



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE
LA MYPE MULTIVENTAS STMA TRINIDAD E.I.R.L. DEL
SECTOR SERVICIO DEL DISTRITO DE JULIACA, AÑO
2019

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTADO POR:

BACH. ROXANA BEATRIZ HUAYTA SUCASACA

ASESOR

MGTR. DIVÁN YURI CARI CONDORI

SEDE JULIACA-PERÙ

2019

JURADO EVALUADOR

Dr. JUAN MAURICIO PILCO CHURATA
PRESIDENTE

Dr. AURELIO FRANCISCO ALVARES GALLEGOS
MIEMBRO

Lic. CONSTANTINO ANTONIO PARICAHUA CONDORI
MIEMBRO

Mgr. DIVÁN YURI CARI CONDORI
ASESOR

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por estar siempre conmigo en mis logros y fracasos; por darme salud, bienestar, sabiduría y el amor infinito.

A mis queridos padres que me dieron la fortaleza y el bienestar para seguir adelante y no dejarme vencer por su apoyo incondicional y a mis hermanos quienes creen y confían en mí.

DEDICATORIA

Este proyecto de tesis va dedicado
con todo el amor a mis queridos
padres quienes creyeron y confiaron
en mí, dándome buenos ejemplos de
superación y entrega, por todos los
esfuerzos que hicieron por mí para
sacarme adelante y por apoyarme en
cada etapa de mi vida.

A mi familia que me da la fortaleza
para seguir adelante y no dejarme
vencer, por el apoyo incondicional
que me dan, a mis queridos hermanos
que me dan su apoyo moralmente,
a mi docente tutor que me brinda
todo su conocimiento en la formación
de mi carrera.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, de tipo descriptivo cuantitativo con diseño no experimental – transversal, se realizó con el propósito de cómo es la gestión de calidad en atención al cliente de la mype Multiventas Stma Trinidad E.I.R.L. del sector servicio del distrito de Juliaca, año 2019. La población muestral estuvo constituido por 80 clientes que se tomó intencionalmente. Para la recolección de datos, se elaboró un cuestionario estructurado de 16 preguntas. El análisis y procedimiento de datos se realizó en el programa Microsoft Excel y el Microsoft Word con el que se elaboraron tablas y figuras simples y porcentuales para obtener los siguientes resultados; en el desempeño de los trabajadores el 50% de clientes respondieron que es pésimo la atención al cliente, en cuanto a la organización el 50% es regular ya que no cuenta con una organización adecuada, en cuanto a los canales de comunicación con el cliente el 81% es regular, el 56% es regular la información proporcionada que se le brinda al cliente, el 75% es mala la atención de quejas esto se debe a que el libro de reclamaciones no está al alcance del cliente y el 75% de clientes respondieron que es buena en la generación de facturas por ser una empresa formal. Se llegó a la conclusión que la atención al cliente es pésima. La falta de capacitación e información por parte de la empresa hacia sus trabajadores.

Palabras clave: Gestión de calidad, atención al cliente y Mype.

ABSTRACT

This research work, the quantitative descriptive type with the non-experimental design - transversal, the purpose of quality management in the customer service of mype Multiventas Stma Trinidad E.I.R.L. of the service sector of the district of juliaca, year 2019. The sampling population consisted of 80 clients who were intentionally surprised. For the data collection, a structured questionnaire of 16 questions was elaborated. The analysis and the procedure of the data were carried out in the Microsoft Excel program and the Microsoft Word tables and simple and percentage figures were elaborated to obtain the following results; 50% of the customers responded that the customer service is terrible, as for the organization 50% is regular that you do not have an adequate organization, in the communication channels with the client 81% is regular, the 56% is regular information that provides customer service, 75% is bad attention to complaints this is due to the book of claims is not available to the customer and 75% of customers I answered that is good at generating bills For being a formal company. He came to the conclusion that customer service is terrible. The lack of training and information on the part of the company towards its workers.

Keywords: Quality management, customer service and Mype.

CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xi
I. INTRODUCCIÓN	12
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	16
2.1. Antecedentes	16
2.2. Bases teóricas de la Investigación.....	19
2.2.1. Gestión de Calidad	19
2.2.2. Atención al Cliente.....	23
2.3. Marco Conceptual	28
2.3.1. Gestión de calidad	28
2.3.2. Calidad	28
2.3.3. Cliente	29
2.3.4. Servicio	29
2.3.5. Mype	29
2.3.6. Empresas Familiares	29
2.3.7. Importaciones.....	29
III. METODOLOGÍA	31
3.1. Diseño de la Investigación	31
3.1.1. Tipo de investigación	31
3.1.2. Nivel de Investigación.....	31
3.2. Población y Muestra.....	32
3.2.1. Población.....	32
3.2.2. Muestra.....	32
3.3. Definición y operacionalización de variables	33
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	34

3.4.1. Técnicas	34
3.4.2. Instrumentos	34
3.5. Plan de análisis.....	34
3.6. Matriz de consistencia.....	35
3.7. Principios Éticos	36
IV. RESULTADOS.....	37
4.1. Resultados	37
4.2. Análisis de Resultados	53
V. CONCLUSIONES	57
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	59
BIBLIOGRAFÍA	60
ANEXOS	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: El personal demuestra cordialidad con el cliente	37
Tabla 2: El cliente es atendido con amabilidad y cortesía.....	38
Tabla 3: El personal conoce a profundidad los productos y/o servicios.....	39
Tabla 4: El personal demuestra facilidad de comunicación	40
Tabla 5: Existe una distribución apropiada de los productos comercializados	41
Tabla 6: Cuenta con libro de reclamaciones.....	42
Tabla 7: Considera que la empresa está bien organizada	43
Tabla 8: Los canales de comunicación con el cliente son los adecuados	44
Tabla 9: La tecnología de información está bien implementada	45
Tabla 10: El personal proporciona una buena información al cliente de los productos comercializados	46
Tabla 11: Ante cualquier duda o consulta del cliente el personal brindara la información adecuada	47
Tabla 12: Considera que la empresa tiene un procedimiento para la atención de quejas	48
Tabla 13: El libro de reclamaciones está al alcance de los clientes.....	49
Tabla 14: Considera que ante una queja u observación esta será atendida oportunamente	50
Tabla 15: Considera a la empresa emitiendo facturas o boletas de acuerdo a ley....	51
Tabla 16: Considera que la empresa emite facturas sin errores de información	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: El personal demuestra cordialidad con el cliente.....	37
Figura 2: El cliente es atendido con amabilidad y cortesía	38
Figura 3: El personal conoce a profundidad los productos y/o servicios	39
Figura 4: El personal demuestra facilidad de comunicación.....	40
Figura 5: Existe una distribución apropiada de los productos comercializados.....	41
Figura 6: Cuenta con libro de reclamaciones	42
Figura 7: Considera que la empresa está bien organizada.....	43
Figura 8: Los canales de comunicación con el cliente son los adecuados	44
Figura 9: La tecnología está bien implementada.....	45
Figura 10: El personal proporciona una buena información al cliente.....	46
Figura 11: Ante cualquier duda o consulta del cliente el personal brindara la información adecuada	47
Figura 12: Considera que la empresa tiene un procedimiento para la atención de quejas	48
Figura 13: El libro de reclamaciones está al alcance de los clientes	49
Figura 14: Considera que ante una queja u observación esta será atendida oportunamente	50
Figura 15: Considera a la empresa emitiendo facturas o boletas de acuerdo a ley ..	51
Figura 16: Considera que la empresa emite facturas sin errores de información....	52

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 2. ENCUESTA	64
ANEXO 3. PRESUPUESTO GENERAL	67
ANEXO 4. CUADRO DE IMPORTACIÓN	68
ANEXO 5. CUADRO DE VENTA.....	69
ANEXO 6. PRINCIPALES PRODUCTOS	70
ANEXO 7. ESPECIFICACIONES DE ALGUNOS PRODUCTOS	73
ANEXO 8. INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA	77
ANEXO 9. EXIBICIÓN DE PRODUCTOS.....	78

I. INTRODUCCIÓN

La atención al cliente es de suma importancia para las empresas y los negocios ya que es el pilar fundamental. Pero lamentablemente el cliente no es atendido como debe ser por las grandes y pequeñas empresas esto se debe a la falta de una buena gestión de calidad en atención al cliente. La gestión de calidad es un conjunto de decisiones que se usa en la empresa con el objetivo de promover la calidad de los productos, servicios, procesos y sobre todo en la gestión empresarial.

La atención al cliente es una actividad desarrollada por las organizaciones con orientación a satisfacer las necesidades de sus clientes, logrando así incrementar su productividad y ser competitiva. El cliente es el protagonista principal y el factor más importante en el juego de los negocios. (Najul Godoy, 2014)

La empresa Multiventas Stma Trinidad adolece de atención al cliente a pesar de ser una empresa importadora de productos innovadores y vanguardistas no cuenta con personal capacitado el cliente no tiene otra opción de escoger otra empresa para que se le atienda ya que es la única empresa importadora en productos novedosos que brida un estop completo al público, entre sus principales clientes están FONCODES, Gobierno regional, municipalidades y público en general

lo que la empresa ofrece al cliente son productos novedosos como son las coberturas de policarbonato, acabados, Riego tecnificado, minería etc. El policarbonato es un polímero termoplástico transparente, muy liviano y dúctil con una alta dureza y gran resistencia al impacto. Otras aplicaciones del policarbonato incluyen ventanas de invernaderos, techos ligeros transparentes para terrazas, entre otros.

Por lo tanto, se planteó el siguiente **problema de investigación**: **¿Cómo es la gestión de calidad en atención al cliente de la Mype Multiventas Stma Trinidad E.I.R.L. del sector servicio del distrito de Juliaca, año 2019?**

Para poder dar respuesta al problema de investigación, se plantea el siguiente **objetivo general**: **Conocer la gestión de calidad en atención al cliente de la Mype Multiventas Stma Trinidad E.I.R.L. del sector servicio del distrito de Juliaca, año, 2019.**

Así mismo se planteó tres **objetivos específicos**:

- Describir la atención al cliente en el desempeño de los trabajadores de la empresa Multiventas Stma Trinidad E.I.R.L. del sector servicio del distrito de Juliaca año, 2019.
- Describir la atención al cliente en la organización de la empresa Multiventas Stma Trinidad E.I.R.L. del sector servicio del distrito de Juliaca año, 2019.
- Describir la atención al cliente en los canales de comunicación de la empresa Multiventas Stma Trinidad E.I.R.L. del sector servicio del distrito de Juliaca año, 2019.

Así mismo el trabajo de investigación se **justifica** por ser una empresa importadora de productos innovadores y vanguardistas que ofrece al mercado, en la actualidad y la necesidad de brindar una mejor gestión de calidad en atención al cliente a pesar de ser una empresa importadora adolecen de atención al cliente la falta de capacitación e información por parte de sus trabajadores, al no contar con el personal capacitado hace que la empresa tenga muchas debilidades en lo que es gestión de calidad en atención al cliente.

La motivación que me motivo a ser el trabajo de investigación es al no encontrar una calidad de atención suficiente hacia los clientes.

La investigación se desarrolló bajo la **metodología** del diseño no experimental – transversal el tipo de investigación es descriptivo porque nos ayudara a describir la gestión de calidad de atención al cliente de nivel cuantitativo nos ayudara a cuantificar el nivel de estudio, así como también se tomó como población a 80 clientes intencionalmente. Lo cual se le aplicó una encuesta a todo el cliente que vienen a ver las novedades que ofrece la empresa Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L., nuestro instrumento fue el cuestionario que elaboramos para saber cómo está la gestión de calidad en atención al cliente en la empresa Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L.

Las limitaciones que se tuvo en esta investigación fueron la disposición del cliente y el tiempo de respuesta de cada cuestionario y también la búsqueda de información que se llevó más tiempo.

PRIMER CAPÍTULO: Describe todo lo referente a la fundamentación del proyecto de investigación

SEGUNDO CAPÍTULO: A aquí se muestra la revisión de literatura, define conceptos básicos como gestión de calidad, calidad, calidad total, precursor de la calidad, norma ISO 9001, Recurso humano como factor clave para la administración de la calidad en la asociación, Información proporcionada, atención de quejas, generación de facturas, atención al cliente, desempeño de los trabajadores, organización, canales de comunicación, Mype, cliente, servicio al cliente, importaciones, empresas familiares,

TERCER CAPÍTULO: Se presenta la metodología del proyecto de investigación, contiene la recolección de datos.

CUARTO CAPÍTULO: Se presenta los resultados de la investigación, como los gráficos, tablas y también el análisis de los resultados.

QUINTO CAPÍTULO: Se presenta las conclusiones, aspectos complementarios, bibliografía y anexo.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Mena (2015) en su tesis titulado “Auditoria de gestión financiera en la ferretería Bycace del Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi durante el periodo 01 de enero al 31 de diciembre del 2013” en su tesis dice que los representantes de "Ferretería Bycace" desempeñan numerosas funciones, ya que no tienen un manual que indique los elementos de cada uno, una circunstancia que se debe a una falta específica de información en la organización de la capacidad humana, al igual que la falta de consideración. Del supervisor en la creación y mezcla de un manual de capacidades. La incapacidad de corregir esta circunstancia provoca la duplicación de capacidades y la pérdida de tiempo de los representantes. Para esta situación, la ausencia de los ejecutivos de la capacidad humana implica que los representantes no se ajustan completamente a su trabajo, ya que dirigen sus esfuerzos a varias regiones de la organización sin emerger en una acción solitaria, produciendo diferencias distintivas debido a la ausencia de datos favorables.

Infantes (2017) En su tesis de estudio tuvo como título “Gestión de la calidad de atención al cliente y su efecto en la satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de artículos de ferretería; caso de la empresa “Consorcio Servimport S.A.C.”, en la ciudad de Chimbote, 2016” para optar el grado de Magister en Administración. En su tesis nos indica que el trabajo es para describir la gestión de la calidad de atención al cliente y su efecto en la satisfacción en los micros y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de artículos de ferretería. Es de tipo Descriptivo - Correlacional, su nivel es Aplicada, su enfoque

Cuantitativo y su diseño es no experimental – transversal. Para el recojo de la información se identificó una población muestra de 81 clientes mensuales, a quienes se les aplicó una encuesta de 38 preguntas y se obtuvo el siguiente resultado: En cuanto a la atención al cliente un 47% considera que es buena, un 37 % excelente y el 16% regular. En cuanto a la satisfacción al cliente el 73% afirma que el nivel de satisfacción es excelente, mientras otro 21% determina que el nivel de satisfacción es bueno y finalmente el 6% de los encuestados afirma que está regularmente satisfecho con la atención brindada por Consorcio Servimport S.A.C.

Taipe (2018) en su tesis de investigación “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercial, rubro ferreterías, distrito de Satipo, año 2017”. En su tesis dice que las ferreterías constituyen un componente importante de la economía local, tienen un movimiento económico apreciable y su dimensión hace que requieran de una administración que satisfaga sus necesidades de planificación, control y mejora con impacto positivo en su relación con los clientes. Sus propietarios consideran que las acciones enfocadas a satisfacer al cliente, si son valoradas por el nivel del servicio y genera fidelización.

En su trabajo de campo ha sido realizada una encuesta organizada de 16 preguntas, obteniendo siguientes resultados con respecto a la organización, el 100% de las Mype resumidos se formalizan y su principal intriga ha sido el “acceso al crédito bancario”. Mientras que el 52.6% de las tiendas de ferreterías tienen un breve período en el mercado. “de 1 a 3 años” Además, tienen de 1 a 4 trabajadores. De la misma manera, también el 63,2% de las Mype tienen a sus trabajadores en finanzas. Con En cuanto a la organización y administración de clientes, no caracterizaron su objetivo

central y su visión; Si tienes una estrategia comercializable. Los microempresarios se aseguran de que el marco de mype fomente la administración del cliente. No tienen implementado una gestión basada en la calidad, que le brindaría el soporte para la continuidad de los planes de mejora o decisiones estratégicas.

Yacupoma (2017) en su investigación aborda “la Gestión de calidad en atención al cliente en la micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarney; caso: ferretería Santa María S.A.C, año 2016”. Se llegó a las siguientes conclusiones:

En su tesis indica que la mayor parte de las micro y pequeñas organizaciones son formales, tienen en algún lugar del rango de 1 y 5 especialistas que trabajan en su organización, con un período de inmutabilidad entre 7 y más años en el campo. En cuanto al caso: la tienda de ferretería "SANTA MARIA" es una organización formal, cuenta con 5 especialistas y tiene 7 años de durabilidad en el campo.

Con respecto a las características de Gestión de calidad en ferretería Santa María S.A.C. si aplican administración de calidad para la administración de clientes. Que vienen a la empresa también han conectado métodos actuales, han preparado a sus socios en la administración de clientes, con la remota posibilidad de que confíen en que una administración decente mejora la eficiencia en la organización y son creadas para generar rentabilidad. Aplicando a la empresa “Santa Mari S.A.C.” una encuesta de 15 preguntas. La adquisición como resultados: la mitad de los propietarios tienen entre 33 y 45 años. El 62,5% son hombres. El 100% de los MYPES son formales. El 100% aplica administración de calidad a la administración de clientes. El 62.5% de las Mype han conectado los procedimientos actuales para mejorar la administración de la calidad. 100% de administración de clientes de gran calidad. En la empresa Santa

María S.A.C. Confíe en que con una administración de calidad decente mejora la rentabilidad en la organización, por eso Hicieron que sus organizaciones crearan beneficios, insisten en que sus colegas consideren la calidad y que su necesidad sea considerada con benevolencia.

2.2.Bases teóricas de la Investigación

2.2.1. Gestión de Calidad

(Parra Suárez, 2018), La gestión de la calidad integra las tendencias actuales y constituye el pilar del diseño de un procedimiento general. Se consideran a ambos los aportes fundamentales de esta investigación.

Según el autor Cartaya (2013) menciona que el sistema de Gestión de Calidad se define como la serie de elementos que interactúan o que están interrelacionados, para establecer y cumplir con una Política y Objetivos de calidad, con el fin de dirigir y controlar una organización con respecto a ésta.

2.2.1.1. Calidad

(Orlandoni Merli, 2014), Calidad se refiere a ciertos atributos mensurables de un producto, servicio o proceso, para los que se ha establecido cierto estándar. En su texto un producto o servicio es de calidad cuando satisface las necesidades de los usuarios en cuanto a seguridad, fiabilidad y servicio. Los conceptos de calidad y productividad están estrechamente relacionados. La baja calidad de un producto, manifestada como defectos de fabricación y baja confiabilidad en su rendimiento, afecta la productividad global de la empresa y su rentabilidad final.

Según el autor Bolaños (2016) dice que para comenzar con el análisis de la norma ISO 9001, conviene analizar el concepto de calidad con el cual se vincula. La calidad tiene que ver con cuán adecuado es un producto o servicio para el uso que se pretende hacer

de él; en otras palabras, para aquello que desea el cliente. Implica tratar de satisfacer las necesidades de los consumidores y, en la medida de lo posible, superar sus expectativas.

2.2.1.1.1. Calidad total

Según el autor López (2013) dice que la calidad total es un razonamiento de la administración que incluye la inclusión de todos los individuos de la organización en el aspecto coherente para el desarrollo personal y la mejora constante. La calidad total, es otra visión del mundo o el modelo de la junta que trata de centrar la Sistema de la organización para dar al cliente lo que necesita y cuando lo necesita, con un costo agresivo y de la manera más eficiente posible.

2.2.1.1.2. Joseph M. Jurán

Siendo licenciado en derecho e ingeniero, enseñó la doctrina de la Gestión de la Calidad y contribuyó a que la gran potencia japonesa revolucione su forma de pensar y su aptitud al uso de los productos y servicios que globalizan el mundo. Entre sus aportaciones figuran

- Conceptos asociados a disminuir los costos de la no calidad
- Progresar en calidad a lo largo del tiempo
- Corregir fallos crónicos asociados a la falta de calidad.

López (2013)

2.2.1.2. Principios de ISO 9001

Según el ISO 9001 – 2000 (2013) menciona estos principios

1. Concéntrate en el cliente: La organización depende de sus clientes y de esta manera deberían de entender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer las necesidades de los clientes y esforzarse por superar los deseos de los clientes.

2. Autoridad: Líderes en la solidaridad de dirección e introducción de la asociación. Deben crear y mantener una situación interna, en la que el personal pueda resultar completamente comprometido con el cumplimiento de los destinos de la asociación.

3. Apoyo del personal: El personal, en todas las dimensiones, la médula de una asociación y su completa responsabilidad es concebible en el sentimiento de la asociación.

4. Metodología basada en el procedimiento: un resultado ideal se logra con mayor eficacia cuando los ejercicios y los activos relacionados se supervisan como un procedimiento.

5. Enfoque de marco para los ejecutivos: identificar, comprender y supervisar procedimientos interrelacionados como marco, comprende la viabilidad y eficacia de una asociación para lograr sus destinos.

6. Mejora constante: la mejora continua de la ejecución general de la asociación debe ser un objetivo duradero de esto.

7. Concentrado dependiente de las certezas para la toma de decisiones: Las opciones viables dependen del examen de información y datos.

8. Asociaciones de utilidad común con el proveedor: una asociación y sus proveedores son confiables, y una relación comúnmente ventajosa amplía la capacidad de ambos para hacer la estimación.

2.2.1.3. El Recurso humano como factor clave para la administración de la calidad en la organización.

Según el autor Montoya (2016) menciona que el recurso humano es un factor clave para la administración de la calidad en una organización en su texto indica que la mejora innovadora no es una garantía de valor

de las administraciones que se dan en la organización, a la luz del hecho de que la máquina nunca puede suplantar la posibilidad de que el hombre se conecte entre sí. Esta mejora solo establece una ayuda, ya que el hombre, con su potencial ilimitado, tiene toda la probabilidad de iniciar dicha innovación, produciendo con su perspicacia y capacidad activos extraordinarios para la organización.

En este mundo globalizado hoy en día a los ejecutivos se les unen cualidades significativas, donde los dos clientes, proveedores y representantes asumen un trabajo principal en progreso, siendo este un componente importante en el recurso humano para un nuevo concepto de la organización y la empresa que esté a su vez se ve reforzado por la estimación de la relación y la incorporación del número considerable de individuos que son participe en gestión de calidad que compone la organización.

2.2.1.4. Información proporcionada

Cabe señalar, por experto, tanto al individuo en sí, como a un grupo de personas u organizaciones capaces de ofrecer valoraciones conclusivas sobre un problema y de hacer recomendaciones respecto a sus posibles soluciones, con un máximo de competencia (Sánchez, 2014)

Los programas informáticos constituyen el medio y el marco reglamentario para la información digital, y el acceso a los mismos determina el acceso a esa información. Es fundamental que exista un acceso equitativo a los programas informáticos para integrar y fomentar las sociedades de la información y la comunicación digitales, para lo cual es esencial que haya plataformas diversas (Información, 2014)

2.2.1.5. Atención de quejas u observación de los clientes

Según el autor Velázquez (2015) menciona que esta definición y la interpretación que ha seguido la mayoría de los investigadores, el comportamiento de queja se entiende

como el resultado de la valoración de una insatisfacción percibida con una situación de compra y/o consumo. Además, el término comprende dos categorías de respuestas, las comportamentales y las no comportamentales. Las primeras se refieren a cualquier acción que suponga la expresión física de la insatisfacción (al proveedor, a terceras partes o a otras personas) y también la conducta de cambio. Por el contrario, las respuestas no comportamentales son reacciones del individuo que no se manifiestan a través de ningún comportamiento explícito, como pueden ser el olvido o los cambios en la imagen, en las actitudes o en las intenciones de recompra.

2.2.1.6. Generación de facturas

Además de constituir una herramienta de la Administración Tributaria para ejercer un control efectivo sobre las operaciones comerciales, la factura electrónica es entendida por los gobiernos como un instrumento más de impulso de la sociedad de la información. Son las empresas, sin embargo, las que deben abordar el proyecto de factura electrónica, y para ellas el aliciente principal es la reducción de costes que conlleva su utilización, además de otros, como la mejora de la eficiencia, obtención de información en tiempo real, reducción de tiempos de gestión. Ello es debido a que las empresas y en especial las pymes, la perciben como un nuevo coste. Serena (2015)

2.2.2. Atención al Cliente

Según el autor Najul (2014) dice que la atención al cliente es un movimiento creado por organizaciones dispuestas a cumplir con los requisitos de sus clientes, lo que les permite ampliar su rentabilidad y productividad.

El cliente es el principal héroe y el factor más importante en el desvío de negocios. Es importante que la administración del cliente sea de la calidad más elevada, datos honestos, concretos y precisos, con una dimensión de consideración satisfactoria para

que los clientes que obtienen los datos, piensen en un elemento, pero además la naturaleza del ser humano. y capital especializado con el que establecerás una relación de negocios.

La atención al cliente, la excelencia en el servicio constituye una de las bases fundamentales para el éxito y desarrollo de una empresa en el mercado. (Manual de Atención al cliente, 2014)

Los cuatro factores para una buena atención al cliente son:

- Presentación personal
- Sonrisa
- Amabilidad
- Educación

2.2.2.1. Desempeño de los trabajadores

(Rosa, 2015), La adecuada gestión del capital humano parte del diagnóstico periódico del nivel de desempeño de los trabajadores con el propósito de detectar el estado en que se encuentran para respaldar el rumbo estratégico de la organización. Para lo cual es relevante la evaluación del desempeño que según la Norma Cubana 3000: 2007 es: “medición sistemática del grado de eficacia y eficiencia con el que los trabajadores realizan sus actividades laborales durante un período de tiempo determinado y de su potencial desarrollo, y constituye la base para elaborar y ejecutar el plan individual de capacitación y desarrollo

2.2.2.2. Organización

Según el autor Zalpa (2014) dice que existen miradas alternativas que buscan comprender a las organizaciones no sólo como espacios para la producción económica sino como espacios de creación de culturas y de subjetividades, es decir, buscan

entenderlas en su papel de generadoras de realidades sociales. Algunos de estos trabajos pueden enmarcarse dentro de lo que se denominan posturas críticas, esto es, que comprenden históricamente a las organizaciones y que intentan desnaturalizar algunas de las prácticas dadas como legítimas dentro de ellas

Los miembros de las organizaciones son vistos desde dos perspectivas, una más relacionada con la escuela clásica, o neoclásica, que considera a las personas como ruido en el sistema, y otra más relacionada con la escuela de las relaciones humanas, que considera a los miembros de la organización como personas con capacidad de pensar y aprender por su cuenta, y por lo tanto de tomar sus propias decisiones racionales.

2.2.2.3. Canales de comunicación

Cuando las culturas y el entorno cambian, también lo hace la comunicación, y esto es en gran medida el resultado de la interacción de los miembros de la sociedad. Como argumentaba Manuel Castells, vivimos en una sociedad red, donde la comunicación se intensifica cada vez más, además la comunicación se ha extendido a todos los dominios de la vida y está caracterizada por la interacción de diversos medios y por su potencial influencia en la vida personal, la empresa y hasta el mismo estado.

(Rodríguez Rocha, 2013)

En definitiva, la disponibilidad de tecnologías relacionadas en la empresa permite la acumulación de experiencias y conocimientos técnicos que generarán aprendizaje organizacional y capacidades tecnológicas, Además, la existencia de tecnologías relacionadas con las TIC permitirá a la empresa adoptar un mayor número de innovaciones.

Los programas informáticos constituyen el medio y el marco reglamentario para la información digital, y el acceso a los mismos determina el acceso a esa información. Es fundamental que exista un acceso equitativo a los programas informáticos para integrar y fomentar las sociedades de la información y la comunicación digitales, para lo cual es esencial que haya plataformas diversas.

2.2.2.4. Factores que intervienen en el servicio al cliente:

- **Gracia:** La gracia hace referencia a una administración amable, educada y complaciente. Sucede, por ejemplo, cuando los trabajadores dan la bienvenida al cliente con una sonrisa sincera, cuando le permiten darse cuenta de que están allí para servirle, cuando le hacen sentir que realmente están dispuestos a cumplirlo previamente, ofreciéndole, y así sucesivamente
- **Consideración personalizada:** la consideración personalizada es una consideración inmediata o individual que considera las necesidades, gustos inclinaciones del cliente. Ocurre, por ejemplo, cuando un trabajador similar cuida a un cliente en medio de todo el proceso de compra, cuando se le ofrece un artículo excepcionalmente planificado por sus necesidades, gustos e inclinaciones específicas, etc.
- **Velocidad de consideración:** La velocidad de consideración es la velocidad con la que se toman las órdenes del cliente, se le transmite su artículo o se responde a su solicitud o reclamación. Ocurre, por ejemplo, cuando hay procedimientos básicos y competentes, cuando hay un número adecuado de profesores, cuando el personal está preparado para dar una consideración rápida, y así sucesivamente.

- **Clima agradable:** Un aire maravilloso es un ambiente cómodo donde el cliente se siente bien. Ocurre, por ejemplo, cuando los trabajadores dan al cliente un trato benévolo y de buena vecindad, cuando los locales comerciales tienen un adorno decente, una iluminación satisfactoria, una música maravillosa, etc.
- **Comodidad:** la comodidad alude al consuelo que se otorga al cliente cuando visita las instalaciones. Ocurre, por ejemplo, cuando los locales tienen espacios lo suficientemente amplios para que el cliente se sienta tranquilo, grandes asientos o asientos, mesas enormes, paradas de vehículos, un lugar donde se puedan guardar sus activos, etc.
- **Seguridad:** la seguridad alude a la seguridad que existe en las instalaciones y que, en este sentido, se otorga al cliente cuando visita. Sucede, por ejemplo, cuando hay suficiente fuerza de trabajo de seguridad, cuando las zonas de seguridad están obviamente selladas, cuando los cursos de escapada se verifican claramente, cuando los paquetes de restauración son accesibles, y así sucesivamente.
- **Higiene:** La higiene alude a la limpieza o limpieza de locales o especialistas. Ocurre, por ejemplo, cuando los baños de las instalaciones están limpios en todo caso, cuando no hay papeles en el piso, cuando los especialistas están bien preparados, con la ropa uniforme o impecable y las uñas cortadas, etc.

(Yañes, 2013)

2.2.2.5. Mype

Como lo indica el art. 5 de la Ley N^o 30056, 2013 las características de las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías

empresarias o cual es importante conocer en función de sus niveles de ventas anuales (Ley N^a 30056, Artículo 5, 2013)

a) Microempresa: cuyas ventas anuales son hasta un máximo de 150 unidades impositivas Tributarias (UIT)

b) Pequeña empresa: ventas anuales superiores de 150 UIT hasta el monto máximo de 1700 UIT

c) Mediana empresa: ventas anuales superiores de 1700 UIT hasta el monto máximo de 2300 UIT

Importancia de la Mype

La micro y pequeñas empresas en Perú son componente muy importante del motor de nuestra economía. A nivel nacional, las MYPES brindan empleo al 80% de la población económicamente activa y generan cerca del 40% del Producto Bruto Interno (Barraza, 2015)

2.3. Marco Conceptual

2.3.1. Gestión de calidad

El marco de Gestión de la Calidad se caracteriza por la disposición de los componentes que se interconectan o están relacionados entre sí, para establecer y dar su consentimiento a una Política y Objetivos de Calidad, a fin de dirigir y controlar una asociación en cuanto a ello. (Ramón, 2015)

2.3.2. Calidad

Tomaremos el significado de la calidad que se satisface de que se mantenga la disposición de los atributos de un bien o servicio que aborde los problemas y deseos del cliente, lo cual es reconocido por la Organización Internacional de Normalización. (Carro Cartaya, 2014)

Es la disposición de los atributos de una administración o personal decente que aborda los problemas y deseos del cliente. (Orlandoni Merli, 2014)

2.3.3. Cliente

Es cualquier persona que tiene una necesidad o deseo por satisfacer, y que tiende a solicitar y utilizar los servicios brindados por una empresa o persona que ofrece dichos servicios. Un cliente es la persona o empresa receptora de un bien, servicio, producto o idea, a cambio de dinero u otro artículo de valor.

2.3.4. Servicio

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. (Yépez, 2016)

2.3.5. Mype

La Micro y Pequeña Empresa (MYPE) Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (SUNAT, 2019)

2.3.6. Empresas Familiares

Caracteriza la forma de vida de la empresa privada como la acumulación de cualidades definidas por las prácticas que existen en una organización debido a la administración dada por los familiares, tanto antes como hasta el presente. La familia nuclear y la conexión característica entre familia y empresa. (Aguilar, 2014)

2.3.7. Importaciones

La importación, es el procedimiento por el cual cualquier producto o servicio se coloca dentro de los límites de un estado por razones comerciales de existencia,

generalmente se realiza bajo condiciones específicas. Su importancia es que permite a los ciudadanos comprar artículos que no se crean en su país o que tienen una calidad superior o un costo más bajo. Perú importa lo siguiente.

- Mercancía de consumo: duradero y no duradero.
- Insumos: para agroindustria e industria y combustible.
- Recursos de capital: materiales de construcción, para la agroindustria, para la industria y para el transporte. (Vásquez, 2014)

III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la Investigación

La investigación pertenece a un diseño no experimental debido a que estos estudios se aplican si alterar las variables y simplemente se observan los problemas en su texto natural, para después examinarlos, esto indica el acopio de datos en un determinado momento y en un único tiempo (Kerlinger, 2012)

El diseño de la investigación es no experimental – transversal

No experimental: Ya que se maneja sin controlar intencionalmente las variables, se observó tal como se mostró.

Transversal: Ya que se recolecto la información, en un tiempo único.

3.1.1. Tipo de investigación

El estudio de esta investigación es básico, mediante una recolección de información, lo cual para la recolección de datos se recurrirá a un cuestionario, dentro de las cuales contamos con la información teórica, y sobre todo describir el resultado para después formular algunas estrategias que nos servirá de apoyo. (Espinosa , 2014)

Es del tipo descriptivo, porque se describió las características más importantes de la gestión de calidad en atención al cliente.

3.1.2. Nivel de Investigación

Según el autor Hernández (2014) menciona que el nivel de investigación es cuantitativo porque tiene como objetivo investigar el efecto de las formas o niveles de una variable a más de una determinada población. El proceso consiste en encontrar en una variable a un conjunto de personas, fenómenos, contextos, objetos, comunidades, situaciones, etc. y proveer su descripción.

El nivel de investigación es cuantitativo porque nos ayuda a cuantificar el grado de estudio.

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Población

Según Espinosa (2014) menciona que la población o el universo es cualquier conjunto de personas, objetos que tengan alguna característica común observable.

La población está conformada por la Mype Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L. del sector servicio del distrito de Juliaca, año 2019 con RUC 20447975000, la cual se encuentra ubicado en el jirón sucre N° 351 del barrio Manco Cápac (entre jr. tumbes y 8 de noviembre) esta zona es mayormente conocida, por ser una zona comercializadora en construcción y ferretería en general.

3.2.2. Muestra

Según el autor Hernández (2014) define que la muestra “es un subconjunto de una determinada población o de un universo, o también podemos llamarla a la muestra como un sub conjunto de elementos que forman parte a ese conjunto determinado al que denominamos población”.

Como el tamaño de la población es conocido, la muestra se trabajó con los clientes de la Mype Multiventas Stma Trinidad E.I.R.L del sector servicio del distrito de Juliaca, año 2019. De acuerdo a la base de datos de la empresa será aproximadamente de 80 clientes que se tomó intencionalmente

3.3. Definición y operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL: INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	ITEMS
Gestión de calidad	Según Ramón (2015) menciona que la gestión de la calidad se caracteriza por la disposición de los componentes que se interconectan o están relacionados entre sí, para establecer y dar su consentimiento a una Política y Objetivos de Calidad, a fin de dirigir y controlar una asociación en cuanto a ello.	Es una herramienta que permite planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias, a través de la prestación de servicios, lo cual son medidos a través de indicadores.	Atención	Desempeño de los trabajadores	Nominal	1,2,3,4
				Organización		5,6,7
				Canales de Comunicación		8,9
Atención al cliente	Según Najul Godoy (2014) Dice la atención al cliente, la excelencia en el servicio constituye una de las bases fundamentales para el éxito y desarrollo de una empresa en el mercado.		Gestión	Información Proporcionada		10,11
				Atención de quejas u observación de los clientes		12,13,14
				Generación de Facturas		15,16

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas

Según el autor Gómez (2013), menciona que las técnicas “son los procedimientos e instrumentos que utiliza el investigador con la finalidad de recopilar datos”

La encuesta: Es un conjunto de preguntas en forma coherente, mencionado en el lenguaje fácil y comprensivo, que normalmente una persona responde por escrito.

3.4.2. Instrumentos

Según el autor Duarte y Parra (2014) dice que los instrumentos son medios de comunicación, o instrumentos que se utilizan para poder registrar las observaciones o las entrevistas

Cuestionario: según el autor Hernández (2014) menciona que es un conjunto de diversas preguntas sobre una variable o más variables a medir.

Para la recolección de datos de la investigación se elaboró un cuestionario estructurado de 16 preguntas

3.5. Plan de análisis

En esta investigación se utilizó la técnica de la encuesta que facilitó tener la información y los datos sobre la gestión de calidad en atención al cliente de la Mype Multiventas Stma Trinidad E.I.R.L. del sector servicio del distrito de Juliaca, año 2019 asimismo los datos serán introducidos en el programa Microsoft Excel para el procesamiento de datos, las mismas que serán representadas a través de tablas y figuras para el análisis estadístico y posteriormente pasarlos al Microsoft Word.

3.6. Matriz de consistencia

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA MYPE MULTIVENTAS STMA TRINIDAD E.I.R.L. DEL SECTOR SERVICIO DEL DISTRITO DE JULIACA, AÑO 2019

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE E INDICADORES	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<p>General: ¿Cómo es la gestión de calidad en atención al cliente de la Mype Multiventas Stma Trinidad E.I.R.L. del sector servicio del distrito de Juliaca, año 2019?</p>	<p>Objetivo General: Conocer la gestión de calidad en atención al cliente de la Mype Multiventas Stma Trinidad E.I.R.L. del sector servicio del distrito de Juliaca, año, 2019.</p> <p>Objetivo Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Describir la atención al cliente en el desempeño de los trabajadores de la empresa Multiventas Stma Trinidad E.I.R.L. del sector servicio del distrito de Juliaca año, 2019. b) Describir la atención al cliente en la organización de la empresa Multiventas Stma Trinidad E.I.R.L. del sector servicio del distrito de Juliaca año, 2019. c) Describir la atención al cliente en los canales de comunicación de la empresa Multiventas Stma Trinidad E.I.R.L. del sector servicio del distrito de Juliaca año, 2019. 	<p>1.- Gestión de calidad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Información proporcionada - Atención de quejas u observación de los clientes - Generación de facturas <p>2.- Atención al cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desempeño de los trabajadores - Organización - Canales de comunicación 	<p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumento Cuestionario</p> <p>Método Análisis síntesis</p> <p>Diseño de investigación No experimental – transversal</p> <p>Tipo Descriptivo</p> <p>Nivel Cuantitativo</p> <p>Población 1 Mype del sector servicio</p> <p>Muestra 80 clientes</p>

3.7.Principios Éticos

El trabajo de investigación se realizó con total responsabilidad, al momento de realizar la recolección de datos de la población en estudio.

Además, se puso énfasis en la autenticidad de los resultados obtenidos, la confidencialidad de las encuestas aplicada fue de estricto carácter, honestidad al momento de realizar los análisis, se hace conocer con todos los datos que se realizó en la investigación para fines académicos.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

I. DESEMPÑO DE LOS TRABAJADORES

Tabla 1: El personal demuestra cordialidad con el cliente

EL PERSONAL DEMUESTRA CORDIALIDAD CON EL CLIENTE	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Pésima	15	19%
Mala	40	50%
Regular	15	19%
Buena	5	6%
Excelente	5	6%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L., Juliaca 2019

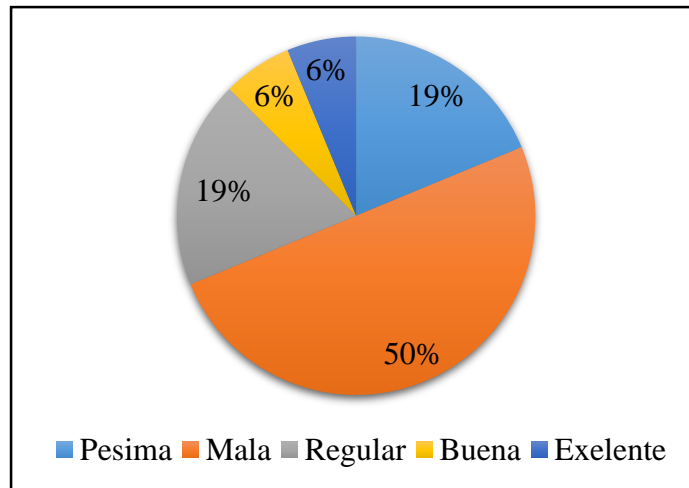


Figura 1: El personal demuestra cordialidad con el cliente

Fuente: Tabla N°1

Interpretación: El 100% de los encuestados el 50% de clientes indican que el personal no demuestra cordialidad con el cliente, el 19% de clientes opinan que la cordialidad con el cliente es pésima, el 19% de clientes indican que la cordialidad con el cliente es regular, el 6% de clientes opinan que la cordialidad con el cliente es buena y por otro lado el 6% de clientes dicen que la cordialidad con el cliente es excelente.

Tabla 2: El cliente es atendido con amabilidad y cortesía

EL CLIENTE ES ATENDIDO CON AMABILIDAD Y CORTESÍA	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Pésima	40	50%
Mala	20	25%
Regular	10	13%
Buena	5	6%
Excelente	5	6%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L., Juliaca 2019

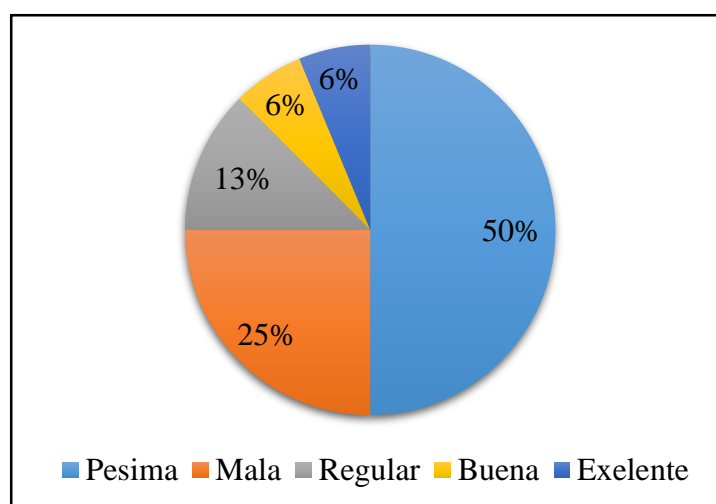


Figura 2: El cliente es atendido con amabilidad y cortesía

Fuente: Tabla N° 2

Interpretación: El 100% de los encuestados el 50% de clientes respondieron que la amabilidad y cortesía es pésima, el 25% de clientes respondieron que la amabilidad y cortesía es mala, el 13 % de clientes respondieron que la amabilidad y cortesía es regular, el 6% de clientes respondieron que la amabilidad y la cortesía es buena y el restante 6% de clientes respondieron que la amabilidad y cortesía es excelente.

Tabla 3: El personal conoce a profundidad los productos y/o servicios

EL PERSONAL CONOCE A PROFUNDIDAD LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Pésima	40	50%
Mala	25	31%
Regular	10	13%
Buena	5	6%
Excelente	0	0%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Multiventas Stma. Trinidad E.I.R. L., Juliaca 2019

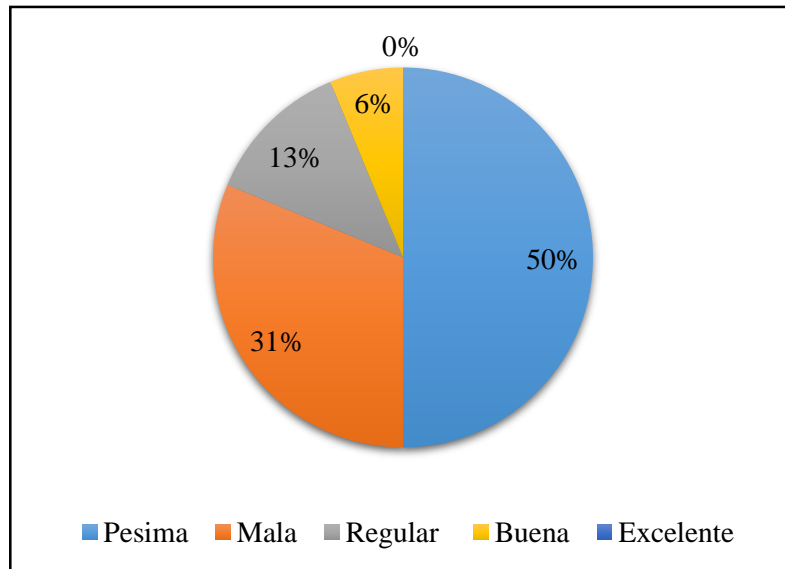


Figura 3: El personal conoce a profundidad los productos y/o servicios

Fuente: Tabla N°3

Interpretación: EL 100% de los encuestados el 50% de clientes respondieron que el personal no conoce a profundidad los productos y/o servicios lo cual es pésima para el cliente, el 31% de clientes respondieron que el personal no conoce a profundidad los productos y/o servicios lo cual es mala para el cliente, el 13 % de clientes respondieron que el personal conoce a profundidad los productos y/o servicios y por otro lado el 5% de clientes respondieron que el personal conoce a profundidad el producto y/o servicios.

Tabla 4: El personal demuestra facilidad de comunicación

EL PERSONAL DEMUESTRA FACILIDAD DE COMUNICACIÓN	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Pésima	30	38%
Mala	20	25%
Regular	25	31%
Buenas	5	6%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Multiventas Stma. Trinidad E.I.R. L., Juliaca 2019

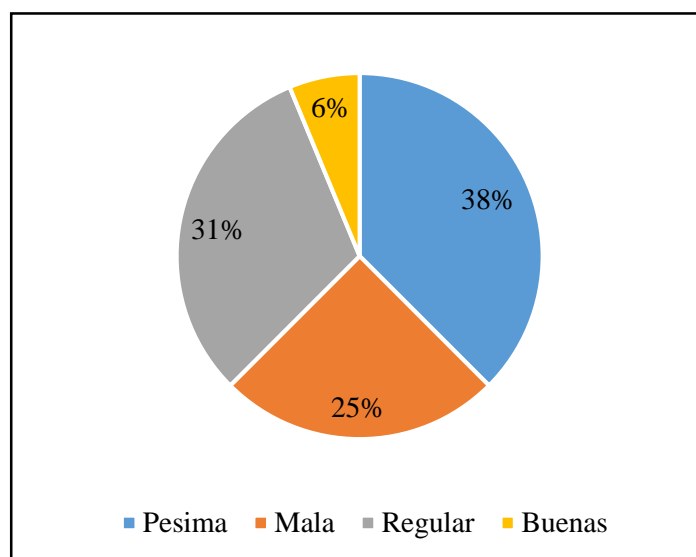


Figura 4: El personal demuestra facilidad de comunicación

Fuente: Tabla N°4

Interpretación: El 100% de encuestados el 38% de clientes indican que la facilidad de comunicación es pésima, el 31% de clientes indican que la facilidad de comunicación es regular, el 25% de clientes dicen que la facilidad de comunicación es mala y el restante 6% de clientes indican que la facilidad de comunicación es buena.

II. ORGANIZACIÓN

Tabla 5: Existe una distribución apropiada de los productos comercializados

EXISTE UNA DISTRIBUCIÓN APROPIADA DE LOS PRODUCTOS COMERCIALIZADOS	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Regular	40	50%
Buena	25	31%
Excelente	15	19%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Multiventas Stma. Trinidad E.I.R. L., Juliaca 2019

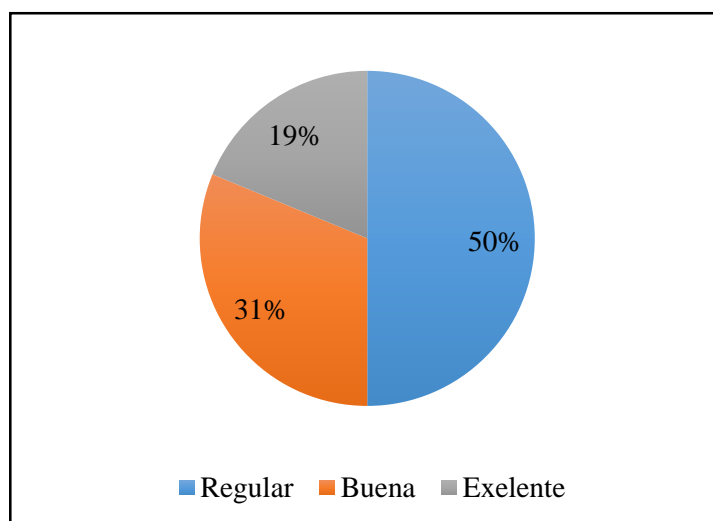


Figura 5: Existe una distribución apropiada de los productos comercializados

Fuente: Tabla N° 5

Interpretación: El 100% de los encuestados el 50% de clientes respondieron que es regular que existe una distribución apropiada de los productos comercializados, el 31% respondieron que es buena y por otro lado el 19% de clientes indican que la distribución apropiada de los productos comercializados es excelente.

Tabla 6: Cuenta con libro de reclamaciones

CUENTA CON LIBRO DE RECLAMACIONES	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Pésima	25	31%
Mala	20	25%
Regular	20	25%
Buena	15	19%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L., Juliaca 2019

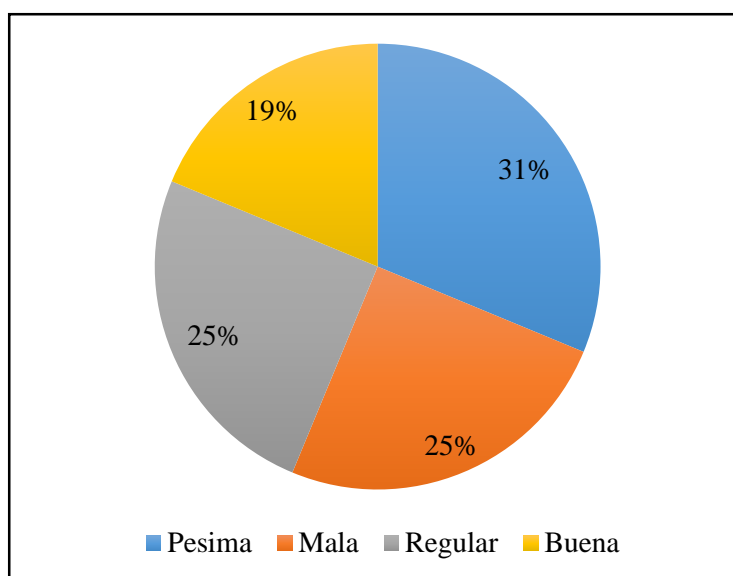


Figura 6: Cuenta con libro de reclamaciones

Fuente: Tabla N°6

Interpretación: El 100% de los encuestados el 31% de clientes respondieron que es pésima que cuentan con libro de reclamaciones, el 25% de clientes respondieron que es mala, el 25% de clientes respondieron que es buena y el restante 19% respondieron que es excelente.

Tabla 7: Considera que la empresa está bien organizada

CONSIDERA QUE LA EMPRESA ESTÁ BIEN ORGANIZADA	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Regular	35	44%
Buena	25	31%
Excelente	20	25%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L., Juliaca 2019

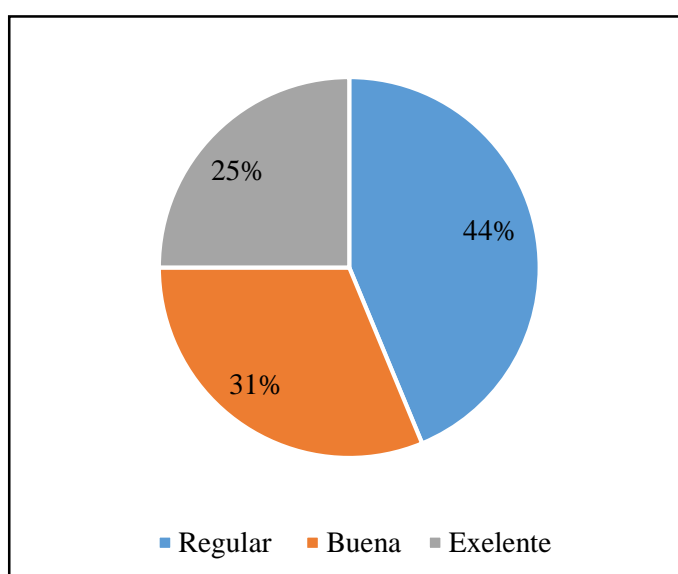


Figura7: Considera que la empresa está bien organizada

Fuente: Tabla N°7

Interpretación: El 100% de los encuestados el 44% de clientes respondieron que es regular que la empresa está bien organizada, el 31% de clientes respondieron que es buena y por otro lado el 25% de clientes que es excelente.

III. CANALES DE COMUNICACIÓN

Tabla 8: Los canales de comunicación con el cliente son los adecuados

LOS CANALES DE COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE SON LOS ADECUADOS	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Pésima	25	31%
Mala	15	19%
Regular	40	50%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L., Juliaca 2019

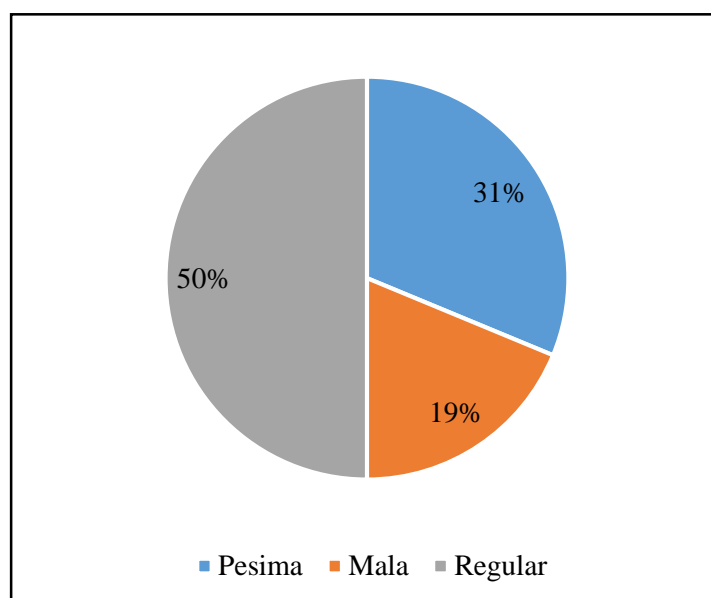


Figura 8: Los canales de comunicación con el cliente son los adecuados

Fuente: Tabla N°8

Interpretación: El 100% de los encuestados el 50 % de clientes indican que es regular los canales de comunicación con el cliente, el 31% de clientes dicen que es pésima y por otro lado el 19% de clientes indican que es mala los canales de comunicación con el cliente.

Tabla 9: La tecnología de información está bien implementada

LA TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN ESTÁ BIEN IMPLEMENTADA	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Mala	5	6%
Regular	65	81%
Buena	10	13%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L., Juliaca 2019

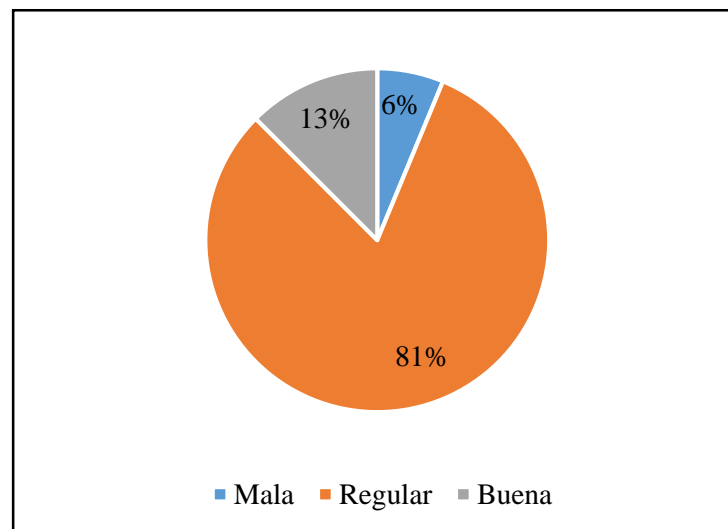


Figura 9: La tecnología está bien implementada

Fuente: Tabla N°9

Interpretación: El 100% de los encuestados el 81% de clientes respondieron que es regular que la tecnología de información está bien implementada, el 13 % de clientes respondieron que es buena y el restante 6% que es mala.

IV. INFORMACIÓN PROPORCIONADA

Tabla 10: El personal proporciona una buena información al cliente de los productos comercializados

EL PERSONAL PROPORCIONA UNA BUENA INFORMACIÓN AL CLIENTE DE LOS PRODUCTOS COMERCIALIZADOS	Frecuencia absoluta	frecuencia relativa
Pésima	20	25%
Mala	25	31%
Regular	35	44%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L., Juliaca 2019

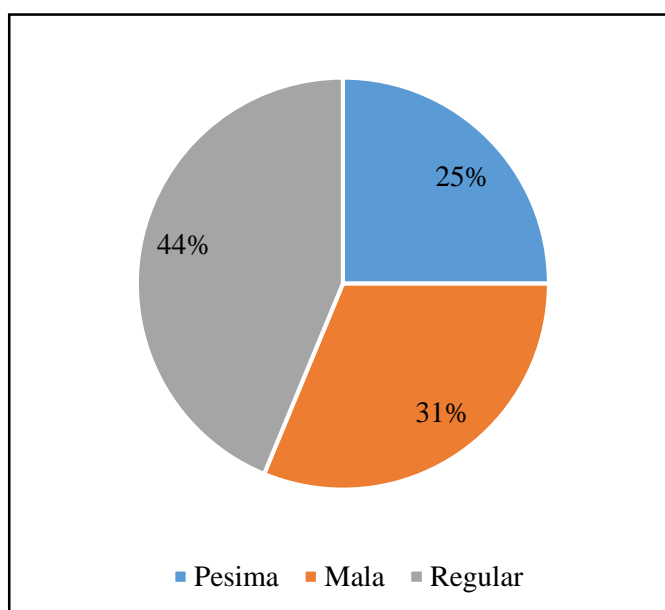


Figura 10: El personal proporciona una buena información al cliente

Fuente: tabla N°10

Interpretación: El 100% de los encuestados el 44% de clientes respondieron que es regular que el personal proporciona una buena información al cliente, el 31% respondieron que es mala y el restante 25% de clientes respondieron que es pésima.

Tabla 11: Ante cualquier duda o consulta del cliente el personal brindara la información adecuada

ANTE CUALQUIER DUDA O CONSULTA DEL CLIENTE EL PERSONAL BRINDARA LA INFORMACIÓN ADECUADA	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Pésima	15	19%
Mala	20	25%
Regular	45	56%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L., Juliaca 2019

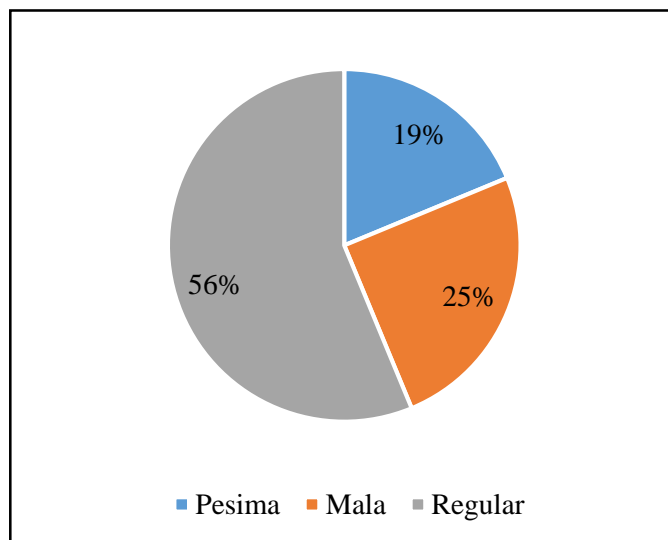


Figura 11: Ante cualquier duda o consulta del cliente el personal brindara la información adecuada

Fuente: Tabla 11

Interpretación: El 100% de los encuestados el 56% de clientes respondieron que es regular que ante cualquier duda o consulta del cliente el personal brindara la información adecuada, el 25% de clientes respondieron que es mala y el restante 19% de clientes respondieron que es pésima.

V. ATENCIÓN DE QUEJAS

Tabla 12: Considera que la empresa tiene un procedimiento para la atención de quejas

CONSIDERA QUE LA EMPRESA TIENE UN PROCEDIMIENTO PARA LA ATENCIÓN DE QUEJAS	Frecuencia absoluta	frecuencia relativa
Pésima	20	25%
Mala	25	31%
Regular	35	44%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L., Juliaca 2019

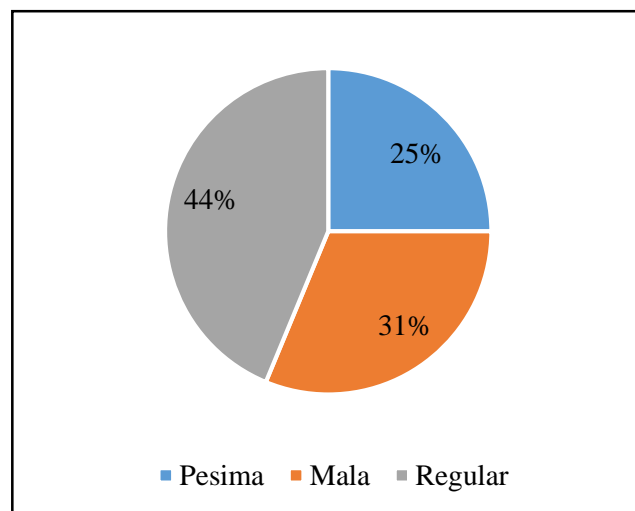


Figura 12: Considera que la empresa tiene un procedimiento para la atención de quejas

Fuente: Tabla N° 12

Interpretación: El 100% de los encuestados el 44% de clientes respondieron que es regular el procedimiento para la atención de quejas, el 31% de clientes respondieron que es mala y el restante 25% de clientes respondieron que es pésima.

Tabla 13: El libro de reclamaciones está al alcance de los clientes

EL LIBRO DE RECLAMACIONES ESTÁ AL ALCANCE DE LOS CLIENTES	Frecuencia absoluta	frecuencia relativa
Pésima	15	19%
Mala	45	56%
Regular	20	25%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L., Juliaca 2019

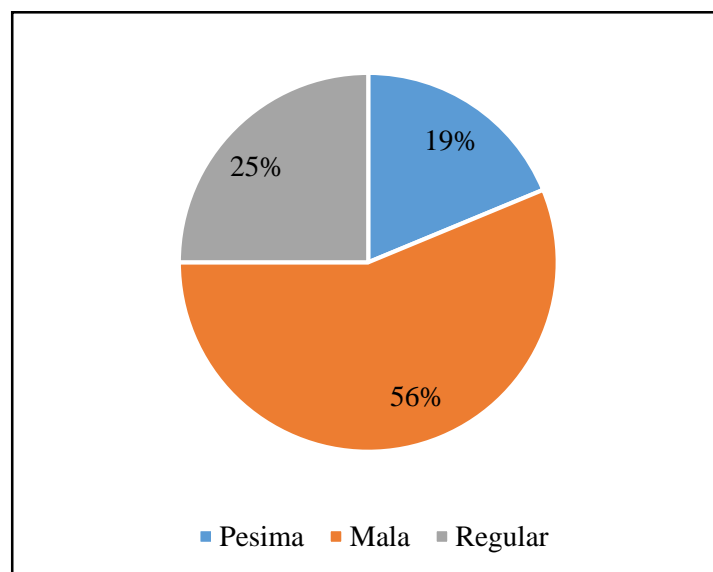


Figura 13: El libro de reclamaciones está al alcance de los clientes

Fuente: Tabla N° 13

Interpretación: El 100% de encuestados el 56% de clientes respondieron que el libro de reclamaciones no está al alcance de los clientes lo cual es mala para el cliente, el 25% de clientes respondieron que es regular y el restante 19% de clientes respondieron que es pésima.

Tabla 14: Considera que ante una queja u observación esta será atendida oportunamente

CONSIDERA QUE ANTE UNA QUEJA U OBSERVACIÓN ESTA SERÁ ATENDIDA OPORTUNAMENTE	Frecuencia absoluta	frecuencia relativa
Pésima	5	6%
Mala	10	13%
Regular	60	75%
Buena	5	6%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L., Juliaca 2019

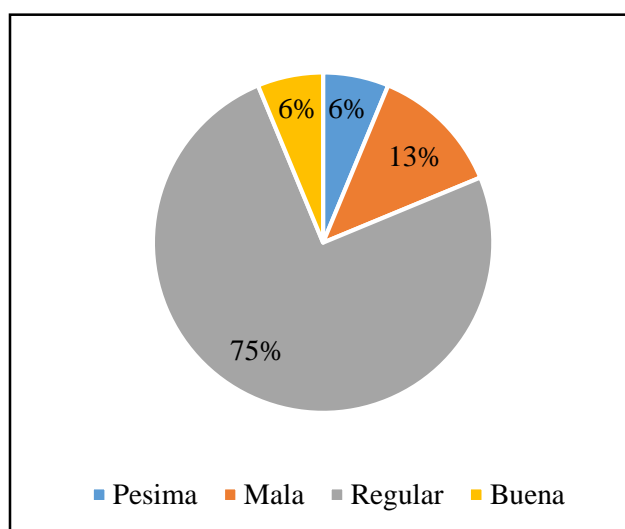


Figura 14: Considera que ante una queja u observación esta será atendida oportunamente

Fuente: Tabla N° 14

Interpretación: El 100% de los encuestados el 75% de clientes consideran regular que ante una queja u observación esta será atendida oportunamente, el 13% de clientes consideran que es mala, el 6% de clientes consideran que es pésima y el restante 6% de clientes consideran que es buena.

VI. GENERACIÓN DE FACTURAS

Tabla 15: Considera a la empresa emitiendo facturas o boletas de acuerdo a ley

CONSIDERA A LA EMPRESA EMITIENDO FACTURAS O BOLETAS DE ACUERDO A LEY	Frecuencia absoluta	frecuencia relativa
Buena	60	75%
Excelente	20	25%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L., Juliaca 2019

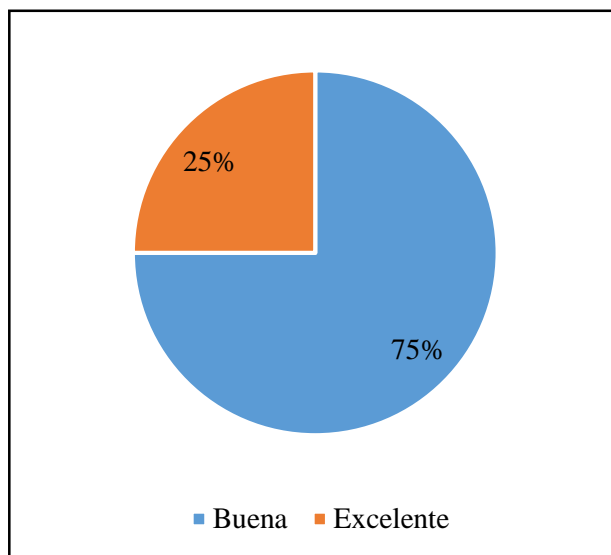


Figura 15: Considera a la empresa emitiendo facturas o boletas de acuerdo a ley

Fuente: Tabla N° 15

Interpretación: El 100% de los encuestados el 75% de clientes respondieron que si emiten facturas o boletas de acuerdo a ley lo cual es muy bueno para el cliente y el 25% respondieron que es excelente.

Tabla 16: Considera que la empresa emite facturas sin errores de información

CONSIDERA QUE LA EMPRESA EMITE FACTURAS SIN ERRORES DE INFORMACIÓN	Frecuencia absoluta	frecuencia relativa
Regular	45	56%
Buena	35	44%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L., Juliaca 2019

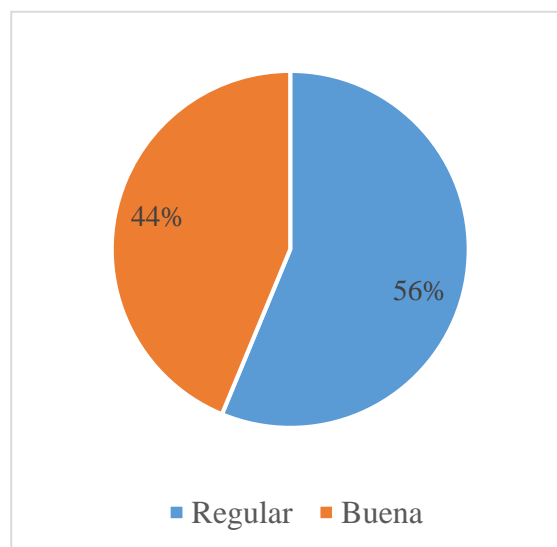


Figura 16: Considera que la empresa emite facturas sin errores de información

Fuente: Tabla N° 16

Interpretación: El 100% de los encuestados el 56% de clientes respondieron que emite facturas sin errores de información lo cual es bueno para el cliente y el 44% de clientes respondieron que emite facturas sin errores de información lo cual es excelente.

4.2.Análisis de Resultados

I. Desempeño de los trabajadores

El personal demuestra cordialidad con el cliente

El 50% del personal no demuestra cordialidad con el cliente, estos resultados demuestran que la mype Multiventas Stma Trinidad del sector servicio del distrito de Juliaca, año 2019, no cuenta con personal adecuado, lo cual es una pérdida de clientes para la empresa.

El cliente es atendido con amabilidad y cortesía

El 50% del personal no demuestra amabilidad y cortesía con el cliente, estos resultados demuestran que la mype Multiventas Stma Trinidad del sector servicio del distrito de Juliaca, año 2019, no cuenta con un personal adecuado para la empresa.

El personal conoce a profundidad los productos y/o servicios

El 50% del personal no conoce a profundidad los productos y/o servicios que la empresa ofrece al público, lo cual es una pérdida para la empresa.

El personal demuestra facilidad de comunicación

El 38% del personal no demuestra facilidad de comunicación con el cliente, esto se debe a que el personal no está capacitado por parte de la empresa.

II. Organización

Existe una distribución apropiada de los productos comercializados

El 50% existe una distribución apropiada de los productos comercializados lo cual es regular para el cliente esto dificulta al cliente para adquirir los productos comercializados que la empresa ofrece al mercado.

cuenta con libro de reclamaciones

El 31% cuenta con libro de reclamaciones, estos resultados demuestran que la mype Multiventas Stma Trinidad del sector servicio del distrito de Juliaca, año 2019, si cuenta con libro de reclamaciones, pero no está al alcance del cliente.

Considera que la empresa está bien organizada

El 44% considera que es regular que la empresa está bien organizada, esto se debe a que la empresa no cuenta con una organización adecuada para el cliente, a pesar de ser una empresa importadora de productos innovadores que ofrece al mercado.

III. Canales de comunicación

Los canales de comunicación con el cliente son los adecuados

El 55% los Canales de comunicación con el cliente no son los adecuados, lo cual es regular porque el personal, vía telefónica o email no brindan un buen servicio al cliente esto se debe a que el personal no cuenta con una capacitación adecuada.

La tecnología de información está bien implementada

El 81% la tecnología de información está bien implementada, lo cual es regular porque la tecnología no está al alcance del cliente para poder comunicarse sin problemas esto se debe a que la empresa no cuenta con una tecnología adecuada.

IV. Información proporcionada

El personal proporciona una buena información al cliente de los productos comercializados

El 44% es regular que el personal brinde una buena información adecuada al cliente de los productos comercializados, esto se debe a que el gerente de la empresa no brinda una información adecuada al personal la falta de capacitación e información por parte de la empresa

Ante cualquier duda o consulta del cliente el personal brindara la información adecuada

El 56% considera que ante cualquier duda o consulta del cliente (cotización, orden de compra, facturación) será despejado por el personal brindando la información adecuada lo cual es regular para el cliente ya que el personal no sabe a quién ha atendido.

V. Atención de quejas

considera que la empresa tiene un procedimiento para la atención de quejas

El 44% considera que es regular que la empresa tiene un procedimiento para la atención de quejas, esto se debe a que el gerente de la empresa no ha implementado un procedimiento para la atención de quejas para el cliente.

El libro de reclamaciones está al alcance de los clientes

El 56% indican que el libro de reclamaciones no está al alcance de los clientes, lo cual incomoda al cliente, el libro de reclamaciones está detrás del gerente de la empresa esto se debe a que no cuenta con una organización adecuada.

considera que ante una queja u observación esta será atendida oportunamente

El 75% considera que es regular que ante una queja u observación del cliente este será atendido oportunamente, esto se debe a que la empresa no tiene un procedimiento para la atención e queja u observación que el cliente espera.

VI. Generación de facturas

Considera a la empresa emitiendo facturas o boletas de acuerdo a ley

El 75% considera a la empresa que, si emite facturas o boletas de acuerdo a ley, esto se debe a que la empresa es formal

Considera que la empresa emite facturas sin errores de información

El 56% considera que es regular que la empresa emite facturas sin errores de información, esto se debe a la cantidad de productos que la empresa ofrece.

V. CONCLUSIONES

Referente a la gestión de calidad en atención al cliente

Nuestro objetivo general es conocer la gestión de calidad en atención al cliente como se puede ver en los objetivos específicos que el 50% de los clientes no están de acuerdo con la gestión de calidad que brinda la empresa hacia el cliente.

Referente a la atención al cliente en el desempeño de los trabajadores

Según el cuadro N°1 los clientes opinaron que un 50% el personal no demuestra cordialidad con el cliente, cuadro N°2 opinaron los clientes que un 50% es pésima porque el personal no es atendido con amabilidad y cortesía, cuadro N°3 opinaron los clientes que un 50% es pésima ya que el personal no conoce a profundidad los productos y/o servicios y el cuadro N° 4 opinaron los clientes que un 38% el personal no demuestra facilidad de comunicación lo cual es pésima. Estos resultados demuestran que el desempeño de los trabajadores con el cliente es pésimo

Referente a la atención al cliente en la organización

Según cuadro N° 5 opinaron los clientes que un 50% es regular que existe una distribución apropiada de los productos comercializados, cuadro N° 6 opinaron los clientes que un 31 % es pésima que el libro de reclamaciones esté al alcance de los clientes y cuadro N° 7 opinaron los clientes que un 44% que es regular que la empresa este bien organizada. Estos resultados demuestran que es regular que la organización este bien organizada

Referente a la atención al cliente en los canales de comunicación

Según cuadro N° 8 opinaron los clientes que un 50% es regular que los canales de comunicación con el cliente son los adecuados, cuadro N° 9 opinaron los clientes que un 81% es regular que la tecnología de información este bien implementada. estos resultados demuestran que los canales de comunicación con el cliente no son los adecuados.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Se le recomienda a la empresa Multiventas brindar una buena gestión de calidad en Atención al cliente. Por ser una empresa importadora ya que el cliente es el pilar fundamental para la empresa.

Se recomienda a la empresa capacitar al personal en marketing y atención al cliente, informar al personal acerca de los productos comercializados que brinda la empresa, para que así el personal pueda brindar un buen servicio al cliente. Contar con un plan de capacitación contante.

En cuanto a la organización se debe de tener una organización adecuadamente distribuida esto ayudara a que la empresa mejore progresivamente.

En cuanto a los canales de comunicación tales como: vía telefónica, email, página web, etc. se debe tener un sistema adecuado de respuesta en donde los clientes dispongan de ella en todo momento de esa manera conseguir la satisfacción por parte del cliente.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, E. (2014).** La cultura empresarial en la gestión de las empresas familiares: Una aproximación teórica. *Investigación y Ciencia, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Mexico.*
- Barraza, B. (2015).** Las Mypes en Perú. *Su Importancia y Propuesta Tributaria.* Docente de la Facultad de Ciencias Contables.
- Bolaños, L. (2016).** La gestión de la calidad en Perú: *un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015.* Universidad del Rosario. Colombia-Bogota.
- Cartaya, J. (2013).** La inteligencia empresarial y el Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001: 2000. *Ciencias de la Información.* Cuba - Habana.
- Duarte & Parra. (2014).** *Lo que debes saber sobre un trabajo de investigación.* (3ra ed.). Venezuela: Editorial Planeta.
- Espinosa Montes, C. (2014).** *Metodología de la investigación tecnológica.* .Ciro Espinosa Montes. Obtenido de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1148/mit2.pdf?.sequence>.
- García, B. (2013).** QUIPUKAMAYOC Revista de la Facultad de Ciencias Contables. *UNMSM, Perú-Lima*
- Gomez Bastar, S. (2013).** *Metodología de la investigación.* (1ra ed.). Mexico: Editorial Pax Mexico.
- Hernandez Sampieri, R. (2014).** *Metodología de la investigación.* (6ta ed.). McGraw-Hill/ Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Infantes Gil, L. (2017).** *Gestión de la calidad de atención al cliente y su efecto en la satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de artículos de ferretería; caso de la empresa Consorcio Servimport*

S.A.C. Universidad Caltólica los Ángeles de Chimbote. En la ciudad de Chimbote, Peru-Chimbote.

Información, C. M. (2014). *Construir sociedades de la información que atiendan a las necesidades humanas, Revista de Estudios Sociales.* Colombia: Universidad de los Andes.

ISO 9001-2000. (2013). *Guía para la implantación de un sistema de gestión de Calidad.* Aragón: Gobierno de Aragón.

Kerlinger. (2012). *Investigación del comportamiento técnica y metodología.* (2da. ed.). Mexico: Editorial Interamericana.

Ley N^a 30056 (2013). *Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Artículo 5, características de las micros, pequeña y mediana empresa.*

López Gumucio, R. (2013). *La calidad total en la empresa moderna perspectiva.* Bolivia-Cochabamba.

Manual de Atención al cliente. (2014). "Centro Ecuatoriano para la Promoción y Acción de la Mujer", CEPAM. Ecuador-Quito.

Mena Zapata, G. (2015). *Auditoría de gestión financiera en la ferretería bycace del cantón latacunga, provincia de cotopaxi durante el periodo 01 de enero al 31 de diciembre del 2013.* Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador.

Montoya Agudelo, C. (2016). *El Recurso Humano Como Elemento Fundamental para la Gestión de la calidad en la organización.* Misiones, Argentina: Revista Científica. Visión de Futuro.

Najul Godoy, J. (2014). *El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio.* Observatorio Laboral Revista Venezolana. Universidad de Carabobo, Venezuela-Valencia.

Orlandoni Merli, G. (2014). *Gestión de la Calidad: Control Estadístico y Seis Sigma.* Venezuela- Maracaibo.

- Parra Suárez, F. (2018).** *Modelo y procedimiento para la gestión de la calidad en empresas provinciales.* Ciencias Holguín.
- Ramón, J. (2015).** *La inteligencia empresarial y el Sistema de Gestión de Calidad.* Ciencias de la Información, Cuba.
- Rodríguez Rocha, L. (2013).** *Los paradigmas de la comunicación en el altiplano.* Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo, Perú: Universidad Nacional del Altiplano.
- Rosa, A. (2015).** *Una propuesta para la evaluación del desempeño de los trabajadores apoyada en el uso de técnicas cuantitativas.* Cuba: Ingeniería Industrial.
- Sánchez, A. (2014).** *La gestión de la información científica proporcionada por el criterio de expertos* Ciencias de la Información. Cuba: Instituto de Información Científica y Tecnológica.
- Serena, I. S. (2015).** *La factura electrónica en España.* Barcelona: IDP. Revista de Internet, Derecho y Política, Universidad Oberta de Catalunya.
- SUNAT. (2019).** *Súper Intendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria.*
- Taipe Garcia, H. (2018).** *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercial, rubro ferreterías, distrito de Satipo, año 2017.* Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Pucallpa-Satipo.
- Vásquez, F. (2014).** *Negocios internacionales.*
- Velázquez, B. (2015).** *Determinantes del comportamiento de queja y su importancia en la segmentación de clientes insatisfechos.* España: Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa. Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas.
- Yacupoma Inocente, C. (2017).** *La Gestión de calidad en atención al cliente en la micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarmey; caso: ferretería Santa María S.A.C, año 2016.* Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú-Chimbote.

Yañes, C. (2013). *Conceptualización Metaforica de la confianza interpersonal.*

Yépez, S. (2016). *Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente,*
Ecuador: Universidad Nacional Industrial Data.

Zalpa, G. (2014). *La cultura en las organizaciones empresariales.* Estudios sobre las
Culturas Contemporáneas, Mexico: Universidad de Colima.

ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Multiventas, con la finalidad de recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado:

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA MYPE MULTIVENTAS STMA TRINIDAD E.I.R.L. DEL DISTRITO DE JULIACA, AÑO 2019 como parte esencial del trabajo de investigación para obtener el título profesional en Licenciado en Administración, Se le agradece anticipadamente por su valiosa colaboración, información, amabilidad que Ud. proporcione

INSTRUCCIONES: Marque por favor a su criterio lo que para Ud. sería la alternativa correcta.

1	2	3	4	5	
PESIMA	MALA	REGULAR	BUENA	EXCELENTE	
DIMENCIÓN: ATENCIÓN AL CLIENTE					
Desempeño de los trabajadores					
1. El personal de “Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L.” demuestra cordialidad con el cliente.	1	2	3	4	5
2. El cliente es atendido con amabilidad y cortesía (recepción, agradecimiento, despedida) en “Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L.”.	1	2	3	4	5
3. El personal de “Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L.” conoce a profundidad los productos	1	2	3	4	5

y/o servicios que ofrece y orienta de manera adecuada al cliente.					
4. El personal de “Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L.” demuestra facilidad de comunicación.	1	2	3	4	5
Organización					
5. Existe una distribución ordenada y apropiada de los productos comercializados.	1	2	3	4	5
6. “Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L.” cuenta con libro de reclamaciones y esta difundido al público en general.	1	2	3	4	5
7. Considera que “Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L.” está bien organizada.	1	2	3	4	5
Canales de comunicación con los clientes					
8. En “Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L.”, los canales de comunicación (personal, vía telefónica o email) con el cliente son los adecuados.	1	2	3	4	5
9. En “Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L.”, la tecnología de la información está bien implementada.	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: GESTIÓN					
Información proporcionada					
10. El personal de “Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L.” proporciona una buena información al cliente de los productos comercializados.	1	2	3	4	5
11. Considera que ante cualquier duda o consulta del cliente (cotización, orden de compra, facturación) será despejada por el personal de “Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L.” brindando la información adecuada.	1	2	3	4	5
Atención de quejas u observación de los clientes					

12. Considera que “Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L.” tiene un procedimiento para la atención de quejas.	1	2	3	4	5
13. El libro de reclamaciones está al alcance de los clientes.	1	2	3	4	5
14. Considera que en caso de que exista alguna queja u observación esta será atendida oportunamente.	1	2	3	4	5
Generación de facturas					
15. Considera a “Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L.” como empresa formal, emitiendo facturas o boletas de acuerdo a ley.	1	2	3	4	5
16. Considera que “Multiventas Stma. Trinidad E.I.R.L.” emite facturas sin errores de información y están bien contabilizadas.	1	2	3	4	5

ANEXO 2. PRESUPUESTO GENERAL

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Curso de titulación		3100,00
Computadora	1	1400,00
Tipecos y Otros		120,00
almuerzo y cena	15	150,00
Movilidad		80,00
Internet	120 horas	90,00
Lapiceros azules	8	4,00
Lapiceros negros	8	4,00
Lápiz	5	5,00
Borrador	2	4,00
tarjador	1	3,00
Impresión - copias		180,00
Total		5440,00

ANEXO 3. CUADRO DE IMPORTACIÓN

CUADRO RESUMEN DE IMPORTACION DEL 2013 AL 2018

EMPRESA AUDITADA : MULTIVENTAS SANTISIMA TRINIDAD
EIRL

RUC: 20447975000

PERIODO: 2014 AL 2018

FUENTE: PAGINA OFICIAL DE ADUANAS -SUNAT-PERU

ITEM	DESCRIPCION	AÑO	MONTO FOB	CIF	IMP. ADV	IMP. ARANCEL
1	IMPORTACION DE MATERIALES NOVEDOSOS	2009	0,00			
2	IMPORTACION DE MATERIALES NOVEDOSOS	2010	0,00			
3	IMPORTACION DE MATERIALES NOVEDOSOS	2011	0,00			
4	IMPORTACION DE MATERIALES NOVEDOSOS	2012	0,00			
5	IMPORTACION DE MATERIALES NOVEDOSOS	2013	0,00			
6	IMPORTACION DE MATERIALES NOVEDOSOS	2014	0,00			
7	IMPORTACION DE MATERIALES NOVEDOSOS	2015	404.364,87	437978	4183,57	81841,93
8	IMPORTACION DE MATERIALES NOVEDOSOS	2016	192.598,29	212564	8598,89	48408,23
9	IMPORTACION DE MATERIALES NOVEDOSOS	2017	314.932,72	351028	15526,83	81506,68
10	IMPORTACION DE MATERIALES NOVEDOSOS	2018	105.745,36	113041	3950,76	25009,37
TOTAL			1.017.641,24	1114611	32260,05	236766,21

MONTO IMPORTADO EN SOLES: **S/. 3.633.632,06**

IMPUESTO PAGADO AL ESTADO

EN DOLARES:

269.026,26

IMPUESTO PAGADO AL ESTADO

EN SOLES:

877.025,61

CONCLUSION: HACIENDO UN ANALISIS DEL CUADRO DE IMPORTACIONES ES CONSIDERABLE LOS IMPUESTOS PAGADOS AL ESTADO PERUANO Y LOS PRESTAMOS SE RELACIONAN CON LOS DEPOSITOS BANCARIOS AL EXTERIOR

ANEXO 4. CUADRO DE VENTA

EMPRESA AUDITADA : MULTIVENTAS SANTISIMA TRINIDAD EIRL

RUC: 20447975000

PERIODO: 2010 AL 2018

FUENTE: PAGINA OFICIAL WEP DE OSCE

ITEM	DESCRIPCION	AÑO	MONTO
1	VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCION	2010	0,00
2	VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCION	2011	121.919,00
3	VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCION	2012	274.642,00
4	VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCION	2013	616.111,00
5	VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCION	2014	1.038.071,00
6	VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCION	2015	1.980.210,00
7	VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCION	2016	499.517,00
8	VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCION	2017	1.136.041,48
9	VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCION	2018	353.128,00
TOTAL			6.019.639,48

CONCLUSION: HACIENDO UN ANALISIS DEL CUADRO DE VENTA AL ESTADO PERUANO ENTRE MUNICIPALIDADES, UNIVERSIDADES, ENTIDADES PUBLICAS Y GOBIERNOS REGIONALES DE TODO EL PERU, POR AÑO

NOTA: QUE EL AÑO 2018 BAJO LAS VENTAS EN UN 82.17% EN FORMA RADICAL POR LO TANTO BAJO LOS IMPUESTOS PAGADOS

ANEXO 5. PRINCIPALES PRODUCTOS

1. CONSTRUCCIÓN

Techos (Coberturas)

- Planchas de policarbonato **ALVELOLAR**
- Planchas de policarbonato **SOLIDO (reemplazo del vidrio)**
- Planchas de policarbonato **DIAMANTADO (reemplazo del vidrio catedral)**
- Calaminas
 - Calamina de **Policarbonato**
 - Calamina de **Fibrocarbano**
 - Calaminas galvanizadas, etc.
 - Calamina Onduline
 - Calaminas PVC
- Teja Fibrocarbano
- Cobertura trapezoidal de fibra de carbono
- Teja galvanizada de color rojo terracota
- Calaminón
- Supertecho
- Fortecho
- Malla Raschell
- Teja andina

Se brinda servicio de instalación, reparación y mantenimiento.

Acabados

- Grass Sintético Para Futbol
 - Grass bicolor
 - Grass decorativo
 - Accesorios
 - Servicio de instalación, reparación y mantenimiento.
- Micro poroso
- Casas pre-fabricadas
 - Sistema Drywall
 - Sistema cielo raso (**baldosas vinílico lavable**)

- Sistema cielo raso (**paneles de PVC**)
- Block de vidrio (para tragaluz)
- Extractores de aire
- Piedra laja
- Placas de aluminio
- Pisos laminados de MDF
- Pisos laminados 100% Resistentes al agua

2. RIEGO TECNIFICADO

- Tubería HDPE
- Aspersores de baja y media presión
- Cañones de gran alcance
- Rociadores
- Goteros
- Aspersores emergentes
- Emulsionadores
- Llaves
- Electro Válvulas
- Accesorios de automatización
- Accesorios de conexión (tee, yee, acoples, enlaces, uniones, etc.)

3. MINERIA

- Tubería HDPE
- Manguera de aire
- Manguera de descarga
- Mangas de ventilación
- Manguera de succión
- Barrenos
- Brocas
- Perforadoras
- Vestuario de seguridad

ELÉCTRICOS

- Paneles solares fotovoltaicas
- Medidores de luz-agua
- Cajas porta medidores
- Bastones
- Cables
- Iluminación
- Puesta a tierra
- Red secundaria
- Red primaria, etc.

OTRO PRODUCTO EN STOK

- Geomembranas
- Geotextiles }
- Geomallas
- Gaviones
- Neoprenos
- Accesorios de puente colgantes
- Accesorios de cobertura de malla Rachell

ANEXO 6. ESPECIFICACIONES DE ALGUNOS PRODUCTOS



MULTIVENTAS STMA TRINIDAD EIRL

RUC: 20447975000

JR.SUCRE N° 344-351 Barrio Manco Capac-Juliaca Tel: 051-321390 mov: 950822062 rpm: # 831521 rpc: 951293105
Email: evaclavijo26@hotmail.com

ESPECIFICACIONES TECNICAS DE BALDOSAS DE ALUMINIO

PROPIEDADES BALDOSAS DE ALUMINIO	
COMPOSICION	PLACA DE ALUMINIO (97%) CARA SUPERIOR CARA INFERIOR FIL DE GEOEOTEXTIL
PESO	510 gr/baldosa
PRUEBA DE LLAMA	CLASE 1 (AUTO EXTINGUIBLE) NORMA ASTM E 162
TEMPERATURA PARA QUE LO DEFORME	55 ° C
LONGITUD	600 mm
ANCHO	600 mm
TEXTURA	PLANA - AUGEROS DE DIAMETRO DE 2.2 mm
COLOR	BLANCO/ REVERSO BLANCO -NATURAL
BORDE	RECTO
ESPESOR DEL ALUMINIO	0.70 mm
ALTURA PERIMETRO	20.10 mm
METODO DE INSTALACION	SUSPENSION METALICA OCULTA
EMBALAJE	28 BALDOSA POR CAJA
MARCA	MVT
OTRAS CARACTERISTICAS	
BUEN AISLANTE DEL AGUA, Y RUIDO	
NO PROPAGA	* AUTO EXTINGUE EL FUEGO EN MENOS DE 3 SEGUNDOS * AREA CARBONIZADO INFERIOR DE 30 CM2
NO GUARDA COMEJEN	
AHORRA TIEMPO DE INSTALACION	
NO REQUIERE PINTURA NI MANTENIMIENTO	
VIDA UTIL 25 -80 AÑOS	
VISTA ELEGANCIA Y ESTETICA	
FACIL DE REALIZAR LIMPIEZA - CON AGUA/ JABON	
CARACTERISTICAS GENERALES:	
	ESPESOR DE LA BALDOSA DE ALUMINIO
BALDOSA PARA CIELO RASO	FORRO POSTERIO DE FIL DE GEOTEXTIL BLANCO
	97 % ALUMINIO
	03% DERIVADOS DEL PETROLEO
CARACTERISTICAS TECNICAS:	
ASILAMIENTO ACUSTICO:	45,00%
ABSORCION DE RUIDO PROMEDIO	NORMA TECNICA EMPLEADA: ISO 9612 -1991
RESISTENCIA TERMICA:	2.15M2 K/W
COEFICIENTE DE RESISTENCIA TERMICA PROMEDIO	NORMA TENICA EMPLEADA: ASTM C 177
RESISTENCIA QUIMICA:	GRASAS, ACIDOS DILUIDOS, CAL, ALCOHOL, SALES Y DETERGENTES
A :	
SEGURIDAD CONTRA INCENDIOS:	APLICABLE A FUENTES DE IGNICION POSIBLE
INDICE DE PROPAGACION DE LLAMA PROMEDIO	CLASE RE 2: MUY BAJA PROPAGACION DE LLAMA NORMA ASTM E 162
CALOR:	
RESISTENCIA EN GRADOS CENTIGRADOS	55 °c



MULTIVENTAS STMA TRINIDAD EIRL

RUC: 20447975000

JR.SUCRE N° 344-351 Barrio Manco Capac-Juliaca Tel: 051-321390 mov: 950822062 rpm: # 831521 rpc: 951293105
Email: evaclavijo26@hotmail.com

ESPECIFICACIONES TECNICAS DE VINIL YESO - PVC

PROPIEDADES BALDOSAS DE VINIL DE YESO - PVC	
COMPOSICION	PLACA DE YESO (95%) CARA SUPERIOR DE VINIL PVC (05%) Y CARA INFERIOR FIL DE ALUMINIO
PESO	2 KG PIEZA- 6.00 Kg/m ²
PRUEBA DE LLAMA	CLASE 1 (AUTO EXTINGUIBLE)
TEMPERATURA PARA QUE LO DEFORME	55 ° C
LONGITUD	604 mm
ANCHO	604 mm
TEXTURA	ALTO RELIEVE TEXTURADO
COLOR	BLANCO/ REVERSO ALUMINIO
BORDE	RECTO
ESPESOR	7 mm
PERIMETRO	FORRADO CON CINTA
METODO DE INSTALACION	SUSPENSION METALICA
MARCA	MVT
OTRAS CARACTERISTICAS	
BUEN AISLANTE DEL AGUA, ELECTRICIDAD, CALOR Y RUIDO	
NO PROPAGA	* AUTO EXTINGUE EL FUEGO EN MENOS DE 3 SEGUNDOS * AREA CARBONIZADO INFERIOR DE 30 CM ²
NO GUARDA COMEJEN	
AHORRA TIEMPO DE INSTALACION	
NO REQUIERE PINTURA NI MANTENIMIENTO	
VIDA UTIL 15-25 AÑOS	
VISTA ELEGANCIA Y ESTETICA	
ACABADO 100 % SELLADO, NO PRESENTA POROS	
FACIL DE REALIZAR LIMPIEZA - CON AGUA/ JABON	
CARACTERISTICAS GENERALES:	
	ESPESOR DE LA BALDOSA DE YESO PVC 7 mm
BALDOSA PARA CIELO RASO	FORRO DE POLICLORURO DE VINILO (PVC) 95 % YESO 05 % DERIVADOS DEL PETROLEO
CARACTERISTICAS TECNICAS:	
ASILAMIENTO ACUSTICO:	65,00%
ABSORCION DE RUIDO PROMEDIO	NORMA TECNICA EMPLEADA: ISO 9612 -1991
RESISTENCIA TERMICA:	4.18 M2 K/W
COEFICIENTE DE RESISTENCIA TERMICA PROMEDIO	NORMA TECNICA EMPLEADA: ASTM C 177
RESISTENCIA QUIMICA:	GRASAS, ACIDOS DILUIDOS, CAL, ALCOHOL, SALES Y DETERGENTES
A :	
SEGURIDAD CONTRA INCENDIOS:	4,12
INDICE DE PROPAGACION DE LLAMA PROMEDIO	CLASE RE 2: MUY BAJA PROPAGACION DE LLAMA NORMA ASTM E 162
CALOR:	
RESISTENCIA EN GRADOS CENTIGRADOS	78 °c



MULTIVENTAS STMA TRINIDAD EIRL

RUC: 20447975000

JR.SUCRE N° 344-351 Barrio Manco Capac-Juliaca Tel: 051-321390 mov: 950822062 Email: evaclavijo26@hotmail.com -
www.multiventastrinidad.com

ESPECIFICACIONES TECNICAS DE PISO LAMINADO PVC

PROPIEDADES PISO LAMINADO 100% RESISTENTE AL AGUA	
COMPOSICION	PLACA DE PVC (90%) POLICLORURO DE VINILO Y 10% Y CLORURO DE ETILENO Y OTROS
PESO	1690 gr/Pieza
PRUEBA DE LLAMA	CLASE 1 (AUTO EXTINGUIBLE) NORMA ASTM E 162
TEMPERATURA PARA QUE LO DEFORME	55 ° C
LONGITUD	1220 mm
ANCHO	178 mm
TEXTURA	PLANA -SEMI RUGOSA DE ALTO TRANSITO
COLOR	VARIADO/ REVERSO NEGRO
BORDE	REBAJADO TIPO CLIPEO
ESPESOR DEL PISO	42 mm
RESISTENCIA AL HUMEDAD	RESISTENTE 100% AL AGUA
AISLAMIENTO TERMICO	70%
METODO DE INSTALACION	CLIPEO TIPO MACHIMBRADO/SISTEMA FLOTANTE
EMBALAJE	10 UNIDADES POR CAJA
MARCA	MVT
OTRAS CARACTERISTICAS	
BUEN AISLANTE DEL AGUA, Y RUIDO	
NO PROPAGA	* AUTO EXTINGUE EL FUEGO EN MENOS DE 3 SEGUNDOS * AREA CARBONIZADO INFERIOR DE 30 CM2
NO GUARDA COMEJEN	
AHORRA TIEMPO DE INSTALACION	
NO REQUIERE PINTURA NI MANTENIMIENTO	
VIDA UTIL 5 - 20 AÑOS	
VISTA ELEGANCIA Y ESTETICA	
FACIL DE REALIZAR LIMPIEZA - CON AGUA/ JABON	
CARACTERISTICAS GENERALES:	
PISO LAMINADO DE PVC	FORRO POSTERIO DE FIL PVC 90 % PVC -POLICLORURO DE VINILO 10% DERIVADOS DEL PETROLEO
CARACTERISTICAS TECNICAS:	
ASILAMIENTO ACUSTICO:	80,00%
ABSORCION DE RUIDO PROMEDIO	NORMA TECNICA EMPLEADA: ISO 9612 -1991
RESISTENCIA TERMICA:	2.15M2 K/W
COEFICIENTE DE RESISTENCIA TERMICA PROMEDIO	NORMA TENICA EMPLEADA: ASTM C 177
RESISTENCIA QUIMICA:	GRASAS, SALES Y DETERGENTES
A :	
SEGURIDAD CONTRA INCENDIOS:	APLICABLE A FUENTES DE IGNICION POSIBLE
INDICE DE PROPAGACION DE LLAMA PROMEDIO	CLASE RE 2: MUY BAJA PROPAGACION DE LLAMA NORMA ASTM E 162
CALOR:	
RESISTENCIA EN GRADOS CENTIGRADOS	55 °c



MULTIVENTAS STMA TRINIDAD EIRL

RUC: 20447975000

JR.SUCRE N° 344-351 Barrio Manco Capac-Juliaca Tel: 051-327347 mov: 950822062 rpm: # 831521 rpc: 951293105 Email: evaclavijo26@hotmail.com

ESPECIFICACIONES TECNICAS PANEL DE PVC

PROPIEDADES DEL PANEL DE PVC		
COMPOSICION	85 % PVC Y 15% OTRO COMPONENTES ANEXOS	
PESO	1.7 KG/M2 SIN ARMAZON	
PRUEBA DE LLAMA	CLASE 1 (AUTO EXTINGUIBLE)	
TEMPERATURA PARA QUE LO DEFORME	55 ° C	
LONGITUD	5.85 m - 0.05M POR LADO	
ANCHO	25/30 cm	
BORDE	RECTO - ALVEOLAR	
ESPESOR	7mm - 9mm	
TEXTURA	LISO - ACANALADO Y DISEÑO	
COLOR	VARIDO	
METODO DE UNION	CLIPEO - ATORNILLADO	
OTRAS CARACTERISTICAS		
BUEN AISLANTE DEL AGUA, ELECTRICIDAD, CALOR Y RUIDO		
NO PROPAGA	* AUTO EXTINGUE EL FUEGO EN MENOS DE 3 SEGUNDOS * AREA CABONIZADO INFERIOR DE 30 CM2	
NO GUARDA COMEJEN		
AHORA TIEMPO DE INSTALACION		
NO REQUIERE PINTURA NI MANTENIMIENTO		
VIDA UTIL 20-25 AÑOS		
VISTA ELEGANCIA Y ESTETICA		
ACABADO 100 % SELLADO, NO PRESENTA POROS		
USO: CIELO RASOS-FRISOS-PARED Y ACABADOS EN GENERAL EN INTERIORES		
FACIL DE REALIZAR LIMPIEZA		
CARACTERISTICAS GENERALES:		
	ESPESOR DEL PANEL DE PVC 7 mm	ESPESOR DEL PANEL DE PVC 9 mm
PERFILES PARA CIELO RASO A PARTIR DE:	POLICLORURO DE VINILO (PVC) 57 % SAL MARINA 43 % DERIVADOS DEL PETROLEO	POLICLORURO DE VINILO (PVC) 57 % SAL MARINA 43 % DERIVADOS DEL PETROLEO
CARACTERISTICAS TECNICAS:		
ASILAMIENTO ACUSTICO:	6,50%	7,30%
ABSORCION DE RUIDO PROMEDIO	NORMA TECNICA EMPLEADA: ISO 9612-1991	NORMA TECNICA EMPLEADA: ISO 9612-1991
RESISTENCIA TERMICA:	0.18 M2 K/W	0.20 M2 K/W
COEFICIENTE DE RESISTENCIA TERMICA PROMEDIO	NORMA TECNICA EMPLEADA: ASTM C 177	NORMA TECNICA EMPLEADA: ASTM C 177
RESISTENCIA QUIMICA:	GRASAS, ACIDOS DILUIDOS, CAL, ALCOHOL, SALES Y DETERGANTES	GRASAS, ACIDOS DILUIDOS, CAL, ALCOHOL, SALES Y DETERGANTES
BUENA RESISTENCIA QUIMICA A :		
SEGURIDAD CONTRA INCENDIOS:	4,12	4,12
INDICE DE PROPAGACION DE LLAMA PROMEDIO	CLASE RE 2: MUY BAJA PROPAGACION DE LLAMA NORMA ASTM E 162	CLASE RE 2: MUY BAJA PROPAGACION DE LLAMA NORMA
CALOR:		
RESISTENCIA EN GRADOS CENTIGRADOS	78 °c	80 °c
DENSIDAD/ IMPACTO	500 gr./P2	700 gr./P2
FLEXIBILIDAD	1.12 MM/ML	1.40 MM/ML

ANEXO 7. INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA



ANEXO 8. EXIBIÇÃO DE PRODUTOS

