



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS
Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS
MYPES DISTRIBUIDORAS DE MOTO REPUESTOS EN EL AA.

HH JUAN VELASCO ALVARADO DEL DISTRITO DE
SULLANA, AÑO 2018

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

VILLARREYES OSORIA, FRANKLIN
KEINER

ORCID: 0000-0003-0740-1504

ASESOR:

RAMOS ROSAS, CARLOS DAVID

ORCID: 0000-0002-5868-2441

SULLANA – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Villarreyes Osoria, Franklin Keiner
ORCID: 0000-0003-0740-1504

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Escuela Profesional de Administración, Sullana, Perú

ASESOR

Ramos Rosas, Carlos David
ORCID: 0000-0002-5868-2441

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financiera y Administrativa, Escuela Profesional de
Contabilidad, Sullana, Perú

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo
ORCID: 0000-0003-2027-6920

Rosillo De Purizaca, María Del Carmen
ORCID: 0000-0003-2177-5676

Zurita Ramos, Gustavo Alfonso
ORCID: 0000-0001-9605-9071

HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. VÍCTOR HUGO VILELA VARGAS

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgtr. MARÍA DEL CARMEN ROSILLO DE PURIZACA

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Miembro

Mgtr. ZURITA RAMOS GUSTAVO ALFONSO

ORCID: 0000-0001-9605-9071

Miembro

Mgtr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

ORCID: 0000-0002-5868-2441

Asesor

DEDICATORIA

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

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

AGRADECIMIENTO

A Dios por darnos siempre un día más de vida permitido alcanzar metas propuestas dentro de nuestra vida

A mis padres, hermanos que siempre están allí apoyando en cada paso que vamos escalando.

Un agradecimiento especial a mis compañeros de la Universidad que más que amigos somos como hermanos ya que siempre estuvimos juntos para poder lograr el objetivo de terminar nuestro trabajo.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como enunciado ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018?; en la cual se planteó el Objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018, la investigación fue de nivel descriptiva, tipo cuantitativa y diseño no experimental. Se utilizó la técnica de encuesta y el instrumento fue el cuestionario, la muestra poblacional fue de 10 gerentes y 68 clientes, donde el 50% de los representantes siempre cree que la gestión de calidad en su empresa permite lograr la calidad de los productos, el 60% de los clientes casi siempre la atención que les brindan les motiva a regresar. Concluyendo que los elementos del proceso administrativo en la gestión de calidad en las MYPES distribuidoras de moto repuestos los representantes organizan las tareas del día para así poder tener una mejor gestión dando calidad en el servicio a sus clientes. Por otro lado, los trabajadores conocen la estructura de la organización lo cual lo hace de mucho beneficio para poder tener un servicio de calidad.

Palabras claves: Atención al Cliente; Gestión de Calidad; Propuestas de Mejoras; Moto Repuestos; MYPES.

ABSTRACT

The present research had as a statement: What are the main characteristics of quality management and customer service in the MYPES distributors of motorcycle spare parts in the AA.HH Juan Velasco Alvarado of the Sullana district, year 2018 ?; in which the general objective was proposed: To determine the characteristics of quality management and customer service in the MYPES distributors of motorcycle spare parts in the AA.HH Juan Velasco Alvarado in the city of Sullana, in 2018, the investigation was descriptive level, quantitative type and non-experimental design. The survey technique was used and the instrument was the questionnaire, the population sample was of 10 managers and 68 clients, where 50% of the representatives always believe that quality management in their company allows achieving the quality of the products, the 60% of clients almost always motivate them to return. Concluding that the elements of the administrative process in quality management in the MYPES distributors of motorcycle spare parts, the representatives organize the tasks of the day in order to have a better management giving quality service to their customers. On the other hand, workers know the structure of the organization which makes it very beneficial to be able to have a quality service.

Keywords: Customer Service; Quality Management; Proposals for Improvements; Motorcycle Spare Parts; MYPES.

INDICE DE CONTENIDO

| | |
|---------------------------------------|------|
| EQUIPO DE TRABAJO | ii |
| HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR..... | iii |
| DEDICATORIA..... | iv |
| AGRADECIMIENTO | v |
| RESUMEN | vi |
| ABSTRACT | vii |
| INDICE DE CONTENIDO | vii |
| INDICE DE TABLAS..... | xi |
| INDICE DE FIGURA | xiii |
| ÍNDICE DE CUADROS | xv |
| I. Introducción | 1 |
| II. Revisión de la literatura..... | 8 |
| 2.1 Antecedentes | 8 |
| 2.1.1. Gestión de Calidad | 8 |
| 2.1.1.1. Internacionales | 8 |
| 2.1.1.2.- Nacionales..... | 13 |
| 2.1.1.3.- Regionales..... | 32 |
| 2.1.2.- Atención al cliente | 35 |
| 2.1.2.1.-Antecedente nacional:..... | 35 |
| 2.1.2.3.-Antecedente regional: | 40 |

| | | |
|----------|---|----|
| 2.2. | Bases Teóricas | 45 |
| 2.2.1. | Gestión de Calidad..... | 45 |
| 2.2.1.1. | Elementos del proceso administrativo en la gestión de calidad | 50 |
| 2.2.1.2 | Principios de la Gestión de la Calidad:..... | 54 |
| 2.2.2. | Atención al cliente..... | 57 |
| 2.2.2.1. | Los clientes | 57 |
| 2.2.2.2. | Tipos de clientes: | 60 |
| 2.2.2.3. | Elementos que conforman la satisfacción de un cliente | 62 |
| 2.2.2.4. | Dimensiones del Servicio al Cliente | 64 |
| III. | HIPOTESIS | 66 |
| IV. | METODOLOGÍA | 67 |
| 4.1. | Diseño de la investigación | 67 |
| 4.2. | Población y muestra..... | 68 |
| a) | Población..... | 68 |
| b) | Muestra | 69 |
| 4.3. | Definición y Operacionalización de variable..... | 72 |
| 4.4. | Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 74 |
| 3.4.1.- | Técnicas | 74 |
| 3.4.2.- | Instrumentos..... | 74 |
| 3.5. | Plan de análisis..... | 75 |

| | |
|--|-------|
| 3.6.-Matriz de consistencia | 76 |
| 3.7. PRINCIPIOS ÉTICOS | 77 |
| V. RESULTADOS | 80 |
| 5.1. Resultados | 80 |
| 5.2. Análisis de Resultados | 105 |
| VI. Conclusiones | 114 |
| 7. - Referencia Bibliográfica | 116 |
| Anexo 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES | 126 |
| Anexo 03: Cuestionario | 128 |
| Anexo 04: Lista de Empresas | 130 |
| Anexo 05: Solicitud de Permiso | 1301 |
| Anexo 06: Constancia de juicio de Expertos | 13071 |
| Anexo 07: Analisis de Confiabilidad | 13075 |
| Anexo 08: Cuadro de resumen de datos | 13085 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| La tabla 1: Conocimiento. | 76 |
| La tabla 2: Distribución de tareas | 77 |
| La tabla 3: Rendimiento del personal. | 78 |
| La tabla 4: Control de actividades..... | 79 |
| La tabla 5: Capacitación..... | 80 |
| La tabla 6: Liderazgo. | 81 |
| La tabla 7: Participación del Personal | 82 |
| La tabla 8: Enfoque en metas | 83 |
| La tabla 9: Rendimiento del negocio. | 84 |
| La tabla 10: Mejora Continua. | 85 |
| La tabla 11: Toma de Decisiones | 86 |
| La tabla 12: Motivación. | 87 |

| | |
|--|-----|
| La tabla 13: Producto | 88 |
| La tabla 14: Personal | 89 |
| La tabla 15: Atención al Cliente | 90 |
| La tabla 16: Valores a sus clientes. | 91 |
| La tabla 17: Satisfacción | 92 |
| La tabla 18: Recomendación | 93 |
| La tabla 19: Atención. | 94 |
| La tabla 20: Estrategias. | 95 |
| La tabla 21: Servicio | 96 |
| La tabla 22: Compra. | 97 |
| La tabla 23: Habilidades | 98 |
| La tabla 24: Cortesía. | 99 |
| La tabla 25: Confiabilidad | 100 |

INDICE DE FIGURA

| | |
|---|----|
| Figura 01: Gráfico pastel sobre. Conocimiento | 76 |
| Figura 02: Gráfico pastel sobre Distribución de tareas. | 77 |
| Figura 03: Gráfico pastel sobre Rendimiento del personal. | 78 |
| Figura 04: Gráfico pastel sobre Control de actividades | 79 |
| Figura 05: Gráfico pastel Sobre Capacitación. | 80 |
| Figura 06: Gráfico pastel sobre Liderazgo | 81 |
| Figura 07: Gráfico pastel sobre Participación del Personal | 82 |
| Figura 08: Gráfico pastel sobre Enfoque en metas | 83 |
| Figura 09: Gráfico pastel sobre Rendimiento del negocio..... | 84 |
| Figura 10: Gráfico pastel sobre Mejora Continua. | 85 |
| Figura 11: Gráfico pastel sobre Toma de Decisiones | 86 |
| Figura 12: Gráfico pastel sobre Motivación. | 87 |

| | |
|--|-----|
| Figura 13: Gráfico pastel sobre Producto. | 88 |
| Figura 14: Gráfico pastel sobre Personal. | 89 |
| Figura 15: Gráfico pastel sobre Atención al Cliente. | 90 |
| Figura 16: Gráfico pastel sobre Valores a sus clientes.. | 91 |
| Figura 17: Gráfico pastel sobre Satisfacción | 92 |
| Figura 18: Gráfico pastel sobre Recomendación. | 93 |
| Figura 19: Gráfico pastel sobre Atención. | 94 |
| Figura 20: Gráfico pastel sobre Estrategias | 95 |
| Figura 21: Gráfico pastel sobre Servicio. | 96 |
| Figura 22: Gráfico pastel sobre Compras | 97 |
| Figura 23: Gráfico pastel sobre Habilidades. | 98 |
| Figura 24: Gráfico pastel sobre Cortesía. | 99 |
| Figura 25: Gráfico pastel sobre Confiabilidad..... | 100 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|---|-----|
| CUADRO N° 01: Operacionalización variable calidad de servicio. | 69 |
| CUADRO N° 02: Operacionalización variable atención al cliente. | 70 |
| CUADRO N° 03: Matriz de consistencia. | 73 |
| CUADRO N° 04: Presupuesto. | 117 |
| CUADRO N° 05: Lista de empresas. | 120 |

I. Introducción

Almestar (2017) define al cliente como la razón de existir de un negocio. Por lo tanto, se infiere que es la persona que paga por recibir a cambio un producto o un servicio. Así pues un cliente es la principal razón por la cual las MYPE dirigen sus políticas, productos, servicios y procedimientos a la satisfacción de sus expectativas.

Guerrero (2017) “las MYPE son un parte importante en la generación de empleo, es así como más del 80% de la población económicamente activa se encuentra trabajando y generan cerca del 45% del producto bruto interno (PBI). La importancia fundamental de las MYPES es generar empleo y aliviar la pobreza”, como lo afirma Francisco y Valeria (2016), en la importancia que son las MYPE para la economía del país, dice que el Perú es un país de emprendedores, además que estamos entre los puestos más altos en Latinoamérica. También, nos habla que el emprendedor es la persona que tiene ideas, a lo cual lo visualiza como una oportunidad y realiza todo para que se plasme y se convierta en realidad. Los emprendedores tienen visión, pasión, determinación, persistencia, saben lo que quieren y van en busca de ello, es ahí donde se van formando MYPE.

“También nos informan que, en la actualidad, en el Perú, las micro y pequeñas empresas (MYPE) aportan, aproximadamente, el 40% del Producto Bruto Interno, son una de las mayores potenciadoras del crecimiento económico del país. En conjunto, las MYPE generan el 47% del empleo en América Latina,

siendo esta una de las características más rescatables de este tipo de empresas. Conforme las MYPE van creciendo, nuevas van apareciendo. Esto dinamiza nuestra economía. Debido a que la mayoría desaparece en menos de un año; las que sobrevivan este ciclo se volverán cada vez más influyentes en el mercado, ampliarán nuevas estrategias, capacitación a su personal, brindando así una buena gestión de calidad, ya sea en la producción”.

García (2015) “Las MYPE surgen por la falta de puestos de trabajo ya que estas personas (que generalmente han perdido su trabajo o no pueden encontrarlo) guiadas por esa necesidad tratan de ver la manera de poder generar su propia fuente de ingresos, ya que esta necesidad no ha podido ser satisfecha por el Estado, en las últimas décadas las micro y pequeñas empresas (MYPE) han sido objeto de una gran atención tanto por investigadores y académicos, como por empresarios y políticos.” (Villarán, 2007)

Según menciona Castagnola (2016) en los últimos decenios, nuestro país ha sido testigo de un crecimiento acelerado del número de micro y pequeñas empresas las cuales son conducidas por los denominados “empresarios emergentes”. A este segmento de empresas se le debe casi la totalidad del crecimiento del empleo en estos últimos tiempos.

Las micro y pequeñas empresas actualmente juegan un rol muy importante en la economía no sólo del Perú, sino en todos los países del mundo, porque generan más empleos que las empresas grandes o el propio Estado, es así como la economía del Perú se ha visto beneficiada por la gran demanda de empleo y producción que generan las Micro y pequeñas empresas.

Como manifiesta Altuzarra (2005) en cualquier empresa y muy especialmente en aquellas cuyo objeto de su actividad es la venta de productos y servicios, la productividad se mide en términos de satisfacción del cliente, y el grado de esta satisfacción va más allá de la calidad del servicio, pues en su valoración entra en juego un factor dominante: La atención al cliente.

Actualmente la mayoría de productos y servicios existentes en el mercado, poseen características muy similares. Esta homogeneidad dificulta enormemente los esfuerzos de las empresas por diferenciar sus productos o servicios respecto a los competidores. Por lo tanto, el mejor camino para obtener la confianza del consumidor y lograr el éxito deseado, es ofrecer un servicio de “atención al cliente”. La atención al cliente es el nexo de unión de tres conceptos: Servicio al cliente, satisfacción del cliente, y calidad en el servicio. Mediante el esmerado trato en la prestación del servicio, el cuidado de los detalles, la disposición de servicio que manifiestan los empleados, el cumplimiento de servicios, etc... se logra complacer y fidelizar al cliente. Es una filosofía que no tiene resultados inmediatos, pero es un objetivo permanente de toda la empresa y de todo el personal.

Según menciona Garcia (2015) el servicio al cliente se puede utilizar como un método eficaz para distinguirse de la competencia. De hecho, el servicio al cliente es una de las fortalezas de las pequeñas empresas, y si lo pone de relieve puede competir con empresas más grandes que están en condiciones de ofrecer más variedad, precios más bajos y otros beneficios adicionales que usted no puede costear. Sin embargo, muchas pequeñas empresas se quedan cortas en la categoría de servicio al cliente. ¿Por qué? Una de las razones es

el desconocimiento.

Como nos menciona Delgado (2017) la gestión bajo el enfoque de atención al cliente representa una genuina oportunidad para posicionar a las Mypes en la cúspide, mediante la consideración de la calidad del servicio como un recurso de valor estratégico, frente a la competencia.

Según menciona Guerrero (2017) las empresas también deben ser conscientes que para permanecer en los mercados y garantizar una buena participación se debe tener presente, que la calidad actualmente es muy importante tenerla bien controlada, porque ella involucra muchos aspectos beneficios, pues cada vez más las exigencias de los consumidores son mayores.

La globalización y la apertura de los mercados han hecho que los clientes sean más exigentes, más conocedores y más complejos, y que sepan cómo escoger entre un creciente número de oferentes mucho más especializados. Este hecho, que es irreversible, lleva hoy a las empresas a enfrentarse a las nuevas condiciones de un mercado, en el cual lo único cierto es que la competitividad determinará la supervivencia.

La gestión de calidad juega un papel fundamental en las MYPE, porque este método se enfoca en los clientes, por lo tanto, su aplicación trae como consecuencia satisfacer plenamente las necesidades del comprador. Para poder tener un sistema de Calidad tenemos que diseñar, producir y entregar productos de satisfacción total, dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes.

Según menciona Lozano (2017) la gestión de la calidad de servicios, ofertan al cliente relacionado en: planear, controlar y mejorar elementos de una

empresa que influyen sobre satisfacción del cliente y por ende en la consecución de los resultados deseados por la organización. (Kenneth, 2016). Los clientes de las organizaciones empresariales reconocen que la calidad es una característica transcendental en los productos y servicios. Por tanto, los proveedores están de acuerdo que la calidad forma parte fundamental y como un componente diferenciador de las ofertas y los competidores.

El Título de la investigación es La gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018, deriva de la línea de investigación de la escuela de Administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, el enunciado del problema es: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018?; en la cual se planteó un Objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, año 2018; y como Objetivos específicos tenemos: a) Describir los elementos del proceso administrativo en la gestión de calidad en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018; b) Describir los principios de la Gestión de calidad en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018; c) Describir los tipos de atención al cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año

2018, d) Describir los Elementos que Conforman la Satisfacción del Cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018. e) Describir las dimensiones del servicio al Cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018.

La investigación fue de nivel descriptiva, no experimental y el tipo de investigación será cuantitativo. La población de esta investigación estuvo conformado por los representantes de las tiendas distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado de la ciudad de Sullana, año 2018, las cuales deben cumplir con el perfil contemplado en la metodología propuesta. Este proyecto se justifica porque nos permitirá conocer el nivel de la MYPES del sector comercio rubro moto repuestos del distrito de Sullana, permitiéndonos conocer los elementos del proceso administrativo, los tipos de clientes que podemos encontrar. Esta información será de mucha utilidad para los representantes de las MYPES, también servirá de guía para futuras investigaciones que requieran información similar a la descrita en este trabajo de investigación.

La gestión de calidad y atención al cliente influyen de manera significativa en las MYPES a la hora de tomar decisiones y conseguir crecimiento dentro de las MYPES. También nos permitió conocer el nivel de las MYPES del rubro de las tiendas distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado de la ciudad de Sullana, año 2018. Esta investigación nos aporta conocimiento necesario sobre los temas de gestión de calidad y atención al cliente, sirviendo como antecedentes y bases teóricas para realizar

otros estudios similares por los estudiantes de Administración de nuestra Universidad. La cual será de un gran aporte en las investigaciones futuras.

Esto ayudara a generar conciencia en los dueños y gerentes de las MYPES en el rubro de moto repuestos del distrito de Sullana sobre la gestión de calidad y atención al cliente, de modo que puedan identificar las características esenciales en las que necesitan mejorar para brindar un servicio y producto de calidad.

La población para la variable gestión de calidad estuvo conformada por los representantes de las distribuidoras de motorepuestos en la cual se obtuvo una muestra: donde el 50% de los representantes siempre cree que la gestión de calidad en su empresa permite lograr la calidad de los productos, y la población para la variable atención al cliente estuvo conformada por los clientes de las distribuidoras de motorepuestos en el cual se obtuvo una muestra: donde el 60% de los clientes casi siempre la atención que les brindan les motiva a regresar. Concluyendo que los elementos del proceso administrativo en la gestión de calidad en las MYPES distribuidoras de moto repuestos los representantes organizan las tareas del día para así poder tener una mejor gestión dando calidad en el servicio a sus clientes. Por otro lado, los trabajadores conocen la estructura de la organización lo cual lo hace de mucho beneficio para poder tener un servicio de calidad.

Por otro lado esta investigación se justifica porque nos ayudara a conocer en qué nivel están estas MYPES distribuidoras de repuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, también ayudara a conocer su nivel

de atención al cliente. Esta investigación será de un gran aporte para los estudiantes de la escuela de administración de Empresas de esta memorable institución en donde podrán hacer sus consultas sobre sus futuras investigaciones que también puedan realizar ellos.

Esta investigación ayudara a los representantes de las MYPES de las distribuidoras de motorepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, con información actualizada sobre la atención al cliente y gestión de calidad de los productos y pueda ser utilizada para ser más competitivos en el mercado. Así mismo esta investigación también será de gran valor porque ayudará a obtener el título en la escuela de Administración de Empresas.

II. Revisión de la literatura

2.1 ANTECEDENTES

Gestión de Calidad

2.1.1.1. Internacionales

Según Prudencio (2017) en su trabajo de investigación titulado gestión de calidad con el uso de liderazgo en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro ventas de motos lineales de la ciudad de Huarney, año 2016 cuyo objetivo general fue determinar las características de la Gestión de Calidad con el Uso de Liderazgo en la Micro y pequeñas empresas del Sector Servicio, rubro venta de motos lineales de la ciudad de Huarney, año 2016; para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño

no experimental – transversal – descriptivo dejando como conclusiones que la mayoría de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro venta de motos lineales en la ciudad de Huarmey son personas adultas que tienen una edad entre 25 a 50 años de edad, que son de sexo masculino, con un grado de instrucción secundaria , también que están constituidas por personas naturales, de situación legal formal, que tienen 1 a 5 años de permanencia en el rubro, contando con 13 - a más trabajadores en la empresa y la Mayoría de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro venta de motos lineales en la ciudad de Huarmey tienen conocimiento sobre el término de Gestión de calidad, brindando un nivel de calidad del servicio, pero desconocen sobre las funciones de la administración por tanto trabajan de manera empírica, de la misma forma la mayoría de los representantes no capacitan a sus trabajadores, en cuanto al Uso de Liderazgo la mayoría de los representantes no incentiva a sus colaboradores por tanto no reconocen a sus trabajadores por el esfuerzo que brindan en el trabajo, por ende el clima laboral se ve en efecto desagradable razones que sus trabajadores se sienten descontentos y genere conflicto laboral, a su vez los representantes desconoce sobre los tipos de liderazgo que pretenden ser un líder autocrático provoque malestar entre todos sus colaboradores y no generen buenos resultados en el trabajo.

Zubiate (2016) en su trabajo de su investigación titulado gestión de calidad y formalización de las mypes en el sector comercio, rubro venta de repuestos para vehículos menores (motocicletas), en el distrito de san juan bautista, 2016 cuyo objetivo general fue determinar los beneficios que traería la gestión

de calidad y formalización de las Micro y Pequeñas empresas en el sector comercio, rubro venta de repuestos para vehículos menores (motocicletas) en el distrito de San Juan Bautista, 2016, la investigación fue de tipo cuantitativa la población fue de 10 Micro y Pequeñas empresas (100%) en el sector comercio, rubro venta de repuestos para vehículos menores (motocicletas) en el distrito de San Juan Bautista, 2016, entre las recomendaciones tenemos que el Distrito de San Juan Bautista, está creciendo vertiginosamente, y las motocicletas son los medios de transporte que más demanda tienen y por tanto las necesidades de repuestos, llantas, faros, etc. y otros accesorios para su vehículo menor. Por lo tanto, se recomienda aprovechar los terrenos fuera de la jurisdicción de la comunidad campesina para que puedan dar apertura a otros negocios, que les sirva de garantía hipotecas para gestionar créditos financieros; por lo tanto, obliga a los representantes, cumplir con las formalidades de la ley de Mypes, y así tener una ventaja competitiva frente a la informalidad de negocios existente se recomienda llevar una gestión de calidad adecuada, el entorno cambiante obliga a las empresas utilizar la mayor cantidad de proceso en la gestión empresarial capacitar aprovechando las ventajas que beneficia la Ley de Mypes, sobre este tema, gestionar los créditos para obtener costo financiero más adecuado, gestionar el recurso humano en beneficio de la empresa, gestionar el uso de la tecnología, sin dejar de lado la determinación correcta del impuesto. Teniendo como conclusiones nos dejó que el 60% de las Mypes del rubro, perciben que no son formales, el 60% trabajan en locales arrendados donde desarrollan sus negocios, el 60% cuentan con licencia de funcionamiento, en 50% con autorización sectorial, y

constituido en un 80% como persona natural, con trabajadores de alguna manera retribuidos, la mayoría de trabajadores no se encuentran en planilla (80%); el 60% de las Mypes, perciben que los beneficios de la formalización les permitirá acceso a créditos financieros, que permitirá desarrollar líneas de productos de los proveedores recibiendo la asistencia técnica respectiva; el 80% no se encuentra afiliadas a alguna asociación y el 60% espera beneficios por parte del estado, sin embargo el 90% de los encuestados considera que la formalización si aumenta los costos laborales, y que son renuentes a la asociatividad, a tal punto que la mitad (50%) que no confía en la acreditación en el REMYPE, de ahí que son invitados a participar de las compras estatales; pero perciben que la formalización les ayudara a tener presencia en el mercado, el promedio de nivel de percepción adecuada sobre la formalización es del 50%, el 50% de los gerentes y/o representantes legales de las Mypes son adultos entre 45 a 64 años, el 80% son del sexo masculino, siendo la mayoría propietarios que administran el negocio, están entre 1 a 5 años y 6 a 10 años en el rubro, trabajan con recursos propios, ocupan en promedio de 1 a 5 personas, el 100% de los gerentes y/o representantes legales, conocen de técnicas de gestión empresarial, un 50% de gerentes y/o representantes legales, conoce la técnica de mejora de la atención al cliente, exhibe valores, como conceptos fundamentales, el 80% de gerentes y/o representantes legales afirma que no brindan servicios mediante procesos estandarizados, no utilizan documentos de gestión para mejorar la calidad en la prestación del servicio, el 80% de gerentes y/o representantes legales, capacita al personal de la empresa, y si actualiza modelos de servicios basados en los gustos y

preferencias del cliente, y si evalúa el nivel de satisfacción del cliente el 60% de Mypes hacen uso de las TIC en gestión de su empresa y el 50% se percibe que aplican gestión de calidad de manera adecuada.

Narváez (2014) en su trabajo de su investigación titulado diseño de un sistema de gestión de calidad para una empresa de manufactura de productos de caucho, para optar el título de ingeniera química su objetivo general fue la elaboración de un diseño de sistema de gestión de calidad para que la empresa lo implante posteriormente y obtenga la respectiva. Luego, se desarrolló un diagnóstico cuantitativo de la empresa con el fin de establecer una línea base sobre su situación actual con respecto a los requerimientos de la norma, en el que se determinó un 14% de cumplimiento. Posteriormente, se elaboró una propuesta de un sistema de gestión de calidad, que consta de: las políticas y objetivos de calidad, el manual de calidad y los procedimientos documentados obligatorios. Con el sistema de gestión de calidad propuesto y con la documentación preparada según lo requerido por la norma, se realizó un nuevo diagnóstico, según el cual se obtuvo un 60% de cumplimiento. Adicionalmente, se elaboró un cronograma de implantación del sistema, con las actividades y tiempos a seguir para alcanzar la acreditación de la empresa. Se concluye que el presente trabajo aportó de manera integral a que la empresa aumente la satisfacción del cliente mediante un enfoque basado en procesos y una visión sistémica.

Fernandez (2015) en su trabajo de su investigación titulado efectos de la gestión de la calidad en la innovación en los resultados operativos y financieros para aspirar al grado de Doctor de la universidad Alicante cuyo

objetivo general fue analizar la influencia de la gestión de la calidad en la innovación de producto y de proceso (incremental y radical), y en los resultados operativos y financieros, el tipo de investigación está basada en los datos cualitativos y cuantitativos. Los resultados del trabajo nos indican que existen algunas diferencias entre las empresas que poseen el sello europeo de gestión de la calidad (EFQM) y las empresas que no poseen el sello europeo. Las empresas que tienen el sello de calidad implantan en mayor medida las prácticas de la gestión de calidad, obtienen mayores innovaciones y mejores resultados operativos y financieros. Esto puede deberse al hecho de conseguir un sello de este tipo que lleva a muchas empresas a mostrar un mayor interés por desarrollar acciones de calidad, También apoyan la literatura previa que muestra que las empresas ganadoras de premios de calidad tienen mayores niveles de gestión de calidad y mejoran los resultados operativos, es decir, mejoran la calidad del servicio, satisfacción del cliente y del empleado e incrementan la productividad. Este trabajo de investigación nos deja conclusión que las innovaciones tanto de producto como de proceso tienen una influencia positiva en los resultados operativos. Así mismo, esas mejoras no necesariamente tienen que tener un efecto positivo solo en el producto o solo en el proceso, sino que las innovaciones tienden a mejorar, muchas veces, tanto los productos como los procesos de forma conjunta.

2.1.1.2.- Nacionales

Castagnola (2016) en su trabajo de su investigación titulado la gestión de calidad y su influencia en los beneficios sociales de las micro y pequeñas

empresas en el distrito de supe puerto, para optar el título profesional de licenciada en administración cuyo objetivo general fue conocer la gestión de calidad y su influencia en los beneficios sociales de las Micro y pequeñas empresas en el distrito de Supe Puerto 2015, el tipo de investigación fue tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño No experimental/ transversal, de una muestra de 10 Mypes, teniendo como resultados que de las 10 Mypes encuestadas el 50% tienen edades que superan los 41 años, que el género que más predomina es el masculino con un 70%., el 50% cuenta con estudios universitario concluidos y el 44% de los representantes de la micro y pequeñas empresas cuentan con la carrera de administración la cual les servirá tener una mejor visión y proyección de sus negocios, en tanto el 50% de la micro y pequeñas empresas se dedica al rubro de producción el 70% de los representantes de la micro y pequeñas empresas tienen como objetivo principal de su empresa maximizar ganancias, también se vio que el 60% de los representantes de la micro y pequeñas empresas si conoce algunas técnicas para elevar su productividad de su empresa y que el 80% de los representantes de la micro y pequeñas empresas logra la efectividad en sus labores encomendadas y el 80% de los representantes de la micro y pequeñas empresas está conforme con la distribución de utilidades en su empresa y el 90% de los representantes de la micro y pequeñas empresas está satisfecho con los ingresos que recauda su empresa y el 10% no está satisfecho. En conclusión, su trabajo se ha investigado con mucho detenimiento el factor de gestión de calidad, en la cual este influye en la medida que haya una mayor efectividad en el mecanismo de gestión de las micro y pequeños empresarios

y pueda incidir en los beneficios sociales de los trabajadores para que estos tengan una mejor motivación para el logro de los objetivos organizacionales, por tanto este estudio será propuesta como una base para otras futuras investigaciones.

Guffanti (2016) en su trabajo de investigación titulado propuesta de un sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 en la molina calidad total laboratorios, para optar el título Profesional de Ingeniero Zootecnista, cuyo objetivo general fue diseñar una propuesta de un Sistema de Gestión de la Calidad en base a la norma ISO 9001:2015 en LMCTL-UNALM, con el fin de mejorar la gestión de los organismos de la evaluación de la conformidad de la organización, el tipo de investigación fue tipo cuantitativo, la investigación tubo como resultados que Los objetivos de los servicios de la organización son: Certificación, Inspección y Ensayos en los diferentes sectores de la industria, la infraestructura no se encuentra bajo óptimas condiciones para desarrollar un adecuado desarrollo de los servicios, en la revisión de los procesos se evidencia que todo el personal conoce sus funciones, dejando como cconclusiones que la propuesta del sistema de gestión de la calidad fue diseñada de tal forma que se pueda lograr una implementación eficaz a futuro, también se aplicó la lista de verificación, lo cual, a modo de diagnóstico, el instituto La Molina Calidad Total Laboratorios cuenta con un SGC al 82% de cumplimiento en relación a la norma ISO 9001:2015, se tienen tres organismos de evaluación de la conformidad acreditados ante INACAL, los cuales fueron integrados y comunicados en el mapa de procesos propuesto en relación a la norma ISO

9001:2015, y se elaboró el soporte documentario pertinente para cerrar la brecha de cumplimiento total de los requisitos de la norma ISO 9001:2015; en una recomendación que podemos tener el instituto La Molina Calidad Total Laboratorios debe implementar los procesos faltantes que exige la norma ISO 9001: 2015 evidenciado en el soporte documentario propuesto y realizar el análisis de riesgos y oportunidades a todos los procesos del sistema de gestión de la calidad.

Brocca (2014) en su trabajo de investigación titulado caracterización de la gestión y calidad de la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro ferretería en el distrito de Chepen año 2013 para optar el para optar el título de licenciado en administración, cuyo objetivo general fue determinar cuáles son las características de la gestión y calidad de la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Ferretería en el Distrito de Chepen año 2013 su investigación fue de tipo descriptivo, la población fue de 44 giros de diferentes negocios obteniendo como resultados que hay buen trato entre administradores y empleados, entre las prioridades de los empleados está el aumento de sueldo, también se obtuvo que hay falta de planificación y orden de los objetivos de las empresas, en las inmediaciones existe vigilancia y limpieza, la mayoría de clientes son los Gasfiteros y Electricistas, los clientes concurren a comprar más de tres veces por semana, los clientes compras más de cinco productos, falta de innovación en productos, la diferenciación entre las ferreterías es el precio, la Estrategia de calidad sugerida es PRECIO-CALIDAD, la Estrategia de gestión sugerida es la de diversificación de productos y servicios; dejando como conclusiones que las edades de los

representantes legales son relativamente jóvenes, podrían existir posibles riesgos de supervivencia de la empresa por toma de decisiones incorrectas e inmaduras, el 58% predomina entre los 20 a 35 años de edad, con respecto a la gestión de calidad se observa que existe conocimiento sobre la estandarización de los productos a la vez gran parte de las MYPES utilizan documentos de gestión para el desarrollo de sus actividades, el 92% indica que sus productos son fabricados mediante procesos estandarizados y el 67% indica que utiliza documento de gestión (planes de trabajo).

Zubiate (2016) en su trabajo de su investigación titulado gestión de calidad y formalización de la micro y pequeñas empresas en el sector comercio, rubro venta de repuestos para vehículos menores (motocicletas), en el distrito de san juan bautista, 2016 para optar el título de licenciado en administración, cuyo objetivo general fue determinar los beneficios que traería la gestión de calidad y formalización de las Micro y Pequeñas empresas en el sector comercio, rubro venta de repuestos para vehículos menores (motocicletas) en el distrito de San Juan Bautista, 2016, la investigación fue de tipo cuantitativa la población fue de 10 Micro y Pequeñas empresas (100%) en el sector comercio, rubro venta de repuestos para vehículos menores (motocicletas) en el distrito de San Juan Bautista, 2016, teniendo como conclusiones nos dejó que el 60% de la micro y pequeñas empresas del rubro, perciben que no son formales, el 60% trabajan en locales arrendados donde desarrollan sus negocios, el 60% cuentan con licencia de funcionamiento, en 50% con autorización sectorial, y constituido en un 80% como persona natural, con trabajadores de alguna manera retribuidos, la mayoría de trabajadores no se

encuentran en planilla (80%); el 60% de la micro y pequeñas empresas , perciben que los beneficios de la formalización les permitirá acceso a créditos financieros, que permitirá desarrollar líneas de productos de los proveedores recibiendo la asistencia técnica respectiva; el 80% no se encuentra afiliadas a alguna asociación y el 60% espera beneficios por parte del estado, sin embargo el 90% de los encuestados considera que la formalización si aumenta los costos laborales, y que son renuentes a la asociatividad, a tal punto que la mitad (50%) que no confía en la acreditación en el REMYPE, de ahí que son invitados a participar de las compras estatales; pero perciben que la formalización les ayudara a tener presencia en el mercado, el promedio de nivel de percepción adecuada sobre la formalización es del 50%, el 50% de los gerentes y/o representantes legales de la micro y pequeñas empresas son adultos entre 45 a 64 años, el 80% son del sexo masculino, siendo la mayoría propietarios que administran el negocio, están entre 1 a 5 años y 6 a 10 años en el rubro, trabajan con recursos propios, ocupan en promedio de 1 a 5 personas, el 100% de los gerentes y/o representantes legales, conocen de técnicas de gestión empresarial, un 50% de gerentes y/o representantes legales, conoce la técnica de mejora de la atención al cliente, exhibe valores, como conceptos fundamentales, el 80% de gerentes y/o representantes legales afirma que no brindan servicios mediante procesos estandarizados, no utilizan documentos de gestión para mejorar la calidad en la prestación del servicio, el 80% de gerentes y/o representantes legales, capacita al personal de la empresa, y si actualiza modelos de servicios basados en los gustos y preferencias del cliente, y si evalúa el nivel de satisfacción del cliente el 60%

de Mypes hacen uso de las TIC en gestión de su empresa y el 50% se percibe que aplican gestión de calidad de manera adecuada, entre las recomendaciones tenemos que el Distrito de San Juan Bautista, está creciendo vertiginosamente, y las motocicletas son los medios de transporte que más demanda tienen y por tanto las necesidades de repuestos, llantas, faros, etc. y otros accesorios para su vehículo menor. Se concluyó que el 60% de las Mypes del rubro, perciben que no son formales, el 60% trabajan en locales arrendados donde desarrollan sus negocios, el 60% cuentan con licencia de funcionamiento, en 50% con autorización sectorial, y constituido en un 80% como persona natural, con trabajadores de alguna manera retribuidos, la mayoría de trabajadores no se encuentran en planilla (80%); el 60% de las Mypes, perciben que los beneficios de la formalización les permitirá acceso a créditos financieros, que permitirá desarrollar líneas de productos de los proveedores recibiendo la asistencia técnica respectiva; el 80% no se encuentra afiliadas a alguna asociación y el 60% espera beneficios por parte del estado, sin embargo el 90% de los encuestados considera que la formalización si aumenta los costos laborales, y que son renuentes a la asociatividad, a tal punto que la mitad (50%) que no confía en la acreditación en el REMYPE, de ahí que son invitados a participar de las compras estatales; pero perciben que la formalización les ayudara a tener presencia en el mercado.

Sánchez (2016) en su trabajo de investigación titulado caracterización de la gestión de calidad y formalización de la micro y pequeñas empresas en el sector comercio rubro ferreterías en la provincia de Leoncio Prado Tingo

maría período 2015-2016 para optar el título profesional de licenciado en administración, cuyo objetivo general fue conocer las características de la gestión de calidad y formalización de la micro y pequeñas empresas rubro Ferretería de la ciudad de Tingo María, período 2015- 2016, el tipo de investigación fue cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, la población fue de 12 ferreterías como resultados tenemos que el 58% de los representantes legales de la micro y pequeñas empresas ferreteras tienen edad de 20 a 35 años una edad sumamente joven para dirigir las empresas esto conlleva cierto riesgo por la edad por la falta de experiencia, y en el género un 50% para hombre y un 50% para mujeres se entiende cada vez más la presencia de la mujer en las empresas, el grado de instrucción, la mayor parte de los representantes de la micro y pequeñas empresas en un 58% tienen la preparación universitaria culminada, también podemos deducir que cada vez los profesionales que egresan de diversas universidades tienen la mentalidad de hacer empresa, de la Gestión de Calidad de la micro y pequeñas empresas, si su producto que comercializa es fabricado mediante procesos de estandarización, el 92% indican que sus productos sí son estandarizados, esto da a entender que todos los productos que adquieren provienen de fábricas autorizadas así mismo en los documentos de gestión el 67% utilizan el plan de trabajo se entiende que existen un programa planificado para llevar a cabo el comercio ferretero respecto a las normas ISO, un 50% indica conocer y el otro porcentaje indica no conocer, se entiende que existe cierto desconocimiento de las normas internacionales, un 67% no aplica este tipo de servicio; gran parte de la micro y pequeñas empresas no

aprovechan las redes sociales, un 75% indica que capacita a su personal por lo menos 2 a más veces por año, gran parte de la micro y pequeñas empresas mantiene preparado a sus trabajadores y esto ayuda a la buena atención. La actualización de los modelos de los productos según el gusto de los clientes, existe un porcentaje del 100% que indica que sí innova su producto al gusto del cliente. Y las TIC un 83% indica que no lo usa, esto da entender que el sistema informático no se está siendo implementando en la micro y pequeñas empresas, ello conlleva a una mala atención respecto a un servicio, el cual se puede determinar cómo deficiente e inoportuno, respecto a la formalidad de la micro y pequeñas empresas indica que un 100% es formal, los beneficios se obtiene con la formalización, un 80% indica que es el incremento de las ventas, la formalización permite tener acceso a créditos financieros, participar en licitaciones y otros beneficios que el estado concede a la micro y pequeñas empresas, respecto a asesoría por entidades del estado o privadas un 58% indica que sí. La formalización aumenta los costos laborales para la empresa el 100% indicó que sí, la pregunta de que si el estado concedería beneficios tu empresa se formalizaría, un 83% indica que sí, claro es deducir que si bajarán los impuestos tendríamos más empresas formales, la cual nos da las siguientes conclusiones que las edades de los representantes legales son relativamente jóvenes, podrían existir posibles riesgos de supervivencia de la empresa por toma de decisiones incorrectas e inmaduras, el 58% predomina entre los 20 a 35 años de edad, también se observa que cada vez el nivel de capacidad y de participación de las mujeres es mayor; todo ello se debe al cambio cultural en nuestra sociedad y la preparación intelectual que hoy en

día se cultiva en cada persona existe paridad de 50% por género, el nivel educativo es mayoritario en la educación superior 58% de encuestados tienen nivel educativo universitario, esto nos da a entender que los profesionales que egresan de las universidades optan por hacer empresa, respecto a la gestión de calidad se observa que existe conocimiento sobre la estandarización de los productos a la vez gran parte de la micro y pequeñas empresas utilizan documentos de gestión para el desarrollo de sus actividades, el 92% indica que sus productos son fabricados mediante procesos estandarizados y el 67% indica que utiliza documento de gestión (planes de trabajo), en la gestión de calidad del producto, un 50% indica que conoce sobre la certificación ISO. Podemos deducir que las empresas ferreteras no tienen mucho contacto con los clientes, no utilizan medios de publicidad para que el cliente este realmente enterado, respecto a promociones que en periodos de campaña utilice la empresa, el 67% indica que no ha implementado servicios pre y pos venta por redes sociales, la micro y pequeñas empresas ferreteras no están aprovechando los medios informáticos, la investigación dejó como conclusión respecto a la gestión de calidad se observa que existe conocimiento sobre la estandarización de los productos a la vez gran parte de las MYPES utilizan documentos de gestión para el desarrollo de sus actividades, el 92% indica que sus productos son fabricados mediante procesos estandarizados y el 67% indica que utiliza documento de gestión (planes de trabajo).

Gutierrez (2016) en su trabajo de su investigación titulado caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector

comercio, rubro – venta minorista de ropa para damas del centro comercial galerías alfa, Chimbote, 2013 para optar el título profesional de licenciada en administración, cuyo objetivo general fue determinar las características de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro venta minorista de ropa para damas del centro comercial galerías alfa, Chimbote 2013, el tipo de investigación que se utilizó fue no experimental– transversal- descriptivo su población de estudio estuvo conformado por 16 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro – venta minorista de ropa para damas del centro comercial “Galerías Alfa” Chimbote, 2013., obteniendo los siguientes resultados que el 35.7% tienen edad entre 40 a 50 años de edad, el 64.3% son del sexo femenino, el 64.3% tienen una instrucción secundaria, el 50% tienen conocimientos de administración de empresas, el 100% de la micro y pequeñas empresas están formalizadas, el 57.1% tienen una antigüedad de 8 años a más. Gestión de calidad: El 57.1% no tiene conocimientos sobre gestión de calidad, el 57.1% no cuenta con un manual de gestión de calidad en la MYPE, el 71.4% si identifica los procesos para dar un buen servicio al cliente, llegando a la conclusión que la mayoría de los representantes tienen edad entre 40 a 50 años de edad, son del sexo femenino, con instrucción secundaria, cuentan con conocimientos de administración de empresas, todas la micro y pequeñas empresas están formalizadas, la gran mayoría tiene una antigüedad de 8 años a más, no tienen conocimientos sobre gestión de calidad, no cuentan con un manual de gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas y la gran mayoría si identifica los procesos para dar un buen servicio al cliente.

Marnayle (2017) en su trabajo de su investigación titulado caracterización de la gestión de calidad y la rentabilidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas dentales en la ciudad de tingo maría, año 2017 para optar el título profesional de licenciada en administración teniendo como objetivo general describir y determinar la caracterización de la gestión de la calidad y la rentabilidad en la micro y pequeñas empresas , del sector servicio, en el rubro clínicas dentales en la ciudad de Tingo María, 2017 la investigación fue de tipo descriptivo correlacional, dejando como resultados que los representantes legales de la micro y pequeñas empresas de las clínicas odontológicas el 67% corresponde al rango de edades entre 36 a 50 años, de la misma forma nos muestra Junco (2016), diferenciándose con un 50% de dichas edades, lo que nos demuestra que los odontólogos en su mayoría pertenecen dentro de dichas edades y los propietarios de la micro y pequeñas empresas en un 58% sobresale el género femenino, en contraste con Armas (2016), que el 8 % son del género femenino esto significa que las odontólogas de las clínicas de la ciudad de Tingo María en su mayoría son de género femenino con dicha vocación, en esta investigación se llegó a las siguientes conclusiones; que los propietarios de la micro y pequeñas empresas de las clínicas odontológicas, en un 67% de los propietarios se encuentran entre las edades de 36 a 50 años, son del género femenino en un 58% y en un 92% sus clínicas se encuentran vigente en el mercado por más de tres años; además, estos profesionales de las mencionadas clínicas creen significativamente en la importancia de la gestión de calidad, en la importancia de las redes sociales con el propósito de posicionarse en el mercado y así mismo en la capacitación

del personal para mejorar la calidad de atención al cliente con la finalidad de tener una mayor satisfacción de sus clientes, a la vez que sus negocios sean rentables y crecer empresarialmente.

Pinedo (2016) en su trabajo de investigación titulado caracterización de la gestión de calidad y competitividad de la micro y pequeñas empresas en los servicios de venta de electrodomésticos en el distrito de Juanjuí, año 2016 para optar el título profesional de licenciada en administración cuyo objetivo general fue conocer características de la gestión de calidad y competitividad de la micro y pequeñas empresas en los servicios de venta de electrodomésticos en el Distrito de Juanjuí año 2016, su investigación ha sido no experimental teniendo como muestra 6 microempresas, dándole como resultados que los representantes legales de la micro y pequeñas empresas el 66.7% tienen de 31 a 50 años, son de sexo masculino 83.3%, el 66.7% tienen grado de Profesional Universitario, de la Empresa el 100.0% de la micro y pequeñas empresas son formales, el 50.0% de la micro y pequeñas empresas de las empresas tienen más de 4 años de permanencia en el mercado, menos de 10 trabajadores permanentes es de 100.0%, y menos de 10 trabajadores eventuales es de 100.0%, el 100.0% de la micro y pequeñas empresas afirma que La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, la mayoría de la micro y pequeñas empresas ha usado las técnicas del Benchmarking al 66.7%, teniendo como conclusión más significativa de la Empresa el 100.0% de la micro y pequeñas empresas son formales, el 50.0% de la micro y pequeñas empresas las empresas tienen más de 4 años de permanencia en el mercado, El 100.0% de la micro y pequeñas empresas

afirma que La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.

Robles (2016) en su trabajo de investigación titulado caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque lean manufacturing de las micro y pequeñas empresas del sector industrial- rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Huaraz, 2015 tesis para optar el título profesional de licenciada en administración, cuyo objetivo general fue describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque Lean Manufacturing de la micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Huaraz, 2015, esta investigación fue de tipo y nivel de investigación descriptivo - cuantitativo y el diseño transaccional , para el recojo de la información se identificó una población de 40 gerentes a quienes se les aplicó un cuestionario de 13 preguntas cerradas por medio de la encuesta; de lo cual se obtuvo los siguientes resultados: el 45% de los gerentes encuestados del rubro elaboración de productos de panaderías, señalan que casi siempre identifican los problemas laborales y técnicos que se suscitan en la organización, el 45% de gerentes encuestados del rubro elaboración de productos de panadería afirman que casi siempre implantan las políticas de mejora continua en la organización, el 30% de gerentes encuestados del rubro elaboración de productos de panadería, señalan que siempre es importante la innovación al momento de fabricar y producir. Asimismo un 45% gerentes encuestados perciben que existe una deficiencia en la producción pues la ejecución de procesos demanda mucho tiempo y existe una merma de materia prima,

dejando las siguientes conclusiones que un gran porcentaje de gerentes perciben un alto grado de ineficiencia respecto a la aplicación correcta de lean manufacturing en sus empresas porque consideran que existe demasiado desorden con los insumos, los procesos de producción fuera de tiempo, el desperdicio de los insumos, se carece de disciplina en las tareas que no están estandarizadas correctamente, respecto a la principal característica de los gerentes es que la mayoría de los encuestados tiene de 47-57 años de edad, opinaron sobre el proceso de producción que realizan en sus panaderías, ya que los gerentes no reconocen la práctica de la filosofía lean manufacturing en sus establecimientos y las principales características de la gestión calidad bajo el enfoque de Lean Manufacturing identificados se basa en la filosofía de gestión que realiza una empresa con el fin de eliminar los errores, sin embargo las panaderías no tiene en claro a la aplicación correcta de lean manufacturing.

Solis (2016) en su trabajo de investigación titulado caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro – venta minorista de ropa para damas del centro comercial barranca, del distrito de barranca, 2016 para optar el título profesional de licenciado en administración teniendo como objetivo determinar si las Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro – venta minorista de ropa para damas del Centro Comercial Barranca aplican la gestión de calidad, en el año 2016. La investigación fue tipo descriptivo y de diseño no experimental/ transversal, se trabajó con una muestra de 10 MYPES, obteniéndose los siguientes resultados: que el 50% tienen edad entre 40 a 50 años de edad, el 70% son del

sexo femenino, el 60% tienen una instrucción secundaria, el 60% tienen conocimientos de administración de empresas, el 100% de la micro y pequeñas empresas están formalizadas, el 40% tienen una antigüedad de 4 a 5 años a más, también el 70% tiene conocimientos sobre gestión de calidad, el 80% no cuenta con un manual de gestión de calidad en la MYPE, el 90% si identifica los procesos para dar un buen servicio al cliente llegando a la conclusión que la mayoría de los representantes tienen edad entre 40 a 50 años de edad, son del sexo femenino, con instrucción secundaria, cuentan con conocimientos de administración de empresas, todas la micro y pequeñas empresas están formalizadas, la gran mayoría tiene una antigüedad de 4 a 5 años, la mayoría no tiene conocimientos sobre gestión de calidad, no cuentan con un manual de gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas y la gran mayoría identifica los procesos para dar un buen servicio al cliente.

Risco (2017) en su trabajo de investigación titulado aplicación de mejora de procesos en el área de mantenimiento primario de motos, para incrementar la competitividad en la empresa moto servicios Ordoñez E.I.R.L., para obtener el título profesional de ingeniero industrial teniendo como objetivo principal determinar como la aplicación de la mejora de procesos en el área de mantenimiento primario incrementa la competitividad en la empresa Moto Servicios Ordoñez E.I.R.L., la investigación fue de tipo explicativa ya que se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa efecto, la presente investigación dejo los siguientes resultados: Como ha evolucionado la mejora con el transcurso de las semanas, se observa una diferencia creciente con respecto a los datos tomados antes de

la mejora, lo que evidencia que el cambio ha impactado positivamente en el incremento de la competitividad esta investigación, como la productividad por técnico ha aumentado en realización al año 2016, el aumento de la productividad refleja un mayor rendimiento semanal por cada técnico, lo cual impacta positivamente en la empresa y sus ganancias, dejo como conclusión que la mejora de procesos en el área de mantenimiento primario ha incrementado la competitividad de la empresa, teniendo un incremento en su matriz de evaluación interna, pasando de una media de 2.39 a una media de 2.80 según la tabla 56. La mejora interna permite que la empresa se mantenga en el mercado y que pueda enfrentar los cambios a futuro. Asimismo, una fuerte estructura interna le permite desarrollar mejores estrategias para su crecimiento.

Flores (2017) en su trabajo de investigación titulado diagnóstico de la cadena de suministro empleando el modelo SCOR para una empresa comercializadora de repuestos de motos en Latinoamérica para optar el Título Profesional de Ingeniera Industrial teniendo como objetivo general realizar el análisis de la cadena de suministro usando el modelo de evaluación SCOR, como herramienta para el diagnóstico y calificación de la cadena de suministro de la empresa comercializadora de repuestos de motos en estudio, el tipo de investigación está basada en el diseño descriptivo, con la presente investigación se demostró que el modelo SCOR puede ser aplicado para el diagnóstico de la cadena de suministro de una empresa comercializadora de repuestos de motos, ubicada en Perú; pero con operación en el mercado latinoamericano. La investigación dejo los siguientes resultados: el sub

proceso de primer nivel Planificación de la Cadena de Suministro, que bajo la metodología del modelo SCOR, alcanzo una puntuación de 2.52; el sub proceso de primer nivel Alinealidad entre oferta y demanda, que bajo la metodología del modelo SCOR, alcanzo una puntuación de 1.50, el sub proceso de primer nivel gestión de inventarios, que bajo la metodología del modelo SCOR, alcanzo una puntuación de 1.33. A partir de esta premisa se puede concluir que ninguno de los procesos primarios actuales de la cadena de suministro de la empresa en estudio, alcanzó el estándar mínimo, sugerido por el modelo SCOR, en relación al proceso primario de Planificación, se determinó que la empresa en estudio presenta dificultades en el procesamiento de la información obtenida a raíz de la aplicación de la inteligencia de mercado, esto genera que sus fuentes de información no sean exactas, pues trabaja en base a ventas, omitiendo que sus clientes son a la vez distribuidores en cada país. Otra dificultad evidente es la falta de técnicas de control que reflejen la variación en la demanda, costos, tiempos de tránsito, maker code, etc. Estas deficiencias se presentan a raíz de la falta de personal capacitado, que asuma estas funciones; y se encargue de realizar las actualizaciones en tiempo real; dejando como recomendaciones en base al estudio de la empresa que tome consideración de las evidencias plasmadas, y mejorare sus procesos con soporte en los estándares mínimos proporcionados por el modelo SCOR, respecto al proceso de planificación se propone a la empresa que apoyándose del área de recursos humanos contrate personal que se encargue netamente de procesar la información obtenida de la inteligencia de mercado, y se apoye en el uso de técnicas y métodos de planificación.

Prudencio (2017) en su trabajo de investigación titulado gestión de calidad con el uso de liderazgo en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro ventas de motos lineales de la ciudad de Huarmey, año 2016 cuyo objetivo general fue determinar las características de la con el Uso de Liderazgo en la Micro y pequeñas empresas del Sector Servicio, rubro venta de motos lineales de la ciudad de Huarmey, año 2016 la población está constituida por un total de 12 Mypes, para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo, la investigación dejó los siguientes resultados: El 83.3% de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro venta de motos lineales, ciudad de Huarmey tienen conocimiento sobre el término de Gestión de Calidad, el 75% de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro venta de motos lineales, ciudad de Huarmey corresponden con su encuesta que no tienen conocimiento sobre las funciones de la administración, dejando como conclusiones que la mayoría de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro venta de motos lineales en la ciudad de Huarmey son personas adultas que tienen una edad entre 25 a 50 años de edad, que son de sexo masculino, con un grado de instrucción secundaria , también que están constituidas por personas naturales, de situación legal formal, que tienen 1 a 5 años de permanencia en el rubro, contando con 13 - a más trabajadores en la empresa y la Mayoría de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro venta de motos lineales en la ciudad de Huarmey tienen conocimiento sobre el término de Gestión de calidad, brindando un nivel de calidad del servicio, pero desconocen sobre las

funciones de la administración por tanto trabajan de manera empírica, de la misma forma la mayoría de los representantes no capacitan a sus trabajadores, en cuanto al Uso de Liderazgo la mayoría de los representantes no incentiva a sus colaboradores por tanto no reconocen a sus trabajadores por el esfuerzo que brindan en el trabajo, por ende el clima laboral se ve en efecto desagradable razones que sus trabajadores se sienten descontentos y genere conflicto laboral, a su vez los representantes desconoce sobre los tipos de liderazgo que pretenden ser un líder autocrático provoque malestar entre todos sus colaboradores y no generen buenos resultados en el trabajo.

2.1.1.3.- Regionales

Castillo (2017) en su trabajo de su investigación titulado caracterización de la capacitación y gestión de la calidad de la micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro talleres de metal mecánica del distrito de Sullana, año 2016, para optar el título profesional de licenciada en administración, cuyo objetivo general fue determinar las características de la capacitación y gestión de la calidad de la micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro talleres de metal mecánica del distrito de Sullana, periodo 2016, el tipo de investigación fue de tipo descriptiva nivel de estudio cuantitativo, diseño no experimental; se realizó con el propósito de determinar las características de la capacitación y gestión de la calidad de la micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro talleres de metal mecánica del distrito de Sullana, año 2016; empleándose una población de 10 Mype, teniendo dejando los

siguientes resultados de la investigación: Que el 100% de los gerentes de las Micro y pequeñas empresas encuestadas, consideran que es de suma importancia la capacitación dentro de su empresa, de los 20 gerentes de las Micro y pequeñas empresa el 100% responde que su personal pone en práctica lo aprendido en los cursos de capacitación, para realizar su labor diaria en la organización, de los 20 gerentes encuestados de las Micro y pequeñas empresa el 65% de los encuestados responde que la capacitación si es una herramienta para mejorar la competitividad de la empresa mientras que el 35% responde lo contrario. Dejando como conclusiones que el tipo de capacitación empleados por la micro y pequeñas empresas del rubro taller metalmecánica es la capacidades en el trabajo, ya que esta va a permitir mejorar la capacidad de los trabajadores mejorando sus actitudes y creando nuevos conocimientos alcanzando el crecimiento integral de la persona y la expansión total de sus habilidades del mismo modo son una parte fundamental en el crecimiento de la organización teniendo también los principales beneficios de la capacitación son el crecimiento personal, mejorar las capacidades de cada uno de los trabajadores y crear nuevos conocimientos y técnicas a través de las experiencias para que desempeñen una buena labor en sus puesto de trabajo generando a su vez el crecimiento organizacional mejorando la calidad de la producción de bienes y servicios dentro de la organización así como los estándares productivos haciendo de la organización una empresa competitiva, la gestión de calidad se caracteriza por permitir mejorar los procesos de producción en base a las normas estandarizadas y establecidas en el ISO 9000. Así mismo permite mejorar los estándares de

calidad de los productos y servicios logrando la competitividad de la MYPE en los mercados nacionales.

Alaniz, Rocha, & Castillo (2016) en su trabajo de investigación titulado (Estrategias de servicio al cliente en la Ferretería Franklin en la ciudad de Estelí en el año 2016) El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la efectividad de las estrategias de Ferretería Franklin en la atención de sus clientes en el año 2016, con el fin de mejorar los niveles de satisfacción en los clientes utilizando al marketing como herramienta de influencia en las ventas en la ferretería. Para ello, fue necesario aplicar métodos empíricos, con los que se recolectó información a través de instrumentos tales como: entrevista y encuestas para brindar veracidad al documento, también se hizo uso del método teórico porque se verificó el comportamiento real del fenómeno, con las fuentes bibliográficas. Con base en los resultados obtenidos en la Ferretería Franklin se recomienda realizar un análisis para aumentar los niveles de publicidad y capacitar al personal humano, por lo tanto, se proponen líneas estrategias y acciones que contribuyan al fortalecimiento institucional que favorezca las mejores decisiones empresariales. Por lo tanto, en el estudio de campo se obtuvieron los siguientes el 75.7% expresaron que las estrategias que utiliza Ferretería Franklin es la de precios a diferencia de un 8.7% que utilizan publicidad, un 8.3% dijeron que la de producto, el 4.6% que usan la de promoción y un 2.8% ninguna.”. Se obtuvo como conclusión que Es importante conocer al cliente para establecer una mejor estrategia y trabajar sobre los requerimientos o fallas del servicio, toda esta

información es creada por el alma de la empresa que son los clientes. Con el presente documento de investigación se llegó a la conclusión que la hipótesis planteada se acepta con 75.7% debido a que una correcta aplicación de las estrategias competitivas influye positivamente en los volúmenes de ventas en la ferretería Franklin, ya que si las pone en práctica lograra un posicionamiento como empresa líder dentro del mercado ferretero.

2.1.2.- Atención al cliente

2.1.2.1.-Antecedente nacional:

Espiritud (2017) en su investigación titulada Implementación de un sistema web para mejorar el servicio de venta y marketing de motos y accesorios en la empresa moto repuestos Ariza, Huarney 2017 cuyo objetivo principal ha sido realizar la implementación de un sistema web en la empresa “moto repuestos “Ariza” – Huarney; 2017., la investigación tuvo un diseño de tipo no experimental para poder dar solución a los problemas que existen con el actual sistema que se realiza manualmente, el cual se obtuvo un grado de satisfacción con el sistema actual del 17% y el 83% no estas satisfechos como se viene trabajando, así mismo, hay una necesidad de propuesta de mejora del 94% de los encuestados; siendo el tipo de la investigación cuantitativo. Obtuvo como resultados con respecto a la primera dimensión referente al Nivel de Satisfacción con el sistema actual, en la Tabla Nro. 27se puede apreciar que el 83.00% de los encuestados manifestaron que no están satisfechos con el sistema actual; y el 17.00% indicaron que se encuentran satisfechos con el sistema actual. Estos resultados son similares a los

resultados de la investigación de Vargas J. (4), así como también en la investigación realizada por Acosta J. y Meusburgger M. (5) en donde las instituciones en estudio manejaban enorme volumen de información sin automatizar, generando que no se lleve un control adecuado, producirse pérdidas o extravíos de información; quienes concluyen para una dimensión análoga que el personal se siente insatisfecha con el sistema actual. Esto también coincide con Pérez J. (22), quien sostiene en su libro que automatizar los procesos a través de las tecnologías Web permite un mejor control y a la vez facilitan el desarrollo de sistemas de Gestión del Conocimiento. Con respecto a la segunda dimensión referente a la Necesidad de Propuesta de Mejora, en la Tabla Nro. 28 se puede apreciar que el 94.00% de los encuestados manifestaron que se es necesario el desarrollo de una propuesta de mejora; y el 6.00% de los encuestados indicaron que no es necesaria la propuesta de mejora. Estos resultados obtenidos son similares a los obtenidos en la investigación de Assado R. y Morales R. (6), Julca L. y Rojas A. (7) y Saavedra H. (9), respectivamente, en donde la implementación de un sistema web como propuesta de mejora permite mejorar los procesos, utilizando menos recursos, disminuyendo los tiempos de procesamiento, evitando pérdidas de datos y mejora la toma de decisiones brindando un buen servicio al cliente, es decir, concluyen para una dimensión análoga una necesidad urgente de mejora del sistema actual. Con los análisis de los resultados obtenidos, se plantea como propuestas de mejora lo siguiente: Realizar el modelamiento de un Sistema de Gestión teniendo como metodología de desarrollo ICONIX, implementar un Sistema de Gestión en entorno Web,

basado en el uso de herramientas libres como son el lenguaje de programación PHP y el gestor de base de datos MYSQL. Y como conclusión podemos decir que el desarrollo de un sistema informático web resulta muy beneficioso para la empresa MOTO REPUESTOS ARIZA, porque le permite darse a conocer en medios de información virtuales a través del uso de las TIC como es el Internet, donde los clientes podrán conocer los productos con los que cuenta en ese momento la empresa y separarlos vía web, para después concluir con la transacción, es decir, utilizar las tendencias tecnológicas actuales como es el comercio electrónico, ya sea B2B, B2C, B2G, C2C las permitirá contribuir y mejorar los procesos de ventas y marketing, con lo que queda acepta la hipótesis principal de la presente tesis.

Vergaray (2016) en su tesis titulada Atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la Ferretería Solano E.I.R.L. en el primer semestre del 2016 del distrito de Trujillo. La cual se utilizó para optar su título profesional de licenciado en Administración. Tiene como objetivo principal Determinar la Atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la Ferretería Solano E.I.R.L. en el primer semestre del 2016 del distrito de Trujillo. Esta investigación utilizo el tipo de diseño transaccional, casual de corte transversal en utilizando una muestra de 333 clientes quienes evaluaron la calidad de la atención al cliente brindado por el personal de la ferretería Solano E.I.R.L. Así mismo se trabajó con una población maestra de 10 trabajadores para determinar los factores que influyen en la atención del cliente. El instrumento utilizado fue el cuestionario aplicado a ambas muestras. Como resultado se obtuvo Entre los resultados más relevantes se

establece que la atención al cliente en el área de despacho esta entre regular y mala y el factor que influye en dichos resultados es la falta de capacitación orientada al cliente por lo que mediante la presente investigación se está proponiendo un protocolo de atención al cliente que permitirá a la empresa incrementar sus ventas y por ende la fidelización de sus clientes. En conclusiones la calidad de atención brindada en la ferretería Solano E.I.R.L, influye de manera negativa en el nivel de ventas lo cual implica que no existe una buena calidad de servicio esto repercute a nivel de ventas.

Guanilo (2015) en su trabajo de investigación titulado “La competitividad en la atención al cliente de la micro y pequeña empresa del sector servicio – rubro hotelería de la ciudad de Nuevo Chimbote 2014”, tiene como objetivo general Describir las principales características de la competitividad de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio – rubro hotelería en la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014. La investigación fue no experimental – transversal – descriptiva, para la obtención de la información se utilizó una población de 10 micro y pequeñas empresas, quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: se observa que el 50% de las personas encuestadas del sector servicio- rubro hotelería oscila entre las edades de 45 a 65 años. Se demostró que el 80% de los encuestados la mayoría son del sexo masculino. El 40% de las personas encuestadas tienen estudio secundario y el 10% tienen estudio superior universitario. Se muestra que el 100% de las micro y pequeñas empresas son formales. El 40 % de las micro y pequeñas empresas permanecen en el mercado de 0 a 6 años. Se determinó que el 80%

de las mypes cuentan con 1 a 5 trabajadores. Se muestra que el 100% de las empresas fueron creadas para generar ganancias. EL 100% de las mypes expresan que son competitivas, el 100% de los trabajadores de las mypes son competitivos. Se muestra que el 100% de los empleados son motivados por los dueños de la mypes. Se muestra que el 50% de las mypes desarrollan nuevos servicios para ser competitivos, el 80% expresan que conocen a sus competidores.

Toniut (2013) en su trabajo de investigación titulado La medición de la satisfacción del cliente en supermercados de la ciudad de Mar del Plata para optar el título de maestría en administración de negocios, cuyo objetivo Diseñar e implementar un modelo para medir la satisfacción del cliente en supermercados de Mar del Plata. El diseño de la investigación fue de tipo no experimental, para el recojo de la información estuvo presenta la información que conforma la muestra tomada para la realización de dicho estudio. Las variables demográficas de segmentación que han sido relevadas son: sexo, edad, ocupación y los componentes que habitan en la casa del entrevistado, el 67 % de la estructura de la muestra corresponde a mujeres y el 33 % a hombres. En relación con la edad, el 52 % de los encuestados son personas que se encuentran entre los 26 y 45 años, el 20 % entre 46 y 60 años, el 15 % entre 18 y 24 años y el 13 % restante mayor a 61 años, el 77 % manifiesta vivir en familia, mientras que el 15 % lo hace solo, el 4 % con algún amigo y el 4 % a través de otra forma. En relación con la actividad que realiza los encuestados, el 35 % manifiesta que se encuentra trabajando, el 24 % estudia, el 17 % realiza ambas actividades y el 24 % no trabaja ni estudia. *** Los

alimentos que son de consumo diario en el hogar son comprados en el 67,27 % en los supermercados e hipermercados, siendo la despensa la tercera opción en el 12,12 % de los casos. Cabe aclarar que los productos alimenticios no poseen un negocio especial como puede darse en las restantes familias de productos, por lo que los encuestados asociaron al almacén o despensa como un formato de negocio especial para la compra de alimentos, sumados a negocios de compra de productos ya preparados (rotiserías etc.). Tuvo como conclusión Otra variable a destacar es el surtido de productos 14.96 % dado por las marcas que posee la empresa y la amplitud y profundidad de la propuesta de productos realizada. Luego un escalón más atrás podemos encontrar la amplitud horaria 12.29 %, la atención brindada a los clientes 12.09 % y la rapidez 11.01 %. La cercanía si bien es una variable importante en la elección, es imposible medir la satisfacción ya que este representa un término objetivo. Según la visión del cliente hay otras variables que no resultan las de mayor valor como la estética del negocio 8.19 %, los medios de pago 6.88 % y el estacionamiento 1.8%. En relación a los medios de pago, no hace referencia a los descuentos que hoy otorgan las tarjetas de crédito y débito por la realización de las compras ya que este variable está asociado a las ofertas.

2.1.2.3.-Antecedente regional:

Risco (2017) en su trabajo de investigación titulado aplicación de mejora de procesos en el área de mantenimiento primario de motos, para incrementar la competitividad en la empresa moto servicios Ordoñez E.I.R.L., teniendo como objetivo principal determinar como la aplicación de la mejora de

procesos en el área de mantenimiento primario incrementa la competitividad en la empresa Moto Servicios Ordoñez E.I.R.L., el tipo de investigación fue de tipo descriptiva nivel de estudio cuantitativo, diseño no experimental, esta investigación dejó como conclusión que la mejora de procesos en el área de mantenimiento primario ha incrementado la competitividad de la empresa, teniendo un incremento en su matriz de evaluación interna, pasando de una media de 2.39 a una media de 2.80 según la tabla 56. La mejora interna permite que la empresa se mantenga en el mercado y que pueda enfrentar los cambios a futuro. Asimismo, una fuerte estructura interna le permite desarrollar mejores estrategias para su crecimiento. La mejora de procesos ha incrementado la productividad en la empresa, de una media de 19 trabajos por técnico a la semana ha pasado a 25 trabajos por técnico a la semana, como se observa en la tabla 59, dejando demostrado que al fortalecer los factores que afectan internamente el funcionamiento de la empresa, se puede lograr un mayor rendimiento del personal al brindarles los elementos necesarios para poder realizar su trabajo, teniendo como consecuencia el aumento de las ganancias, viéndose beneficiados tanto el cliente con una atención más rápida y la empresa. La mejora de procesos ha incrementado la satisfacción del cliente, pasando de una media de 0.89 a una media de 0.96, como se observa en la tabla 62, lo que nos demuestra que los cambios internos de la empresa también afectan a los clientes, el brindar un mejor servicio, más rápido y con menos errores logra que el cliente no genere reclamos y aumente su satisfacción. El aumento en la satisfacción ha sido progresivo semana a semana, llegando a obtener un 100% en la última semana de análisis, lo cual

evidencia que se pueden eliminar los errores y de esta manera beneficiar la satisfacción de los clientes y a la vez generar una mejor imagen de los servicios que brinda la empresa. También es recomendable considerar las disposiciones de tiempo del gerente general, para poder coordinar reuniones y establecer las bases de la mejora a proponer, esto debido a que en muchas MYPES se pueden oponer al cambio, para ello es mejor mantener informado al gerente y escuchar las observaciones desde la perspectiva de la gerencia y de los empleados, actuando como un intermediario, lo que dará una mejor visión a la propuesta y el alcance será mayor, para una posterior investigación se recomienda realizar también un estudio de tiempos y movimientos antes de la modificación del DAP, de esta manera se tendría un análisis más profundo de la operación y se podrá maximizar aún más los ahorros de tiempos por el proceso evaluado, se debe considerar mantener un proceso de mejora continua, evaluar por lo menos una o dos veces al año el rendimiento de los procesos comparándolos con los de años anteriores y plantear propuestas nuevas de mejora, muchas veces se obstruyen mejoras por el miedo al cambio que tienen los gerentes y empleados, por lo que se recomienda hacer un análisis de todos los beneficios que obtendría la empresa y dar ejemplos en base a empresas más grandes, pero es necesario también tener distintas propuestas con cambios aplicables a corto plazo y mantener involucrados en todo momento a los empleados, para que la adaptación a los cambios sea más rápida.

Arenas (2016) en su trabajo de investigación titulado Caracterización de la satisfacción del cliente y competitividad de las mype servicio rubro pollo a la

brasa la arena, 2016 para Optar el título profesional de licenciada en administración, cuyo objetivo características de la satisfacción del cliente y competitividad de las MYPE servicio rubro pollo a la brasa C.P La Arena-Piura (ver anexo), 2016. Se empleó la metodología nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal, siendo los resultados agrupados de acuerdo a las variables: satisfacción del cliente y competitividad, la población de la investigación está conformada por las 03 MYPE servicio rubro pollo a la brasa C.P La Arena-Piura (ver anexo), donde la muestra para ambas variables está conformada por los clientes de las MYPE. La técnica de recolección de datos es la encuesta mediante el instrumento el cuestionario. Dentro de las principales conclusiones se conoció las características que tiene la satisfacción del cliente en las MYPE servicio rubro pollo a la brasa C.P La Arena-Piura (ver anexo), la frecuencia de asistencia a la pollería de su preferencia, influencia en la decisión para elección de la pollería, poca satisfacción del cliente, servicio deficiente que se refleja en la mala atención, falta de promoción y descuentos, demora en el tiempo de espera del producto. En cuanto a la competitividad se aprecia que se ofrece un precio accesible sin embargo no supera las expectativas del cliente, no está abierto a los cambios en el entorno, la calidad de productos y/o servicios de acuerdo a la mayoría de los encuestados es regular, no cuenta con mobiliario adecuado y la limpieza es deficiente.

Vergaray (2016) en su tesis titulado Atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la Ferretería Solano E.I.R.L. en el primer semestre del 2016 del distrito de Trujillo. La cual se utilizó para optar su título profesional de

licenciado en Administración. Tiene como objetivo principal Determinar la Atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la Ferretería Solano E.I.R.L. en el primer semestre del 2016 del distrito de Trujillo. Esta investigación utilizo el tipo de diseño transaccional, casual de corte transversal en utilizando una muestra de 333 clientes quienes evaluaron la calidad de la atención al cliente brindado por el personal de la ferretería Solano E.I.R.L. Así mismo se trabajó con una población maestra de 10 trabajadores para determinar los factores que influyen en la atención del cliente. El instrumento utilizado fue el cuestionario aplicado a ambas muestras. Como resultado se obtuvo Entre los resultados más relevantes se establece que la atención al cliente en el área de despacho esta entre regular y mala y el factor que influye en dichos resultados es la falta de capacitación orientada al cliente por lo que mediante la presente investigación se está proponiendo un protocolo de atención al cliente que permitirá a la empresa incrementar sus ventas y por ende la fidelización de sus clientes. En conclusiones la calidad de atención brindada en la ferretería Solano E.I.R.L, influye de manera negativa en el nivel de ventas lo cual implica que no existe una buena calidad de servicio esto repercute a nivel de ventas.

Chavez (2015) en su tesis titulada Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de lean manufacturing en las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro fabricación de muebles para el hogar del distrito de Huaraz, 2015. La cual se utilizó para optar su título profesional de licenciado en Administración. Tiene como Objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del

sector industrial - rubro fabricación de muebles para el hogar del distrito de Huaraz, 2015. El tipo y nivel de investigación descriptivo - cuantitativo y el diseño transaccional. Para el recojo de la información se consideró una población de 15 empresas a las cuales se les aplicó un cuestionario de 12 preguntas aplicando la técnica de las encuestas de lo cual se obtuvo los siguientes resultados: Del total de gerentes encuestados se observa que el 33,3% manifiesta que siempre identifica los problemas laborales y técnicos que se suscitan en la carpintería, y un 60% manifiesta que casi siempre toman las decisiones oportunas dentro de la empresa con respecto a los problemas que se suscitan, un 40 % manifiesta que casi siempre tienen políticas de mejora continua en su empresa. Finalmente se concluye que las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro fabricación de muebles para el hogar del distrito de Huaraz, un 46.7% indican que existe la ausencia de control de la calidad durante el proceso productivo de los muebles. En conclusión, las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de Lean Manufacturing en las micro y pequeñas empresas del sector industrial- rubro fabricación de muebles para el hogar, son las siguientes: existe un bajo porcentaje en la identificación de problemas laborales y técnicos que se suscitan en las carpinterías. Por lo que se observa que existe un deficiente en detectar a tiempo los problemas.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Gestión de Calidad

Es el modo en que la dirección de la organización planifica, implanta y

controla los resultados con el objetivo de conseguir calidad tanto en sus productos como en sus servicios, involucrando a todo el ambiente interno y externo de la empresa.

Cuyos objetivos se detallan: Satisfacer y cumplir las expectativas y necesidades del cliente, despertar nuevas necesidades, lograr productos y servicios sin defectos desde la primera vez, diseñar, producir y entregar un producto de satisfacción total y de acuerdo a las normas establecidas, dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes (just in time). Abarca (2010).

Fontalvo (2006) la gestión avanzada de la calidad la concebimos en esta obra como el desarrollo y articulación de un sistema de gestión de la calidad capaz de generar procesos de transformación y evolución permanentemente al sistema, articulando todos sus procesos de forma sistémica a través del tiempo, lo cual se soporta en una serie de sistemas y subsistemas, los cuales mencionamos a continuación: subsistema operativo, subsistema de información-memorización, un microsistema de decisión compuesto por un recursos subsistema y un de dirección, subsistema de dirección, un subsistema de gestión de los innovación concepción- imaginación; subsistemas con los cuales la organización evoluciona y se transforma hacia niveles superiores de calidad. (p. 49). Robles (2016)

Según Pérez (2009) nos habla que la gestión de la calidad y la dirección por valores a pesar de que casi todo el mundo reconoce la importancia de la calidad para cualquier entidad productiva o de servicio, de que todos los años un sin fin de profesionales cursan estudios sobre las técnicas y filosofías

modernas de gestión de la calidad, de que cada día crecen más las empresas que proclaman tener departamentos de control de la calidad o de protección del consumidor, que certifican su sistemas de calidad como aptos para recibir el reconocimiento social, lo cierto es que son más los productos y servicios con mala calidad que los que gozan un elevado nivel de excelencia. Y es que cuando las empresas desean buscar la calidad tienen que recurrir al manejo de múltiples resortes de los cuales depende la calidad, entre los que se encuentran elementos operativos y estratégicos.

Calidad

Es el conjunto de características inherentes de un bien o servicio que satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes. Sin embargo, muchos autores definen a la calidad desde diferentes perspectivas en este sentido Juran concibe la calidad como “la adecuación al uso”, también la define como “las características de un producto o servicio que le proporcionan la calidad de satisfacer las necesidades de los clientes”. Deming propone la calidad en términos de la capacidad que se tiene para garantizar la satisfacción del cliente. Por otra parte, Crosby define la calidad de un producto o servicio en la medida que se puede estar seguro de medir todas las características que satisfagan los criterios de especificación. Feigenbaum tiene una visión más integral de la calidad pues esta considera la necesidad de que exista una participación de todos los departamentos para garantizar la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes. (p. 28).

Las siete herramientas básicas de la calidad

Cuatrecasas (1992) la implantación de la calidad y su mejora puede llevarse a cabo con la ayuda de las denominadas siete herramientas básicas, y otras siete, las denominadas siete herramientas de gestión. Estas herramientas se caracterizan por su fácil comprensión y sencilla aplicación. Otra característica importante de estas herramientas es la capacidad de integración entre sí, facilitada por su compatibilidad, lo que nos lleva a multiplicar los resultados. La utilización conjunta de las que creamos necesarias, dependiendo de los objetivos perseguidos, incrementa de forma notoria los beneficios de su aplicación. La clasificación, usualmente aceptada, para las denominadas siete herramientas básicas es la siguiente:

- Diagrama de Pareto.
- Diagrama Causa-Efecto o de Ishikawa.
- Histograma.
- Gráfico de Control.
- Diagrama de Correlación o Dispersión.
- Hoja de Recogida de Datos.
- Estratificación de datos.

Dentro de las herramientas de la calidad podemos distinguir las que se emplean en la fase de control (para determinar el nivel de calidad existente) y en la fase de análisis del proceso de producción (para determinar las causas de los fallos y mejorar). Especialmente importantes en la fase de control son los gráficos de control, que nos permiten supervisar el nivel de calidad existente en los procesos, con la ayuda de la hoja de recogida de datos con los

que se construirán los gráficos y la estratificación de datos, para distinguir de qué forma actúan las posibles causas de fallos. En la fase de análisis se procede a analizar las posibles causas de la insuficiencia de calidad que habrán manifestado los gráficos de control, a través del diagrama de Ishikawa, del diagrama de Pareto y de las herramientas que ofrecen información estadística complementaria, como el histograma y el diagrama de correlación. Una vez se han descubierto las causas del mal funcionamiento del proceso y se aplican las correcciones oportunas, volvemos a centrarnos en el control, cerrando así el ciclo que ha de repetirse mientras el proceso está en marcha. A continuación, se describen cada una de las herramientas básicas de la calidad por separado.

Características de la calidad

Sobre estos aspectos Benavides C y Quintana (2003) “proponen que las características de la calidad son aquellos rasgos diferenciadores inherentes a un producto, sistema o servicio relacionado con un requisito, estas se pueden distinguir en varias clases tales como:”

- Físicas: incluye propiedades mecánicas, eléctricas, químicas o biológicas.
- Sensoriales: relacionados con la percepción recibida a través de los sentidos.
- De comportamiento: relacionados con aspectos de las relaciones humanas, incluye entre otras la cortesía, la ética, la honestidad.
- De tiempo: indican las características como la puntualidad, la confiabilidad, la disponibilidad, etc.
- Ergonómicas: relacionadas con aspectos tales como la comodidad, la

seguridad basado en las consideraciones antropométricas, es decir en las características físicas de las personas.

- Funcionales: que posibilitan el desarrollo de las prestaciones de un producto o servicio. (p. 32).

2.2.1.1. Elementos del proceso administrativo en la gestión de calidad

(Sánchez fernández, 2017) En su investigación considera 4 actividades a tener en cuenta para llevar a cabo el proceso de la gestión de calidad. A continuación, se señalan estas actividades: (pag.56)

a) Planificación de la calidad

Según Cruz (2013) la planeación es la primera ficha de este rompecabezas, dentro de ella se siguen los siguientes pasos: investigación del entorno e interna, planteamiento de estrategias, políticas y propósitos, así como de acciones a ejecutar en el corto, medio y largo plazo.

Así mismo, Pola (1988) señala que la planificación de la calidad abarca tres aspectos importantes:

—Definir las políticas de calidad.

—Generar los objetivos.

—Establecer las estrategias para alcanzar dichos objetivos.

El proceso integrado de planificación se inicia con una etapa "filosófica", en la que se definen las políticas de calidad de la empresa en el marco de los principios y la naturaleza del negocio.

Una segunda etapa, la "analítica", permitirá determinar los puntos fuertes y los débiles, en base a un análisis interno, así como las oportunidades o amenazas resultantes del análisis externo a la empresa.

La etapa "operativa" ocupa el tercer lugar. Consiste en el establecimiento de objetivos claramente definidos, acordes con la filosofía y el análisis de la empresa.

Después de fijados los objetivos establecemos la metodología o las estrategias a seguir para alcanzarlas, los recursos necesarios para desarrollar las estrategias y los sistemas de evaluación que vamos a utilizar. Por último, la cuarta es la etapa de "desarrollo" que contempla la organización de las funciones y responsabilidades para llevar a cabo la planificación. Será necesario seleccionar y formar al personal para que puedan asumir las responsabilidades, motivándolos para que sus actuaciones se orienten hacia el logro de los objetivos antes fijados. La etapa de desarrollo culmina con el control del programa, estableciendo las medidas correctivas que resulten necesarias en función de las desviaciones presentadas.

b) Organización para la calidad

Cruz (2013) señala que la organización es un conjunto de reglas, cargos, comportamientos que han de respetar todas las personas que se encuentran dentro de la empresa, la función principal de la organización es disponer y coordinar todos los recursos disponibles como son humanos, materiales y financieros.

Al respecto Alcalde (2007) señala que debe quedar muy clara la tarea que realiza cada empleado con el fin de no generar confusiones, ya que una mala planificación y organización pueden dar lugar a que existan empleados que realicen el mismo trabajo y que, por el contrario, existan tareas que se queden sin hacer porque no han sido claramente asignadas a nadie. Para conseguirlo será necesario documentar adecuadamente la estructura de los departamentos, así como la función de cada persona dentro de la organización. La forma de hacerlo podría ser la de plasmar esta información en un organigrama. (p.24)

Por su parte Pola (1988) señala que las formas de organización para la calidad han ido cambiando a través de la historia, En los talleres artesanos de la antigüedad, conformados por el patrono y unas pocas personas, era el propio patrono quien dirigía, vendía, compraba, revisaba el trabajo y decidía sobre la calidad del producto.

Al crecer los talleres, como el patrono no disponía de tiempo suficiente, apareció la figura del capataz de producción que, entre otras cosas, se encargaba de la verificación, cuando la cantidad de trabajo de inspección sobrepasó las posibilidades del capataz, se definió el puesto de inspector a tiempo completo a las órdenes del capataz.

En la medida en que se desarrollaron las empresas el número de inspectores fue en aumento, siempre bajo el mando del capataz o encargado de producción. Esto trajo una serie de inconvenientes que no podían ser asumidos por el encargado. La inspección exigía cada vez más conocimientos especiales. Lo más crítico residía en que con frecuencia los encargados

resolvían problemas de calidad ordenando a los inspectores la aceptación del producto defectuoso. Todo ello condujo, a partir de la Primera Guerra Mundial, a la creación de un departamento de inspección a las órdenes de un inspector jefe, quien a su vez dependía del director de producción, No solo se dedicaban a la aceptación del producto en lo que a selección se refiere si no que se inició la era de la prevención, determinando las causas que ocasionaban los defectos e intentando eliminarlas.

c) La dirección

De acuerdo a Cruz (2013) la dirección es la tercera ficha del rompecabezas, dentro de ella se encuentra la ejecución de los planes, la motivación, la comunicación y la supervisión para alcanzar las metas de la organización. La dirección como etapa del proceso administrativo comprende la influencia del administrador en la realización de planes, obteniendo una respuesta positiva de sus empleados mediante la comunicación, la supervisión y la motivación.

d) Control de calidad

Cruz (2013) señala que el control es una etapa primordial en la administración, pues, aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente, el ejecutivo no podrá verificar cuál es la situación real de la organización si no existe un mecanismo que se cerciore e informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos.

Para Pérez (1994) la función tradicional de control de calidad ha de evolucionar hacia la participación de todo el personal para conseguir el primer objetivo empresarial: la satisfacción del cliente.

Para ello son necesarios importantes cambios en el comportamiento diario del equipo directivo. Toma entonces la palabra calidad una dimensión que engloba a todos los miembros de la empresa en la mejora de su productividad, debiendo ser considerada como un factor estratégico de competitividad. (p.17).

2.2.1.2. Principios de la Gestión de la Calidad:

Beltran, Carmona, & Carrasco (2000) “actualmente muchas de las empresas buscan el éxito por ello tienen como objetivo alcanzar buenos resultados empresariales, para esto las organizaciones necesitan gestionar sus actividades y recursos. Un sistema de gestión, por tanto, ayudara a una organización a establecer las metodologías, las responsabilidades, las actividades que le permitan una gestión orientada hacia la obtención de esos buenos resultados o la obtención de los objetivos establecidos.” (p. 9).

- a) **Enfoque al cliente:** las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes. (p.13).
- b) **Liderazgo:** los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los

objetivos de la organización.

- c) **Compromiso del personal:** el personal, a todos los niveles, es la esencia de las organizaciones y su completo desarrollo permite que sus habilidades sean usadas para conseguir los objetivos de la organización. Las tareas realizadas con interés obtienen mejores resultados que si no se estuviese tan implicado en la consecución de los objetivos de la organización. El desinterés y falta de involucración produce peores resultados finales.
- d) **Enfoque a procesos:** un resultado deseado se alcanza con más eficiencia cuando sus actividades y recursos relacionados son manejados como procesos. El enfoque orientado hacia los procesos permite una rápida y sencilla identificación de los problemas, así como la rápida resolución de los mismos sin la necesidad de mejorar el resto de procesos que funcionan de manera correcta. Lo que repercute positivamente en su beneficio y en su capacidad para adaptarse el exigente y cambiante mercado. El enfoque por procesos es más fácil de implementar y más económico de mantener en correcto funcionamiento.

Tiene la ventaja de que, aunque un proceso afecte al resto de procesos, es más sencillo cambiar o mejorar el proceso sin que el resto de procesos se vea afectado de forma negativa por el cambio.

- e) **Enfoque a la gestión:** identificando, entendiendo y gestionando los procesos interrelacionados como un único sistema, se contribuye a la efectividad de la organización y a la eficiencia en alcanzar sus objetivos.

Además, la organización ha de implantar un sistema de gestión válido y consistente, debe de documentarlo y ponerlo a disposición de todo el personal

y éstos deben de ser instruidos en la gestión del sistema de procesos, en particular del suyo, y en general del resto.

- f) **Mejora continua:** la mejora continua debe entenderse como "mejora mañana lo que puedas mejorar hoy, pero mejora todos los días".

Alcanzar los mejores resultados no es labor de un día. Es un proceso progresivo en el que no puede haber retrocesos. Han de cumplirse los objetivos de la organización y prepararse para los próximos requerimientos más exigentes, por lo que necesitaremos obtener rendimientos superiores en nuestro trabajo y en los resultados del conjunto de la organización.

- g) **Toma de decisiones basada en hechos:** “la toma de decisiones debe estar basada en el análisis de los datos y la información. Para tomar decisiones acertadas es mejor basarse en la frialdad y objetividad de los datos más que en intuiciones, deseos y esperanzas. El sistema de gestión de la calidad debe ayudar a mejorar la calidad de la información obtenida, así como las fuentes de información. Con buena información se pueden hacer estudios y análisis de futuro y mejorar los servicios prestados a corto plazo.” Robles (2016)

Principios de la gestión de la calidad

Fontalvo (2010) Nos habla que, para el logro de la implementación través de la siguiente figura 1.3: de un sistema de gestión de la calidad en las empresas, la norma ISO 9000 posee 8 principios que pueden ser utilizados con el fin de direccionar las empresas hacia un mejor desempeño. (cap. 15)

- Enfoque al cliente
- Liderazgo

- Participación del personal
- Enfoque basado en procesos
- Enfoque de sistemas para la gestión
- Mejora continua
- Enfoque basado en hecho para la toma de decisiones
- Relación mutuamente beneficiosa con el proveedor

Prudencio (2017) este estudio se basa en la herramienta que permite planear, organizar, ejecutar y controlar las actividades que se realizan para un desarrollo de mejoramiento a través de la prestación de servicio que se ofrecen en función de la calidad que nos va a servir para poder gestionar mejor la empresa en lo cual según norma **ISO 9001:2005** nos dice que ha sido desarrollada tomando como base principios de calidad que pueden ser utilizados por la alta dirección con el fin de conducir a la organización a una mejora en el desempeño.

2.2.2. Atención al cliente

2.2.2.1. Los clientes

Almestar (2017) Quien cita a Albrecht y Bradford; define al cliente como la razón de existir de un negocio. Por lo tanto, se infiere que es la persona que paga por recibir a cambio un producto o un servicio. Así pues un cliente es la principal razón por la cual las MYPE dirigen sus políticas, productos, servicios y procedimientos a la satisfacción de sus expectativas.

Así mismo según la editorial McGraw Hill (2011) expresa que el cliente constituye el eje principal de cualquier organización o empresa; acotando que

el punto de partida del marketing y del plan de acción empresarial es el análisis del perfil y las características del cliente de tal modo que permitan clasificar a los clientes en grupos, y adoptar medidas de atención específicas. Julio Cesar Méndez (2006) dice que “el cliente es un individuo con necesidades y preocupaciones, tomando en cuenta que no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar si una empresa quiere distinguirse por la calidad del servicio”.

Para saber quién es el cliente y comprender su importancia que tiene el cliente dentro de la organización, podemos definirlo de la siguiente manera tomando los principios de Karl Albert:

El cliente ¿Qué es lo más valora de un servicio?

¿Ser saludado y recibido con amabilidad?, ¿Ser atendido con cortesía y aprecio?, ¿Ser apoyado cuando tiene dudas? o ¿Sentirse comprendido por el otro? Por lo tanto, respondiéndonos a todas estas interrogantes podemos determinar que:

- El cliente es el alma de todo negocio y por la tanto merece la mejor atención, es la persona más importante dentro de la empresa.
- El cliente no depende de nosotros. Nosotros dependemos de él, por consiguiente, es un objetivo dentro de nuestro trabajo.
- El cliente nos hace un favor cuando llega. No le estamos haciendo un favor atendiéndolo.
- El cliente no es sólo dinero. Es un ser humano con sentimientos y merece un trato con respeto, cortesía, aprecio y amabilidad y atender todas sus dudas.

Lamb, Hair y Daniel (2006) señalan que "un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente".

La American Marketing Association (2006) señala que los servicios (según una de las dos definiciones que proporcionan) son "productos, tales como un préstamo de banco o la seguridad de un domicilio, que son intangibles o por lo menos substancialmente. Si son totalmente intangibles, se intercambian directamente del productor al usuario, no pueden ser transportados o almacenados, y son casi inmediatamente perecederos. Los productos de servicio son a menudo difíciles de identificar, porque vienen en existencia en el mismo tiempo que se compran y que se consumen.

La atención al cliente es el «conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes» (Blanco, 2001 citado en Pérez, 2006)

Pérez (2006) por su parte brinda una definición acerca de la atención al cliente expresando que es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe.

Definición de servicio

Serna (2006) define al servicio como las estrategias creadas por una compañía para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes. Para así diferenciarse de la competencia. Por lo tanto, un buen servicio es importante para el crecimiento de una empresa.

Berry (2002), expresa que los líderes o gerentes de las MYPE deben inculcar el buen servicio a sus colaboradores ya que el buen servicio es lo esencial para el crecimiento de toda empresa sin importar cuál es el mercado objetivo, estos líderes saben que el buen servicio no basta, sino que se debe concentrar en los detalles y matices, aquellos detalles mínimos que la competencia consideran como algo irrelevante.

2.2.2.2. Tipos de clientes:

a) Según sus necesidades

Abraham Harold Maslow en su obra “Una teoría sobre la motivación humana (1943)” describe su teoría: Pirámide o jerarquía de las necesidades humanas.

b) Según su perfil personal

Cordial: amable, accesible, paciente y tolerante, confiado y de mente abierta, acepta con facilidad alternativas y sugerencias.

Descortés/arrogante: Busca discusión, es malhumorado, impaciente y nada tolerante, pretende llevar siempre la razón e intenta demostrar que posee un conocimiento infalible, habla bruscamente, cualquier detalle en el servicio por insignificante que sea es motivo para quejarse, contradice o pone en duda nuestras afirmaciones.

Serio / tímido: Es callado, respetuoso, generalmente se limita a escuchar, no realiza muchas preguntas, no sabe cómo expresar sus dudas, difícil de convencer.

Conversador: le gusta preguntar mucho sobre los productos y servicios, escucha con atención, realiza objeciones, es paciente, tolerante, entabla conversaciones con diversos temas ajenos a la atención.

Presuroso: Se muestra impaciente, tiene prisa, sabe lo que quiere, decide rápido y se va, consulta a menudo su reloj, es abierto, pero no presta mucha atención.

c) **Según su fidelidad**

Naturalmente, necesitamos comunicarnos con estos clientes de forma regular por teléfono, correo y email. Nada hará sentirse mejor a un cliente leal que pedirle su retroalimentación y mostrarle cuanto lo valoras. Nunca puedes hacer suficiente por ellos. Muchas veces, mientras más hagas por ellos, más te recomendaran a otros.

Teoría de atención al cliente

Stanton, Etzel y Walker (2009) definen los servicios "como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades" (en esta propuesta, cabe señalar que según los mencionados autores esta definición excluye a los servicios complementarios que apoyan la venta de bienes u otros servicios, pero sin que esto signifique subestimar su importancia.

2.2.2.3. Elementos que conforman la satisfacción de un cliente

Según la Norma ISO 9000:2005 “Sistemas de Gestión de la calidad fundamentos y vocabularios”, que define como la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos. También se define como el resultado de la comparación que de forma inevitable se realiza entre las expectativas previas del cliente puestas en los productos y servicios, con respecto al valor percibido.

El cliente es el ente al cual la empresa debe satisfacer para lograr permanecer en el mercado, a través de las ventas o servicio ofrecido a éste; cobra una altísima importancia el conocerlos y acercarse en lo posible a cubrir sus exigencias y/o necesidades a través de los productos o servicios que la empresa ofrece.

Valor percibido – Expectativas = Grado de satisfacción

- a) **Valor percibido:** expresa la relación entre la calidad obtenida y el precio pagado. Una vez decidida la compra, el cliente realiza un balance entre lo que esperaba obtener y lo que ha recibido. Si el balance es negativo, lo más probable es que el cliente no vuelva a repetir la experiencia. Y si lo hace, será porque no le queda más alternativa, o porque ha bajado el precio.

Es aquel valor que el cliente considera haber obtenido a través del desempeño del producto o servicio que adquirió. El valor percibido lo determina el cliente, se basa en los resultados que el cliente obtiene y se sustenta en las percepciones del cliente. Se puede definirse con la siguiente ecuación

b) Las expectativas: conforman las esperanzas que los clientes tienen por conseguir algo y se producen por el efecto de una o más situaciones tales como:

- Promesas: que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- Experiencias: de compras anteriores.
- Opiniones: de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión.

c) Grado de satisfacción: Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

Insatisfacción: Se da cuando el desempeño del producto no cubre las expectativas del cliente.

Satisfacción: Se da cuando el desempeño percibido del producto concuerda con las expectativas del cliente.

Complacencia: Se da cuando el desempeño percibido excede las expectativas del cliente.

La importancia de satisfacción del cliente es muy trascendental para la empresa. Conseguir satisfacer a los clientes es crear una preferencia hacia nuestro producto o servicio. Es evidente que el cliente satisfecho es bueno para la empresa en su totalidad, y es por eso que buscar esta satisfacción debe ser un objetivo fijo para cualquier negocio.

Los beneficios que ofrece un cliente satisfecho para la empresa son:

- Un cliente satisfecho crea un vínculo con la marca y se convierte en un consumidor más leal lo que favorece la venta, tanto del mismo como de otros productos.
- Un cliente satisfecho comunicará al resto de usuarios la experiencia positiva que ha tenido con el producto o servicio adquirido. Hay que tener en cuenta que al igual que los clientes satisfechos transmiten su experiencia, los insatisfechos lo hacen también y con mayor impacto negativo.

2.2.2.4. Dimensiones del Servicio al Cliente

García (2015) de acuerdo Parasuraman, Zeithlam y Barry (1993), los factores que determinan la calidad de los servicios son:

- La accesibilidad: El servicio es fácil de obtener, en lugares accesibles, y en el momento adecuado. Es importante tener en cuenta en un momento determinado, que los canales de apoyo (fuerza de ventas, tele mercaderistas, punto de venta, etc.) seleccionados estén al alcance de los consumidores y haya una capacidad de respuesta oportuna y eficiente.
- La comunicación: El servicio y las condiciones comerciales son descritas de manera precisa y en términos fáciles de comprender por el consumidor. Específicamente se refiere a informar detalles en cuanto a las emisiones de facturas y/o remisiones, entrega de mercancía, periodos y/o fechas de pagos, etc. que soportarían la compra.

- La capacidad del personal: El personal posee las habilidades y conocimientos necesarios de los servicios y productos que ofrece la compañía para servir adecuadamente a los clientes.
- La cortesía y la amabilidad: El personal es cortés, amable, respetuoso y atento.
- La credibilidad: La empresa y sus empleados son confiables y quieren ayudar realmente a los clientes.

2. HIPOTESIS

La presente investigación no presenta hipótesis, según Hernández, Fernández & Baptista (2014) nos indica que “la hipótesis en los estudios descriptivos se utilizan para intentar predecir dato o un valor en una o mas variable que se van a medir u observar, Pero cabe comentar que no en todas las investigaciones descriptivas se formulan hipótesis.”

3. METODOLOGÍA

3.2. Diseño de la investigación

Zubiate (2016) el nivel de investigación fue de nivel descriptivo. La investigación descriptiva refiere e interpreta minuciosamente lo observado; ésta se relaciona con las condiciones existentes, prácticas que prevalecen, opiniones, puntos de vista o actitudes y procesos en marcha, efectos experimentados o tendencias que se desarrollan. Según, Hernández R. Fernández C. & Baptista P. (1998: P, pág. 60).

El nivel de la investigación fue descriptivo, es la que se utilizó, tal como el nombre lo dice, para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén abordando y que se pretenda analizar (Siqueira, 2017).

Zubiate (2016) la investigación fue de tipo cuantitativa, puesto que se utilizó técnicas y medición de variables. Porque “el objetivo es establecer relaciones causales que supongan una explicación del objeto de investigación, se basa sobre muestras grandes y representativas de una población determinada, utiliza la estadística como herramienta básica para el análisis de datos” Según, Rodríguez, F. (2016).

El tipo de investigación fue cuantitativo. Es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables. Será de nivel cuantitativa porque la recolección de datos y la presentación de los resultados se han utilizado procedimientos estadísticos e instrumentos de medición (Cazau, 2006).

El **diseño no experimental**, es aquella que se realizó sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de

fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad. (varela, 2004).

Zubiate (2016) en la elaboración de la investigación, fue el diseño no experimental- transversal. No Experimental: Porque se ha realizado sin manipular deliberadamente variables. Investigación transaccional o transversal: porque se ha recolectado datos en un solo momento”. Según, Hernández, Fernández, & Baptista, (1998, págs. 184 -186).

La investigación fue no experimental: Porque se realizó sin manipular las variables, las funciones de la Gestión de calidad se presentaron tal como se muestra en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, año 2018.

Para la elaboración de la investigación se utilizó el diseño no experimental.

Esquema:

Donde: M \longrightarrow O

M = Muestra estuvo conformada por los gerentes y Clientes de las Mypes encuestadas.

O = Observación de las variables: la Gestión de calidad y atención al cliente.

3.3. Población y muestra

a) Población

Para D'Angelo, (2012) La población es el conjunto de individuos, objetos, elementos o fenómenos en los cuales puede presentarse determinada característica susceptible de ser estudiada. (Guerrero, 2017)

V1: La población estuvo conformada por los representantes las tiendas distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana en el año 2018, la cual fue una población finita.

V2: La población estuvo conformada por los clientes de las tiendas distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana en el año 2018, la cual fue una población infinita.

b) Muestra

Según Ludewig, (s.f) una muestra es un subconjunto de la población, que se obtiene para averiguar las propiedades o características de esta última, por lo que interesa que sea un reflejo de la población, que sea representativa de ella. (Guerrero, 2017)

V1: La muestra estuvo conformada por 10 representantes de las distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana en el año 2018, las cuales representan un 100% de la población de estudio.

V2: La muestra estuvo conformada por 68 clientes de las distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana en el año 2018, en la cual se utilizó una formula infinita.

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2004) manifiesta que se requiere de la aplicación de una fórmula estadística, para obtener el resultado muestral para encuestar, siendo la fórmula infinita:

La fórmula fue:

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

Teniendo como datos:

Nivel de confianza = 90%

Error = 10%

Proporción estimada = 0.05

Donde:

p = probabilidades de concurrencia: 50%

q = probabilidades de concurrencia: 50%

E = error muestral de 10%

Z = confianza 90%

n = factor valor por determinar

$$n = \frac{1.65^2 (0.5)(0.5)}{0.1^2}$$

n = 68 clientes

La muestra de la presente investigación estuvo conformada por 68 clientes de las MYPES distribuidoras de motorepuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana.

Criterios de inclusión:

Para la variable gestión de calidad se incluyó a todos los representantes que aceptaron participar en esta investigación.

Para la variable atención al cliente se tomó a los clientes de ambos sexos que estén dispuestos a brindar información a la atención brindada.

Criterio de Exclusión:

Se excluye a todas las personas que no estén dispuestas a brindar información y menores de edad.

3.4. Definición y Operacionalización de variable

| VARIABLE | DEFINICION | DIMENSION | INDICADORES | ITEMS | INSTRUMENTO |
|---|--|--------------------------------------|------------------------------------|--|--|
| GESTIÓN DE CALIDAD | La gestión de calidad es una herramienta que le permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo de la misión, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad. | Elementos del proceso administrativo | Planificación | ¿Todos los trabajadores conocen el objetivo de la organización? | Cuestionario Técnica: Encuesta |
| | | | Organización | ¿Se distribuyen las tareas del día con todo el personal de trabajo? | |
| | | | Dirección | ¿Utiliza técnicas para medir el rendimiento del personal? | |
| | | | Control | ¿Los trabajadores controlan las actividades diarias dentro de la organización? | |
| | | Principios de la Gestión de calidad | Enfoque al cliente | ¿Su personal está capacitado para poder atender a todos sus clientes? | |
| | | | Liderazgo | ¿Orientan a su personal para que mejores en sus labores? | |
| | | | Participación del personal | ¿Todo el personal debe de involucrarse en el proceso de gestión de calidad? | |
| | | | Enfoque basado en procesos | ¿Utilizan estrategias para poder alcanzar metas semanales? | |
| | | | Enfoque de sistema para la gestión | ¿La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio? | |
| | | | Mejora continua | ¿Con una buena gestión organizada, se pueden alcanzar grandes metas? | |
| Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones | ¿La gestión de calidad en su empresa permite lograr la calidad de los productos o servicios? | | | | |

| VARIABLE | DEFINICIÓN | DIMENSIONES | SUB DIMENSION | INDICADORES | ITEMS | INSTRUMENTO |
|---------------------|--|---|-----------------------------|---------------|--|--------------------------|
| ATENCIÓN AL CLIENTE | Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones, encaminadas a identificar las necesidades en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas e incrementar su satisfacción. (Blanco, 2001 citado en Pérez, 2006) | Los tipos de atención al cliente | Según sus Necesidades | Motivación | ¿La atención que le brinda la empresa le motiva a regresar? | Cuestionario |
| | | | | Producto | ¿Siempre encuentra el producto que está buscando en esta empresa? | |
| | | | Según su Perfil Personal | Personal | ¿El personal es amable a la hora de brindarle su atención? | |
| | | | Según su Fidelidad | Cliente | ¿Usted cree que el personal debe tratar bien a los clientes? | |
| | | | | valores | ¿Usted siente que lo respetan cuando es atendido? | |
| | | Elementos que Conforman la Satisfacción del Cliente | Valor percibido | Satisfacción | ¿Usted cómo cliente se siente satisfecho con los productos que compra? | Técnica: Encuesta |
| | | | | Recomendación | ¿Usted recomendaría a sus amigos y familiares en venir a comprar? | |
| | | | Las expectativas | Atención | ¿Crees que una buena atención hablaría bien de una empresa? | |
| | | | Grado de satisfacción | Estratégico | ¿Usted cómo cliente cree que las estrategias son buenas para las empresas? | |
| | | Dimensiones del servicio al cliente | La accesibilidad | Servicio | ¿Se siente satisfecho con el servicio que le brindan? | |
| | | | La comunicación | Compra | ¿Usted compra productos muy seguido? | |
| | | | La capacidad del personal | Habilidades | ¿Usted es atendido con rapidez? | |
| | | | La cortesía y la amabilidad | Cortes | ¿Lo tratan con cortesía? | |
| | | | La credibilidad | Confianza | ¿Usted se siente confiable con el servicio que le brindan? | |

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1.-Técnicas

Cabrera (2013) El concepto de encuesta abarca tanto una técnica de recolección de datos como un procedimiento apto para la evaluación del estado de la opinión pública. En ese sentido, puede pensarse que los datos pueden provenir de ciudadanos, audiencias, clientes, usuarios, consumidores u otro tipo de públicos específicos, o de un conjunto particular de ellos. Guerrero (2017)

Para este estudio se utilizó la técnica de la encuesta, la cual se ha aplicado a los dueños o representantes legales y clientes de la micro y pequeñas empresas rubro moto repuestos del distrito de Sullana.

3.4.2.-Instrumentos

Según **Hechavarría (2012)** el cuestionario es el instrumento, que tiene forma material impresa o digital, utilizado para registrar la información que proviene de personas que participan en una encuesta; en una entrevista o en otros procedimientos como son los experimentos.

Para el recojo de la información de la investigación se aplicó un cuestionario, el cual permitió recoger los datos a partir de un conjunto de preguntas dirigidas a la muestra representativa de la población en estudio, en la cual fue conformada por 25 preguntas distribuidas en gestión de calidad y atención al cliente, el cuestionario posee 5 alternativas de respuesta (escala de Likert): Totalmente de Acuerdo (TA), Acuerdo (A), Indiferente (I), Desacuerdo (D) y Totalmente en desacuerdo (TD).

3.5. Plan de análisis

Blaxter (citado por Baca, s.f) indica que el plan de análisis son los métodos habituales para analizar los conjuntos de datos cuantitativos o cualitativos. El análisis consiste en la búsqueda de explicaciones y de comprensión. Durante esa búsqueda es posible que se postulen, consideren y elaboren teorías y conceptos. El núcleo del proceso de análisis está formado por el concepto, la explicación la teoría y la comprensión. (Guerrero, 2017)

Aplicación de los instrumentos, a los sujetos del estudio, con la finalidad de apreciar el comportamiento de las variables. Para el análisis de los datos se aplicó la técnica e instrumento, estadísticas descriptivas como la media y desviación estándar de las puntuaciones obtenidas en la evaluación del propietario de las MYPES, 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 20 para el procesamiento de datos, para la presentación en cuadros, gráficas y el análisis estadístico.

3.6.-Matriz de consistencia

| Enunciado | OBJETIVO | | VARIABLES | UNIVERSO Y MUESTRA | DISEÑO | INSTRUMENTO |
|--|--|---|---|---|---|---|
| <p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018?</p> | <p>G E N E R A L</p> | <p>Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, año 2018.</p> | <p>LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p> | <p>Universo: V1: La población estuvo conformada por los representantes, siendo una población finita. V2: La población estuvo conformada por los clientes, siendo una población infinita.</p> | <p>Nivel de investigación: Fue de nivel Descriptivo</p> <p>Tipo de investigación: La investigación fue de tipo Cuantitativo</p> | <p>C U E S T I O N A R I O</p> |
| | | <p>E S P E C I F I C O</p> | | <p>Describir los elementos del proceso administrativo en la gestión de calidad en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018;</p> | <p>Muestra: V1: La muestra estuvo conformada por 10 representantes, siendo una población finita.</p> | |
| <p>Describir los principios de la Gestión de calidad en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018;</p> | <p>V2: La muestra estuvo conformada por 68 clientes, obtenido en la formula infinita</p> | | | | | |
| <p>Describir los tipos de atención al cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018</p> | | | | | | |
| <p>Describir los Elementos que Conforman la Satisfacción del Cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018.</p> | | | | | | |
| <p>Describir las dimensiones del servicio al Cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018</p> | | | | | | |

3.7.PRINCIPIOS ÉTICOS

Amaya, Berrío, & Herrera, (2015) En las diferentes esferas de nuestra vida profesional los cursos de acción que decidamos tomar tienen que respetar una serie de estándares éticos que se han vuelto vinculantes para los miembros de las distintas comunidades académicas y científicas. Estos estándares tienen como propósito garantizar que las distintas disciplinas estén al servicio de todos los seres humanos y que en su esfuerzo por el progreso del conocimiento y por el mejoramiento del bienestar de los destinatarios del servicio profesional, se respeten los derechos humanos de todos los grupos involucrados. Guerrero (2017)

Según Guerrero (2017) explica que en la investigación se toma en cuenta algunos principios éticos, y así realizar un trabajo con responsabilidad y honestidad, ya que estos principios me permitirán tener un orden dentro de cualquier sistema social.

Estos principios son:

Principio de Integridad: Brindarse a la universidad un producto de calidad e íntegro, cumpliendo con los estándares de calidad conforme a las normas académicas establecidas.

Principio de humanización: Mediante este estudio de investigación se promoverá el dinamismo, ya que me permitirá realizar un producto consciente y veraz, respetando los valores morales.

Principio de Confidencialidad: La información recogida se hará con sumamente confiabilidad. Respetándose los derechos de los autores de las fuentes de información.

Según Uladech (2019) nos menciona que el presente Código de Ética tiene como propósito la promoción del conocimiento y bien común expresada en principios y valores éticos que guían la investigación en la universidad. Ese que hacer tiene que llevarse a cabo respetando la correspondiente normativa legal y los principios éticos definidos en el presente Código, y su mejora continua, en base a las experiencias que genere su aplicación o a la aparición de nuevas circunstancias.

Protección a las personas. - La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo con el riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad. - Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. Las investigaciones deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos; para ello, deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios.

Libre participación y derecho a estar informado. - Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que

desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia.

Beneficencia no maleficencia. - Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia. - El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas.

Integridad científica. - La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

4. RESULTADOS

4.2. Resultados

Variable: Gestión de Calidad

Primer objetivo Especifico: Describir los elementos del proceso administrativo en la gestión de calidad en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018.

Tabla 01 – Conocimiento

| ¿Todos los trabajadores conocen el objetivo de la organización? | | | | | |
|---|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Algunas Veces | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Con Frecuencia | 3 | 30% | 30,0 | 30,0 |
| | Casi Siempre | 4 | 40% | 40,0 | 70,0 |
| | Siempre | 3 | 30% | 30,0 | 100,0 |
| | Total | | 10 | 100% | 100,0 |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de moto repuestos.

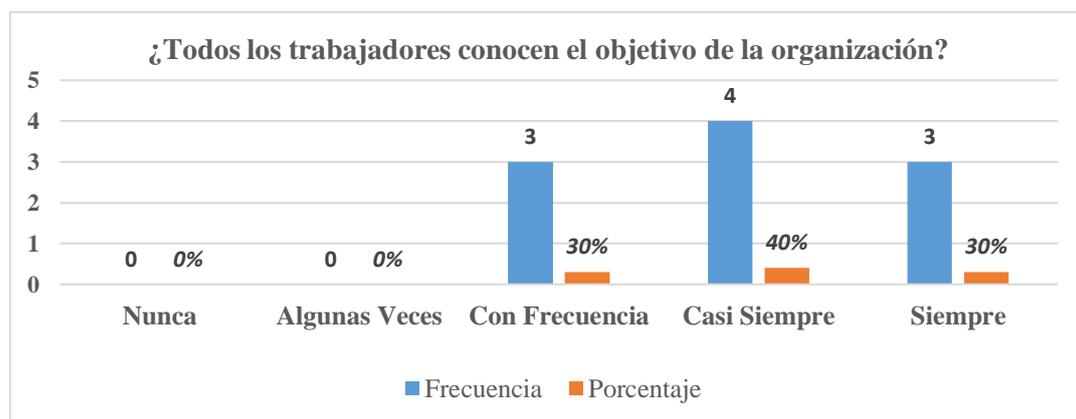


Figura 01: Diagrama sobre el conocimiento

Interpretación: La tabla y figura 01 se observa que el 40% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos muestra que todos los trabajadores conocen casi siempre el objetivo de la organización, el 30% con frecuencia, el 30% siempre, el 0% algunas veces y el 0% nunca.

Tabla 02 – Distribución de tareas

| ¿Se distribuyen las tareas del día con todo el personal de trabajo? | | | | | |
|--|----------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Algunas Veces | 1 | 10% | 10,0 | 10,0 |
| | Con Frecuencia | 2 | 20% | 20,0 | 30,0 |
| | Casi Siempre | 4 | 40% | 40,0 | 70,0 |
| | Siempre | 3 | 30% | 30,0 | 100,0 |
| | Total | | 10 | 100% | 100,0 |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de moto repuestos.

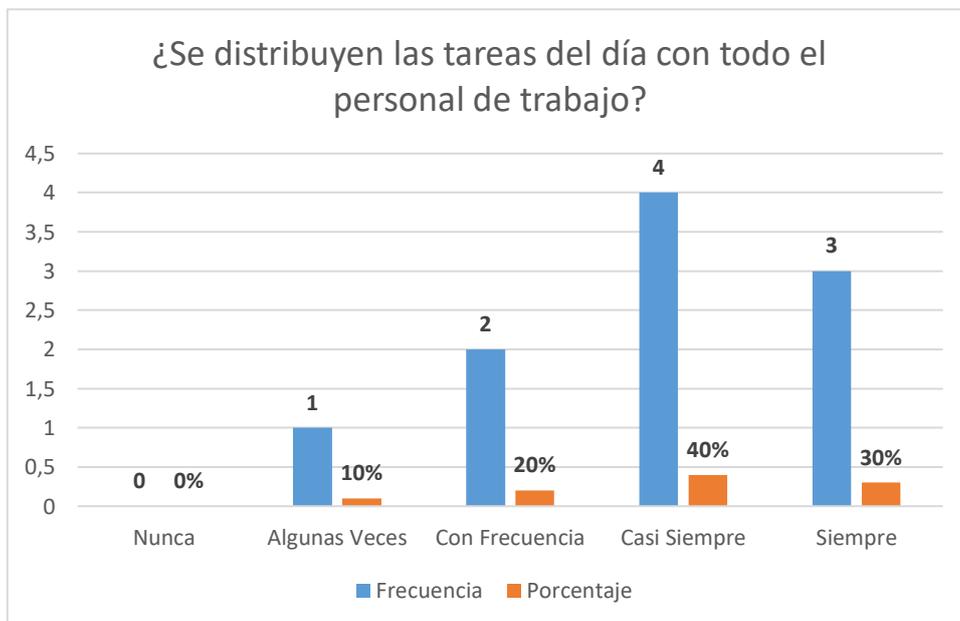


Figura 02: Diagrama sobre distribución de tareas

Interpretación: La tabla y figura 02 se observa que el 40% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre distribuyen las tareas del día con todo el personal de trabajo, el 30% siempre, el 20% con frecuencia, el 10% algunas veces y el 0% nunca.

Tabla 03 – Rendimiento del Personal

| ¿Utiliza técnicas para medir el rendimiento del personal? | | | | | |
|--|----------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Algunas Veces | 3 | 30% | 30,0 | 30,0 |
| | Con Frecuencia | 2 | 20% | 20,0 | 50,0 |
| | Casi Siempre | 2 | 20% | 20,0 | 70,0 |
| | Siempre | 3 | 30% | 30,0 | 100,0 |
| | Total | 10 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de moto repuestos.

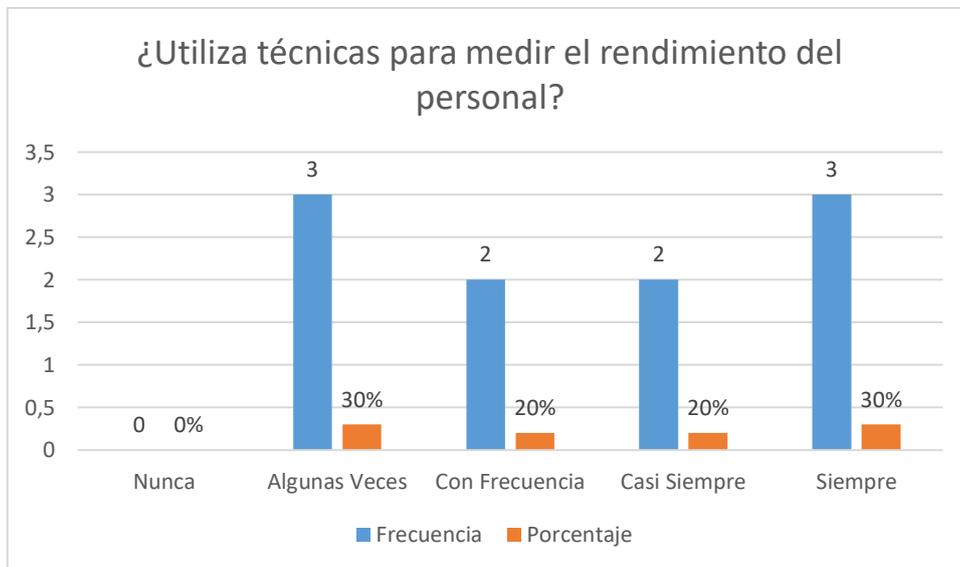


Figura 03: Diagrama sobre el Rendimiento del Personal

Interpretación: La tabla y figura 03 se observa que 30% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos siempre utiliza técnicas para medir el rendimiento del personal, el 30% algunas veces, el 20% con frecuencia, el 20% casi siempre y el 0% nunca.

Tabla 04 – Control de Actividades

| ¿Los trabajadores controlan las actividades diarias dentro de la organización? | | | | | |
|---|----------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Algunas Veces | 1 | 10% | 10,0 | 10,0 |
| | Con Frecuencia | 2 | 20% | 20,0 | 30,0 |
| | Casi Siempre | 4 | 40% | 40,0 | 70,0 |
| | Siempre | 3 | 30% | 30,0 | 100,0 |
| | Total | 10 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de moto repuestos.

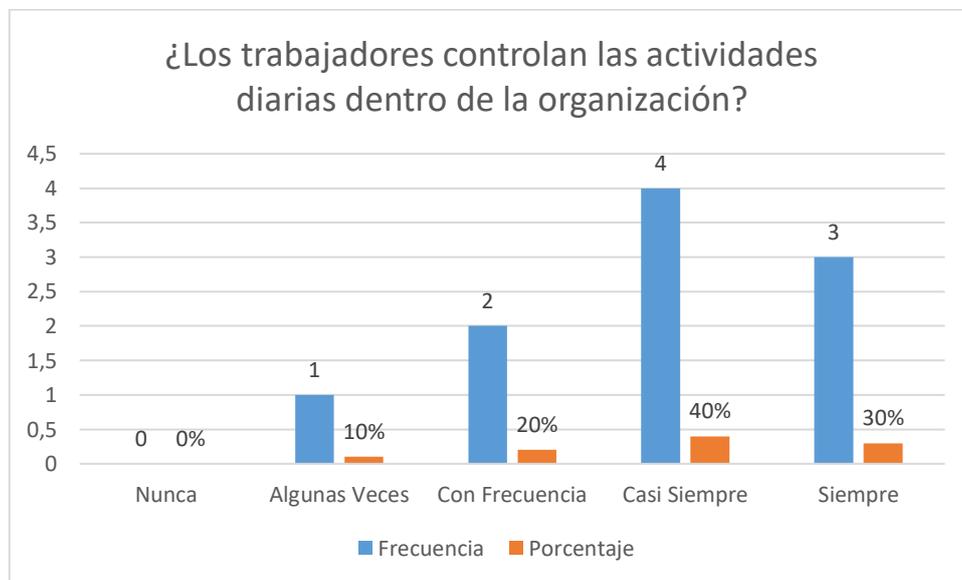


Figura 04: Diagrama sobre Control de Actividades

Interpretación: La tabla y figura 04 se observa que 40% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre sus trabajadores controlan las actividades diarias dentro de la organización, el 30% siempre, el 20% con frecuencia, el 10% algunas veces y el 0% nunca.

Segundo objetivo Especifico: Describir los principios de la Gestión de calidad en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018.

Tabla 05 – Capacitación

| ¿Su personal está capacitado para poder atender a todos sus clientes? | | | | | |
|--|----------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Algunas Veces | 1 | 10% | 10,0 | 10,0 |
| | Con Frecuencia | 2 | 20% | 20,0 | 30,0 |
| | Casi Siempre | 4 | 40% | 40,0 | 70,0 |
| | Siempre | 3 | 30% | 30,0 | 100,0 |
| | Total | 10 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de moto repuestos.

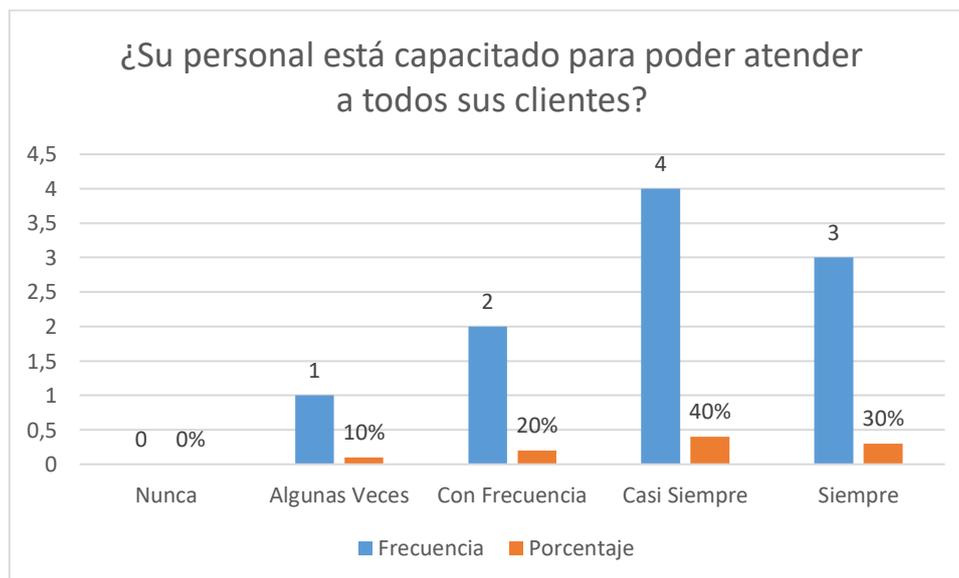


Figura 05: Diagrama sobre Capacitación

Interpretación: La tabla y figura 05 se observa que el 40% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre su personal está capacitado para poder atender a todos sus clientes, el 30% siempre, el 20% con frecuencia, el 10% algunas veces y el 0% nunca.

Tabla 06 – Liderazgo

| ¿Orientan a su personal para que mejores en sus labores? | | | | | |
|---|----------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Algunas Veces | 2 | 20% | 20,0 | 20,0 |
| | Con Frecuencia | 5 | 50% | 50,0 | 70,0 |
| | Casi Siempre | 2 | 20% | 20,0 | 90,0 |
| | Siempre | 1 | 10% | 10,0 | 100,0 |
| | Total | 10 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de moto repuestos.

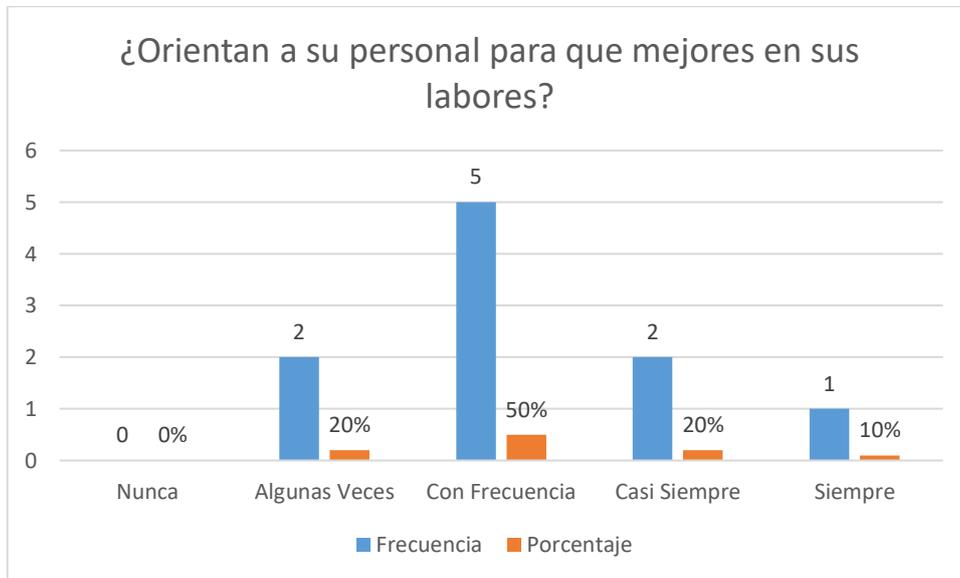


Figura 06: Diagrama sobre Liderazgo

Interpretación: La tabla y figura 06 se observa que el 50% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos con frecuencia orientan a su personal para que mejores en sus labores, el 20% casi siempre, el 20% algunas veces, el 10% siempre y el 0% nunca.

Tabla 07 – Participación del Personal

| ¿Todo el personal debe de involucrarse en el proceso de gestión de calidad? | | | | | |
|--|----------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Algunas Veces | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Con Frecuencia | 1 | 10% | 10,0 | 10,0 |
| | Casi Siempre | 4 | 40% | 40,0 | 50,0 |
| | Siempre | 5 | 50% | 50,0 | 100,0 |
| | Total | 10 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de moto repuestos.

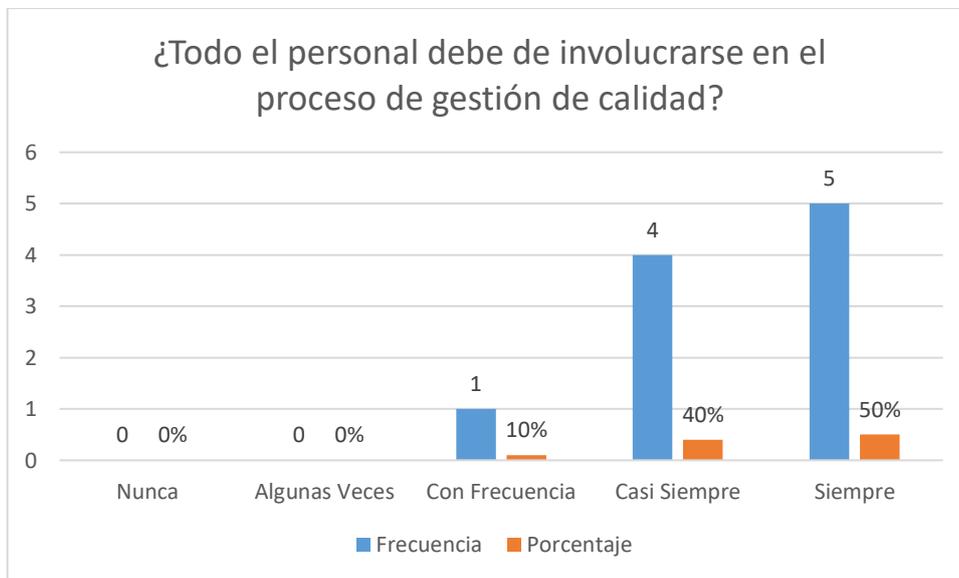


Figura 07: Diagrama sobre participación del personal

Interpretación: La tabla y figura 07 se observa que el 50% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos siempre cree que todo el personal debe de involucrarse en el proceso de gestión de calidad, el 40% casi siempre, el 10% con frecuencia, el 0% algunas veces y el 0% nunca cree que todo el personal debe involucrarse.

Tabla 08 – Enfoque en metas

| ¿Utilizan estrategias para poder alcanzar metas semanales? | | | | | |
|---|----------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Algunas Veces | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Con Frecuencia | 2 | 20% | 20,0 | 20,0 |
| | Casi Siempre | 4 | 40% | 40,0 | 60,0 |
| | Siempre | 4 | 40% | 40,0 | 100,0 |
| | Total | 10 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de moto repuestos.

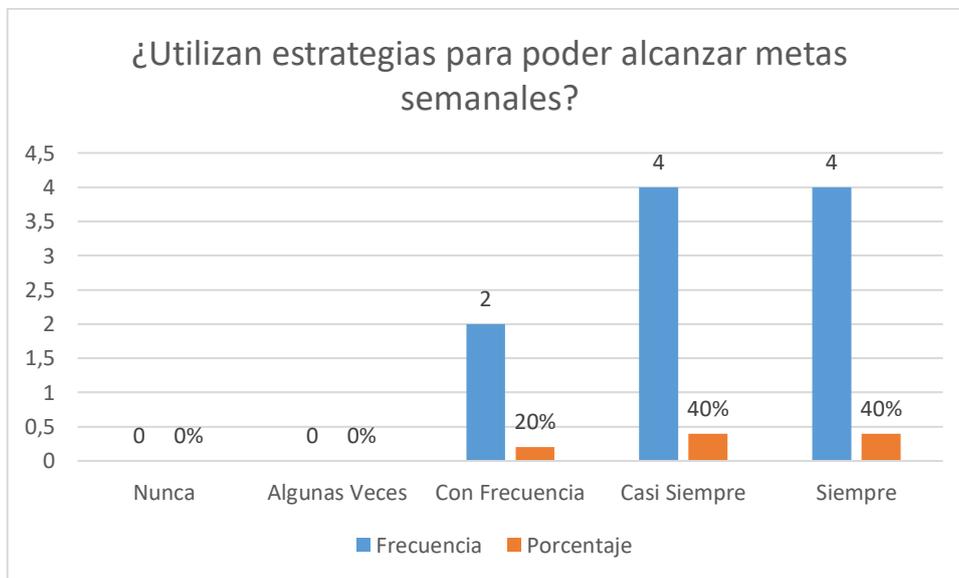


Figura 08: Diagrama sobre Enfoque de Metas.

Interpretación: La tabla y figura 08 se observa que el 40% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos siempre utilizan estrategias para poder alcanzar metas semanales, el 40% casi siempre, el 20% con frecuencia, el 0% algunas veces y el 0% nunca.

Tabla 09 – Rendimiento del Negocio

| ¿La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio? | | | | | |
|--|----------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Algunas Veces | 2 | 20% | 20,0 | 20,0 |
| | Con Frecuencia | 1 | 10% | 10,0 | 30,0 |
| | Casi Siempre | 4 | 40% | 40,0 | 70,0 |
| | Siempre | 3 | 30% | 30,0 | 100,0 |
| | Total | 10 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de moto repuestos.

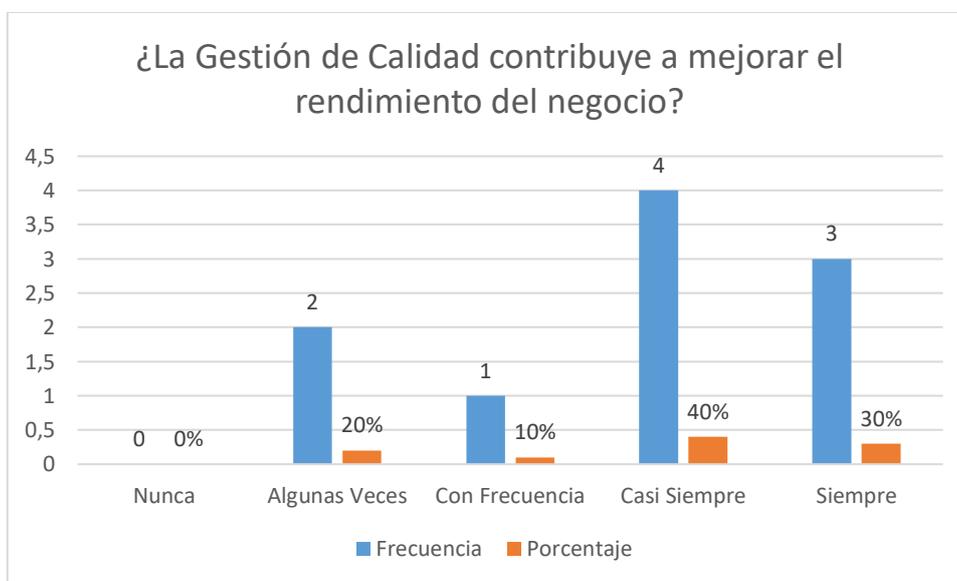


Figura 09: Diagrama sobre Rendimiento del Negocio

Interpretación: La tabla y figura 09 se observa que el 40% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre cree que la Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 30% siempre, el 20% algunas veces, el 10% con frecuencia y el 0% nunca.

Tabla 10 – Mejora Continua

| ¿Con una buena gestión organizada, se pueden alcanzar grandes metas? | | | | | |
|---|----------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Algunas Veces | 2 | 20% | 20,0 | 20,0 |
| | Con Frecuencia | 3 | 30% | 30,0 | 50,0 |
| | Casi Siempre | 1 | 10% | 10,0 | 60,0 |
| | Siempre | 4 | 40% | 40,0 | 100,0 |
| | Total | | 10 | 100% | 100,0 |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de moto repuestos.

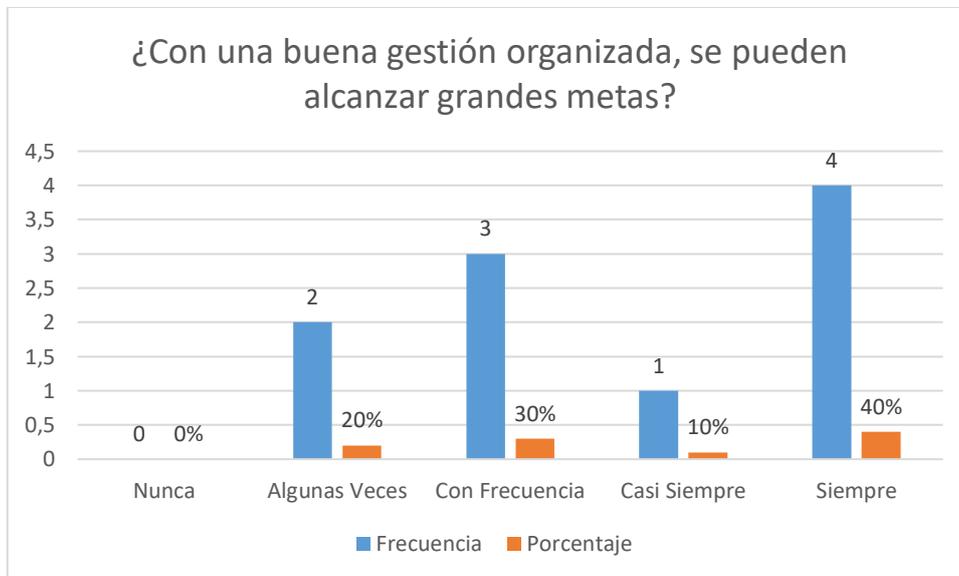


Figura 10: Diagrama sobre Mejora Continua

Interpretación: La tabla y figura 10 se observa que el 40% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos siempre cree que, con una buena gestión organizada, se pueden alcanzar grandes metas, el 20% algunas veces, el 30% con frecuencia, el 10% casis siempre.

Tabla 11 – Toma de Decisiones

¿La gestión de calidad en su empresa permite lograr la calidad de los productos o servicios?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|----------------|------------|-------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Algunas Veces | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Con Frecuencia | 3 | 30% | 30,0 | 30,0 |
| | Casi Siempre | 2 | 20% | 20,0 | 50,0 |
| | Siempre | 5 | 50% | 50,0 | 100,0 |
| Total | | 10 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de moto repuestos.

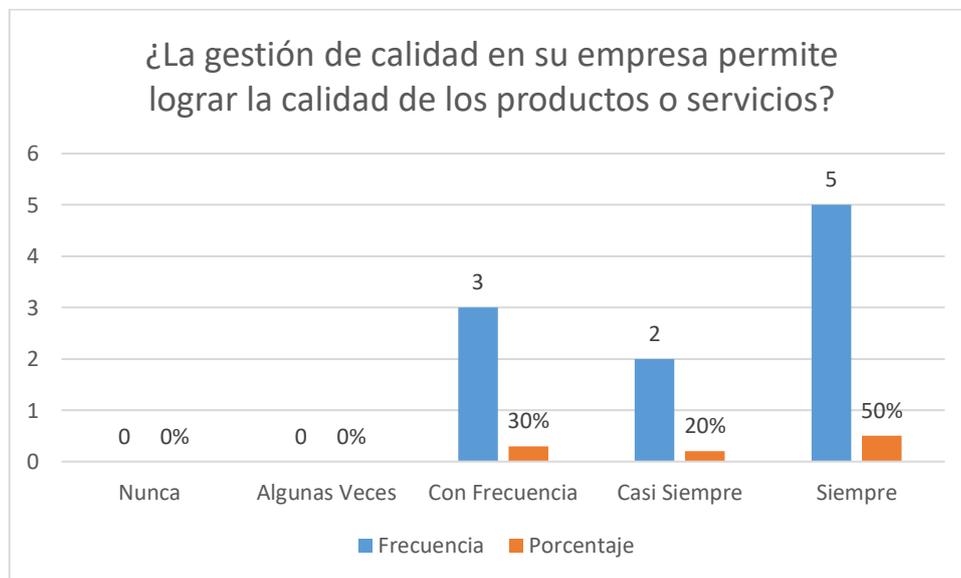


Figura 11: Diagrama sobre Toma de Decisiones

Interpretación: La tabla y figura 11 se observa que el 50% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos siempre cree que la gestión de calidad en su empresa permite lograr la calidad de los productos o servicios, el 30% con frecuencia, el 20% casi siempre, el 0% algunas veces y el 0% nunca.

Variable: Atención al Cliente

Tercer objetivo: Describir los tipos de atención al cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018.

Tabla 12 – Motivación

| ¿La atención que le brinda la empresa le motiva a regresar? | | | | | |
|---|----------------|------------|-------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0 | 0 |
| | Algunas Veces | 8 | 12% | 11,8 | 11,8 |
| | Con Frecuencia | 1 | 1% | 1,5 | 13,2 |
| | Casi Siempre | 41 | 60% | 60,3 | 73,5 |
| | Siempre | 18 | 27% | 26,5 | 100,0 |
| Total | | 68 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las empresas de moto repuestos.

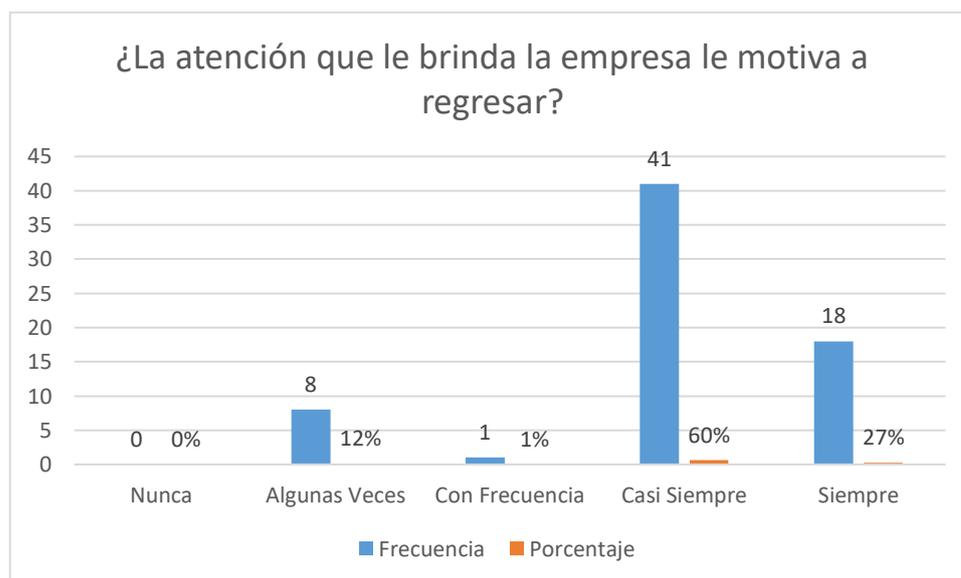


Figura 12: Diagrama sobre Motivación.

Interpretación: La tabla y figura 12 se observa que el 60% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre la atención que se le brinda y le motiva a regresar, el 27% siempre, el 12% algunas veces, el 1% con frecuencia y el 0% nunca.

Tabla 13 – Producto

Producto

¿Siempre encuentra el producto que está buscando en esta empresa?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|----------------|------------|-------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0 | 0 |
| | Algunas Veces | 13 | 19% | 19,1 | 19,1 |
| | Con Frecuencia | 6 | 9% | 8,8 | 27,9 |
| | Casi Siempre | 27 | 40% | 39,7 | 67,6 |
| | Siempre | 22 | 32% | 32,4 | 100,0 |
| | Total | 68 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las empresas de moto repuestos.

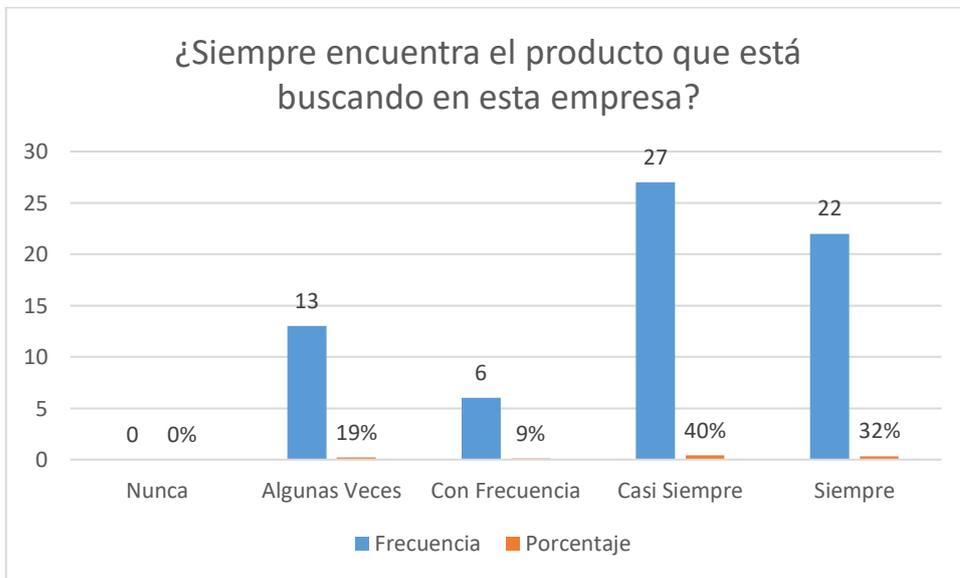


Figura 13: Diagrama sobre Producto.

Interpretación: La tabla y figura 13 se observa que el 40% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre encuentra el producto que está buscando en esta empresa, el 32% siempre, el 19% algunas veces, el 9% con frecuencia y el 0% nunca.

Tabla 14

Personal

¿El personal es amable a la hora de brindarle su atención?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|----------------|------------|-------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Algunas Veces | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Con Frecuencia | 24 | 35% | 35,3 | 35,3 |
| | Casi Siempre | 44 | 65% | 64,7 | 100,0 |
| | Siempre | 0 | 0% | 0,0 | 100,0 |
| | Total | 68 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las empresas de moto repuestos.

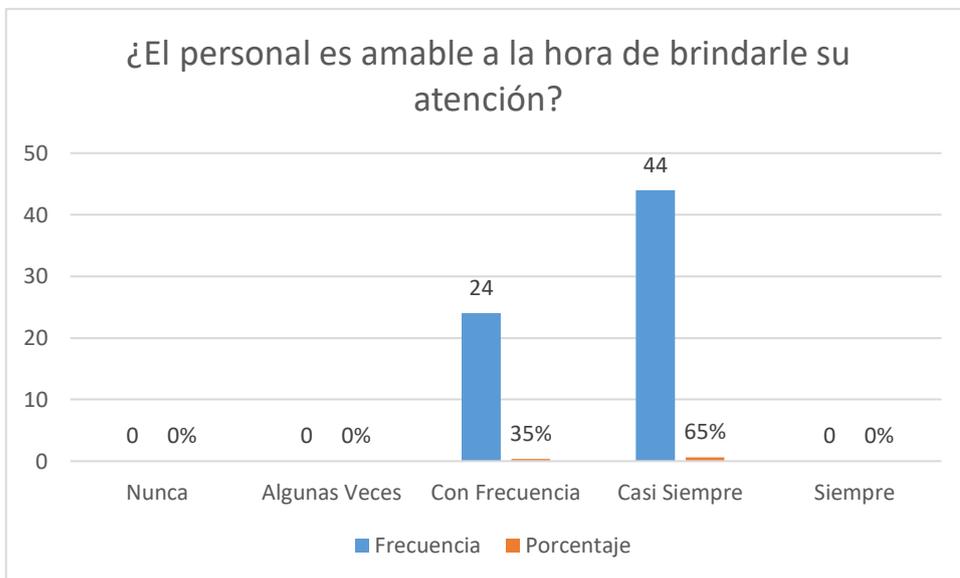


Figura 14: Diagrama sobre Personal

Interpretación: La tabla y figura 14 se observa que el 65% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre considera que el personal es amable a la hora de brindarle su atención, el 35% con frecuencia, el 0% siempre, el 0% algunas veces, el 0% nunca.

Tabla 15

Atención al cliente

| ¿Usted cree que el personal debe trata bien a los clientes? | | | | | |
|--|----------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Algunas Veces | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Con Frecuencia | 10 | 15% | 14,7 | 14,7 |
| | Casi Siempre | 1 | 1% | 1,5 | 16,2 |
| | Siempre | 57 | 84% | 83,8 | 100,0 |
| | Total | 68 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las empresas de moto repuestos.

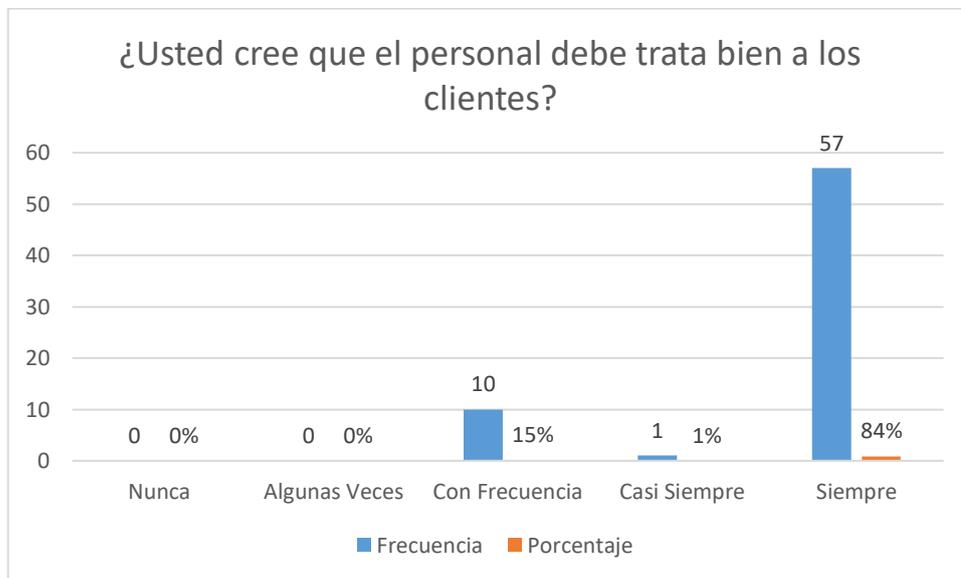


Figura 15: Diagrama sobre Clientes.

Interpretación: La tabla y figura 15 se observa que el 84% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos siempre el personal debe trata bien a los clientes, el 15% con frecuencia, el 1% casi siempre, el 0% algunas veces y el 0% nunca.

Tabla 16

Valores

| ¿Usted siente que lo respetan cuando es atendido? | | | | | |
|--|----------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Nunca | 6 | 9% | 8,8 | 8,8 |
| | Algunas Veces | 9 | 13% | 13,2 | 22,1 |
| | Con Frecuencia | 53 | 78% | 77,9 | 100,0 |
| | Casi Siempre | 0 | 0% | 0,0 | 100,0 |
| | Siempre | 0 | 0% | 0,0 | 100,0 |
| Total | | 68 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las empresas de moto repuestos.

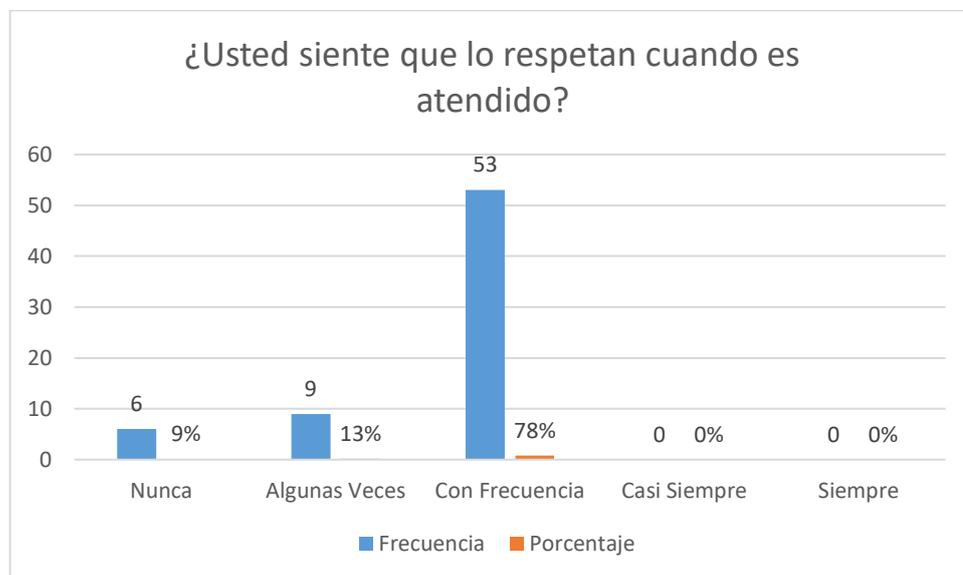


Figura 16: Diagrama sobre Valores

Interpretación: La tabla y figura 16 se observa que el 78% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos con frecuencia trata con valores a sus clientes, el 15% algunas veces, el 9% nunca, el 0% casi siempre y el 0% siempre.

Cuarto objetivo específico: Describir los Elementos que Conforman la Satisfacción del Cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018.

Tabla 17

Satisfacción

| ¿Usted cómo cliente se siente satisfecho con los productos que compra? | | | | | |
|---|----------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Algunas Veces | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Con Frecuencia | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Casi Siempre | 36 | 53% | 52,9 | 52,9 |
| | Siempre | 32 | 47% | 47,1 | 100,0 |
| | Total | 68 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las empresas de moto repuestos.

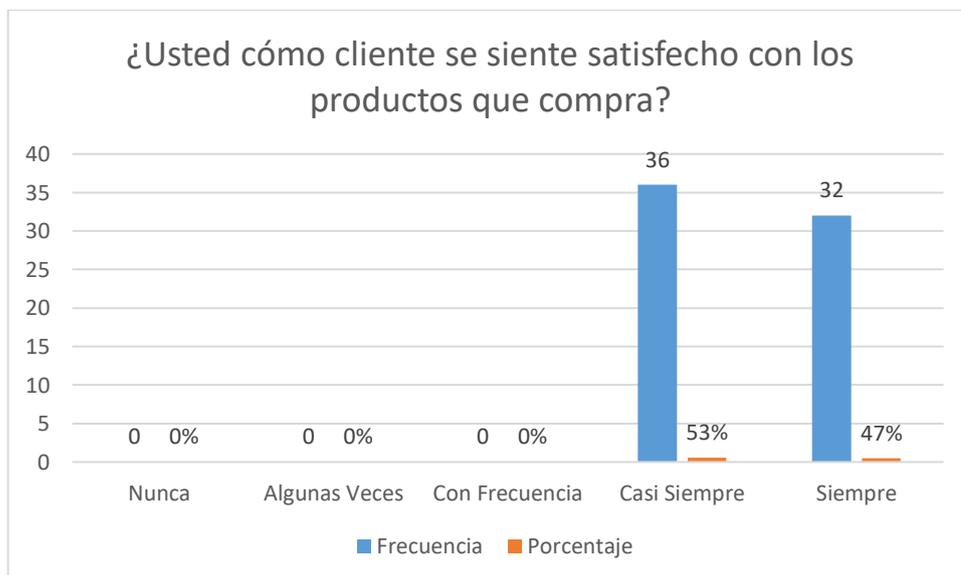


Figura 17: Diagrama sobre Satisfacción.

Interpretación: La tabla y figura 17 se observa que el 53% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre se siente satisfecho con los productos que compra, el 47% siempre, el 0% con frecuencia, el 0% algunas veces y el 0% nunca.

Tabla 18
Recomendación

¿Usted recomendaría a sus amigos y familiares en venir a comprar?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|----------------|------------|-------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Algunas Veces | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Con Frecuencia | 14 | 21% | 20,6 | 20,6 |
| | Casi Siempre | 36 | 53% | 52,9 | 73,5 |
| | Siempre | 18 | 26% | 26,5 | 100,0 |
| | Total | 68 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las empresas de moto repuestos.

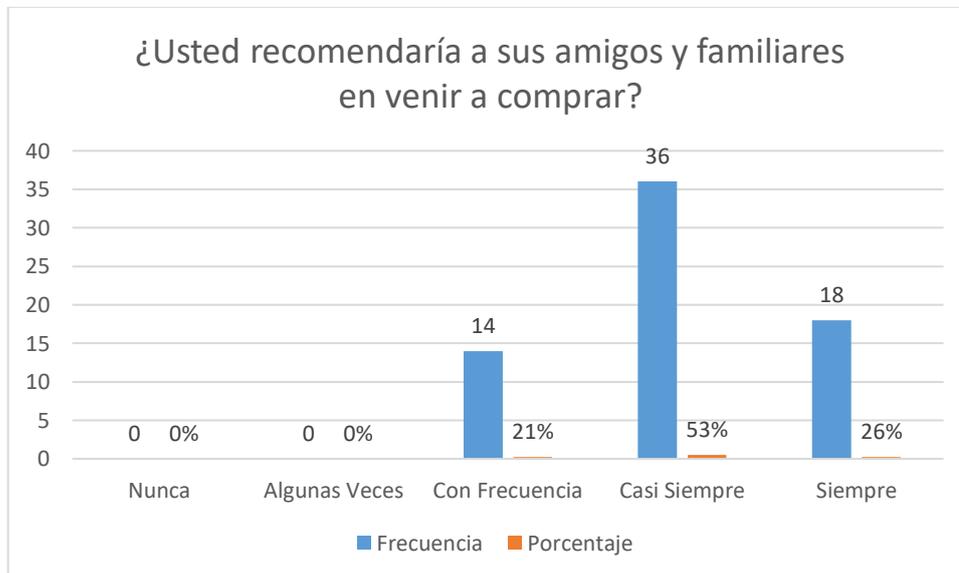


Figura 18: Diagrama sobre recomendaciones.

Interpretación: La tabla y figura 18 se observa que el 55% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre recomendaría a sus amigos y familiares en venir a comprar aquí, el 26% siempre, el 21% con frecuencia, el 0% algunas veces y el 0% nunca.

Tabla 19

Atención

| ¿Crees que una buena atención hablaría bien de una empresa? | | | | | |
|--|----------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Algunas Veces | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Con Frecuencia | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Casi Siempre | 4 | 6% | 5,9 | 5,9 |
| | Siempre | 64 | 94% | 94,1 | 100,0 |
| Total | | 68 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las empresas de moto repuestos.

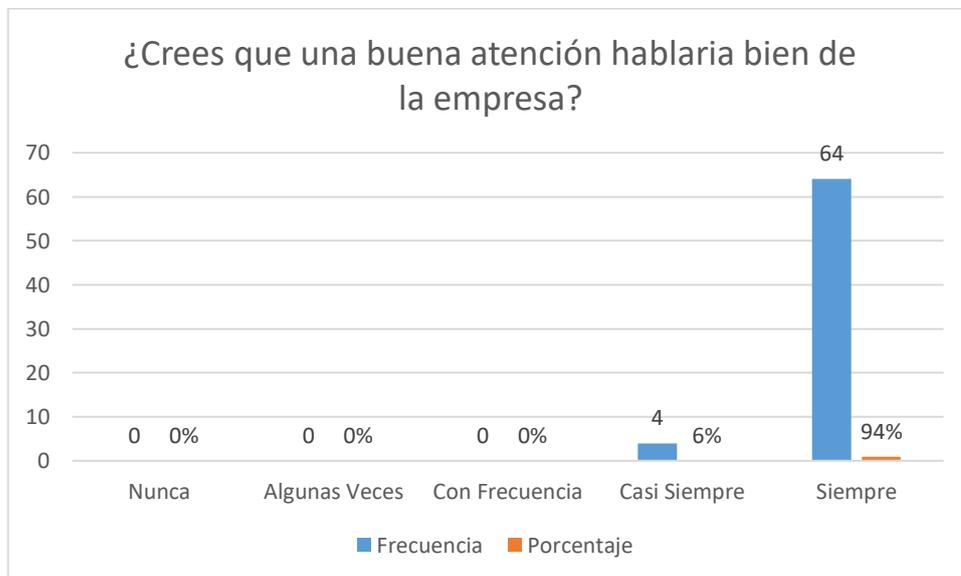


Figura 19: Diagrama sobre la Atención.

Interpretación: La tabla y figura 19 se observa que el 94% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos siempre que una buena atención hablaría bien de una empresa, el 6% casi siempre, el 0% con frecuencia, el 0% algunas veces y el 0% nunca.

Tabla 20

Estrategias

| ¿Usted cómo cliente cree que las estrategias son buenas para las empresas? | | | | | |
|---|----------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Algunas Veces | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Con Frecuencia | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Casi Siempre | 11 | 16% | 16,2 | 16,2 |
| | Siempre | 57 | 84% | 83,8 | 100,0 |
| | Total | 68 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las empresas de moto repuestos.

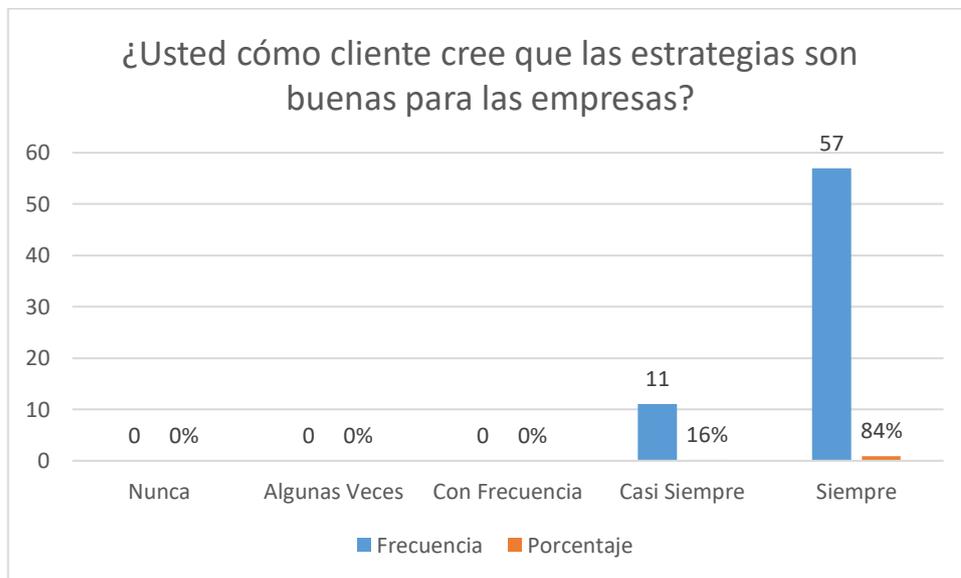


Figura 20: Diagrama sobre Estrategias.

Interpretación: La tabla y figura 20 se observa que el 84% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos siempre cree que las estrategias son buenas para las empresas, el 16% casi siempre, el 0% con frecuencia, el 0% algunas veces y el 0% nunca.

Quinto objetivo: Describir las dimensiones del servicio al Cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018.

Tabla 21

Servicio

| ¿Se siente satisfecho con el servicio que le brindan? | | | | | |
|--|----------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Nunca | 6 | 9% | 8,8 | 8,8 |
| | Algunas Veces | 0 | 0% | 0,0 | 8,8 |
| | Con Frecuencia | 17 | 25% | 25,0 | 33,8 |
| | Casi Siempre | 40 | 59% | 58,8 | 92,6 |
| | Siempre | 5 | 7% | 7,4 | 100,0 |
| Total | | 68 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las empresas de moto repuestos.

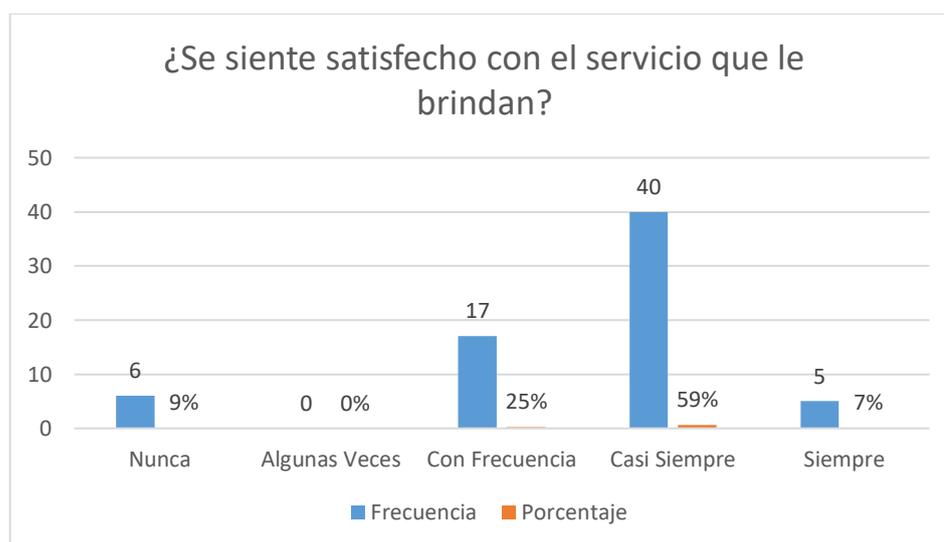


Figura 21: Diagrama sobre Servicio

Interpretación: La tabla y figura 21 observa que el 59% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos siempre que el servicio que brinda satisface a los clientes, el 25% con frecuencia, el 9% nunca, el 7% siempre y el 0% algunas veces.

Tabla 22

Compra

¿Usted compra productos muy seguido?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|----------------|------------|-------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Algunas Veces | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Con Frecuencia | 20 | 29% | 29,4 | 29,4 |
| | Casi Siempre | 32 | 47% | 47,1 | 76,5 |
| | Siempre | 16 | 24% | 23,5 | 100,0 |
| | Total | 68 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las empresas de moto repuestos.

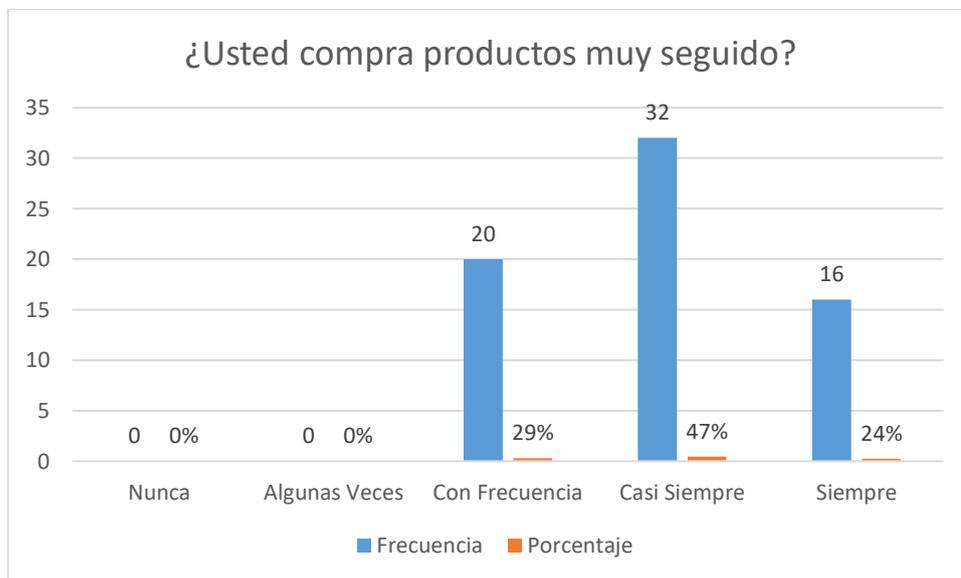


Figura 22: Diagrama sobre Compras

Interpretación: La tabla y figura 22 se observa que el 47% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre los productos que brinda la empresa a los clientes los compran a menudo, el 29% con frecuencia, el 24% siempre, el 0% algunas veces y el 0% nunca.

Tabla 23

Habilidades

¿Usted es atendido con rapidez?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Algunas Veces | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Con Frecuencia | 20 | 29% | 29,4 | 29,4 |
| | Casi Siempre | 44 | 65% | 64,7 | 94,1 |
| | Siempre | 4 | 6% | 5,9 | 100,0 |
| | Total | | 68 | 100% | 100,0 |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las empresas de moto repuestos.

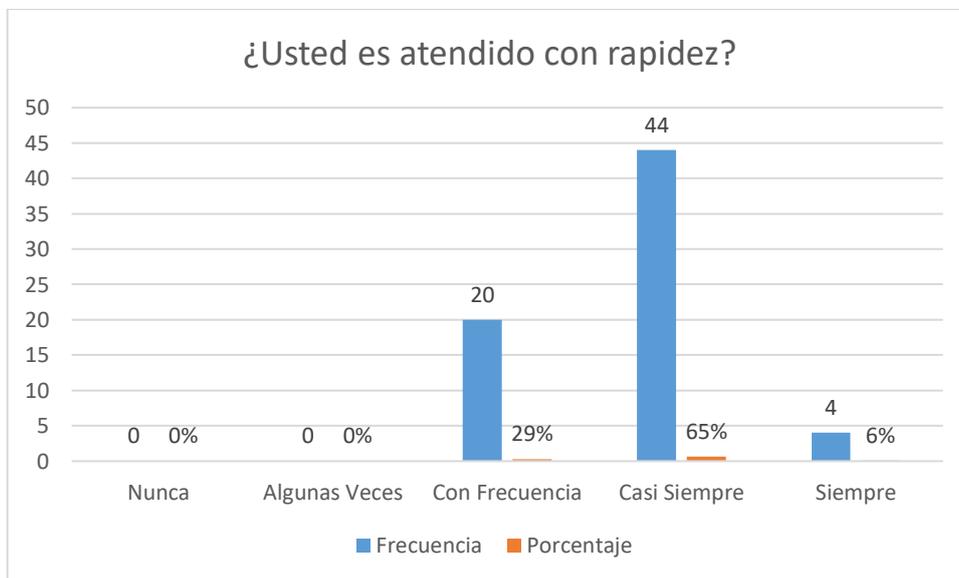


Figura 23: Diagrama sobre Habilidades.

Interpretación: La tabla y figura 23 se observa que el 65% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre que las habilidades que está realizando son muy útil para la empresa, el 29% con frecuencia, el 6% siempre, el 0% algunas veces y el 0% nunca.

Tabla 24

Cortesía

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|----------------|------------|-------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Algunas Veces | 0 | 0% | 0,0 | 0,0 |
| | Con Frecuencia | 23 | 34% | 33,8 | 33,8 |
| | Casi Siempre | 39 | 57% | 57,4 | 91,2 |
| | Siempre | 6 | 9% | 8,8 | 100,0 |
| Total | | 68 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las empresas de moto repuestos.

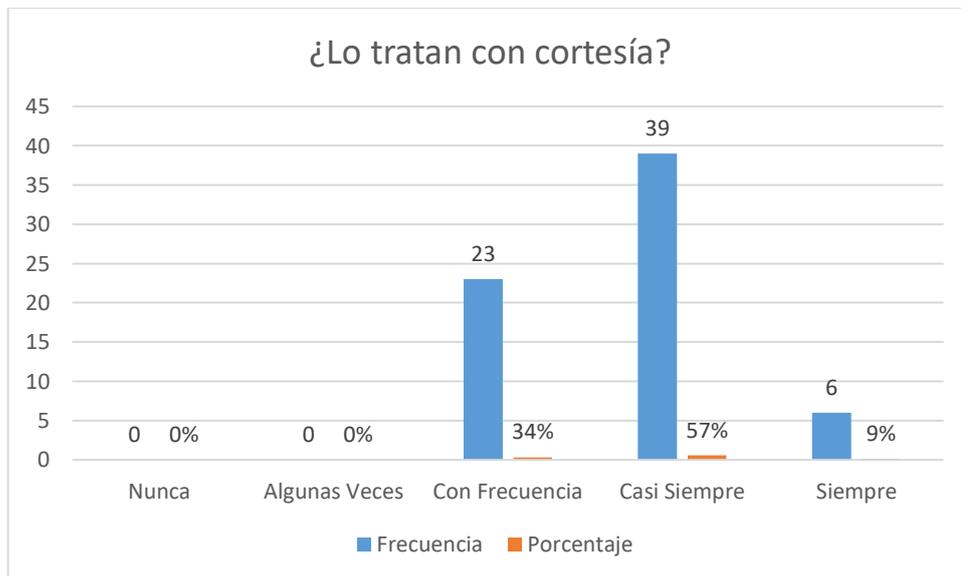


Figura 24: Diagrama sobre Cortesía.

Interpretación: La tabla y figura 24 muestra que el 57% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre trata con cortesía a los clientes, el 34% con frecuencia, el 9% siempre, el 0% algunas veces y el 0% nunca.

Tabla 25

Confiabilidad

¿Usted se siente confiable con el servicio que le brindan?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|----------------|------------|-------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 6 | 9% | 8,8 | 8,8 |
| | Algunas Veces | 0 | 0% | 0,0 | 8,8 |
| | Con Frecuencia | 10 | 15% | 14,7 | 23,5 |
| | Casi Siempre | 43 | 63% | 63,2 | 86,8 |
| | Siempre | 9 | 13% | 13,2 | 100,0 |
| Total | | 68 | 100% | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las empresas de moto repuestos.

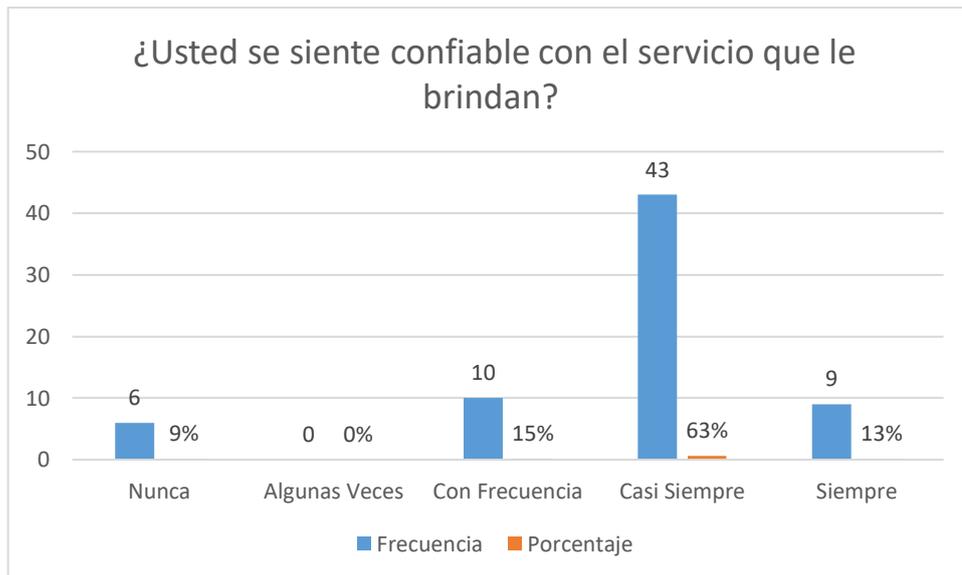


Figura 25: Diagrama sobre Confiabilidad.

Interpretación: La tabla y figura 25 se observa que el 63% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre que los clientes se sienten confiable con su servicio que brinda, el 15% con frecuencia, el 13% siempre, el 9% nunca y el 0% algunas veces.

4.3. Análisis de Resultados

4.3.2. Con respecto a Gestión de Calidad

La tabla 1 denominada “Conocimiento” se observa que el 60% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos muestra que todos los trabajadores conocen siempre el objetivo de la organización, el 20% casi siempre, el 20% con frecuencia, el 0% algunas veces y el 0% nunca conocen el objetivo, esto concuerda con Prudencio (2017) donde nos menciona que “los trabajadores desconocen las funciones sobre la administración por tanto trabajan de manera empírica”. Por otro lado, Cruz (2013) nos señala que “la organización es un conjunto de reglas, cargos y compartimientos que han de respetar todas las personas que se encuentran en la organización.”

La tabla 02 denominada “Distribución de tareas” se observa que el 40% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre distribuyen las tareas del día con todo el personal de trabajo, el 30% siempre, el 20% con frecuencia, el 10% algunas veces y el 0% nunca.*** esto concuerda con Alcalde (2007) donde nos señala que “debe quedar muy clara la tarea que realiza cada empleado con el fin de no generar confusiones y dar lugar a que existan empleados que realicen el mismo trabajo.”

La tabla 03 denominada “Rendimiento del personal” se observa que 30% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos siempre utiliza técnicas para medir el rendimiento del personal, el 30% algunas veces, el 20% con frecuencia, el 20% casi siempre y el 0%

nunca., esto concuerda con Pinedo (2016) donde nos afirma que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, a lo cual la mayoría de MYPES ha usado las técnicas del Benchmarking.

La tabla 4 denominada “Control de actividades” se observa que 40% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre sus trabajadores controlan las actividades diarias dentro de la organización, el 30% siempre, el 20% con frecuencia, el 10% algunas veces y el 0% nunca, esto concuerda con Pérez (1994) donde “toda función tradicional de control de calidad ha de evolucionar hacia la participación de todo el personal para conseguir el primer objetivo empresarial: la satisfacción del cliente.”

La tabla 05 denominada “Capacitación” se observa que el 40% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre su personal está capacitado para poder atender a todos sus clientes, el 30% siempre, el 20% con frecuencia, el 10% algunas veces y el 0% nunca; esto concuerda con Castillo (2017) donde indica que “es de suma importancia la capacitación dentro de sus empresas, debido a que es una herramienta que ayuda a mejorar la competitividad de sus trabajadores.”

La tabla 06 denominada “Liderazgo” se observa que el 50% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos con frecuencia orientan a su personal para que mejores en sus labores, el 20% casi siempre, el 20% algunas veces, el 10% siempre y el 0% nunca; esto concuerda con Beltran, Carmona, & Carrasco (2000) donde nos indica

que “las tareas realizadas con interés obtienen mejores resultados que si no se estuviese tan implicado en la consecución de los objetivos de la organización.”

La tabla 07 denominada “Participación del personal” se observa que el 50% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos siempre cree que todo el personal debe involucrarse en el proceso de gestión de calidad, el 40% casi siempre, el 10% con frecuencia, el 0% algunas veces y el 0% nunca cree que todo el personal debe involucrarse, esto concuerda con Solis (2016) donde nos indica que “no se cuenta con un manual de gestión de calidad, pero la gran mayoría de los trabajadores identifica los procesos para dar un buen servicio al cliente”, de otra manera Prudencio (2017) nos indica que “el 83.3% de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro venta de motos lineales, ciudad de Huarmey tienen conocimiento sobre el término de Gestión de Calidad.”

La tabla 08 denominada “Enfoque en metas” se observa que el 40% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos siempre utilizan estrategias para poder alcanzar metas semanales, el 40% casi siempre, el 20% con frecuencia, el 0% algunas veces y el 0% nunca, esto concuerda con Alaniz, Rocha, & Castillo (2016) que “en su investigación el 75.7% expresaron que las estrategias que utiliza Ferretería Franklin es la de precios a diferencia de un 8.7% que utilizan publicidad, un 8.3% dijeron que la de producto, el 4.6% que usan la de promoción y un 2.8% ninguna.”

La tabla 09 denominada “Rendimiento del negocio” se observa que el 40% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre cree que la Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 30% siempre, el 20% algunas veces, el 10% con frecuencia y el 0% nunca, este resultado concuerda con Castillo (2017) donde nos indica que “la Gestión de Calidad se caracteriza por permitir mejorar los procesos de producción en base a las normas estandarizadas y establecidas en el ISO 9000. Así mismo permite mejorar los estándares de calidad de los productos y servicios logrando la competitividad de la MYPE en los mercados nacionales.”

La tabla 10 denominada “Mejora Continua” se observa que el 40% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos siempre cree que, con una buena gestión organizada, se pueden alcanzar grandes metas, el 20% algunas veces, el 30% con frecuencia, el 10% casi siempre, esto concuerda con Prudencio (2017) donde nos indica que “con planeamiento, organización, ejecución y control las actividades que se realizan para un desarrollo de mejoramiento a través de la prestación de servicio que se ofrecen en función de la calidad que nos va a servir para poder gestionar mejor la empresa.”

La tabla 11 denominada “Toma de decisiones” se observa que el 50% de los representantes de las distribuidoras de moto repuestos siempre cree que la gestión de calidad en su empresa permite lograr la calidad de los productos o servicios, el 30% con frecuencia, el 20% casi siempre, el 0% algunas veces y el 0% nunca., esto concuerda con Pérez (2009)

donde nos dice que “la gestión de la calidad y la dirección por valores a pesar de que casi todo el mundo reconoce la importancia de la calidad para cualquier entidad productiva o de servicio.”

La tabla 12 denominada “Motivación” se observa que el 60% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre la atención que se le brinda y le motiva a regresar, el 27% siempre, el 12% algunas veces, el 1% con frecuencia y el 0% nunca, esto concuerda con Julio Cesar Méndez (2006) donde nos dice que “El cliente es el alma de todo negocio y por la tanto merece la mejor atención, es la persona más importante dentro de la empresa.”

La tabla 13 denominada “Producto” se observa que el 40% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre encuentra el producto que está buscando en esta empresa, el 32% siempre, el 19% algunas veces, el 9% con frecuencia y el 0% nunca.

La tabla 14 denominada “Personal” se observa que el 65% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre considera que el personal es amable a la hora de brindarle su atención, el 35% con frecuencia, el 0% siempre, el 0% algunas veces, el 0% nunca, esto concuerda con Blanco (2001) donde nos indica que “La atención al cliente es el «conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando

de este modo cubrir sus expectativas, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes»»

La tabla 15 denominada “Atención al cliente” se observa que el 84% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos siempre el personal debe trata bien a los clientes, el 15% con frecuencia, el 1% casi siempre, el 0% algunas veces y el 0% nunca, esto concuerda con Serna (2006) donde nos indica que” define al servicio como las estrategias creadas por una compañía para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes. Para así diferenciarse de la competencia.”

La tabla 16 denominada “Valores” se observa que el 78% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos con frecuencia trata con valores a sus clientes, el 15% algunas veces, el 9% nunca, el 0% casi siempre y el 0% siempre, esto concuerda con Berry (2002) donde indica que “los líderes o gerentes de las MYPE deben inculcar el buen servicio a sus colaboradores ya que el buen servicio es lo esencial para el crecimiento de toda empresa sin importar cuál es el mercado objetivo.”

La tabla 17 denominada “Observación” se observa que el 53% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre se siente satisfecho con los productos que compra, el 47% siempre, el 0% con frecuencia, el 0% algunas veces y el 0% nunca, esto concuerda con Stanton, Etzel y Walker (2009) donde indica que “El cliente es el ente al cual la empresa debe satisfacer para lograr permanecer en el mercado, a través de las ventas o servicio ofrecido a éste.”

La tabla 18 denominada “Recomendación” se observa que el 55% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre recomendaría a sus amigos y familiares en venir a comprar aquí, el 26% siempre, el 21% con frecuencia, el 0% algunas veces y el 0% nunca, esto concuerda con Stanton, Etzel y Walker (2009) donde indica que “la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos. También se define como el resultado de la comparación que de forma inevitable se realiza entre las expectativas previas del cliente puestas en los productos y servicios, con respecto al valor percibido.”

La tabla 19 denominada “Atención” se observa que el 94% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos siempre que una buena atención hablaría bien de una empresa, el 6% casi siempre, el 0% con frecuencia, el 0% algunas veces y el 0% nunca, esto concuerda según la Norma ISO 9000:2005 “Sistemas de Gestión de la calidad fundamentos y vocabularios”, donde indica que un cliente satisfecho “comunicará al resto de usuarios la experiencia positiva que ha tenido con el producto o servicio adquirido.”

La tabla 20 denominada “Estrategias” se observa que el 84% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos siempre cree que las estrategias son buenas para las empresas, el 16% casi siempre, el 0% con frecuencia, el 0% algunas veces y el 0% nunca, esto concuerda con Serna (2006) donde define “al servicio como las estrategias creadas por

una compañía para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes. Para así diferenciarse de la competencia. Por lo tanto, un buen servicio es importante para el crecimiento de una empresa.”

La tabla 21 denominada “Servicio” observa que el 59% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos siempre que el servicio que brinda satisface a los clientes, el 25% con frecuencia, el 9% nunca, el 7% siempre y el 0% algunas veces, esto concuerda según la Norma ISO 9000:2005 “Sistemas de Gestión de la calidad fundamentos y vocabularios”, donde nos indica que “Conseguir satisfacer a los clientes es crear una preferencia hacia nuestro producto o servicio. Es evidente que el cliente satisfecho es bueno para la empresa en su totalidad, y es por eso que buscar esta satisfacción debe ser un objetivo fijo para cualquier negocio.”

La tabla 22 denominada “Compra” se observa que el 47% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre los productos que brinda la empresa a los clientes los compran a menudo, el 29% con frecuencia, el 24% siempre, el 0% algunas veces y el 0% nunca, esto concuerda con Brocca (2014) donde indica que “los clientes concurren a comprar más de tres veces por semana, los clientes compran más de cinco productos, la Estrategia de gestión sugerida es la de diversificación de productos y servicios.”

La tabla 23 denominada “Habilidades” se observa que el 65% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre que las

habilidades que está realizando son muy útil para la empresa, el 29% con frecuencia, el 6% siempre, el 0% algunas veces y el 0% nunca, esto concuerda con Castagnola (2016) donde concluye en su trabajo de investigación que: “el factor de gestión de calidad, en la cual este influye en la medida que haya una mayor efectividad en el mecanismo de gestión de las micro y pequeños empresarios y pueda incidir en los beneficios sociales de los trabajadores para que estos tengan una mejor motivación para el logro de los objetivos organizacionales.”

La tabla 24 denominada “Cortesía” muestra que el 57% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre trata con cortesía a los clientes, el 34% con frecuencia, el 9% siempre, el 0% algunas veces y el 0% nunca, esto concuerda con García (2015) donde indica que: “La cortesía y la amabilidad: El personal es cortés, amable, respetuoso y atento.”

La tabla 25 denominada “Confiabilidad” se observa que el 63% de los clientes de las distribuidoras de moto repuestos casi siempre que los clientes se sienten confiable con su servicio que brinda, el 15% con frecuencia, el 13% siempre, el 9% nunca y el 0% algunas veces, esto concuerda con García (2015) donde indica que: “La credibilidad: La empresa y sus empleados son confiables y quieren ayudar realmente a los clientes.”

5. Conclusiones

- En cuanto a los elementos del proceso administrativo en la gestión de calidad en las MYPES distribuidoras de moto repuestos los trabajadores se distribuyen las tareas utilizando técnicas para poder medir el rendimiento de los trabajadores y así poder controlar las actividades diarias dentro de la empresa.
- En cuanto a los principios de la gestión de calidad los encargados de las MYPES distribuidoras de moto repuestos capacitan a su personal para poder brindar una buena atención a sus clientes, ayudando a que todo el personal esté involucrado en la gestión de calidad y así buscar mejorar siempre el rendimiento de la empresa.
- En cuanto a los tipos de atención al cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos la atención que reciben dentro de las mismas es buena, porque encuentran los productos que buscan, esto los motivan a regresar porque satisfacen sus necesidades, este trato personalizado que reciben ayuda a fidelizarlos con la empresa.
- En cuanto a los elementos que conforman la satisfacción del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos es la satisfacción que tienen cuando encuentran el producto que están buscando y cubre sus expectativas, esto ayuda a que la empresa sea recomendada por el servicio que brinda.
- En cuanto a las dimensiones del servicio al cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos las habilidades combinadas con cortesía y amabilidad de los trabajadores ayudan a que los clientes confíen en el buen servicio que encontraran en la empresa, esto ayuda que su prestigio y credibilidad crezcan.

6. Propuesta de mejora

| Objetivo | Problema encontrado | Acción correctiva | Solución de mejora | Responsable |
|---|-------------------------------------|--|--|---------------|
| . Describir los elementos del proceso administrativo en la gestión de calidad en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018. | Falta de organización y control. | Realizar cronograma de tareas diarias y semanales. | Incentivar al administrador a tener un cronograma de tareas para los empleados. | Administrador |
| . Describir los principios de la Gestión de calidad en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018. | Falta de capacitación. | Capacitar al personal. | Incentivar al administrador a capacitar a su personal, para así estar preparados y dar mejores soluciones. | Administrador |
| . Describir los tipos de atención al cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018. | Falta de amabilidad en la atención. | Reforzar con los trabajadores el servicio. | Supervisar semanalmente el servicio brindado por el personal hacia los clientes. | Administrador |
| . Describir los Elementos que Conforman la Satisfacción del Cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018. | Falta de capacitación. | Capacitar al personal. | Incentivar al administrador a capacitar a su personal, para así estar preparados y dar mejores soluciones. | Administrador |
| . Describir las dimensiones del servicio al Cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018. | Falta de amabilidad en la atención. | Reforzar con los trabajadores el servicio. | Supervisar semanalmente el servicio brindado por el personal hacia los clientes. | Administrador |

7. - Referencia Bibliográfica

Alaniz Moreno, D. E., Rocha Toruño, H. M., & Castillo Herrera, B. (2016).

Estrategias de servicio al cliente en la Ferretería Franklin en la ciudad de Estelí en el año 2016. estelin. Recuperado el 04 de junio de 2018

ALMESTAR ADRIANZEN, P. (2017). *CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE DEL RUBRO POLLERÍAS EN LA URBANIZACIÓN IGNACIO MERINO – PIURA, AÑO 2017.* PIURA.

ALMESTAR ADRIANZEN, P. R. (2017). *CARACTERIZACION DE LA COMPETITIVIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN LAS MYPE DEL RUBRO POLLERIAS EN LA URBANIZACION IGNACIO MERINO - PIURA, AÑO 2017.*

ALTUZARRA TOSCANO, M. (2005). *LA ATENCIÓN AL CLIENTE.* Recuperado el 16 de 06 de 2018, de http://www.portaldocomerciante.gal/Archivos/ArchivosImpBiblioteca/atencion_cliente.pdf

ARENAS CÓRDOVA, K. Z. (2016). *Caracterización de la satisfacción del cliente y competitividad de las mype servicio rubro pollo a la brasa la arena, 2016.* piura.

BARRERA, J. O. (2016). *CARACTERIZACIÓN DE LA RENTABILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE DEL RUBRO MOTO REPUESTOS DE*

LA URBANIZACIÓN SAN RAMÓN, CALLE SALAVERRY - PIURA: 2015.
Piura.

Beraun Salazar, M. Y. (2015). *El uso de la tecnología de la información y comunicación (TIC) en la gestión de la municipalidad provincial de Huánuco, 2014.* Huanuco.

BROCCA DE ULLOA, J. E. (2014). *CARACTERIZACION DE LA GESTIÓN Y CALIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO FERRETERÍA EN EL DISTRITO DE CHEPEN AÑO 2013.* Trujillo.

Castagnola Torres, A. (2016). *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios sociales de las micro y pequeñas empresas en el distrito de supe puerto.* Huacho.

Castillo Guerrero, S. A. (2017). *Caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las mypes del sector servicio - rubro talleres de metal mecanica del distrito de sullana, año 2016.* Sullana.

Cazau, P. (2006). *introducción de la investigación en ciencias contables.* Buenos Aires. Recuperado el 15 de noviembre de 2018

Chavez, P. J. (2015). *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE LEAN MANUFACTURING EN LAS MICRO - RUBRO FABRICACIÓN DE MUEBLES PARA EL HOGAR DEL DISTRITO DE HUARAZ, 2015.* Ancash. Huaraz: UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES. Recuperado el 06 de 06 de 2018

Cuatrecasas Arbós, L. (1992). *Gestión de la calidad total.* Ediciones Díaz de Santos.

DELGADO REATEGUI, I. (2017). *GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR SERVICIOS, RUBRO SALÓN SPA, DEL DISTRITO DE CALLERÍA, AÑO 2017*. PUCALLPA.

DELGADO REÁTEGUI, J. I. (2017). *GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR SERVICIOS, RUBRO SALÓN SPA, DEL DISTRITO DE CALLERÍA, AÑO 2017*. PUCALLPA.

ESPIRITUD BELLIDO , G. E. (2017). *IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA WEB PARA MEJORAR EL SERVICIO DE VENTA Y MARKETING DE MOTOS Y ACCESORIOS EN LA EMPRESA MOTO REPUESTOS ARIZA, HUARMEY 2017*. CHIMBOTE.

Fernandez, M. G. (2015). *Efectos de la gestión de la calidad en la innovación y en los resultados operativos y financieros*. España: SE.

FLORES, A. M. (2017). *Diagnóstico de la cadena de suministro empleando el modelo SCOR para una empresa comercializadora de repuestos de motos en Latinoamérica*. Lima.

Fontalvo Herrera, T. J. (2010). *La gestión de la calidad en los servicios. ISO 9001: 2008*. B - EUMED. Obtenido de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10577077>

GARCIA CRUZ , E. (2015). *CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y LA CAPACITACIÓN EN LAS MYPE DEL RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE LALAQUIZ - HUANCABAMBA, 2015*. PIURA.

GARCIA CRUZ, E. F. (2015). *CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y LA CAPACITACIÓN EN LAS MYPE DEL RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE LALAQUIZ - HUANCABAMBA, 2015.* PIURA.

GARCÍA CRUZ, F. E. (2015). *CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y LA CAPACITACIÓN EN LAS MYPE DEL RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE LALAQUIZ -HUANCABAMBA, 2015.* tesis de licenciatura, piura. Recuperado el 14 de 06 de 2018, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2423/ATENCION_AL_CLIENTE_CAPACITACION_MYPE_GARCIA_FABIOLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

GUERRERO, S. A. (2017). *CARACTERIZACION DE LA CAPACITACION Y GESTION DE LA CALIDAD DE LAS MYPE DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO TALLERES DE METAL MECANICA DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2016.* SULLANA.

Guffanti Coronel, G. A. (2016). *Propuesta de un sistema de gestion de calidad ISO 9001: 2015 en la molina calidad total laboratorios.* Lima.

GUFFANTI CORONEL, G. A. (2016). *PROPUESTA DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001: 2015 EN LA MOLINA CALIDAD TOTAL LABORATORIOS.* LIMA.

GUTIERREZ GOMEZ, K. (2016). *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR*

COMERCIO, RUBRO – VENTA MINORISTA DE ROPA PARA DAMAS DEL CENTRO COMERCIAL GALERÍAS ALFA, CHIMBOTE, 2013. Chimbote.

Gutierrez Gomez, Y. K. (2016). *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO – VENTA MINORISTA DE ROPA PARA DAMAS DEL CENTRO COMERCIAL GALERÍAS ALFA, CHIMBOTE, 2013. Chimbote.*

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2004). *Metodología de la Investigación*. Berlin: McGraw-Hill Interamericana.

LOZANO SEGUNDO, S. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y la rentabilidad en las mypes del sector servicio, rubro clínicas dentales en la ciudad de tingo maría, año 2017. TINGO MARIA.*

LOZANO SEGUNDO, S. (2017). *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA RENTABILIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO CLÍNICAS DENTALES EN LA CIUDAD DE TINGO MARÍA, AÑO 2017. TINGO MARÍA.*

Narváez, C. J. (2014). *Diseño de un sistema de gestión de calidad para una empresa de manufactura de productos de caucho*. Quito: Dspace.uce.edu.ec.
Recuperado el 30 de Octubre de 2018, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2777/1/T-UCE-0017-66.pdf>

Pérez Campdesuñer, R. (2009). *La gestión de la calidad y la dirección por valores*. El Cid Editor | apuntes. Recuperado el 30 de junio de 2018

PINEDO, M. R. (2016). *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES EN LOS SERVICIOS DE VENTA DE ELECTRODOMÉSTICOS EN EL DISTRITO DE JUANJUÍ, AÑO 2016.* CHIMBOTE.

PRUDENCIO, Y. D. (2017). *GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LIDERAZGO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO VENTAS DE MOTOS LINEALES DE LA CIUDAD DE HUARMEY, AÑO 2016.* HUARMEY.

RISCO ORDOÑEZ , E. (2017). *APLICACIÓN DE MEJORA DE PROCESOS EN EL ÁREA DE MANTENIMIENTO PRIMARIO DE MOTOS, PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA MOTO SERVICIOS ORDOÑEZ E.I.R.L.* Lima.

Risco Ordoñez, R. (2017). *Aplicación de Mejora de Procesos en el área de mantenimiento primario de motos, para incrementar la competitividad en la Empresa Moto Servicios Ordoñez E.I.R.L.* Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1799/Risco_ORE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ROBLES, Y. M. (2016). *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE LEAN MANUFACTURING DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL- RUBRO ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA DEL DISTRITO DE HUARAZ, 2015.* HUARAZ.

ROBLES, Y. M. (2016). *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE LEAN MANUFACTURING DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL- RUBRO ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA DEL DISTRITO DE HUARAZ, 2015*. HUARAZ.

SALES MARCHENES, O. (2016). *CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS - RUBRO DE HOTELES DE TRES ESTRELLAS DEL DISTRITO DE HUARAZ, 2016*. HUARAZ.

SÁNCHEZ FERNÁNDEZ, M. N. (2017). *CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANTE EL LEÑADOR Y ALGO MAS DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2017*. tesis de licenciatura, sullana. Recuperado el 14 de 06 de 2018, de [file:///C:/Users/JHOSEP%20QUINO/Downloads/EJEMPLO%20MILUSKA%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/JHOSEP%20QUINO/Downloads/EJEMPLO%20MILUSKA%20(1).pdf)

SÁNCHEZ, N. D. (2016). *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPES EN EL SECTOR COMERCIO RUBRO FERRETERÍAS EN LA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO TINGO MARÍA PERÍODO 2015-2016*. TINGO MARÍA.

Siqueira, C. (4 de septiembre de 2017). Recuperado el 28 de noviembre de 2017, de Tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa: <http://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>

SOFIA MARNAYLE, L. S. (2017). *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA RENTABILIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO CLÍNICAS DENTALES EN LA CIUDAD DE TINGO MARÍA, AÑO 2017*. TINGO MARÍA.

SOLIS, P. E. (2016). *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO RUBRO – VENTA MINORISTA DE ROPA PARA DAMAS DEL CENTRO COMERCIAL BARRANCA, DEL DISTRITO DE BARRANCA, 2016*. BARRANCA.

toniut, h. (2013). *La medición de la satisfacción del cliente en supermercados de la ciudad de Mar del Plata*. mar de plata.

uladech. (2016). *CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA*. chimbote: Uladech. Recuperado el 11 de julio de 2018, de <https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2016/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v001.pdf>

ULADECH. (2016). *CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN*. CHIMBOTE. Obtenido de <https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2016/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v001.pdf>

varela, F. (2004). *Metodología de la investigación*. Recuperado el 14 de noviembre de 2018, de https://www.ecured.cu/Investigaci%C3%B3n_no_experimental

Vergaray, L. G. (2016). *Atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la Ferretería Solano E.I.R.L. en el primer semestre del 2016 del distrito de*

Trujillo. La Libertad. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado el 04 de 06 de 2018

ZUBIATE, M. E. (2016). *GESTIÓN DE CALIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPES EN EL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE REPUESTOS PARA VEHÍCULOS MENORES (MOTOCICLETAS), EN EL DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, 2016*. SAN JUAN BAUTISTA.

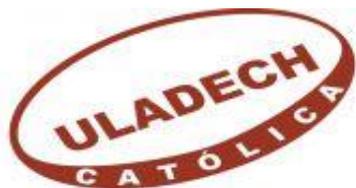
ANEXOS

Anexo 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

| CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|---|------------|---|---|---|-------------|---|---|---|------------|---|---|---|-------------|---|---|
| N° | Actividades | Año 2018 | | | | | | | | Año 2019 | | | | | | |
| | | Semestre I | | | | Semestre II | | | | Semestre I | | | | Semestre II | | |
| | | Mes | | | | Mes | | | | Mes | | | | Mes | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 |
| 1 | Elaboración del Proyecto | * | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Revisión del proyecto por el jurado de investigación | | * | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación | | | * | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Exposición del proyecto al Jurado de Investigación | | | | * | | | | | | | | | | | |
| 5 | Mejora del marco teórico | | | | | * | * | | | | | | | | | |
| 6 | Redacción de la revisión de la literatura. | | | | | | * | | | | | | | | | |
| 7 | Elaboración del consentimiento informado (*) | | | | | | | * | | | | | | | | |
| 8 | Ejecución de la metodología | | | | | | | | * | | | | | | | |
| 9 | Resultados de la investigación | | | | | | | | | * | * | | | | | |
| 10 | Conclusiones y recomendaciones | | | | | | | | | | * | * | | | | |
| 11 | Redacción del pre informe de Investigación. | | | | | | | | | | | | * | | | |
| 12 | Reacción del informe final | | | | | | | | | | | | | * | | |
| 13 | Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación | | | | | | | | | | | | | | * | |
| 14 | Presentación de ponencia en jornadas de investigación | | | | | | | | | | | | | | | * |
| 15 | Redacción de artículo científico | | | | | | | | | | | | | | | * |

Anexo 02: Presupuesto

| Presupuesto desembolsable (Estudiante) | | | |
|---|-------------|-------------------|--------------------|
| Categoría | Base | % o Número | Total (S/.) |
| Suministros (*) | | | |
| • Impresiones | 1.00 | 4 | 4.00 |
| • Fotocopias | 0.10 | 70 | 7.00 |
| • Empastado | | | |
| • Papel bond A-4 (500 hojas) | 40.00 | 1 paquetes | 40.00 |
| • Lapiceros | 1.50 | 3 | 4.50 |
| Servicios | | | |
| • Uso de Turnitin | 50.00 | 2 | 100.00 |
| Sub total | | | |
| Gastos de viaje | | | |
| • Pasajes para recolectar información | 00 | 0 | 00 |
| Sub total | | | |
| Total de presupuesto desembolsable | | | 155.5 |
| Presupuesto no desembolsable (Universidad) | | | |
| Categoría | Base | % ó Número | Total (S/.) |
| Servicios | | | |
| • Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD) | 30.00 | 4 | 120.00 |
| • Búsqueda de información en base de datos | 35.00 | 2 | 70.00 |
| • Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC) | 40.00 | 4 | 160.00 |
| • Publicación de artículo en repositorio institucional | 50.00 | 1 | 50.00 |
| Sub total | | | 400.00 |
| Recurso humano | | | |
| • Asesoría personalizada (5 horas por semana) | 63.00 | 4 | 252.00 |
| Sub total | | | 252.00 |
| Total de presupuesto no desembolsable | | | 652.00 |
| Total (S/.) | | | 807.5 |



FACULTA CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene como fin de recoger información sobre los gerentes de la Mypes para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **“La gestión de calidad y el uso de las TICS en la micro y pequeñas empresas distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana en el año 2017”**, la información que nos brinde será usada exclusivamente para fines académicos y de investigación.

ESCALA DE PREGUNTA

- Nunca (N)
 Algunas veces (AV)
 Con frecuencia (CF)
 Casi Siempre (C)
 Siempre (S)

| LA GESTION DE CALIDAD | N | AV | CF | C | S |
|--|----------|-----------|-----------|----------|----------|
| ¿Todos los trabajadores conocen el objetivo de la organización? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿Se distribuyen las tareas del día con todo el personal de trabajo? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿Utiliza técnicas para medir el rendimiento del personal? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿Los trabajadores controlan las actividades diarias dentro de la organización? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿Su personal está capacitado para poder atender a todos sus clientes? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿Orientan a su personal para que mejore en sus labores? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿Todo el personal debe de involucrarse en el proceso de gestión de calidad? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿Utilizan estrategias para poder alcanzar metas semanales? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿Con una buena gestión organizada, se pueden alcanzar grandes metas? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿La gestión de calidad en su empresa permite lograr la calidad de los productos o servicios? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| ATENCIÓN AL CLIENTE | N | AV | CF | C | S |
|--|----------|-----------|-----------|----------|----------|
| ¿La atención que le brinda la empresa le motiva a regresar? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿Siempre encuentra el producto que está buscando en esta empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿El personal es amable a la hora de brindarle su atención? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿Usted cree que el personal debe tratar bien a los clientes? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿Usted siente que lo respetan cuando es atendido? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿Usted cómo cliente se siente satisfecho con los productos que compra? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿Usted recomendaría a sus amigos y familiares venir a comprar? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿Crees que una buena atención hablaría bien de una empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿Usted cómo cliente cree que las estrategias son buenas para las empresas? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿Se siente satisfecho con el servicio que le brindan? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿Usted compra productos muy seguido? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿Usted es atendido con rapidez? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿Lo tratan con cortesía? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ¿Usted se siente confiable con el servicio que le brinda? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Anexo 04: Lista de Empresas

| N° | Razón Social | Contribuyente | RUC | Dirección |
|-----------|---|-------------------------------------|-------------|--|
| 1 | Servicios Generales Y Tiendas "Mamitas" | Nole Zavala Rosa Caty | 10036648665 | Cuadra 3 #308 Transversal La Unión |
| 2 | Repuestos Y Autopartes Union E.I.R.L. | María Villalta Sarango | 20525983031 | Cuadra 3 Nro. S/N Transversal La Unión |
| 3 | Repuestos D'aries | Espinoza Calderón Yohrs Williams | 10483436306 | Av. Buenos Aires #310 |
| 4 | Motorepuestos Taype | Taype Campoverde Jhon Jenri | 10454850462 | Av. Buenos Aires #336 |
| 5 | Motorepuestos R&R | Jimenez Saavedra Reymer | 10710734921 | Av. Buenos Aires #338 |
| 6 | Motorepuestos Ever | Molocho Vasquez José Carlos | 10432253169 | Av. Buenos Aires #349 |
| 7 | Racing Motor's S.A.C | Carlos Enrique Ipanaque Jiron | 20275657604 | Av. Buenos Aires #351 |
| 8 | Rios Rimaycuna Digar | Rios Rimaycuna Digar | 10030915254 | Av. Buenos Aires #362 |
| 9 | Merino Motor's E.I.R.L | Merino Calderón Julio Artemio | 20525975011 | Av. Buenos Aires #457 |
| 10 | Repuestos Sullana 43 SAC | Salcedo Rosales Igor Kalini | 2.06002e+11 | Av. Buenos Aires #429 |

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

Sullana, 20 de noviembre de 2019.

Oficio N.º 001-157 - 2019 DTI ULADECH/CDRR

Señor : Señores Representantes de las MYPE distribuidoras de Mororepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado - Sullana

Asunto: Solicitud de permiso.

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para manifestarle que, estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, se procederá a realizar la siguiente encuesta a los clientes, en ella los clientes solo llenaran los cuadros vacíos y marcaran la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación.

Aprovecho la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración y deferente estima personal.

Dios Guarde a Ud



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE (ULADECH Católica)**

Instituto de Investigación (IIU)

**LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES
DISTRIBUIDORAS DE MOTO REPUESTOS EN EL AA.HH JUAN VELASCO
ALVARADO DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018**

Investigador principal: Franklin Keiner Villarreyes Osoria (estudiante de la
Universidad Católica los Ángeles de Chimbote)
Mgtr. Carlos David Ramos Rosas (Universidad Católica
los Ángeles de Chimbote)

Fecha de Versión: 20 de noviembre, 2019 (Versión 1.0)

Detalles e indicaciones:

Estimado Empresarios,

Estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, se procederá a realizar la siguiente encuesta a los clientes, en ella los clientes solo llenaran los cuadros vacíos y marcaran la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación

Consentimiento Informado

Propósito del informe de investigación

El propósito de este estudio Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018.

¿Por qué le pedimos participar?

Estamos solicitando su participación como voluntario en un estudio de investigación que tiene gran importancia por cuanto llenara el vacío de conocimiento debido a que no existe reporte de las características de la gestión de la calidad en las MYPES haciendo uso de técnicas modernas administrativas en las MYPE de la provincia de Sullana.

Procedimientos

Si Ud. accede participar, nos estará autorizando a que sus clientes completen un cuestionario estructurado de gestión de calidad y de técnicas administrativas modernas, como instrumento de recolección de datos, mediante la técnica de la encuesta a una muestra poblacional que se calculará de la población de Sullana. El cuestionario demora aproximadamente 15 minutos.

Riesgos/molestias

Esté estudio no representa ningún riesgo para la MYPE que administra.

Beneficios

El estudio no presenta ningún beneficio para usted, pero podría beneficiar a la ciencia ya que reportará un panorama de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente, en las Microempresas del rubro motorepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado, año 2018.

Pago por participación

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Nosotros no pagamos por su participación.

Protegiendo la confidencialidad de los datos

Toda la información recogida en este estudio será manejada con rigurosa confidencialidad. Aunque se colectará su nombre y de la MYPE para propósitos

del estudio, no los usaremos rutinariamente. Y toda la información recolectada será guardada en bases de datos protegidas con contraseñas. Usted no será identificable ya que solo números serán usados en vez de nombres en las bases de datos.

Compartiendo su información con otros

Los resultados de este estudio podrían presentarse en revistas o conferencias científicas, pero sin su nombre y sin ninguna información que pueda identificarlo. Su nombre no aparecerá en ninguna publicación de este estudio.

¿A quién debo llamar si tengo dudas o problemas?

- Llame al investigador principal, Franklin Keiner Villarreyes Osoria al teléfono 947446365 sobre cualquier pregunta, duda o queja que crea se relacione al estudio.
- Llame o contacte a la oficina del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica. Contacte al Comité Institucional de Ética si siente que no ha sido tratado justamente o si tiene alguna otra preocupación. La información del Comité Institucional de Ética es la siguiente:

Dra. Carmen Gorríti Siappo

Presidente del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica Teléfono: (+51043) 327-933.

E-mail: cgorritis@gmail.com

Declaración del participante

El estudio descrito me ha sido explicado, y yo voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio. Si tengo preguntas futuras acerca del estudio, éstas serán contestadas por uno de los investigadores listados en el punto anterior.

Doy permiso a los investigadores para:

- Usar la información colectada en este estudio - No

Hijo Salsedo Rosales
03499638


“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

Sullana, 20 de noviembre de 2019.

Oficio N.º 001-157 - 2019 DTI ULADECH/CDRR

Señor : Señores Representantes de las MYPE distribuidoras de Mororepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado - Sullana

Asunto: Solicitud de permiso.

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para manifestarle que, estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, se procederá a realizar la siguiente encuesta a los clientes, en ella los clientes solo llenaran los cuadros vacíos y marcaran la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación.

Aprovecho la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración y deferente estima personal.

Dios Guarde a Ud



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE (ULADECH Católica)**

Instituto de Investigación (IIU)

**LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES
DISTRIBUIDORAS DE MOTO REPUESTOS EN EL AA.HH JUAN VELASCO
ALVARADO DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018**

Investigador principal: Franklin Keiner Villarreyes Osoria (estudiante de la
Universidad Católica los Ángeles de Chimbote)

Mgtr. Carlos David Ramos Rosas (Universidad Católica
los Ángeles de Chimbote)

Fecha de Versión: 20 de noviembre, 2019 (Versión 1.0)

Detalles e indicaciones:

Estimado Empresarios,

Estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, se procederá a realizar la siguiente encuesta a los clientes, en ella los clientes solo llenaran los cuadros vacíos y marcaran la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación

Consentimiento Informado

Propósito del informe de investigación

El propósito de este estudio Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018.

¿Por qué le pedimos participar?

Estamos solicitando su participación como voluntario en un estudio de investigación que tiene gran importancia por cuanto llenara el vacío de conocimiento debido a que no existe reporte de las características de la gestión de la calidad en las MYPES haciendo uso de técnicas modernas administrativas en las MYPE de la provincia de Sullana.

Procedimientos

Si Ud. accede participar, nos estará autorizando a que sus clientes completen un cuestionario estructurado de gestión de calidad y de técnicas administrativas modernas, como instrumento de recolección de datos, mediante la técnica de la encuesta a una muestra poblacional que se calculará de la población de Sullana. El cuestionario demora aproximadamente 15 minutos.

Riesgos/molestias

Esté estudio no representa ningún riesgo para la MYPE que administra.

Beneficios

El estudio no presenta ningún beneficio para usted, pero podría beneficiar a la ciencia ya que reportará un panorama de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente, en las Microempresas del rubro motorepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado, año 2018.

Pago por participación

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Nosotros no pagamos por su participación.

Protegiendo la confidencialidad de los datos

Toda la información recogida en este estudio será manejada con rigurosa confidencialidad. Aunque se colectará su nombre y de la MYPE para propósitos

del estudio, no los usaremos rutinariamente. Y toda la información recolectada será guardada en bases de datos protegidas con contraseñas. Usted no será identificable ya que solo números serán usados en vez de nombres en las bases de datos.

Compartiendo su información con otros

Los resultados de este estudio podrían presentarse en revistas o conferencias científicas, pero sin su nombre y sin ninguna información que pueda identificarlo. Su nombre no aparecerá en ninguna publicación de este estudio.

¿A quién debo llamar si tengo dudas o problemas?

- Llame al investigador principal, Franklin Keiner Villarreyes Osoria al teléfono 947446365 sobre cualquier pregunta, duda o queja que crea se relacione al estudio.
- Llame o contacte a la oficina del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica. Contacte al Comité Institucional de Ética si siente que no ha sido tratado justamente o si tiene alguna otra preocupación. La información del Comité Institucional de Ética es la siguiente:

Dra. Carmen Gorriti Siappo

Presidente del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica Teléfono: (+51043) 327-933.

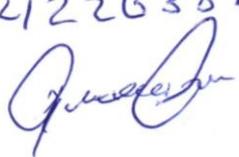
E-mail: cgorritis@gmail.com

Declaración del participante

El estudio descrito me ha sido explicado, y yo voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio. Si tengo preguntas futuras acerca del estudio, éstas serán contestadas por uno de los investigadores listados en el punto anterior.

Doy permiso a los investigadores para:

- Usar la información colectada en este estudio

- No
Carlos E. I. Parraguire Giron
412263814


“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

Sullana, 20 de noviembre de 2019.

Oficio N.º 001-157 - 2019 DTI ULADECH/CDRR

Señor : Señores Representantes de las MYPE distribuidoras de Mororepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado - Sullana

Asunto: Solicitud de permiso.

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para manifestarle que, estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, se procederá a realizar la siguiente encuesta a los clientes, en ella los clientes solo llenaran los cuadros vacíos y marcaran la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación.

Aprovecho la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración y deferente estima personal.

Dios Guarde a Ud



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE (ULADECH Católica)**

Instituto de Investigación (IIU)

**LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES
DISTRIBUIDORAS DE MOTO REPUESTOS EN EL AA.HH JUAN VELASCO
ALVARADO DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018**

Investigador principal: Franklin Keiner Villarreyes Osoria (estudiante de la
Universidad Católica los Ángeles de Chimbote)

Mgtr. Carlos David Ramos Rosas (Universidad Católica
los Ángeles de Chimbote)

Fecha de Versión: 20 de noviembre, 2019 (Versión 1.0)

Detalles e indicaciones:

Estimado Empresarios,

Estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, se procederá a realizar la siguiente encuesta a los clientes, en ella los clientes solo llenaran los cuadros vacíos y marcaran la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación

Consentimiento Informado

Propósito del informe de investigación

El propósito de este estudio Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018.

¿Por qué le pedimos participar?

Estamos solicitando su participación como voluntario en un estudio de investigación que tiene gran importancia por cuanto llenara el vacío de conocimiento debido a que no existe reporte de las características de la gestión de la calidad en las MYPES haciendo uso de técnicas modernas administrativas en las MYPE de la provincia de Sullana.

Procedimientos

Si Ud. accede participar, nos estará autorizando a que sus clientes completen un cuestionario estructurado de gestión de calidad y de técnicas administrativas modernas, como instrumento de recolección de datos, mediante la técnica de la encuesta a una muestra poblacional que se calculará de la población de Sullana. El cuestionario demora aproximadamente 15 minutos.

Riesgos/molestias

Esté estudio no representa ningún riesgo para la MYPE que administra.

Beneficios

El estudio no presenta ningún beneficio para usted, pero podría beneficiar a la ciencia ya que reportará un panorama de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente, en las Microempresas del rubro motorepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado, año 2018.

Pago por participación

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Nosotros no pagamos por su participación.

Protegiendo la confidencialidad de los datos

Toda la información recogida en este estudio será manejada con rigurosa confidencialidad. Aunque se colectará su nombre y de la MYPE para propósitos

del estudio, no los usaremos rutinariamente. Y toda la información recolectada será guardada en bases de datos protegidas con contraseñas. Usted no será identificable ya que solo números serán usados en vez de nombres en las bases de datos.

Compartiendo su información con otros

Los resultados de este estudio podrían presentarse en revistas o conferencias científicas, pero sin su nombre y sin ninguna información que pueda identificarlo. Su nombre no aparecerá en ninguna publicación de este estudio.

¿A quién debo llamar si tengo dudas o problemas?

- Llame al investigador principal, Franklin Keiner Villarreyes Osoria al teléfono 947446365 sobre cualquier pregunta, duda o queja que crea se relacione al estudio.
- Llame o contacte a la oficina del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica. Contacte al Comité Institucional de Ética si siente que no ha sido tratado justamente o si tiene alguna otra preocupación. La información del Comité Institucional de Ética es la siguiente:

Dra. Carmen Gorriti Siappo

Presidente del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica Teléfono: (+51043) 327-933.

E-mail: cgorritis@gmail.com

Declaración del participante

El estudio descrito me ha sido explicado, y yo voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio. Si tengo preguntas futuras acerca del estudio, éstas serán contestadas por uno de los investigadores listados en el punto anterior.

Doy permiso a los investigadores para:

- Usar la información colectada en este estudio

- No

DIOGAR RIOS RIMAICUNA
03091525


“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

Sullana, 20 de noviembre de 2019.

Oficio N.º 001-157 - 2019 DTI ULADECH/CDRR

Señor : Señores Representantes de las MYPE distribuidoras de Mororepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado - Sullana

Asunto: Solicitud de permiso.

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para manifestarle que, estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, se procederá a realizar la siguiente encuesta a los clientes, en ella los clientes solo llenaran los cuadros vacíos y marcaran la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación.

Aprovecho la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración y deferente estima personal.

Dios Guarde a Ud



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE (ULADECH Católica)**

Instituto de Investigación (IIU)

**LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES
DISTRIBUIDORAS DE MOTO REPUESTOS EN EL AA.HH JUAN VELASCO
ALVARADO DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018**

Investigador principal: Franklin Keiner Villarreyes Osoria (estudiante de la
Universidad Católica los Ángeles de Chimbote)

Mgtr. Carlos David Ramos Rosas (Universidad Católica
los Ángeles de Chimbote)

Fecha de Versión: 20 de noviembre, 2019 (Versión 1.0)

Detalles e indicaciones:

Estimado Empresarios,

Estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, se procederá a realizar la siguiente encuesta a los clientes, en ella los clientes solo llenaran los cuadros vacíos y marcaran la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación

Consentimiento Informado

Propósito del informe de investigación

El propósito de este estudio Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018.

¿Por qué le pedimos participar?

Estamos solicitando su participación como voluntario en un estudio de investigación que tiene gran importancia por cuanto llenara el vacío de conocimiento debido a que no existe reporte de las características de la gestión de la calidad en las MYPES haciendo uso de técnicas modernas administrativas en las MYPE de la provincia de Sullana.

Procedimientos

Si Ud. accede participar, nos estará autorizando a que sus clientes completen un cuestionario estructurado de gestión de calidad y de técnicas administrativas modernas, como instrumento de recolección de datos, mediante la técnica de la encuesta a una muestra poblacional que se calculará de la población de Sullana. El cuestionario demora aproximadamente 15 minutos.

Riesgos/molestias

Esté estudio no representa ningún riesgo para la MYPE que administra.

Beneficios

El estudio no presenta ningún beneficio para usted, pero podría beneficiar a la ciencia ya que reportará un panorama de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente, en las Microempresas del rubro motorepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado, año 2018.

Pago por participación

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Nosotros no pagamos por su participación.

Protegiendo la confidencialidad de los datos

Toda la información recogida en este estudio será manejada con rigurosa confidencialidad. Aunque se colectará su nombre y de la MYPE para propósitos

del estudio, no los usaremos rutinariamente. Y toda la información recolectada será guardada en bases de datos protegidas con contraseñas. Usted no será identificable ya que solo números serán usados en vez de nombres en las bases de datos.

Compartiendo su información con otros

Los resultados de este estudio podrían presentarse en revistas o conferencias científicas, pero sin su nombre y sin ninguna información que pueda identificarlo. Su nombre no aparecerá en ninguna publicación de este estudio.

¿A quién debo llamar si tengo dudas o problemas?

- Llame al investigador principal, Franklin Keiner Villarreyes Osoria al teléfono 947446365 sobre cualquier pregunta, duda o queja que crea se relacione al estudio.
- Llame o contacte a la oficina del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica. Contacte al Comité Institucional de Ética si siente que no ha sido tratado justamente o si tiene alguna otra preocupación. La información del Comité Institucional de Ética es la siguiente:

Dra. Carmen Gorriti Siappo

Presidente del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH

Católica Teléfono: (+51043) 327-933.

E-mail: cgorritis@gmail.com

Declaración del participante

El estudio descrito me ha sido explicado, y yo voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio. Si tengo preguntas futuras acerca del estudio, éstas serán contestadas por uno de los investigadores listados en el punto anterior.

Doy permiso a los investigadores para:

- Usar la información colectada en este estudio

- No

JOSE CARLOS MELOCHO VASQUEZ
43225316



“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

Sullana, 20 de noviembre de 2019.

Oficio N.º 001-157 - 2019 DTI ULADECH/CDRR

Señor : Señores Representantes de las MYPE distribuidoras de Mororepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado - Sullana

Asunto: Solicitud de permiso.

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para manifestarle que, estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, se procederá a realizar la siguiente encuesta a los clientes, en ella los clientes solo llenaran los cuadros vacíos y marcaran la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación.

Aprovecho la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración y deferente estima personal.

Dios Guarde a Ud



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE (ULADECH Católica)**

Instituto de Investigación (IIU)

**LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES
DISTRIBUIDORAS DE MOTO REPUESTOS EN EL AA.HH JUAN VELASCO
ALVARADO DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018**

Investigador principal: Franklin Keiner Villarreyes Osoria (estudiante de la
Universidad Católica los Ángeles de Chimbote)
Mgtr. Carlos David Ramos Rosas (Universidad Católica
los Ángeles de Chimbote)

Fecha de Versión: 20 de noviembre, 2019 (Versión 1.0)

Detalles e indicaciones:

Estimado Empresarios,

Estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, se procederá a realizar la siguiente encuesta a los clientes, en ella los clientes solo llenaran los cuadros vacíos y marcaran la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación

Consentimiento Informado

Propósito del informe de investigación

El propósito de este estudio Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018.

¿Por qué le pedimos participar?

Estamos solicitando su participación como voluntario en un estudio de investigación que tiene gran importancia por cuanto llenara el vacío de conocimiento debido a que no existe reporte de las características de la gestión de la calidad en las MYPES haciendo uso de técnicas modernas administrativas en las MYPE de la provincia de Sullana.

Procedimientos

Si Ud. accede participar, nos estará autorizando a que sus clientes completen un cuestionario estructurado de gestión de calidad y de técnicas administrativas modernas, como instrumento de recolección de datos, mediante la técnica de la encuesta a una muestra poblacional que se calculará de la población de Sullana. El cuestionario demora aproximadamente 15 minutos.

Riesgos/molestias

Esté estudio no representa ningún riesgo para la MYPE que administra.

Beneficios

El estudio no presenta ningún beneficio para usted, pero podría beneficiar a la ciencia ya que reportará un panorama de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente, en las Microempresas del rubro motorepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado, año 2018.

Pago por participación

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Nosotros no pagamos por su participación.

Protegiendo la confidencialidad de los datos

Toda la información recogida en este estudio será manejada con rigurosa confidencialidad. Aunque se colectará su nombre y de la MYPE para propósitos

del estudio, no los usaremos rutinariamente. Y toda la información recolectada será guardada en bases de datos protegidas con contraseñas. Usted no será identificable ya que solo números serán usados en vez de nombres en las bases de datos.

Compartiendo su información con otros

Los resultados de este estudio podrían presentarse en revistas o conferencias científicas, pero sin su nombre y sin ninguna información que pueda identificarlo. Su nombre no aparecerá en ninguna publicación de este estudio.

¿A quién debo llamar si tengo dudas o problemas?

- Llame al investigador principal, Franklin Keiner Villarreyes Osoria al teléfono 947446365 sobre cualquier pregunta, duda o queja que crea se relacione al estudio.
- Llame o contacte a la oficina del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica. Contacte al Comité Institucional de Ética si siente que no ha sido tratado justamente o si tiene alguna otra preocupación. La información del Comité Institucional de Ética es la siguiente:

Dra. Carmen Gorriti Siappo

Presidente del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica Teléfono: (+51043) 327-933.

E-mail: cgorritis@gmail.com

Declaración del participante

El estudio descrito me ha sido explicado, y yo voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio. Si tengo preguntas futuras acerca del estudio, éstas serán contestadas por uno de los investigadores listados en el punto anterior.

Doy permiso a los investigadores para:

- Usar la información colectada en este estudio - No

Rosa Aura Qurspe Pardo

77420835



“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

Sullana, 20 de noviembre de 2019.

Oficio N.º 001-157 - 2019 DTI ULADECH/CDRR

Señor : Señores Representantes de las MYPE distribuidoras de Mororepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado - Sullana

Asunto: Solicitud de permiso.

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para manifestarle que, estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, se procederá a realizar la siguiente encuesta a los clientes, en ella los clientes solo llenaran los cuadros vacíos y marcaran la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación.

Aprovecho la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración y deferente estima personal.

Dios Guarde a Ud



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE (ULADECH Católica)**

Instituto de Investigación (IIU)

**LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES
DISTRIBUIDORAS DE MOTO REPUESTOS EN EL AA.HH JUAN VELASCO
ALVARADO DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018**

Investigador principal: Franklin Keiner Villarreyes Osoria (estudiante de la
Universidad Católica los Ángeles de Chimbote)
Mgtr. Carlos David Ramos Rosas (Universidad Católica
los Ángeles de Chimbote)

Fecha de Versión: 20 de noviembre, 2019 (Versión 1.0)

Detalles e indicaciones:

Estimado Empresarios,

Estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, se procederá a realizar la siguiente encuesta a los clientes, en ella los clientes solo llenaran los cuadros vacíos y marcaran la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación

Consentimiento Informado

Propósito del informe de investigación

El propósito de este estudio Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018.

¿Por qué le pedimos participar?

Estamos solicitando su participación como voluntario en un estudio de investigación que tiene gran importancia por cuanto llenara el vacío de conocimiento debido a que no existe reporte de las características de la gestión de la calidad en las MYPES haciendo uso de técnicas modernas administrativas en las MYPE de la provincia de Sullana.

Procedimientos

Si Ud. accede participar, nos estará autorizando a que sus clientes completen un cuestionario estructurado de gestión de calidad y de técnicas administrativas modernas, como instrumento de recolección de datos, mediante la técnica de la encuesta a una muestra poblacional que se calculará de la población de Sullana. El cuestionario demora aproximadamente 15 minutos.

Riesgos/molestias

Este estudio no representa ningún riesgo para la MYPE que administra.

Beneficios

El estudio no presenta ningún beneficio para usted, pero podría beneficiar a la ciencia ya que reportará un panorama de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente, en las Microempresas del rubro motorepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado, año 2018.

Pago por participación

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Nosotros no pagamos por su participación.

Protegiendo la confidencialidad de los datos

Toda la información recogida en este estudio será manejada con rigurosa confidencialidad. Aunque se coleccionará su nombre y de la MYPE para propósitos

del estudio, no los usaremos rutinariamente. Y toda la información recolectada será guardada en bases de datos protegidas con contraseñas. Usted no será identificable ya que solo números serán usados en vez de nombres en las bases de datos.

Compartiendo su información con otros

Los resultados de este estudio podrían presentarse en revistas o conferencias científicas, pero sin su nombre y sin ninguna información que pueda identificarlo. Su nombre no aparecerá en ninguna publicación de este estudio.

¿A quién debo llamar si tengo dudas o problemas?

- Llame al investigador principal, Franklin Keiner Villarreyes Osoria al teléfono 947446365 sobre cualquier pregunta, duda o queja que crea se relacione al estudio.
- Llame o contacte a la oficina del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica. Contacte al Comité Institucional de Ética si siente que no ha sido tratado justamente o si tiene alguna otra preocupación. La información del Comité Institucional de Ética es la siguiente:

Dra. Carmen Gorriti Siappo

Presidente del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica Teléfono: (+51043) 327-933.

E-mail: cgorritis@gmail.com

Declaración del participante

El estudio descrito me ha sido explicado, y yo voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio. Si tengo preguntas futuras acerca del estudio, éstas serán contestadas por uno de los investigadores listados en el punto anterior.

Doy permiso a los investigadores para:

- Usar la información colectada en este estudio

- No

Jhon Jaime Campo verde

45 1850 16



“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

Sullana, 20 de noviembre de 2019.

Oficio N.º 001-157 - 2019 DTI ULADECH/CDRR

Señor : Señores Representantes de las MYPE distribuidoras de Mororepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado - Sullana

Asunto: Solicitud de permiso.

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para manifestarle que, estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, se procederá a realizar la siguiente encuesta a los clientes, en ella los clientes solo llenaran los cuadros vacíos y marcaran la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación.

Aprovecho la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración y deferente estima personal.

Dios Guarde a Ud



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE (ULADECH Católica)**

Instituto de Investigación (IIU)

**LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES
DISTRIBUIDORAS DE MOTO REPUESTOS EN EL AA.HH JUAN VELASCO
ALVARADO DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018**

Investigador principal: Franklin Keiner Villarreyes Osoria (estudiante de la
Universidad Católica los Ángeles de Chimbote)

Mgtr. Carlos David Ramos Rosas (Universidad Católica
los Ángeles de Chimbote)

Fecha de Versión: 20 de noviembre, 2019 (Versión 1.0)

Detalles e indicaciones:

Estimado Empresarios,

Estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, se procederá a realizar la siguiente encuesta a los clientes, en ella los clientes solo llenaran los cuadros vacíos y marcaran la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación

Consentimiento Informado

Propósito del informe de investigación

El propósito de este estudio Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018.

¿Por qué le pedimos participar?

Estamos solicitando su participación como voluntario en un estudio de investigación que tiene gran importancia por cuanto llenara el vacío de conocimiento debido a que no existe reporte de las características de la gestión de la calidad en las MYPES haciendo uso de técnicas modernas administrativas en las MYPE de la provincia de Sullana.

Procedimientos

Si Ud. accede participar, nos estará autorizando a que sus clientes completen un cuestionario estructurado de gestión de calidad y de técnicas administrativas modernas, como instrumento de recolección de datos, mediante la técnica de la encuesta a una muestra poblacional que se calculará de la población de Sullana. El cuestionario demora aproximadamente 15 minutos.

Riesgos/molestias

Esté estudio no representa ningún riesgo para la MYPE que administra.

Beneficios

El estudio no presenta ningún beneficio para usted, pero podría beneficiar a la ciencia ya que reportará un panorama de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente, en las Microempresas del rubro motorepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado, año 2018.

Pago por participación

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Nosotros no pagamos por su participación.

Protegiendo la confidencialidad de los datos

Toda la información recogida en este estudio será manejada con rigurosa confidencialidad. Aunque se colectará su nombre y de la MYPE para propósitos

del estudio, no los usaremos rutinariamente. Y toda la información recolectada será guardada en bases de datos protegidas con contraseñas. Usted no será identificable ya que solo números serán usados en vez de nombres en las bases de datos.

Compartiendo su información con otros

Los resultados de este estudio podrían presentarse en revistas o conferencias científicas, pero sin su nombre y sin ninguna información que pueda identificarlo. Su nombre no aparecerá en ninguna publicación de este estudio.

¿A quién debo llamar si tengo dudas o problemas?

- Llame al investigador principal, Franklin Keiner Villarreyes Osoria al teléfono 947446365 sobre cualquier pregunta, duda o queja que crea se relacione al estudio.
- Llame o contacte a la oficina del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica. Contacte al Comité Institucional de Ética si siente que no ha sido tratado justamente o si tiene alguna otra preocupación. La información del Comité Institucional de Ética es la siguiente:

Dra. Carmen Gorriti Siappo

Presidente del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica Teléfono: (+51043) 327-933.

E-mail: cgorritis@gmail.com

Declaración del participante

El estudio descrito me ha sido explicado, y yo voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio. Si tengo preguntas futuras acerca del estudio, éstas serán contestadas por uno de los investigadores listados en el punto anterior.

Doy permiso a los investigadores para:

- Usar la información colectada en este estudio

- No

Rosa Cati Nole Zarbala
03664866


“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

Sullana, 20 de noviembre de 2019.

Oficio N.º 001-157 - 2019 DTI ULADECH/CDRR

Señor : Señores Representantes de las MYPE distribuidoras de Mororepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado - Sullana

Asunto: Solicitud de permiso.

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para manifestarle que, estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, se procederá a realizar la siguiente encuesta a los clientes, en ella los clientes solo llenaran los cuadros vacíos y marcaran la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación.

Aprovecho la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración y deferente estima personal.

Dios Guarde a Ud



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE (ULADECH Católica)**

Instituto de Investigación (IIU)

**LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES
DISTRIBUIDORAS DE MOTO REPUESTOS EN EL AA.HH JUAN VELASCO
ALVARADO DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018**

Investigador principal: Franklin Keiner Villarreyes Osoria (estudiante de la
Universidad Católica los Ángeles de Chimbote)
Mgtr. Carlos David Ramos Rosas (Universidad Católica
los Ángeles de Chimbote)

Fecha de Versión: 20 de noviembre, 2019 (Versión 1.0)

Detalles e indicaciones:

Estimado Empresarios,

Estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, se procederá a realizar la siguiente encuesta a los clientes, en ella los clientes solo llenaran los cuadros vacíos y marcaran la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación

Consentimiento Informado

Propósito del informe de investigación

El propósito de este estudio Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018.

¿Por qué le pedimos participar?

Estamos solicitando su participación como voluntario en un estudio de investigación que tiene gran importancia por cuanto llenara el vacío de conocimiento debido a que no existe reporte de las características de la gestión de la calidad en las MYPES haciendo uso de técnicas modernas administrativas en las MYPE de la provincia de Sullana.

Procedimientos

Si Ud. accede participar, nos estará autorizando a que sus clientes completen un cuestionario estructurado de gestión de calidad y de técnicas administrativas modernas, como instrumento de recolección de datos, mediante la técnica de la encuesta a una muestra poblacional que se calculará de la población de Sullana. El cuestionario demora aproximadamente 15 minutos.

Riesgos/molestias

Esté estudio no representa ningún riesgo para la MYPE que administra.

Beneficios

El estudio no presenta ningún beneficio para usted, pero podría beneficiar a la ciencia ya que reportará un panorama de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente, en las Microempresas del rubro motorepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado, año 2018.

Pago por participación

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Nosotros no pagamos por su participación.

Protegiendo la confidencialidad de los datos

Toda la información recogida en este estudio será manejada con rigurosa confidencialidad. Aunque se coleccionará su nombre y de la MYPE para propósitos

del estudio, no los usaremos rutinariamente. Y toda la información recolectada será guardada en bases de datos protegidas con contraseñas. Usted no será identificable ya que solo números serán usados en vez de nombres en las bases de datos.

Compartiendo su información con otros

Los resultados de este estudio podrían presentarse en revistas o conferencias científicas, pero sin su nombre y sin ninguna información que pueda identificarlo. Su nombre no aparecerá en ninguna publicación de este estudio.

¿A quién debo llamar si tengo dudas o problemas?

- Llame al investigador principal, Franklin Keiner Villarreyes Osoria al teléfono 947446365 sobre cualquier pregunta, duda o queja que crea se relacione al estudio.
- Llame o contacte a la oficina del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica. Contacte al Comité Institucional de Ética si siente que no ha sido tratado justamente o si tiene alguna otra preocupación. La información del Comité Institucional de Ética es la siguiente:

Dra. Carmen Gorriti Siappo

Presidente del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica Teléfono: (+51043) 327-933.

E-mail: cgorritis@gmail.com

Declaración del participante

El estudio descrito me ha sido explicado, y yo voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio. Si tengo preguntas futuras acerca del estudio, éstas serán contestadas por uno de los investigadores listados en el punto anterior.

Doy permiso a los investigadores para:

- Usar la información colectada en este estudio

- No

Julio Antonio Marino Calderan
03678065



“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

Sullana, 20 de noviembre de 2019.

Oficio N.º 001-157 - 2019 DTI ULADECH/CDRR

Señor : Señores Representantes de las MYPE distribuidoras de Mororepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado - Sullana

Asunto: Solicitud de permiso.

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para manifestarle que, estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, se procederá a realizar la siguiente encuesta a los clientes, en ella los clientes solo llenaran los cuadros vacíos y marcaran la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación.

Aprovecho la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración y deferente estima personal.

Dios Guarde a Ud



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE (ULADECH Católica)**

Instituto de Investigación (IIU)

**LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES
DISTRIBUIDORAS DE MOTO REPUESTOS EN EL AA.HH JUAN VELASCO
ALVARADO DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018**

Investigador principal: Franklin Keiner Villarreyes Osoria (estudiante de la
Universidad Católica los Ángeles de Chimbote)
Mgtr. Carlos David Ramos Rosas (Universidad Católica
los Ángeles de Chimbote)

Fecha de Versión: 20 de noviembre, 2019 (Versión 1.0)

Detalles e indicaciones:

Estimado Empresarios,

Estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, se procederá a realizar la siguiente encuesta a los clientes, en ella los clientes solo llenaran los cuadros vacíos y marcaran la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación

Consentimiento Informado

Propósito del informe de investigación

El propósito de este estudio Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018.

¿Por qué le pedimos participar?

Estamos solicitando su participación como voluntario en un estudio de investigación que tiene gran importancia por cuanto llenara el vacío de conocimiento debido a que no existe reporte de las características de la gestión de la calidad en las MYPES haciendo uso de técnicas modernas administrativas en las MYPE de la provincia de Sullana.

Procedimientos

Si Ud. accede participar, nos estará autorizando a que sus clientes completen un cuestionario estructurado de gestión de calidad y de técnicas administrativas modernas, como instrumento de recolección de datos, mediante la técnica de la encuesta a una muestra poblacional que se calculará de la población de Sullana. El cuestionario demora aproximadamente 15 minutos.

Riesgos/molestias

Esté estudio no representa ningún riesgo para la MYPE que administra.

Beneficios

El estudio no presenta ningún beneficio para usted, pero podría beneficiar a la ciencia ya que reportará un panorama de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente, en las Microempresas del rubro motorepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado, año 2018.

Pago por participación

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Nosotros no pagamos por su participación.

Protegiendo la confidencialidad de los datos

Toda la información recogida en este estudio será manejada con rigurosa confidencialidad. Aunque se colectará su nombre y de la MYPE para propósitos

del estudio, no los usaremos rutinariamente. Y toda la información recolectada será guardada en bases de datos protegidas con contraseñas. Usted no será identificable ya que solo números serán usados en vez de nombres en las bases de datos.

Compartiendo su información con otros

Los resultados de este estudio podrían presentarse en revistas o conferencias científicas, pero sin su nombre y sin ninguna información que pueda identificarlo. Su nombre no aparecerá en ninguna publicación de este estudio.

¿A quién debo llamar si tengo dudas o problemas?

- Llame al investigador principal, Franklin Keiner Villarreyes Osoria al teléfono 947446365 sobre cualquier pregunta, duda o queja que crea se relacione al estudio.
- Llame o contacte a la oficina del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica. Contacte al Comité Institucional de Ética si siente que no ha sido tratado justamente o si tiene alguna otra preocupación. La información del Comité Institucional de Ética es la siguiente:

Dra. Carmen Gorriti Siappo

Presidente del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica Teléfono: (+51043) 327-933.

E-mail: cgorritis@gmail.com

Declaración del participante

El estudio descrito me ha sido explicado, y yo voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio. Si tengo preguntas futuras acerca del estudio, éstas serán contestadas por uno de los investigadores listados en el punto anterior.

Doy permiso a los investigadores para:

- Usar la información colectada en este estudio

- No

Elio Villalta S.

035 78558



“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

Sullana, 20 de noviembre de 2019.

Oficio N.º 001-157 - 2019 DTI ULADECH/CDRR

Señor : Señores Representantes de las MYPE distribuidoras de Mororepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado - Sullana

Asunto: Solicitud de permiso.

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para manifestarle que, estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, se procederá a realizar la siguiente encuesta a los clientes, en ella los clientes solo llenaran los cuadros vacíos y marcaran la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación.

Aprovecho la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración y deferente estima personal.

Dios Guarde a Ud



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE (ULADECH Católica)**

Instituto de Investigación (IIU)

**LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES
DISTRIBUIDORAS DE MOTO REPUESTOS EN EL AA.HH JUAN VELASCO
ALVARADO DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018**

Investigador principal: Franklin Keiner Villarreyes Osoria (estudiante de la
Universidad Católica los Ángeles de Chimbote)
Mgtr. Carlos David Ramos Rosas (Universidad Católica
los Ángeles de Chimbote)

Fecha de Versión: 20 de noviembre, 2019 (Versión 1.0)

Detalles e indicaciones:

Estimado Empresarios,

Estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, se procederá a realizar la siguiente encuesta a los clientes, en ella los clientes solo llenaran los cuadros vacíos y marcaran la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación

Consentimiento Informado

Propósito del informe de investigación

El propósito de este estudio Determinar las características de la gestión de calidad y atención del cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado en la ciudad de Sullana, en el año 2018.

¿Por qué le pedimos participar?

Estamos solicitando su participación como voluntario en un estudio de investigación que tiene gran importancia por cuanto llenara el vacío de conocimiento debido a que no existe reporte de las características de la gestión de la calidad en las MYPES haciendo uso de técnicas modernas administrativas en las MYPE de la provincia de Sullana.

Procedimientos

Si Ud. accede participar, nos estará autorizando a que sus clientes completen un cuestionario estructurado de gestión de calidad y de técnicas administrativas modernas, como instrumento de recolección de datos, mediante la técnica de la encuesta a una muestra poblacional que se calculará de la población de Sullana. El cuestionario demora aproximadamente 15 minutos.

Riesgos/molestias

Esté estudio no representa ningún riesgo para la MYPE que administra.

Beneficios

El estudio no presenta ningún beneficio para usted, pero podría beneficiar a la ciencia ya que reportará un panorama de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente, en las Microempresas del rubro motorepuestos del AA.HH Juan Velasco Alvarado, año 2018.

Pago por participación

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Nosotros no pagamos por su participación.

Protegiendo la confidencialidad de los datos

Toda la información recogida en este estudio será manejada con rigurosa confidencialidad. Aunque se coleccionará su nombre y de la MYPE para propósitos

del estudio, no los usaremos rutinariamente. Y toda la información recolectada será guardada en bases de datos protegidas con contraseñas. Usted no será identificable ya que solo números serán usados en vez de nombres en las bases de datos.

Compartiendo su información con otros

Los resultados de este estudio podrían presentarse en revistas o conferencias científicas, pero sin su nombre y sin ninguna información que pueda identificarlo. Su nombre no aparecerá en ninguna publicación de este estudio.

¿A quién debo llamar si tengo dudas o problemas?

- Llame al investigador principal, Franklin Keiner Villarreyes Osoria al teléfono 947446365 sobre cualquier pregunta, duda o queja que crea se relacione al estudio.
- Llame o contacte a la oficina del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica. Contacte al Comité Institucional de Ética si siente que no ha sido tratado justamente o si tiene alguna otra preocupación. La información del Comité Institucional de Ética es la siguiente:

Dra. Carmen Gorriti Siappo

Presidente del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica Teléfono: (+51043) 327-933.

E-mail: cgorritis@gmail.com

Declaración del participante

El estudio descrito me ha sido explicado, y yo voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio. Si tengo preguntas futuras acerca del estudio, éstas serán contestadas por uno de los investigadores listados en el punto anterior.

Doy permiso a los investigadores para:

- Usar la información colectada en este estudio

- No

Johrs Williams Espinoza Calderon
48343630



Anexo 6: Constancia de juicio de expertos

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

**ANEXO
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS**

Yo CARLOS DAVID RAMOS ROSAS identificado con

DNI 03694324, Magister en ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Por

medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos del cuestionario, elaborado por el estudiante.

Br. FRANKLIN KEINER VILLARREYES OSORIA, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestral) seleccionada para el trabajo de investigación:

**LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES
DISTRIBUIDORAS DE MOTO REPUESTOS EN EL AA.HH JUAN VELASCO
ALVARADO DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018**, que se encuentra realizando.

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

Piura, 15 noviembre 2020



 Lic. Adm. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS
REG. UNIC. DE COLEG. N°03509

| Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote | | | | | | | | | |
|--|--|---------------------------------|----|---------------------------------|----|------------------------------|----|--|----|
| Escuela Profesional de Administración | | | | | | | | | |
| MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS | | | | | | | | | |
| Autor: FRANKLIN KEINER VILLARREYES OSORIA | | | | | | | | | |
| Orden | Pregunta | CRITERIOS DE EVALUACIÓN | | | | | | | |
| | | ¿Es pertinente con el concepto? | | ¿Necesita mejorar la redacción? | | ¿Es tendencia a aquiescente? | | ¿Se necesita más Ítems para medir el concepto? | |
| | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO |
| V1 | GESTIÓN DE CALIDAD | | | | | | | | |
| OE 1 | Describir los elementos del proceso administrativo en la gestión de calidad en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018 | | | | | | | | |
| 01 | ¿Todos los trabajadores conocen el objetivo de la organización? | X | | X | | X | | X | |
| 02 | ¿Se distribuyen las tareas del día con todo el personal de trabajo? | X | | X | | X | | X | |
| 03 | ¿Utiliza técnicas para medir el rendimiento del personal? | X | | X | | X | | X | |
| 04 | ¿Los trabajadores controlan las actividades diarias dentro de la organización? | X | | X | | X | | X | |
| OE 2 | Describir los principios de la Gestión de calidad en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018 | | | | | | | | |
| 05 | ¿Su personal está capacitado para poder atender a todos sus clientes? | X | | X | | X | | X | |
| 06 | ¿Orientan a su personal para que mejore en sus labores? | X | | X | | X | | X | |
| 07 | ¿Todo el personal debe involucrarse en el proceso de gestión de calidad? | X | | X | | X | | X | |

| | | | | | | | | | |
|-------------|---|---|--|---|--|---|--|---|--|
| 08 | ¿Utilizan estrategias para poder alcanzar metas semanales? | X | | X | | X | | X | |
| 09 | ¿La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio? | X | | X | | X | | X | |
| 10 | ¿Con una buena gestión organizada, se pueden alcanzar grandes metas? | X | | X | | X | | X | |
| 11 | ¿La gestión de calidad en su empresa permite lograr la calidad de los productos o servicios? | X | | X | | X | | X | |
| V2 | ATENCIÓN AL CLIENTE | X | | X | | X | | X | |
| OE 3 | Describir los tipos de atención al cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018 | | | | | | | | |
| 12 | ¿La atención que le brinda la empresa le motiva a regresar? | X | | X | | X | | X | |
| 13 | ¿Siempre encuentra el producto que está buscando en esta empresa? | X | | X | | X | | X | |
| 14 | ¿El personal es amable a la hora de brindarle su atención? | X | | X | | X | | X | |
| 15 | ¿Usted cree que el personal debe tratar bien a los clientes? | X | | X | | X | | X | |
| 15 | ¿Usted siente que lo respetan cuando es atendido? | X | | X | | X | | X | |
| OE 4 | Describir los Elementos que Conforman la Satisfacción del Cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018. | | | | | | | | |
| 17 | ¿Usted cómo cliente se siente satisfecho con los productos que compra? | X | | X | | X | | X | |
| 18 | ¿Usted recomendaría a sus amigos y familiares en venir a comprar? | X | | X | | X | | X | |
| 19 | ¿Crees que una buena atención hablaría bien de una empresa? | X | | X | | X | | X | |
| 20 | ¿Usted cómo cliente cree que las estrategias son buenas para las empresas? | X | | X | | X | | X | |
| OE 5 | Describir las dimensiones del servicio al Cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA. HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018 | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|----|--|---|--|---|--|---|--|---|--|
| 21 | ¿Se siente satisfecho con el servicio que le brindan? | X | | X | | X | | X | |
| 22 | ¿Usted compra productos muy seguidos? | X | | X | | X | | X | |
| 23 | ¿Usted es atendido con rapidez? | X | | X | | X | | X | |
| 24 | ¿Lo tratan con cortesía? | X | | X | | X | | X | |
| 25 | ¿Usted se siente confiable con el servicio que le brindan? | X | | X | | X | | X | |

“AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD”

MGTR. LIC. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

ESPECIALIZACIÓN: Administración de empresas

COLEGIATURA: 3509

Validez y Confiabilidad:

Para evaluar el instrumento en su validez y confiabilidad se realizó una prueba piloto a fin de garantizar la calidad de los datos. El instrumento se aplicó a 10 personas con el fin de explorar sobre la Gestión de Calidad y de la misma manera se aplicó a 68 personas con el fin de explorar sobre la atención al cliente.

Validez: El instrumento que midió la “Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES distribuidoras de moto repuestos en el AA.HH Juan Velasco Alvarado del distrito de Sullana, año 2018” fue validado por expertos que acreditan experiencia en el área, para emitir los juicios y modificar la redacción del texto para que sea comprensible por el encuestado.

Confiabilidad: La confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 26. Dando el siguiente resultado:


Lic. Adm. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS
REG. UNIC. DE COLEG. N°03509



ESTADÍSTICO DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN DEL CLIENTE EN LAS MYPES DISTRIBUIDORAS DE MOTO REPUESTOS EN EL AA. HH JUAN VELASCO ALVARADO EN LA CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2018.

VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

Podemos determinar que el instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 70.3% de confiabilidad con respecto a 11 preguntas (10 encuestados) de la variable Gestión de Calidad.

| Estadística de fiabilidad | |
|----------------------------------|-------------------------|
| Nº de Elementos | Alfa de Cronbach |
| 11 | ,703 |

| Estadísticas de elemento | | | |
|--|--------------|----------------------------|----------|
| | Media | Desviación estándar | N |
| ¿Todos los trabajadores conocen el objetivo de la organización? | 4,00 | ,816 | 10 |
| ¿Se distribuyen las tareas del día con todo el personal de trabajo? | 3,90 | ,994 | 10 |
| ¿Utiliza técnicas para medir el rendimiento del personal? | 3,50 | 1,269 | 10 |
| ¿Los trabajadores controlan las actividades diarias dentro de la organización? | 3,90 | ,994 | 10 |
| ¿Su personal está capacitado para poder atender a todos sus clientes? | 3,90 | ,994 | 10 |

| | | | |
|--|------|-------|----|
| ¿Orientan a su personal para que mejores en sus labores? | 3,20 | ,919 | 10 |
| ¿Todo el personal debe de involucrarse en el proceso de gestión de calidad? | 4,40 | ,699 | 10 |
| ¿Utilizan estrategias para poder alcanzar metas semanales? | 4,20 | ,789 | 10 |
| ¿La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio? | 3,80 | 1,135 | 10 |
| ¿Con una buena gestión organizada, se pueden alcanzar grandes metas? | 3,70 | 1,252 | 10 |
| ¿La gestión de calidad en su empresa permite lograr la calidad de los productos o servicios? | 4,20 | ,919 | 10 |




 Lic. Adm. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS
 REG. UNIC. DE COLEG. N°03509

VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

Podemos determinar que el instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 70.5% de confiabilidad con respecto a 14 preguntas (68 encuestados) de la variable Atención al Cliente.

| Estadística de fiabilidad | |
|----------------------------------|-------------------------|
| Nº de Elementos | Alfa de Cronbach |
| 14 | .705 |

| Estadísticas de elemento | | | |
|--|--------------|----------------------------|----------|
| | Media | Desviación estándar | N |
| ¿La atención que le brinda la empresa le motiva a regresar? | 4,01 | ,872 | 68 |
| ¿Siempre encuentra el producto que está buscando en esta empresa? | 3,85 | 1,083 | 68 |
| ¿El personal es amable a la hora de brindarle su atención? | 3,65 | ,481 | 68 |
| ¿Usted cree que el personal debe tratar bien a los clientes? | 4,69 | ,718 | 68 |
| ¿Usted siente que lo respetan cuando es atendido? | 2,69 | ,629 | 68 |
| ¿Usted cómo cliente se siente satisfecho con los productos que compra? | 4,47 | ,503 | 68 |
| ¿Usted recomendaría a sus amigos y familiares en venir a comprar? | 4,06 | ,689 | 68 |
| ¿Crees que una buena atención hablaría bien de una empresa? | 4,94 | ,237 | 68 |
| ¿Usted cómo cliente cree que las estrategias son buenas para las empresas? | 4,84 | ,371 | 68 |

| | | | |
|--|------|-------|----|
| ¿Se siente satisfecho con el servicio que le brindan? | 3,56 | ,968 | 68 |
| ¿Usted compra productos muy seguido? | 3,94 | ,731 | 68 |
| ¿Usted es atendido con rapidez? | 3,76 | ,550 | 68 |
| ¿Lo tratan con cortesía? | 3,75 | ,608 | 68 |
| ¿Usted se siente confiable con el servicio que le brindan? | 3,72 | 1,005 | 68 |

Carlos David Ramos Rosas



Lic. Adm. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS
REG. UNIC. DE COLEG. N°03509

LIBRO DE CÓDIGOS

VARIABLE GESTION DE CALIDAD

| N° | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 |
|-----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|
| E1 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 |
| E2 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| E3 | 3 | 5 | 2 | 2 | 2 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 3 |
| E4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 |
| E5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| E6 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 2 | 2 | 4 |
| E7 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 |
| E8 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| E9 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| E10 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 |

VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

| Nº | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 |
|-----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|
| E1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| E2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| E3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| E4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| E5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| E6 | 5 | 2 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| E7 | 5 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| E8 | 3 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| E9 | 4 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| E10 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| E11 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| E12 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| E13 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| E14 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| E15 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| E16 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| E17 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| E18 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| E19 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| E20 | 2 | 4 | 4 | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 1 | 3 | 4 | 3 | 1 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| E21 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 3 | 1 |
| E22 | 4 | 3 | 4 | 5 | 1 | 4 | 3 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 1 |
| E23 | 4 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 3 | 5 | 5 | 1 | 4 | 3 | 4 | 1 |
| E24 | 4 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 5 | 3 | 3 | 1 |
| E25 | 5 | 5 | 4 | 5 | 1 | 4 | 3 | 5 | 5 | 1 | 3 | 3 | 4 | 1 |
| E26 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 |
| E27 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| E28 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| E29 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| E30 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| E31 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| E32 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| E33 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| E34 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| E35 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| E36 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| E37 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| E38 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| E39 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| E40 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| E41 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| E42 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| E43 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| E44 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| E45 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| E46 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| E47 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| E48 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| E49 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 |
| E50 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| E51 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 |
| E52 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| E53 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| E54 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| E55 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| E56 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| E57 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| E58 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| E59 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| E60 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| E61 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| E62 | 5 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| E63 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| E64 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| E65 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| E66 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| E67 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| E68 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

Anexo N°8: Cuadro De Resumen De Datos

| VARIABLE | DIMENSION | INDICADORES | ITEMS | RESULTADOS PORCENTUALES | | | | | |
|---------------------------|---|---|--|-------------------------|---------------|----------------|--------------|---------|--|
| | | | | Nunca | Algunas Veces | Con Frecuencia | Casi Siempre | Siempre | |
| PRIMER OBJETIVO | | | | | | | | | |
| GESTIÓN DE CALIDAD | ELEMENTOS DEL PROCESO ADMINISTRATIVO | Planificación | ¿Todos los trabajadores conocen el objetivo de la organización? | 0% | 0% | 30% | 40% | 30% | |
| | | Organización | ¿Se distribuyen las tareas del día con todo el personal de trabajo? | 0% | 10% | 20% | 40% | 30% | |
| | | Dirección | ¿Utiliza técnicas para medir el rendimiento del personal? | 0% | 30% | 20% | 20% | 30% | |
| | | Control | ¿Los trabajadores controlan las actividades diarias dentro de la organización? | 0% | 10% | 20% | 40% | 30% | |
| | | Enfoque al cliente | ¿Su personal está capacitado para poder atender a todos sus clientes? | 0% | 10% | 20% | 40% | 30% | |
| | | Liderazgo | ¿Orientan a su personal para que mejores en sus labores? | 0% | 20% | 50% | 20% | 10% | |
| | | Participación del personal | ¿Todo el personal debe de involucrarse en el proceso de gestión de calidad? | 0% | 0% | 10% | 40% | 50% | |
| | SEGUNDO OBJETIVO | | | | | | | | |
| | PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD | Enfoque basado en procesos | ¿Utilizan estrategias para poder alcanzar metas semanales? | 0% | 0% | 20% | 40% | 40% | |
| | | Enfoque de sistema para la gestión | ¿La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio? | 0% | 20% | 10% | 40% | 30% | |
| | | Mejora continua | ¿Con una buena gestión organizada, se pueden alcanzar grandes metas? | 0% | 20% | 30% | 10% | 40% | |
| | | Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones | ¿La gestión de calidad en su empresa permite lograr la calidad de los productos o servicios? | 0% | 0% | 30% | 20% | 50% | |

| VARIABLE | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEMS | RESULTADOS PORCENTUALES | | | | | |
|-------------------------|---|--|--|-------------------------|---------------|----------------|--------------|---------|--|
| | | | | Nunca | Algunas Veces | Con Frecuencia | Casi Siempre | Siempre | |
| TERCERO OBJETIVO | | | | | | | | | |
| ATENCIÓN AL CLIENTE | Los tipos de atención al cliente | Motivación | ¿La atención que le brinda la empresa le motiva a regresar? | 0% | 12% | 1% | 60% | 27% | |
| | | Producto | ¿Siempre encuentra el producto que está buscando en esta empresa? | 0% | 19% | 9% | 40% | 32% | |
| | | Personal | ¿El personal es amable a la hora de brindarle su atención? | 0% | 0% | 35% | 60% | 0% | |
| | | Cliente | ¿Usted cree que el personal debe tratar bien a los clientes? | 0% | 0% | 15% | 1% | 84% | |
| | | valores | ¿Usted siente que lo respetan cuando es atendido? | 9% | 13% | 78% | 0% | 0% | |
| | CUARTO OBJETIVO | | | | | | | | |
| | Elementos que Conforman la Satisfacción del Cliente | Satisfacción | ¿Usted cómo cliente se siente satisfecho con los productos que compra? | 0% | 0% | 0% | 53% | 47% | |
| | | Recomendación | ¿Usted recomendaría a sus amigos y familiares en venir a comprar? | 0% | 0% | 21% | 53% | 26% | |
| | | Atención | ¿Crees que una buena atención hablaría bien de una empresa? | 0% | 0% | 0% | 6% | 94% | |
| | | Estratégico | ¿Usted cómo cliente cree que las estrategias son buenas para las empresas? | 0% | 0% | 0% | 16% | 84% | |
| | QUINTO OBJETIVO | | | | | | | | |
| | Dimensiones del servicio al cliente | Servicio | ¿Se siente satisfecho con el servicio que le brindan? | 9% | 0% | 25% | 59% | 7% | |
| | | Compra | ¿Usted compra productos muy seguido? | 0% | 0% | 29% | 47% | 24% | |
| | | Habilidades | ¿Usted es atendido con rapidez? | 0% | 0% | 29% | 65% | 6% | |
| Cortes | | ¿Lo tratan con cortesía? | 0% | 0% | 34% | 57% | 9% | | |
| Confianza | | ¿Usted se siente confiable con el servicio que le brindan? | 0% | 0% | 15% | 63% | 13% | | |