente resultado donde los 12 trabajadores con 17,91% dijeron nunca, por otra parte 16 con 28,81% respondieron raras veces y solo 29 trabajadores con 43,3% opinaron que son comprensivos con las necesidades que requiere sus clientes.

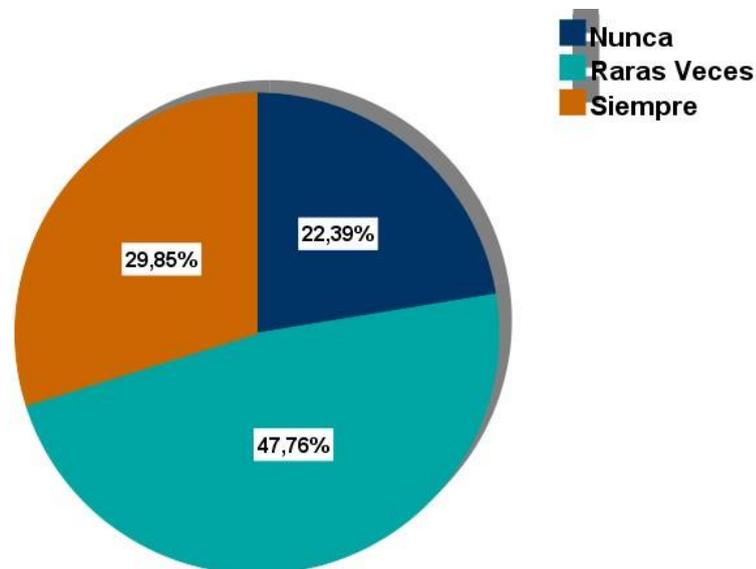
**Tabla 15**

¿Tu personal está constantemente capacitado para poder brindar un servicio eficaz?

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Válido	Nunca	15	22,4
	Raras Veces	32	47,8
	Siempre	20	29,9
	Total	67	100,0

**Fuente:** Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 15** ¿Tu personal está constantemente capacitado para poder brindar un servicio eficaz?



**Fuente:** Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: de la tabla 15 dieron a descripción en el siguiente resultado de 15 trabajadores con 22,4% opinaron nunca, mientras 32 trabajadores con 47,8% respondieron raras veces y 20 trabajadores con 29,9% opinaron que siempre el personal está constantemente capacitado para poder brindar un servicio eficaz.

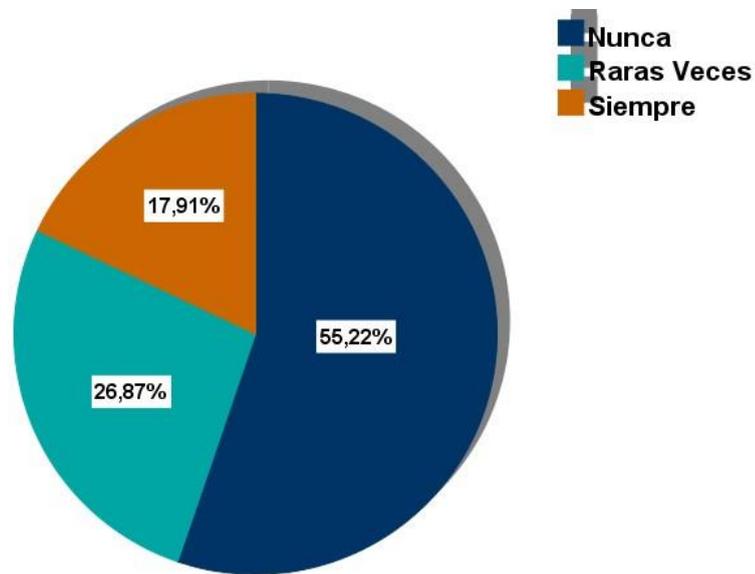
**Tabla 16**

¿Tienes oportunidades para mejorar la atención al cliente?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	37	55,2
Raras Veces	18	26,9
Siempre	12	17,9
Total	67	100,0

**Fuente:** Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 16** ¿Tienes oportunidades para mejorar la atención al cliente?



**Fuente:** Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: de la tabla 16 se mencionaron que 37 trabajadores con 55,2% respondieron nunca, mientras que 15 trabajadores con 26,9% dijeron raras veces y solo 12 trabajadores con 17,9% opinaron que siempre tienen oportunidades para mejorar la atención al cliente

#### 4.1.5 Objetivo específico 4

Identificar la gestión de calidad con el uso de mejora metodológica DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca, 2019

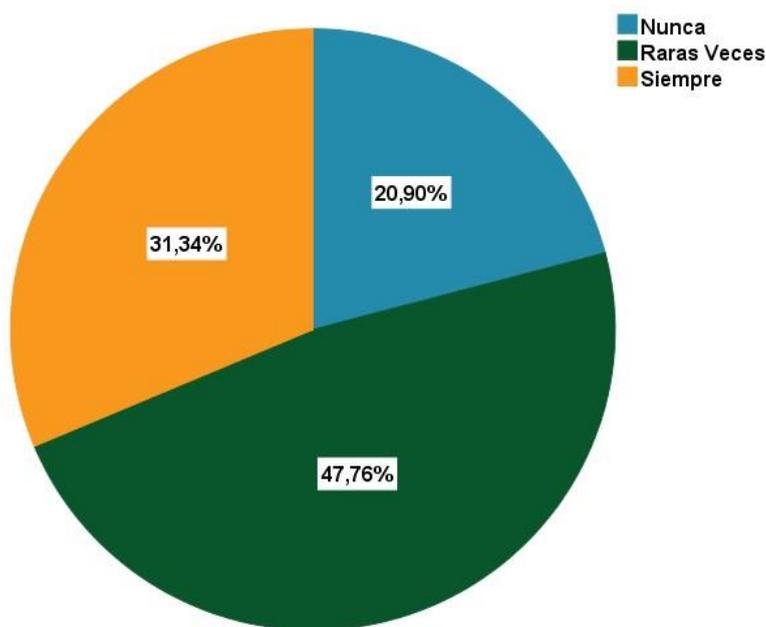
**Tabla 17**

*Gestión de calidad con el uso de mejora metodológica DMAIC*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	14	20,9
Raras Veces	32	47,8
Siempre	21	31,3
Total	67	100,0

**Fuente:** Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 17** Gestión de calidad con el uso de mejora metodológica DMAIC



**Fuente:** Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: De la tabla 5; se precisaron que él 20,90% de encuestados respondieron nunca, el 47,8% respondieron raras veces y 31,34% contestaron Siempre, de esta manera los encuestados creen que con la utilización de mejora de la metodología DMAIC su aplicación es adecuada regular en las librerías.

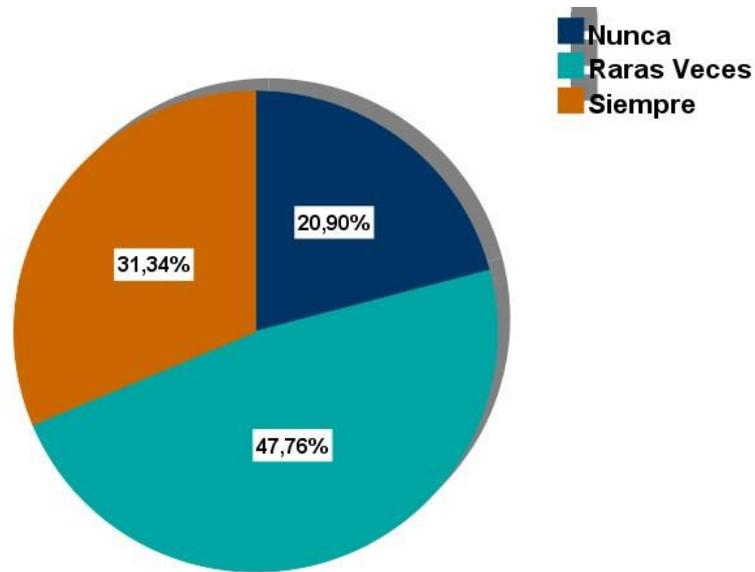
**Tabla 18**

¿Solucionas los problemas que requiere el cliente?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	14	20,9
Raras Veces	32	47,8
Siempre	21	31,3
Total	67	100,0

**Fuente:** Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 18** ¿Solucionas los problemas que requiere el cliente?



**Fuente:** Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: de tabla 17 concluyeron que 14 trabajadores con 20,9% indican nunca, por otra parte 32 trabajadores con 47,8% mencionan raras veces y solo 21 trabajadores con 31,3% dicen que siempre dan soluciones a los problemas que requiere el cliente

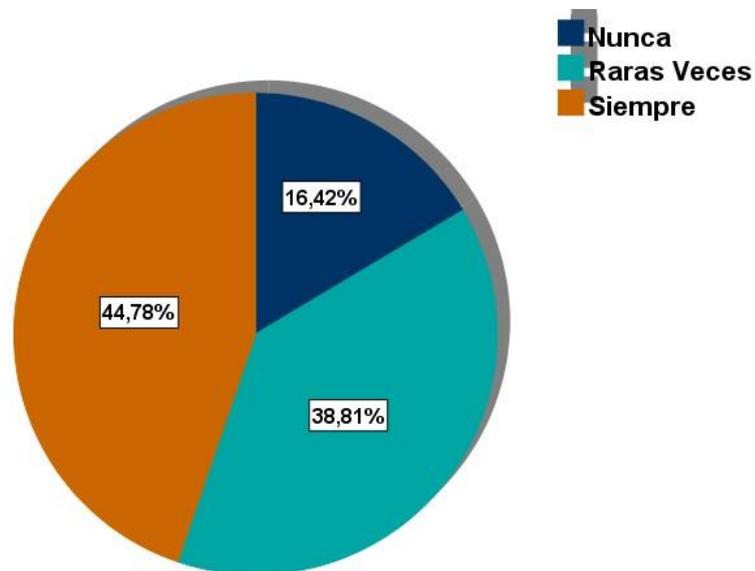
**Tabla 19**

¿Tratas de ganarte la atención y aprobación de los clientes?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	11	16,4
Raras Veces	26	38,8
Siempre	30	44,8
Total	67	100,0

*Fuente:* Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 19** ¿Tratas de ganarte la atención y aprobación de los clientes?



*Fuente:* Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: de la tabla 19 concluyeron que 11 trabajadores con 16,4% dicen nunca, en cambio se desprende que 26 trabajadores con 38,8% opinaron raras veces y solo 30 trabajadores con 44,8% mencionaron que siempre Tratas de ganarte la atención y aprobación de los clientes

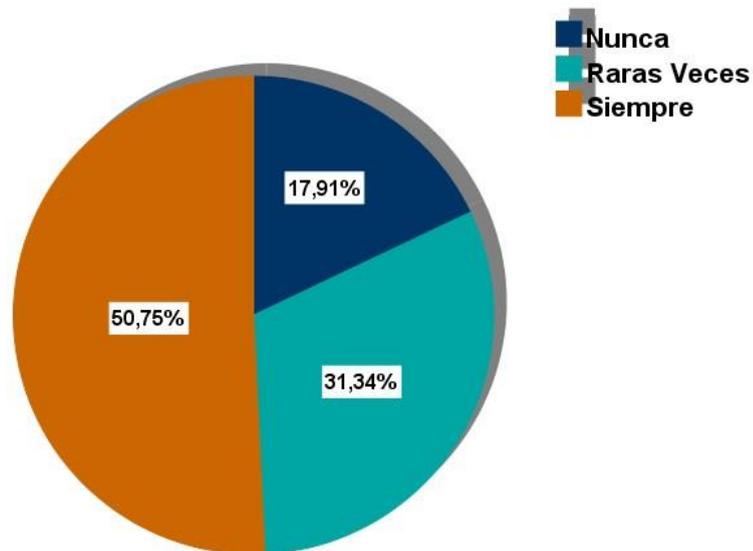
**Tabla 20**

¿Tiene la capacidad de proveer las necesidades de los clientes potenciales?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	12	17,9
Raras Veces	21	31,3
Siempre	34	50,7
Total	67	100,0

*Fuente:* Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 20** ¿Tiene la capacidad de proveer las necesidades de los clientes potenciales?



*Fuente:* Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: de la tabla 20 tuvieron como respuesta de 12 trabajadores con 17,9% dijeron nunca, en cambio 21 trabajadores con 31,3% opinaron raras veces y solo 34 trabajadores con 50,7% opinaron que siempre tienen la capacidad de proveer las necesidades de los clientes potenciales.

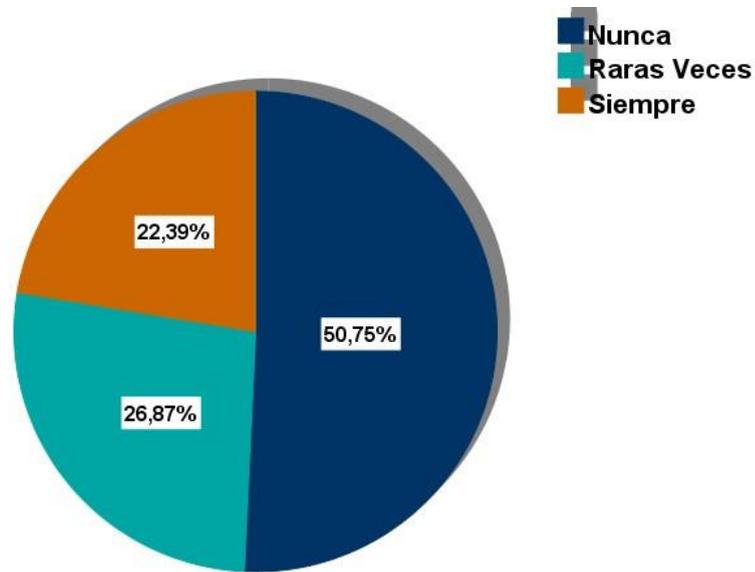
**Tabla 21**

¿Cuenta siempre con productos novedoso para sus clientes?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	34	50,7
Raras Veces	18	26,9
Siempre	15	22,4
Total	67	100,0

**Fuente:** Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 21** ¿Cuenta siempre con productos novedoso para sus clientes?



**Fuente:** Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: de la tabla 21 precisaron que 34 trabajadores con 50,7% opinaron nunca, mientras que 18 trabajadores con 26,9% dan una opinión de raras veces y solo 15 trabajadores con 22,4% opinaron que siempre cuenta con productos novedosos para sus clientes

#### 4.1.6 Objetivo específico 5

Conocer la gestión de calidad con el uso del control metodológico DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca 2019.

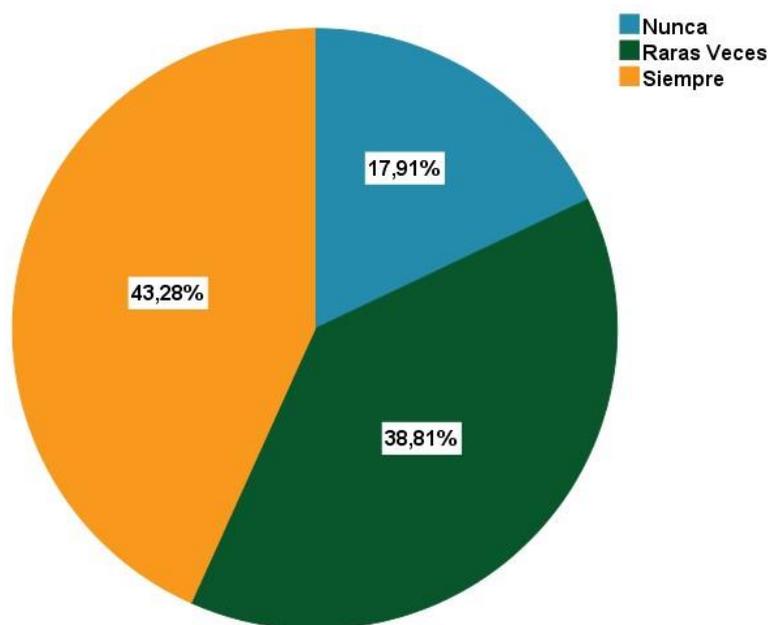
**Tabla 22**

*Gestión de calidad con el uso del control metodológico DMAIC*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	12	17,9
Raras Veces	26	38,8
Siempre	29	43,3
Total	67	100,0

**Fuente:** Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 22** Gestión de calidad con el uso del control metodológico DMAIC



**Fuente:** Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: De la tabla 6; dieron a conclusión que él 17,91% de encuestados respondieron nunca, el 38,8% respondieron raras veces y 43,28% contestaron los encuestados Siempre, Las librerías cuenta con un sistema adecuado de control dentro y fuera de las librerías.

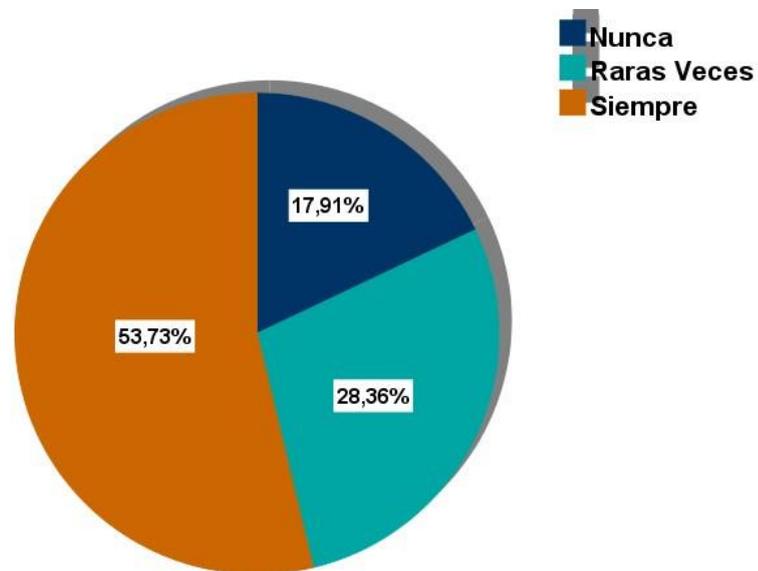
**Tabla 23**

¿Realiza un plan de monitoreo a sus trabajadores?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	12	17,9
Raras Veces	19	28,4
Siempre	36	53,7
Total	67	100,0

**Fuente:** Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 23** ¿Realiza un plan de monitoreo a sus trabajadores?



**Fuente:** Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: de la tabla 23 apreciaron 12 trabajadores con 17,9% dieron una apreciación que nunca, en cambio 19 trabajadores con 28,4% dieron a alusión raras veces y solo 36 trabajadores con 53,7% indicaron que siempre realiza un plan de monitoreo a sus trabajadores.

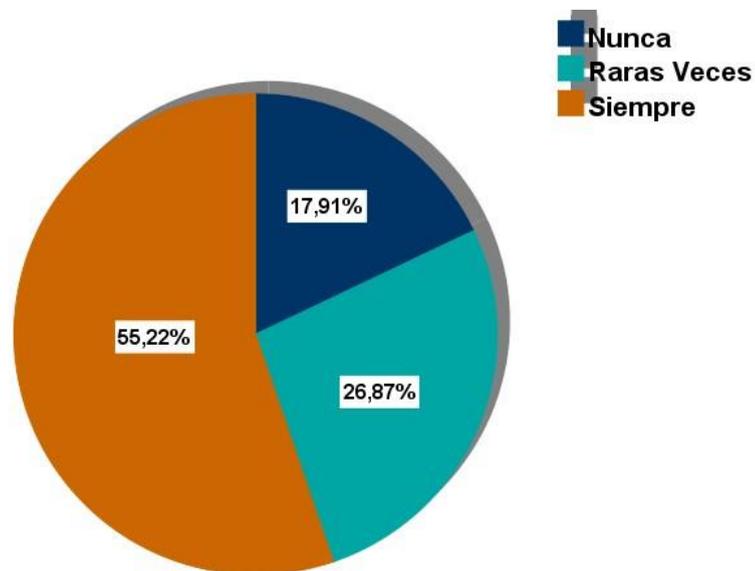
**Tabla 24**

¿Al finalizar el día realiza un control sobre de ingreso de clientes potenciales y no potenciales?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	12	17,9
Raras Veces	18	26,9
Siempre	37	55,2
Total	67	100,0

*Fuente:* Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 24** ¿Al finalizar el día realiza un control sobre de ingreso de clientes potenciales y no potenciales?



*Fuente:* Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: de la tabla 24 se percibieron de 12 trabajadores con 17,9% opinaron que nunca mientras que 18 trabajadores con 26,9% dieron a mención raras veces y solo 37 trabajadores con 55,2% mencionaron que siempre al finalizar el día realiza un control sobre de ingreso de clientes potenciales y no potenciales

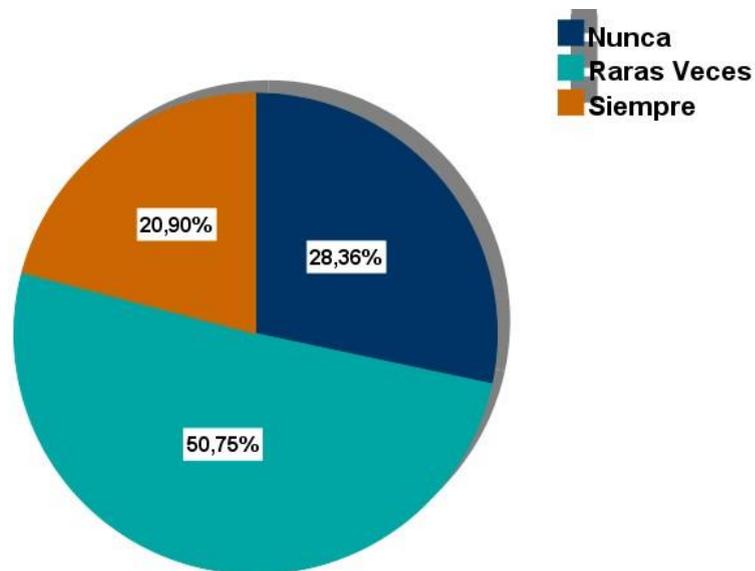
**Tabla 25**

¿Realiza una control constantes sobre la salida e ingreso de sus productos?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	19	28,4
Raras Veces	34	50,7
Siempre	14	20,9
Total	67	100,0

**Fuente:** Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 25** ¿Realiza un control constante sobre la salida e ingreso de sus productos?



**Fuente:** Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: de la tabla 25 reconocieron que 19 trabajadores con 28,4% dijeron que nunca, mientras que 34 trabajadores con 50,7% opinaron raras veces y solo 14 trabajadores con 20,9% dijeron que siempre realiza un control constante sobre la salida e ingreso de sus productos

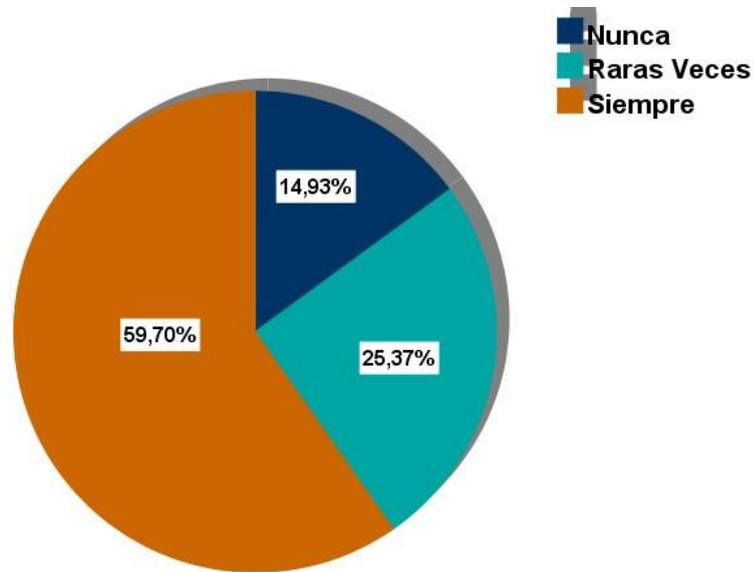
**Tabla 26**

¿Realiza un control de los clientes que generan reclamos constantes?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	10	14,9
Raras Veces	17	25,4
Siempre	40	59,7
Total	67	100,0

**Fuente:** Elaboración propia según resultados del instrumento de encuesta

**Gráfico 26** ¿Realiza un control de los clientes que generan reclamos constantes?



**Fuente:** Elaboración propia según resultados en la tabla

Interpretación: de la tabla 26 detallaron 10 trabajadores con 14,9% dijeron que nunca, mientras que 17 trabajadores con 25,4% opinaron los encuestados raras veces y solo 40 trabajadores con 59,7% mencionan que siempre realiza un control de los clientes que generan reclamos constantes

## **4.2 Análisis de resultados**

### **3.6.1. Objetivo general**

De la tabla 1; percibieron de los encuestados el 41,8% respondieron raras veces y 38,81% contestaron las librerías siempre aplicaban la gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC para poder brindar un buen servicio a los clientes. Según Pino (2016) señaló que el enfoque eficaz para la mejora de un proceso es el DMAIC (Define, Measure, Analyze, Improve and Control), el cual es un método que empieza a definir el proceso, mide los resultados claves, analiza la causa raíz que origina el desempeño actual y seguidamente se determinan posibles mejoras y se implementan las que se consideren más convenientes. Y comprobando con los resultados podemos ver que el uso de las DMAIC es adecuado en las librerías.

### **3.6.2. Objetivo específico 1**

De la tabla 2; concluyeron que él 50,75% contestaron Siempre, cree que el uso de las definiciones de la metodología DMAIC son efectivas en las librerías. Según el autor Quijano (2013) nos dice que “las empresas deben de personalizar su servicio de acuerdo al cliente que manejan”. Por tal razón podemos decir que las librerías si efectúan una buena definición en sus clientes para poder mejorar en todos los aspectos con sus clientes.

### **3.6.3. Objetivo específico 2**

De la tabla 3; precisaron el 41,8% respondieron raras veces, Considera que la gestión de calidad con el uso de la medición logran alcanzar más clientes y mejora la calidad laboral Según Laza (2012) nos dice que la “productividad de una organización depende en gran medida del buen desempeño de los trabajadores”. A mayor bienestar

mayor rendimiento y mayor productividad. Es por todo esto que tiene gran importancia implementar políticas claras y efectivas de motivación laboral, de acuerdo a los resultados obtenidos podemos concluir que las librerías efectúan una adecuada medición.

#### **3.6.4. Objetivo específico 3**

De la tabla 4; concluyeron que el 38,81% respondieron raras veces y 37,31% contestaron Siempre, Tiene una actitud de análisis proactiva, e identidad en las librerías. Según el Cortés (2017) nos dice que para conocer a nuestro cliente hay que tratar de meterse en su cabeza y saber qué necesita. Concordando con los resultados podemos decir que las librerías si analizan a sus clientes con el objetivo de brindar una mejor atención.

#### **3.6.5. Objetivo específico 4**

De la tabla 5; dieron a conclusión que, el 47,8% respondieron raras veces y 31,34% contestaron Siempre, la mejora es adecuada regular en las librerías. Según el autor (González) nos dice que un plan de servicio al cliente examina profundamente las percepciones y expectativas de una empresa, y guía a la empresa a través del proceso de llevar tus actividades de servicio al cliente y sus necesidades. La gran mayoría de las librerías están en una constante mejora e implementación para que sus clientes puedan estar bien satisfechos

#### **3.6.6. Objetivo específico 5**

De la tabla 6; se percibió que el 38,8% respondieron raras veces y 43,28% contestaron Siempre, Las librerías cuenta con un sistema adecuado de control dentro

y fuera de las librerías. Según el autor García (2013) dice que el monitoreo, el seguimiento y la evaluación son acciones que se realizan sobre un mismo que hacer institucional. Esto es una clara evidencia de que las librerías ejecutan un adecuado control.

### **4.3 Discusión de los resultados**

Trujillo (2017) realizaron un estudio con el título “Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing en las MYPE del sector comercial, rubro librería, distrito de Satipo, año 2017” con una población de 9 MYPES, llego a la conclusión, que las MYPES del rubro Librerías son negocios dirigidos en su gran mayoría por microempresarios donde el rango de edad consta desde “29 a 39 años”, de ambos sexos como son masculino y femenino sin ningún tipo o grado de instrucción académica, esto quiere decir que en su gran mayoría. El 66,7% son negocios de emprendedores jóvenes en el negocio. Pero el resultado de nuestro trabajo de investigación es regular, de acuerdo a nuestro objetivo general tenemos un resultado que un 19,4% opinaron que nunca por otro lado un 41,8% opinaron raras veces y un 38,8 opinaron que siempre a la gestión de calidad con el uso de las metodologías DMAIC en las MYPE, Habiéndose determinado que se encuentra en un nivel regular. Según Arana (2013, pág. 15) menciona que “la gestión de calidad es el conjunto de decisiones que usan en la empresa con el objetivo de promover la calidad en los productos, servicios, procesos y sobre todo en la gestión empresarial”. Por otra parte, DMAIC es una metodología estructurada para la solución de problemas usada en todo tipo de negocios. Según Ocampo (2012) propone una metodología que integra el DMAIC con la simulación discreta (DMAIC SIM) y donde utiliza la simulación como herramienta en las fases de Analizar y Mejorar. Pero en la investigación de Madueño (2016) con el título de “Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librerías en el centro del distrito de nuevo Chimbote, 2016” con una población de 10 MIPES llego a la conclusión que la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación contribuye en gran manera al mejoramiento, la eficiencia y el logro de las micro y pequeñas empresas teniendo una buena interrelación y aceptación por parte de los clientes. Asimismo, en el estudio de Martínez

(2018) con el título: “Caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las MYPE rubro librería del centro de Piura, año 2018” y una población de 9 MYPE tuvo como conclusión que, respecto a los objetivos de la capacitación, que se desarrolla en el personal de los colaboradores no se preocupan por desarrollar las habilidades y el desempeño de posiciones futuras y en cuanto a las técnicas de capacitación, se precisa que concerniente al lugar no se desvelan por ejecutar la formación fuera de la empresa.

Pero también en la investigación de Romero (2018) con el título “Capacitación y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, urb. 21 de abril, Distrito Chimbote ,2015.” Muestra este resultado respecto a la gestión de calidad: el 60% conoce el termino gestión de calidad, el 100% conoce técnicas modernas de gestión de calidad, el 70% utiliza técnicas para cuantificar el rendimiento de su personal, el 50% tiene dificultades en la implementación de la gestión de calidad, el 60% cree que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de su negocio. Y por otro lado en la investigación de Pérez (2018) con el título “Gestión de calidad bajo el enfoque del neuromarketing en las MYPES del sector comercial, rubro librería bazar, distrito de Mazamari, provincia de Satipo, año 2018” logro tener esta conclusión que el 40,0% de los microempresarios no tienen interés en aplicar estrategias de neuromarketing, sustentados en el desconocimiento, como principal impedimento para su implementación.

## **V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1 Conclusiones**

**PRIMERO.** En la gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC el 41,8% de los encuestados respondieron raras veces aplican las librerías la gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC para poder brindar un buen servicio a los clientes. De esta manera podemos decir comprobando con los resultados que la gestión de calidad con el uso de las DMAIC es adecuada en las librerías.

**SEGUNDO.** De la tabla 2; se percibe que 50,75% contestaron Siempre, cree que el uso de las definiciones de la metodología DMAIC son efectivas en las librerías por esto también detallamos que es adecuado cuando se definen bien las librerías con sus clientes.

**TERCERO.** En con respecto a DMAIC el 41,8% respondieron raras veces considera que la gestión de calidad con el uso de la medición logra alcanzar más clientes y mejora la calidad de atención a sus clientes.

**CUARTO.** De las personas encuestadas el 38,81% respondieron raras veces y 37,31% contestaron Siempre, Tiene una actitud de análisis proactiva, e identidad en con respecto a las librerías.

**QUINTO.** En con respecto a DMAIC las 5 fases del proceso de implementación: el 47,8% respondieron raras veces y 31,34% contestaron Siempre, de esta manera los encuestados creen que con la utilización de mejora de la metodología DMAIC su aplicación es adecuada regular en las librerías.

**SEXTO.** Con respecto al control el 38,8% respondieron raras veces y 43,28% contestaron Siempre, Las librerías cuenta con un sistema de control adecuado dentro y fuera de las librerías.

## 5.2 Recomendaciones

**PRIMERO.** A los estudiantes de la universidad ULADECH de la escuela profesional de administración deben más realizar investigaciones sobre la gestión de calidad con el uso de las DMAIC en beneficio de las MYPE de la ciudad de Juliaca ya que esta técnica administrativa es muy eficaz si emplea adecuadamente y puede brindar resultados satisfactorios tanto para los clientes internos y externos.

**SEGUNDO.** Realizar una investigación sobre los productos, para que cuente con todos los conocimientos necesarios acerca de ellos y obtener una ventaja competitiva sólida en el mercado.

**TERCERO.** Tener equipos adecuados y una constante capacitación para poder brindar una buena atención al cliente y tener una constante innovación de productos novedosos para poder ser más competitivos en el mercado del rubro librerías.

**CUARTO.** Realizar una un análisis en todos los aspectos para así poder brindar una buena calidad de atención hacia los clientes, logrando posicionarse en la mente del cliente.

**QUINTO.** Realizar constantes capacitaciones a los trabajadores como también mejorar las tecnologías de la empresa y equipamientos que cuenta las librerías para poder brindar un buen servicio de calidad a los clientes.

**SEXTO.** Tener un plan de monitoreo en los clientes internos y externos, motivándolos con incentivos para el crecimiento de las MYPE del rubro librerías.

## VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

### 6.1 Referencias Bibliográficas

- Agu, D. (2018). "Importancia del equipamiento de la oficina en el emprendimiento". *SOCIALmedia, Empresas & TIC*. Obtenido de <https://www.socialetic.com/importancia-equipamiento-oficina-en-el-emprendimiento.html>
- Arana, G., Camisón, C., Casadesús, M., & Martiarena, A. (2013). "*Gestión de la calidad y competitividad de las empresas de la CAPV*". España: Orkestra-Instituto Vasco de Competitividad.
- Arnoletto, E. (2018). *Enciclopedia Virtual*. Obtenido de Glosario de Conceptos Usuales : eumend.net
- Arturo. (30 de Diciembre de 2015). "Cómo manejar las quejas o reclamos del cliente". *CreceNegocios*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/como-manejar-las-quejas-o-reclamos-del-cliente/>
- Avila Baray, H. (2013). "*Introducción a la metodología de la investigación*". Eumednet: México.
- Barrios, Y. (31 de Julio de 2012). "La Importancia de la Capacitación". *PYMEMPRESARIO*, 1. Obtenido de <https://www.pymempresario.com/2012/07/la-importancia-de-la-capacitacion/>
- Boris, R. (2015). "¿Cuál es la importancia de la imagen personal en una empresa". *Mercados & Tendencias*". Obtenido de <https://revistamyt.com/cual-es-la-importancia-de-la-imagen-personal-en-una-empresa/>
- Burckhardt Leiva, V., Gisbert Soler, V., & Pérez Molina, A. (2013). "*Estrategia y desarrollo de una guía de implantación de la norma ISO 9001:2015*". España: Universitat Politècnica de València.
- Carpaena, A. (2014). "*La empatía es posible*". México: Herder.
- Cortés, E. (22 de Mayo de 2017). "Por qué conocer mejor a tus clientes". *Sage Advice*. Obtenido de <https://www.sage.com/es-es/blog/por-que-conocer-clientes/>
- Doce, L. M. (13 de Noviembre de 2018). "El poder de la amabilidad en las organizaciones". *Puentes Digitales*. Obtenido de <https://puentesdigitales.com/2018/11/13/el-poder-de-la-amabilidad-en-las-organizaciones/>
- Druker, P. (2017). "Cómo enfrentar problemas en la atención al cliente". *Emprendedores News*.

- Enriquez Caro, R. (2017). *Diccionario Empresarial*. Obtenido de Diccionario Empresarial: [www.administracionmoderna.com](http://www.administracionmoderna.com)
- Friego, E. (2018). "¿Qué es la capacitación, y qué gana una organización al capacitar a su personal?". *Foro de Seguridad*. Obtenido de <http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>
- Gálvez, M. (9 de Diciembre de 2014). "Las principales preocupaciones que afectan una decisión de compra". *Marquid Consulting*. Obtenido de <https://www.marquid.com/preocupaciones-decision-compra/>
- García Caal, E. R. (25 de Febrero de 2013). "Monitoreo, Seguimiento y Evaluación". *Artículos científicos*. Obtenido de <http://edwingarcia1975.blogspot.com/2013/02/monitoreo-seguimiento-y-evaluacion.html>
- Gómez, J. (19 de Diciembre de 2017). "horario flexible para facilitar la conciliación de la vida personal y profesional". *CEREM-International Business School*. Obtenido de <https://www.cerem.pe/blog/horario-flexible-para-facilitar-la-conciliacion-de-la-vida-personal-y-profesional>
- Gondar Nores, J. E. (2004). "Recolección de Datos de Clientes 1ª parte". *Mundo Contact*, 1. Obtenido de <https://mundocontact.com/recoleccion-de-datos-de-clientes-1a-parte/>
- González Ortiz, Ó., & Arciniegas Ortiz, J. (2015). *"Sistemas de gestión de calidad: Teoría y práctica bajo la norma ISO 2015"*. Colombia: Ecoe.
- González. (s.f.). "Cómo crear un Plan de Servicio al Cliente". *Marketeros Hoy*. Obtenido de <https://marketerosdehoy.com/marketing/como-crear-plan-de-servicio-al-cliente/>
- Hernández Palma, H., Barrios Parejo, I., & Martínez Sierra, D. (2018). Criterio Libre-vol. 16. *Ciencias económicas, administrativas y contables*, 195.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *"Metodología de la investigación"*. México: McGRAW-HILL, INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *"Metodología de la investigación"* (6ta ed.). McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernandez, Z. (2002). *Metodologia de investigacion*. Mexico: Texas.
- Izquierdo, R. (6 de Septiembre de 2018). "El proceso de atención al cliente e Integria IMS". *Integra Ims*, 1. Obtenido de <https://integriaims.com/proceso-de-atencion-al-cliente/>
- Keith Denton, D. (2016). *"Calidad en el servicio a los clientes"*. España: Ediciones Díaz de Santos.

- Laza Rodriguez, M. A. (26 de Septiembre de 2012). "Consejos para hacer crecer tu negocio". *Work Meter*, 1. Obtenido de <https://es.workmeter.com/blog/bid/225512/mejorando-el-desempe-o-laboral-de-los-trabajadores>
- Llopis Pérez, J. (2012). "La estadística: Una orquesta hecha instrumento". *Wordpress*. Obtenido de <https://estadisticaorquestainstrumento.wordpress.com/2012/11/30/tema-4-correlacion/>
- López, C. (2018). "¿Cómo puedes generar confianza y credibilidad regalando información?". *EmprenderaliaMagazine*. Obtenido de <https://www.emprenderalia.com/como-generar-confianza-y-credibilidad/>
- Madueño Reyes, R. (2016). *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librerías en el centro del distrito de nuevo Chimbote, 2016*. Nuevo Chimbote - Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8283/CLIENTE\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_MADUE%C3%91O\\_REYES\\_REBECA.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR1ZmE\\_XzFGtDLdzi9sw8UVRnq58LLaEdCQP6rGZNiiNAtEDBL7AF-Vjiw](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8283/CLIENTE_GESTION_DE_CALIDAD_MADUE%C3%91O_REYES_REBECA.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR1ZmE_XzFGtDLdzi9sw8UVRnq58LLaEdCQP6rGZNiiNAtEDBL7AF-Vjiw)
- Marquez Sanchez, M. O. (2006). *Que es la entrevista*. España: Biblioteca Nueva. Obtenido de <https://www.casadellibro.com/libro-que-es-la-entrevista/9788497423106/1090625>
- Martin, D. (6 de Noviembre de 2016). "3 formas de analizar el comportamiento del consumidor (ejemplos)". *Estrategia Practica*, 1. Obtenido de <https://www.estrategiapractica.com/3-formas-analizar-comportamiento-del-consumidor/>
- Martínez Arévalo, L. (2018). *Caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las mype rubro librería del centro de Piura, año 2018*. UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE, Piura, Piura. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6444/CAPACITACION\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_MARTINEZ\\_AREVALO\\_LESLIE\\_MARISOL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6444/CAPACITACION_GESTION_DE_CALIDAD_MARTINEZ_AREVALO_LESLIE_MARISOL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Martínez Illescas, S. P. (26 de Agosto de 2013). "Distribución de las instalaciones y capacidad productiva en la empresa". *Gestión Polis*. Obtenido de

- <https://www.gestiopolis.com/distribucion-de-las-instalaciones-y-capacidad-productiva-en-la-empresa/>
- Núñez, D. A. (29 de Abril de 2014). "El Compromiso de los Colaboradores". *EOI-Escuela de organización Industrial*. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/04/29/el-compromiso-de-los-colaboradores/>
- Ocampo , J., & Pavón, A. (2014). Integrando la metodología DMAIC de Seis Sigma con la simulacion de eventos discretos en flexsim. *23(27)*, 10.
- Ocampo, J., & Pavón, A. (2012). "Integrando la metodología DMAIC de Seis Sigma con la Simulación de Eventos Discretos en Flexsim. Proceeding of the 10 Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology". *Engineering and Technology*, 147.
- Pasquel, & de Molina, A. (14 de Julio de 2017). "¿Cuál es el impacto de la capacitación del personal en la organización?". *ConexionEsan-Universidad ESAN*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/07/cual-es-el-impacto-de-la-capacitacion-del-personal-en-la-organizacion/>
- Péres Ramos, R. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque del neuromarketing en las MYPES del sector comercial, rubro librería bazar, distrito de Mazamari, provincia de Satipo, año 2018*. UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE, Mazamari - Satipo. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10385/GESTION\\_D E\\_CALIDAD\\_MYPE\\_NEUROMARKETING\\_COMERCIO\\_LIBRERIA\\_BAZA R\\_PEREZ\\_RAMOS\\_ROSSANA\\_LUZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10385/GESTION_D E_CALIDAD_MYPE_NEUROMARKETING_COMERCIO_LIBRERIA_BAZA R_PEREZ_RAMOS_ROSSANA_LUZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pérez Bazán, R. (Diciembre de 2016). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/98444023/Bienes-Tangibles-e-Intangibles>
- Pérez Fernandez de Velasco, J. (2013). *Gestión por Procesos*. (ICONTEC, Ed.) España-Madrid: Avda. de Veldenigrales, s/n - 28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid).
- Pino, R. (5 de Mayo de 2016). *centrumthink*. (CENTRUM-PUCP, Ed.) Obtenido de [centrumthink.com: https://centrumthink.com/la-importancia-del-dmaic-para-mejorar-un-proceso](https://centrumthink.com/la-importancia-del-dmaic-para-mejorar-un-proceso)
- Prado Román , C., Blanco González, A., & Concejo Casas, Á. (2013). *"El mercado de los bienes tangibles de colección: especial consideración a la numismática de inversión"*. España-Madrid: Dykinson.

- Quijano, G. (14 de Julio de 2013). "7 Requerimientos Mínimos para un Excelente Servicio al Cliente". Obtenido de <https://www.marketingyfinanzas.net/2013/07/7-requerimiento-minimos-para-un-excelente-servicio-al-cliente/>
- Rodriguez Acosta, M. d. (21 de Mayo de 2013). "La Motivacion en los Empleados:Técnicas de Motivación". *EOI-Escuela de Organización Industrial*, 1. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/madeon/2013/05/21/la-motivacion-en-los-empleados/>
- Rodríguez, E. (2014). *"Sistema de aseguramiento de la calidad ISO 9000"*. Cuba: Universidad Tecnológica de La Habana José Antonio Echeverría.
- Romero Ledesma, L. (2018). *Capacitación y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, urb. 21 de abril, Distrito Chimbote ,2015.* Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8311/CAPACITACION\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_ROMERO\\_LEDESMA\\_LESLY\\_YULEIDY.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR1sMqcux9nQAov\\_\\_Z6SePQ3WOMdY5RvR-q0yid7QUBnut3SxZnX7myPPAU](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8311/CAPACITACION_GESTION_DE_CALIDAD_ROMERO_LEDESMA_LESLY_YULEIDY.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR1sMqcux9nQAov__Z6SePQ3WOMdY5RvR-q0yid7QUBnut3SxZnX7myPPAU)
- Saavedra , J. (Octubre de 2017). *slideplayer*. Obtenido de <https://slideplayer.es/slide/1732820/>
- Solano Gadea, M. (2018). *Disccionario de términos y conceptos de la Administración por vá electrónica*. Obtenido de [https://www.solanogadea.es/Diccionario\\_AE\\_MSG.pdf](https://www.solanogadea.es/Diccionario_AE_MSG.pdf)
- SUNAT. (2019). "Tipos de fiscalización". *SUNAT*. Obtenido de [https://www.google.com/search?q=que+es+la+sunat&rlz=1C1SQJL\\_esPE833PE834&oq=que+es+la+sunat+&aqs=chrome..69i57j0l5.8559j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=que+es+la+sunat&rlz=1C1SQJL_esPE833PE834&oq=que+es+la+sunat+&aqs=chrome..69i57j0l5.8559j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8)
- Tamayo y Tamayo, M. (2013). *"El proceso de la investigación científica"* (4ta ed.). México: Limusa. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=BhymmEqkkJwC>
- Trespalacios Gutiérrez, J., Vázquez Casielles, R., & Bello Acebrón, L. (2005). *"Investigación de Mercados"*. España-Malaga: AG Library. Obtenido de <https://www.iberlibro.com/INVESTIGACION-MERCADOS-JUAN-ANTONIO-TRESPALACIOS-GUTIERREZ/21060053263/bd>
- Trujillo Martinez, N. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing en las MYPE del sector comercial, rubro librería, distrito de Satipo, año 2017*. Satipo - Pucallpa. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4096/LIBRERIA\\_CLIENTE\\_TRUJILLO\\_MARTINEZ\\_NIDIA\\_YASMIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR1sMqcux9nQAov\\_\\_Z6SePQ3WOMdY5RvR-q0yid7QUBnut3SxZnX7myPPAU](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4096/LIBRERIA_CLIENTE_TRUJILLO_MARTINEZ_NIDIA_YASMIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR1sMqcux9nQAov__Z6SePQ3WOMdY5RvR-q0yid7QUBnut3SxZnX7myPPAU)

d=y&fbclid=IwAR1Cad8KZRYds05uzoV6BEZj3\_dU6hPpT8xxRzLOS1AxdcZW  
HiZwmXS\_VTM

Universidad Arturo Prat del Estado de Chile. (2015). *Manual de procedimientos administrativos de activo fijo*. Chile-Iquique.

Urbano Mateos, S. M. (22 de Abril de 2017). "La experiencia del cliente después de la compra". Obtenido de <https://www.actualidadecommerce.com/la-experiencia-despues-la-compra/>

Vilcarromero Ruiz, R. (2017). *La Gestión en la Producción*. Perú: Universida Tecnologica del Perú. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1321/1321.pdf>

Villacís, P. (6 de Marzo de 2017). "Entendiendo las necesidades del cliente". *Sales Up*. Obtenido de <https://www.salesup.com/crm-online/cc-necesidades-del-cliente-identificar.shtml>

## 6.2 Anexos

### Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: “Gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca, 2019”

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA
Gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca, 2019	<b>Problema general</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Variable Independiente</b>  Gestión de calidad <b>Dimensiones</b>  - Bienes tangibles - Confiabilidad - Capacidad de respuesta - Seguridad - Empatía  <b>Variable Metodología DMAIC</b>	<b>Diseño de investigación</b> No experimental  <b>Nivel de investigación</b> Cuantitativo  <b>Tipo investigación</b> Descriptivo  <b>Población</b> 92 Mype del rubro sector de librerías  <b>Muestra</b> 67 trabajadores  <b>Técnicas</b> Encuesta  <b>Instrumentos</b> Cuestionario de encuesta.
	¿Cómo es la gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca, 2019?	Describir la gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca, 2019		
	<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>		
	a. ¿Cómo es la gestión de calidad con el uso de la definición metodológica DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca, 2019?	a. Conocer la gestión de calidad con el uso de la definición metodológica DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca, 2019		
	b. ¿Cómo es la gestión de calidad con el uso de la medición metodológica DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca, 2019?	b. Identificar la gestión de calidad con el uso de la medición metodológica DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr. Huancané Juliaca, 2019		

**Anexo 2: Instrumento de cuestionario**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y  
ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

**DEPARTAMENTO ACADÉMICO METODOLOGÍA  
DE LA INVESTIGACIÓN – (DEMI)**

Señor (a), el presente cuestionario de encuesta tiene como finalidad recabar información confidencial, donde la misma servirá para desarrollar el trabajo de investigación denominado **GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LA METODOLOGIA DMAIC EN LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO RUBRO LIBRERÍAS DEL JR. HUANCANÉ JULIACA, 2019** la información que usted proporcionará será utilizada solo con fines académicos y de investigación por lo que se le agradece anticipadamente.

Instrucciones: Marca con un aspa (X)

Siempre= 3

Raras veces = 2

Nunca = 1

Nº	Preguntas	Nunca	Raras veces	Siempre
<b>Variable 1. Gestión de calidad</b>				
<b>Dimensión: Definición</b>				
1	¿Cuenta una base de datos de clientes potenciales?			
2	¿Hace un reconocimiento a su personal por la buena atención que brinda a sus clientes?			
3	¿Analiza constantemente las expectativas de sus clientes?			
4	¿Puede interpretar el comportamiento de sus clientes al ingresar a la librería?			
<b>Dimensión: Medición</b>				
5	¿Realiza una comparación con las ventas anteriores, con las ventas actuales?			
6	¿Capacitas a tus trabajadores para la buena atención a tus clientes?			
7	¿Haces una constante mejora en equipamiento?			
8	¿Consecutivamente te mides con la competencia para mejorar la atención?			
<b>Dimensión: Análisis</b>				
9	¿Identificas las necesidades de tus clientes?			
10	¿Usted es comprensivo con las necesidades que requiere su cliente?			
11	¿Tu personal está constantemente capacitado para poder brindar un servicio eficaz?			
12	¿Tienes oportunidades para mejorar la atención al cliente?			
<b>Dimensión: Mejorar</b>				
13	¿Solucionas los problemas que requiere el cliente?			
14	¿Tratas de ganarte la atención y aprobación de los clientes?			
15	¿Tiene la capacidad de proveer las necesidades de los clientes potenciales			
16	¿Cuenta siempre con productos novedosos para sus clientes?			
<b>Dimensión: Control</b>				
17	¿Realiza un plan de monitoreo a sus trabajadores?			
18	¿Al finalizar el día realiza un control sobre de ingreso de clientes potenciales y no potenciales?			
19	¿Realiza un control constantes sobre la salida e ingreso de sus productos?			
20	Realiza un control de los clientes que generan reclamos constantes			

### **Anexo 3 Confiabilidad del instrumento mediante Alfa Cronbach**

En el presente estudio de investigación para saber la fiabilidad del instrumento se ha elegido por el método de Alfa de Cronbach a través de la varianza de los ítems (preguntas) y la varianza del puntaje total, para este fin se ha adoptado el cuestionario de encuesta a los trabajadores de las MYPE del sector comercio rubro librerías de la ciudad de Juliaca, con una cantidad de 20 preguntas, siendo considerado como prueba piloto. Para el grupo piloto se ha aplicado el cuestionario para la variable.

El valor del coeficiente resultante es bastante útil para medir la confiabilidad de las escalas de medida en una investigación; para evaluar la fiabilidad o la homogeneidad de las preguntas (ítems), es habitual la utilización del coeficiente de Alfa de Cronbach. Este coeficiente tiene valores entre 0-1, donde 0 es confiabilidad nula, y 1 equivale confiabilidad total (Valderrama, S, 2015).

El Coeficiente Alfa de Cronbach, necesita una sola administración del instrumento de medición, se toma en consideración que los valores del alfa superiores a 0,7 o 0,8 (en función de la fuente) son apropiados a fin de garantizar la confiabilidad de la escala de medición.

Para precisar el grado de confiabilidad, se determinó una muestra piloto de 20 trabajadores de las MYPE, por ser el más representativo, luego se empleó el instrumento, con el fin de establecer el grado de confiabilidad.

Para medir los resultados obtenidos se usó la evaluación de los coeficientes de alfa de Cronbach: Como criterio general, (George & Mallery Paul, 2003, pág. 231) sugieren las recomendaciones siguientes:

Coeficiente alfa  $>0.9$  es excelente

Coeficiente alfa  $>0.8$  es bueno

Coefficiente alfa >0.7 es aceptable

Coefficiente alfa >0.6 es cuestionable

Coefficiente alfa >0.5 es pobre

Coefficiente alfa <0.5 es inaceptable

**Resultados:** Se analizó la información, utilizando la opción de análisis de fiabilidad del software estadístico SPSS ver. 22, los resultados para este instrumento fueron:

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
<b>Alfa de</b>	<b>N de</b>
<b>Cronbach</b>	<b>elementos</b>
,822	20

**Interpretación:** El estadístico de fiabilidad Alfa de Cronbach, señala un valor de **0.822** para un total de **20 Ítems** o elementos formulados, contrastando con la escala de valoración se tiene que **el coeficiente es Bueno**, por lo cual se considera que el instrumento presenta fiabilidad y puede ser utilizado para los fines de la presente investigación.



**Anexo 4: Base de datos**

Nº	Gestión de Calidad con el uso de la metodología DMAIC																			
	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	2
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	2
3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3
4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3
5	2	2	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1	2	1	1	2	3	2	1	1
6	2	2	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1	2	1	1	2	3	2	1	1
7	2	3	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	3	2	1
8	2	3	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	3	2	1
9	1	2	1	1	1	3	2	1	3	2	1	1	1	2	3	2	3	2	1	1
10	1	2	1	1	1	3	2	1	3	2	1	1	1	2	3	2	3	2	1	1
11	3	2	3	1	3	1	3	3	3	3	2	2	2	3	3	1	1	2	2	2
12	3	2	3	1	3	1	3	3	3	3	2	2	2	3	3	1	1	2	2	2
13	3	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1	3	2	2	1	3	1	2	2
14	3	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1	3	2	2	1	3	1	2	2
15	3	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	1	2	3
16	3	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	1	2	3
17	3	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	3	2	2	1	2	1	2	3
18	3	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	3	2	2	1	2	1	2	3
19	1	3	1	2	1	2	2	2	2	3	1	1	3	1	2	3	2	3	1	2
20	3	1	3	3	1	1	1	3	3	2	3	1	2	3	3	1	1	1	3	3
21	3	1	3	3	1	1	1	3	3	2	3	1	2	3	3	1	1	1	3	3
22	3	3	3	3	3	1	3	2	3	1	3	2	2	3	3	1	1	3	3	1
23	3	3	3	3	3	1	3	2	3	1	3	2	2	3	3	1	1	3	3	1
24	1	3	1	2	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1	2	2	2	3	1	3
25	1	3	1	2	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1	2	2	2	3	1	3
26	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	3	1	2	3	2	2
27	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	3	1	2	3	2	2
28	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2
29	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2
30	2	2	2	2	2	3	1	3	2	3	2	3	1	2	2	3	3	2	2	2
31	2	2	2	2	2	3	1	3	2	3	2	3	1	2	2	3	3	2	2	2
32	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	2	1	3	2	1	3
33	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	2	1	3	2	1	3
34	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2

35	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2
36	1	1	2	3	2	3	2	2	2	3	2	1	2	3	3	2	3	1	2	3
37	1	1	2	3	2	3	2	2	2	3	2	1	2	3	3	2	3	1	2	3
38	3	2	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	3	2	3	1
39	3	2	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	3	2	3	1
40	3	2	1	1	3	3	1	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	2	1	3
41	3	2	1	1	3	3	1	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	2	1	3
42	3	3	1	3	1	3	1	1	3	1	1	1	2	1	3	3	3	3	1	3
43	3	3	1	3	1	3	1	1	3	1	1	1	2	1	3	3	3	3	1	3
44	2	3	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	3	1	2	3	2	3
45	2	3	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	3	1	2	3	2	3
46	3	3	2	1	2	2	2	3	3	1	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3
47	3	3	2	1	2	2	2	3	3	1	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3
48	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	3
49	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	3
50	2	3	2	1	2	3	1	3	3	3	2	1	1	2	1	1	3	3	2	3
51	2	3	2	1	2	3	1	3	3	3	2	1	1	2	1	1	3	3	2	3
52	2	3	2	2	2	3	1	3	3	3	2	3	1	3	2	1	3	3	2	3
53	2	3	2	2	2	3	1	3	3	3	2	3	1	3	2	1	3	3	2	3
54	3	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	1	3	3	2	3
55	3	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	1	3	3	2	3
56	3	3	2	1	2	3	2	3	2	3	2	1	2	2	3	1	3	3	2	3
57	3	3	2	1	2	3	2	3	2	3	2	1	2	2	3	1	3	3	2	3
58	3	2	3	1	1	3	3	3	1	2	3	1	1	2	3	3	3	2	3	3
59	3	2	3	1	1	3	3	3	1	2	3	1	1	2	3	3	3	2	3	3
60	2	3	3	2	1	3	1	3	3	3	3	1	2	3	2	2	3	3	3	2
61	2	3	3	2	1	3	1	3	3	3	3	1	2	3	2	2	3	3	3	2
62	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3
63	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3
64	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3	2	3
65	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3	2	3
66	3	3	1	2	1	3	2	2	1	2	3	2	3	3	2	1	3	3	3	3
67	3	3	1	2	1	3	2	2	1	2	3	2	3	3	2	1	3	3	3	3

**Anexo 5: fotos**









## **Anexo 6: Turnitin**