



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL
CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA
MYPE DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO**

**ABARROTÉS, CASO: “BODEGA LUCERITO”, CAÑETE –
2020.**

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

AUTOR:

BELTRAN PORTUGUEZ KELLY MILUSKA

ORCID: 0000-0002-0277-4312

ASESOR:

RALLI MAGIPO, LIZBETH GIOVANNA

ORCID:0000-0002-5034-7024

CAÑETE – PERÚ

2020

TÍTULO DE LA TESIS

PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA
GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MYPE DEL SECTOR COMERCIO,
RUBRO ABARROTÉS, CASO: “BODEGA LUCERITO”, CAÑETE –
2020.

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

BELTRAN PORTUGUEZ KELLY MILUSKA

ORCID: 0000-0002-0277-4312

**Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Cañete, Perú**

ASESOR

RALLI MAGIPO, LIZBETH GIOVANNA

ORCID: 0000-0002-5034-7024

**Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Cañete, Perú**

JURADO

PRESIDENTE

ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA

ORCID ID: 0000-0001-6079-2319

MIEMBRO

ESPINOSA OTOYA, VICTOR HUGO

ORCID ID: 0000-0002-7260-5581

MIEMBRO

MEZA DE LOS SANTOS, JUAN PABLO

ORCID ID: 0000-0001-8852-1342

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa
Presidente

Lic. Espinosa Otoyá, Víctor Hugo
Miembro

Mgtr. Meza de los Santos, Juan Pablo
Miembro

Mgtr. Ralli Magipo, Lizbeth Giovana
Asesor

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico principalmente a Dios, por guiarme y darme la oportunidad de realizar y culminar este proyecto, dándome salud y vitalidad para afrontarlo.

A mis padres, por el amor y paciencia demostrados en todos estos años de estudios, que gracias a ellos pude cumplir con mi sueño anhelado.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como Objetivo Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020. El estudio mantiene un alcance local ya que se realizará la investigación en la MYPE estudio de caso “Bodega Lucerito”. Asimismo, metodológicamente, la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental de corte transversal y nivel descriptivo. Con un población la MYPE, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, con la aplicación de un cuestionario bajo la técnica de encuesta, que se realizó a 110 clientes. Respecto a la atención al cliente: la investigación señala que el 38.2% están totalmente de acuerdo con el buen servicio que brinda la empresa, el 26.4% están totalmente de acuerdo que la atención es rápida y oportuna y el 32.7% están de totalmente de acuerdo con la amabilidad y eficacia; esto significa que hay aspectos por mejorar, en relación a la capacidad de respuesta, la eficacia y de esa manera mantener satisfechos a sus clientes. Respecto a la Gestión de Calidad: La investigación señala que los servicios brindados por la bodega “Lucerito” son considerados como bueno, es decir aplica los procesos de gestión de la calidad. Se concluye que la propuesta de mejora estará centrada en mejorar la atención al cliente, con una atención eficiente y amable para el cliente, así como mejorar la rapidez en la prestación del servicio que sea rápida y oportuna.

Palabras clave: Atención, Bodega, Calidad, Cliente, Gestión.

ABSTRACT

The objective of this research work was to develop the proposal for improvement in customer service for the quality management of the MSE in the retail sector, grocery item, Case: "Bodega Lucerito", Cañete - 2020. The study maintains a scope local since the investigation will be carried out in the MYPE case study "Bodega Lucerito".

Likewise, methodologically, the research had a quantitative approach, with a non-experimental, cross-sectional design and descriptive level. With a population of the MYPE, covering item, Case: "Lucerito Winery", with the application of a questionnaire under the survey technique, which was carried out to 110 clients. Regarding customer service: the research indicates that 38.2% fully agree with the good service provided by the company, 26.4% fully agree that the service is fast and timely and 32.7% fully agree with kindness and efficiency; This means that there are aspects to improve, in relation to response capacity, efficiency and thus keep your customers satisfied. Regarding Quality Management: The research indicates that the services provided by the "Lucerito" winery are considered as good, that is, it applies the quality management processes. It is concluded that the improvement proposal will be focused on improving customer service, with an efficient and friendly service for the customer, as well as improving the speed in the provision of the service that is fast and timely.

Keywords: Attention, Warehouse, Quality, Customer, Management.

CONTENIDO

TÍTULO DE LA TESIS.....	ii
EQUIPO DE TRABAJO	iii
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO	viii
INDICE DE TABLAS	ix
INDICE DE FIGURAS	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
III. HIPÓTESIS	32
IV. METODOLOGÍA.....	33
4.1. Diseño de la investigación	33
4.2. Población y muestra.....	34
4.3. Definición y operacionalización de variables	37
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	38
4.5. Plan de análisis.....	38
4.6. Matriz de consistencia	39
4.7. Principios éticos.....	40
V. RESULTADOS	42
5.1 Resultados.....	42
5.2. Análisis de resultados	60
VI. CONCLUSIÓN	66
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	68
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	71
ANEXOS	78
1.- Instrumento de recolección de datos	78
2.- Consentimiento informado.....	80
3.- Ficha Ruc	88
4.- Carta de Presentación.....	89
5.- Evidencia.....	890

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Definición y operacionalización de variables</i>	37
Tabla 2: <i>Matriz de consistencia</i>	39
Tabla 3: <i>Buen servicio</i>	42
Tabla 4: <i>Rápido y oportuno</i>	43
Tabla 5: <i>Amabilidad y eficiencia</i>	44
Tabla 6: <i>Sugerencias</i>	45
Tabla 7: <i>Normas de Atención</i>	46
Tabla 8: <i>Personal Calificado</i>	47
Tabla 9: <i>Imagen</i>	48
Tabla 10: <i>Garantía</i>	49
Tabla 11: <i>Demanda</i>	50
Tabla 12: <i>Nivel organizacional</i>	51
Tabla 13: <i>Ventas Mensuales</i>	52
Tabla 14: <i>Estrategias</i>	53
Tabla 15: <i>Misión organizacional</i>	54
Tabla 16: <i>Expansión y Formalización</i>	55
Tabla 17: <i>Plan de crecimiento</i>	56
Tabla 18: <i>Control de Producto</i>	57
Tabla 19: <i>Direccionamiento</i>	58
Tabla 20: <i>Medida de Seguridad</i>	59

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1:</i> Buen servicio.....	42
<i>Figura 2:</i> Rápido y oportuno.....	43
<i>Figura 3:</i> Amabilidad y eficiencia.....	44
<i>Figura 4:</i> Sugerencias.....	45
<i>Figura 5:</i> Normas de Atención.....	46
<i>Figura 6:</i> Personal Calificado.....	47
<i>Figura 7:</i> Imagen.....	48
<i>Figura 8:</i> Garantía	49
<i>Figura 9:</i> Demanda.....	50
<i>Figura 10:</i> Nivel organizacional.....	51
<i>Figura 11:</i> Ventas Mensuales.....	52
<i>Figura 12:</i> Estrategias	53
<i>Figura 13:</i> Misión organizacional	54
<i>Figura 14:</i> Expansión y Formalización.....	55
<i>Figura 15:</i> Plan de crecimiento	56
<i>Figura 16:</i> Control de Producto.....	57
<i>Figura 17:</i> Direccionamiento	58
<i>Figura 18:</i> Medida de Seguridad.....	59

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación denominado “Propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020”. Tiene como objetivo principal: Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la MYPE para que la empresa aumente sus ventas.

En la actualidad las organizaciones buscan posicionarse y ser reconocidos como los mejores en el mercado; los clientes prefieren al establecimiento que mejor imagen tiene tanto externo como interno. El clima laboral es un factor relevante para tener a los trabajadores motivados, Teniendo un ambiente adecuado y logrando satisfacer las necesidades de los clientes que frecuenta a la empresa.

En el Perú reporta el descenso del -6.5% del PBI en el rubro bodeguero. Tras la paralización ante la declaración del estado de emergencia nacional, debido a la pandemia mundial representado por el COVID-19. (Banco Mundial, 2020, p.1).

Por otro lado, Julio Pardavé, presidente de PYMEPERÚ, reconoció la Ley del Bodeguero y el Manual del Bodeguero y como los dos logros más importantes del 2018, que elevarán la competitividad del comercio minorista.

En el sector comercio, no se han centrado en la satisfacción al cliente como un eje principal, para el crecimiento de la empresa. Aplicando el enfoque de la calidad se obtendría ser más competitivo, mejores ingresos y conseguir mantener satisfecho en sus expectativas de los clientes.

Las bodegas son aquellos negocios forjados entre familiares, compra grandes

volúmenes de alimentos tanto fresco como procesado para luego revenderlo a clientes de forma individual. (Choquehuanca, 2017, p. 6).

La comercialización de forma minorista en Lima se ha desarrollado con una frecuencia considerablemente a través de los años. Dado que la tecnología ocupa un lugar importante, como se menciona anteriormente, dentro de la operación y el servicio al cliente, es importante que las bodegas implementen mecanismo que le ayude brindar un buen servicio. Es por esta razón que para ofrecer una buena atención al cliente en la “Bodega Lucerito”, se debe de identificar las formas más adecuada de brindar un servicio de calidad a los clientes. Obteniendo como referencia los problemas expuestos, se ha decidido realizar la presente investigación, planteando el siguiente enunciado del problema ¿Cuál es la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020?. Por lo siguiente se plantea el Objetivo general: Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020. Considerando Objetivos específicos:

- Describir las características de atención al cliente de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020.
- Determinar las características de la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020.
- Determinar la propuesta de mejora de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020.

Por tanto, la presente investigación se justificó desde el punto de vista teórico

permitiendo conocer métodos y teorías de la atención al cliente y la gestión de la calidad que permitió describir la problemática en el sector servicio y plantear una propuesta de solución.

Desde el punto de vista práctica, la investigación, radicara en conocer las características de la atención al cliente ofrecido por la empresa “Bodega Lucerito” y la gestión de calidad; a partir de ello se pudo determinar la implementación del plan de mejora que les servirá no solo al dueño de la Bodega, sino también a otros empresarios del mismo rubro para mejorar la gestión de calidad considerando en primer lugar la atención al cliente generando beneficios para el desarrollo del sector comercio del Distrito de San Vicente de Cañete. Desde el punto de vista metodológico, la investigación servirá para método científico lo cual garantiza la confiabilidad de la información lo cual permitió que sirva de referencia para futuras investigaciones.

Asimismo, metodológicamente, la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal. Se utilizo una población la MYPE, Caso: “Bodega Lucerito”, donde se le aplico un cuestionario bajo la técnica de encuesta. Respecto a la atención al cliente: la investigación señala que el 38.2% están totalmente de acuerdo con el buen servicio que brinda la empresa, el 26.4% están totalmente de acuerdo que la atención es rapida y oportuna y el 32.7% están de totalmente de acuerdo con la amabilidad y eficacia; esto significa que hay aspectos por mejorar, en relación a la capacidad de respuesta, la eficacia y de esa manera mantener satisfechos a sus clientes. Respecto a la Gestión de Calidad: La investigación señala que los servicios brindados por la bodega “Lucerito” son considerados como bueno, es decir aplica los procesos de gestión de la calidad. Se concluye que la propuesta de mejora

estará centrada en mejorar la atención al cliente, con una atención eficiente y amable para el cliente, así como mejorar la rapidez en la prestación del servicio que sea rápida y oportuna.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

a) Antecedentes Internacionales

Llangari y Mero (2019). En su tesis: *Análisis del modelo de gestión de calidad total-excelencia en la mejora de los procesos de bodega en Tienda Industriales de la ciudad de Milagro. Caso Agencia No 2.* Para optar el Título en Ingeniería Industrial. Bogotá D.C. Cuyo objetivo general fue: establecer el modelo de gestión de calidad total-excelencia que favorezca a la mejora de los procesos de bodega en TIA II Milagro a través del análisis situacional de la sucursal. Así mismo la metodología de esta investigación es de enfoque cualitativo, diseño descriptivo. En los resultados obtenidos se evidencian factores que van desde la carencia de un espacio adecuado para el almacenaje, la desorganización de las bodegas provocando la entrega de los productos a destiempo y un alto índice de errores en los pedidos por tienda para la venta al público. Se concluyó que hay falencia en los procesos de calidad, problemas relacionados con la demora del despacho y la desorganización de la misma. Para mejorar los procesos de la bodega se debe implementar el ciclo de Deming, permitiendo mejorar los inconvenientes que se encontraron en la organización. Se puede decir que el ciclo Deming nos permite identificar una serie de situaciones negativas que incurren en la estrategia de logística.

Montoya (2018). En su tesis: *Sistema de gestión de la calidad como factor de desarrollo organizacional en las Pymes del sector comercial de compra –*

venta de cacao de la Ciudad de Milagro. Para optar el Título de Ingeniero Comercial. Cuyo objetivo general fue: Establecer la importancia de implementar un sistema de gestión de la calidad como factor de desarrollar en la Mi pymes del sector comercial de compra – venta de cacao de la Ciudad de Milagros. Así mismo la metodología de está investigación fue de enfoque cualitativo, tipo exploratorio, descriptivo. Con una población de un conjunto de individuos evaluados en el desarrollo de la investigación. Los resultados obtenidos se evidencio que las PYMES no cuentas con un sistema de gestión de calidad, afectando el normal desarrollo en los procesos, aumentando los errores en la calidad y trayendo consigo problemas en el factor tiempo, dinero y mano de obra. Se concluyó que si la PYMES aplicaran un sistema de gestión de calidad, esto les permitirá usar adecuadamente sus errores y elementos, mejorando los procesos en el producto y servicio. Se puede decir, que el sistema de gestión de calidad es un factor importante que permite a la empresa acoplarse a las necesidades de los clientes, ayudando a lograr los objetivos de la empresa.

Armijos (2016) En su Tesis: *Manual de gestión de calidad para la empresa Comercial Roxana del Cantón Milagro.* Universidad estatal de Milagros – Ecuador. En está investigación el autor propone como Objetivo: Crear un manual de gestión de calidad para el Comercial Roxana que garantice la efectividad operativa y la satisfacción del cliente. La metodología de está investigación tuvo un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo. Se utilizó como instrumento de recolección de datos la entrevista y la encuesta. Con una muestra de 278 clientes.

Los resultados obtenidos indica que el 60% considera bueno la calidad de los productos, el 15% considera que el servicio brindado es bueno y el 92% considera que no reciben capacitación. Llego a la conclusión que, por falta de información y capacitación no se aplica una buena gestión de calidad para, por ende, se debe implementar un manual de gestión de calidad para brindar un buen servicio y así llegar a la satisfacción de los clientes además de dar eficiencia y eficacia a la empresa. Se puede decir, que las capacitaciones ayudan a los colaboradores a conocer sus funciones y la forma de desempeñarse en su puesto de trabajo, garantizando la efectividad operativa y la satisfacción del cliente.

Barrera y Roso (2016). En su tesis: *Análisis del sistema de gestión de calidad y su incidencia en el posicionamiento de las medianas empresas del Cantón Milagro, periodo 2014-2015*. Para optar el Título Profesional de Ingeniero comercial. Cuyo objetivo general fue: Establecer de qué forma el sistema de gestión de calidad incide en el posicionamiento de las medianas empresas del Cantón Milagro, 2014-2015, a través de un estudio basado en el método científico para contribuir con una mejor participación de mercado. Así mismo la metodología de está investigación fue de tipo exploratoria, descriptiva y documental, un enfoque cuantitativo. Con una población de 10 PYMES. Los resultados obtenidos demuestran que hay falencia en el sistema de gestión de calidad, trayendo consigo deficiencia en los procesos de calidad. Se concluyó que la PYMES tienen que implementar un modelo de gestión de calidad que le permita a la misma inspeccionar y organizar todos sus procesos. Se puede decir, que el

modelo de gestión de calidad permite mejorar radicalmente la imagen y perfil de la organización, brindando productos de calidad y cumpliendo con las necesidades de los clientes.

Hurtado (2016). En su tesis: *Manual de gestión de calidad del comercial “THAJEANG”, de la Ciudad el Milagro.* Para optar el Título en Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoria – CPA. Cuyo objetivo general fue: Diseñar un manual de gestión de calidad del Comercial “THAJEANG”. Así mismo la metodología de esta investigación fue de enfoque mixto (cualitativo – cuantitativo), diseño analítico – sistemática. Con una muestra de 278 clientes, quien se le aplico un cuestionario de preguntas (abiertas – cerradas). En los resultados obtenidos se evidencio la necesidad de la empresa que debe contar con un manuela de gestión de calidad. Se concluyó que la falta de un manual de gestión de calidad produce una deficiencia en la ejecución de las actividades y el alcance de los objetivos de la organización. Se puede decir, que el manual de gestión de calidad es de suma importancia porque te permite desarrollar de forma correcta y eficiente cada una de las actividades.

b) Antecedentes Nacionales

Eraza (2019). En su tesis: *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro bodegas de Urbanización Los Titanes, Piura año 2019.* Para obtener el título de Licenciado en Administración. Piura – Perú. Cuyo objetivo general fue: Determinar las características que tiene la Gestión de Calidad

y Atención al cliente en las MYPE, rubro bodegas en la Urbanización Los Titanes Piura, año 2019. Así mismo, la investigación metodológicamente fue de enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. Se aplicó una encuesta con preguntas cerradas para una muestra de 384 clientes. Los resultados obtenidos el 93.23% manifestaron que los productos obtenidos satisfacen sus necesidades, el 93.49% manifestaron que las bodegas han tenido sus crecimientos en los últimos años, el 93.75% manifestaron que la atención es con respecto, el 94.27% manifestaron que le gustaría que la bodega brinde servicio de delivery. Se concluyó que la fiabilidad de los productos permite satisfacer sus necesidades de los clientes, cumpliendo con las normas establecidas.. Se puede decir, que la gestión de calidad, es una herramienta muy importante que interviene en el proceso de los productos.

Sabino (2018). En su tesis: *Gestión de la calidad con el uso de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bodegas de la Ciudad de Tingo María, año 2017.* Para optar el Título profesional de Licenciada de Administración. Tingo María – Perú. Cuyo objetivo general: Determinar la Gestión de la calidad con el uso de la competitividad en las micro y de pequeñas empresas en el rubro bodegas de la Ciudad de Tingo María, año 2017. Asimismo, la metodología fue un diseño no experimental de corte transversal, con un enfoque cuantitativo. Con una muestra de 12 MYPES, se aplicó un cuestionario de preguntas cerradas. Los resultados obtenidos manifiestan que el 100% conocen sobre temas de competitiva, el 83% manifestaron que su

negocio es muy competitivo, 58% manifestaron que solo conocen algunos de sus competidores. Se concluyó que los dueños cuentan con conocimiento a la gestión de calidad en su mayoría, aplica técnicas benchmarking, empoderamiento, pero en el ámbito competitivo afirma que sus bodegas son muy competitivas, además está orientada en la atención al cliente. Se puede decir, la competitividad es un factor muy importante para cubrir con las expectativas del consumidor brindándole precios que estén de acuerdo a sus posibilidades y productos de calidad.

Cusipuma (2019). En su tesis: *Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bodegas de la Av. San Martín del Distrito de Castrovirreyna, Provincia de Castrovirreyna, del Departamento de Huancavelica, 2018.* Para optar el Título profesional de Licenciada de Administración. Lima – Perú. Cuyo objetivo general: Proponer las mejoras de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bodegas de la Av. San Martín del Distrito de Castrovirreyna, Provincia de Castrovirreyna, del Departamento de Huancavelica, 2018. Así mismo la metodología tuvo un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal. Con una muestra representada por el 100% de la población, se aplicó un cuestionario de 22 preguntas. Los resultados obtenidos se pueden apreciar que el 50% ofrece los precios bajos, el 40% diseña los productos por cada área, 60% ofrecen productos de marcas más reconocidas, 70% brinda producto con oferta, 40% fija objetivos de la calidad, 50% identifica las

necesidades de los clientes, 40% proporciona los recursos necesarios para la mejora del servicio, el 80% cuenta con infraestructura para asegurar el negocio. Se concluyó que las MYPES ofrecen productos con precios de acuerdo al mercado, pero aun así muy pocas veces realiza una economía para medir la escala de vida de la población que se encuentra a los alrededores, a ello nunca realizan diferencia con los avances tecnológicos en su negocio. Se puede decir, que para ser un negocio competitivo se debe mejorar en la exhibición de los productos y brindar variedades de productos con precios muy accesible para que los consumidores puedan satisfacer sus necesidades y se logre fidelizarlo.

Rodríguez (2017) En su tesis: *Caracterización de la gestión de calidad y el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro bodegas de la Urbanización Los Granados del Distrito de Trujillo, año 2016*. Para optar el título profesional de licenciado en administración. Trujillo – Perú. Cuyo objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad y el Financiamiento de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro Bodegas de la Urbanización Los Granados del Distrito de Trujillo, año 2016. Así mismo la metodología fue de enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal y nivel descriptivo. Con una población de 10 MYPES, se aplicó una técnica de la encuesta con 20 preguntas cerradas. Con Los resultados obtenidos indica que el 70% conocen a sus clientes, el 50% casi siempre satisfacen las necesidades de los clientes, el 80% financia su actividad con terceros, solicitando créditos a corto plazo en cajas municipales. Se concluyó

que las MYPES manejan los procesos de gestión de calidad de forma empírica, y solo buscan financiar sus créditos en caja municipales. Se puede decir, que la Gestión de Calidad es una opción estratégica que enseña a los directivos cómo actuar en un cierto negocio con el propósito de lograr los objetivos de la empresa y a la vez cumplir con las expectativas de los clientes.

Meza (2017) En su tesis: *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercio, rubro bodegas, Distrito de Satipo año 2017*. Para optar el Título en Licenciado en Administración. Satipo- Perú. Cuyo Objetivo General: Determinar y describir las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES del sector comercio – rubro bodegas del Distrito de Satipo año 2017. Así mismo la metodología tuvo un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal. Con una muestra de 50 MYPES, donde se aplicó un cuestionario de 26 preguntas cerradas. Los resultados obtenidos se pueden evidenciar que el 80% desconocen sobre técnicas y herramientas de la gestión, el 100% de los representantes no ponen a sus trabajadores en planilla, el 90%4 de los representantes brinda seguridad y una atención rápida. Se concluyó que las MYPES brindan una buena atención al cliente, pero aun así hay falencia por no aplicar las herramientas de gestión en las otras áreas. Se puede decir, que la gestión de calidad es una herramienta muy importante que permiten a las empresas a planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las organizaciones.

c) Antecedentes Locales

Calle (2019) En su tesis: *Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bodegas de la octava y novena etapa de la Urbanización Pando, del Distrito de San Miguel, 2018*. Para optar el título profesional de licenciado en administración. Lima- Perú. Cuyo objetivo general fue: Proponer las mejoras de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro bodegas en la octava y novena etapa de la Urbanización Pando, del Distrito de San Miguel, 2018. Así mismo, la investigación metodológicamente fue de enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. Con una población y muestra de 17 MYPES, se aplicó una encuesta 34 preguntas cerradas. Los resultados obtenidos referente a la competitividad: el 59% la empresa establece estrategias de posicionamiento, el 53% establece políticas de atención al servicio en base de calidad, el 59% casi siempre gestiona los ingresos de los productos para conocer cuál es el nuevo mercado, el 76% se establece los precios de acuerdo al mercado, el 47% algunas veces implementan publicidad. Referente a la gestión de calidad: el 71% casi siempre se autoevalúa a nivel organizacional sus avances y corrige sus errores, los planes de acción para sus negocios, el 53% siempre tiene el control de sus productos, el 53% casi siempre cumple con las medidas de seguridad de su establecimiento. Se concluyó que los factores más relevantes de la competitividad están definidos por la competencia directa, clientes, proveedores, productos y

competidores potenciales. En el planeamiento de calidad, la empresa cuenta con muy poco conocimiento de cómo planificar y accionar el crecimiento organizacional; así mismo si se tienen registrados el ingreso de cada producto con su fecha de caducidad, pero no cuenta con seguridad en su establecimiento. Se puede decir, que la gestión de calidad, es una de las herramientas que permiten a las empresas a planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de cumplir con las expectativas de los clientes.

Quispe (2019). En su tesis: *Propuesta de mejora en la gerencia estratégica para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Sueng”, Cañete – 2019.* Para optar el Título profesional de Licenciada de Administración. Cañete – Perú. Cuyo objetivo general: elaborar la propuesta de mejora de la gerencia estratégica para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro abarrotes, caso: “Bodega Sueng”, San Vicente de Cañete – 2019. Asimismo, la metodología fue un diseño no experimental – transversal, con un enfoque cuantitativo. Con una población de 90 MYPES, se aplicó un cuestionario con preguntas cerradas. Los resultados obtenidos manifiestan que el 100% no cuenta con un plan operativo para cada área, el 100% no utiliza las normas y políticas diseñado para alcanzar las metas y objetivos. Se concluyó que se debe crear un plan operativo, para poder dirigir el desarrollo empresarial en el rubro bodeguero, con la finalidad de mejorar las falencias encontradas. Mediante programas de capacitación. Se puede decir, la capacitación es una actividad planteada y basada en necesidades reales de una

empresa y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del trabajador.

Aquino (2019). En su tesis: *Gestión de la calidad y la formalización de las mype del sector comercio - rubro bodegas, del Mercado Valle Sagrado, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2018.* Para optar el Título profesional de Licenciada de Administración. Lima – Perú. Cuyo objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad y la formalización de las MYPES del sector comercio rubro bodegas del mercado Valle Sagrado Distrito de San Juan de Lurigancho 2018. Así mismo la metodología tuvo un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal. Con una muestra representada por 20 MYPES, se aplicó un cuestionario de 32 preguntas. Los resultados obtenidos se pueden apreciar que el 65% manifiestan que la gestión de calidad está en un nivel medio, el 45% la empresa fija objetivos de calidad, el 100% no manifiestan que identifican las necesidades de los clientes, el 75% manifiestan que establecen controles, el 100% manifiestan que evalúa el comportamiento real de la calidad, el 50% manifiestan que las empresas diferencia de la calidad con los objetivos. Se concluyó que las MYPES, fija objetivos de calidad, identifican los posibles clientes para su bodega, brindando productos de calidad para satisfacer sus necesidades. Además proporciona recursos necesarios para la mejora de la calidad del servicio, a través de sus trabajadores. Se puede decir, que la gestión de calidad son actividades coordinadas para dirigir y controlar una empresa en lo relativo a la calidad dirección y control.

Parrilla (2019) En su tesis: *La gestión de la calidad y la competitividad en las MYPES del sector comercio rubro bodegas del Distrito de Hualmay, Provincia de Huaura, 2018*. Cuyo objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad y la competitividad en las MYPE's del sector comercio rubro bodegas del Distrito de Hualmay, Provincia de Huaura, 2018. Así mismo la metodología fue de enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. Con una muestra de 88 MYPES, se aplicó una encuesta con 23 preguntas. Los resultados obtenidos indican que el 57% casi siempre identifican a sus clientes potenciales, el 100% tiene conocimiento sobre los productos que ofrece la competencia, el 100% mide su capacidad del negocio de acuerdo a los clientes que frecuentan. Se concluyó que las MYPES identifican sus clientes potenciales y de acuerdo a eso se plantea estrategias, se elaboró una propuesta de mejora mediante las capacitaciones para mejorar la competitividad. Por ello, se debe brindar capacitaciones a los trabajadores, ya que ellos son parte del trabajo para ser competitivos en el mercado.

Huamani (2019) En su tesis: *Propuesta de mejora en atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercial – rubro panaderías, caso: Panadería La Merced Y Punto, Imperial, Cañete 2019*. Para optar el Título en Licenciado en Administración. Cañete- Perú. Cuyo Objetivo General: Elaborar una propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad. Así mismo la metodología tuvo un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal. Con una población de

53,000 clientes de la panadería y se obtuvo como muestra a 205 clientes, se aplicó una técnica de encuesta y el instrumento el cuestionario. Los resultados obtenidos se encontraron que el 44% manifestaron que el personal no atiende con amabilidad y eficiencia, el 42% manifestaron que la atención no es rápida y oportuna, el 60% de los colaboradores manifestaron que los productos brindados son hechos con calidad y salubridad, el 40% manifestaron una respuesta de forma intermedia. Se concluyó que se elaboró una propuesta de mejora con la finalidad de mejorar la atención al cliente, a través de charla sobre temas de trato cordial y eficiente; que permitirá generar mayor demanda y satisfacción al cliente. Se puede decir, que la atención al cliente es la clave primordial para mantener satisfechos a los clientes y poderlos fidelizar al negocio.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Atención al cliente

Blanco (2001). “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, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (p.6).

2.2.2. Cliente

Para Albrecht y Bradford (como se citó en Pérez, 2006). “Es la persona que paga por recibir a cambio un producto o un servicio. Está es la razón por la cual las empresas dirigen sus políticas, productos, servicios y

procedimientos a la satisfacción de sus expectativas.” (p.2).

Para Arenal (2017) lo define como “el servicio brindado por una empresa con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para asegurar el uso correcto de un servicio o producto”. (p. 7)

2.2.3. Tipo de cliente

Para Pérez (2006) Es necesario resaltar la existencia y el papel desempeñado en la calidad de servicio por dos tipos de clientes y son:

Clientes externos: Son personas que adquieren los productos y servicios que ofrece la empresa. Son ajenos a la empresa y son la fuente principal de ingresos.

Clientes internos: Son las personas que trabajan en la empresa y hacen posible la producción de bienes y servicios. (p.4).

2.2.4. Estructura en la atención al cliente

- **Orientación al mercado:**

Blanco (2001) Nos menciona que toda organización que busque la competitividad y eficiencia debe enfocarse en sus estrategias hacia el mercado y considerar las opiniones de los clientes. (p.60).

- **Expectativas de los clientes:**

Blanco (2001) Menciona que los clientes van a un negocio con una expectativa determinada sobre el servicio o productos que desea adquirir. El personal debe conocer dichas expectativas para dar una respuesta de

inmediata y poderles cumplir con sus expectativas de los clientes. (p.60).

- **Satisfacción de los clientes**

Blanco (2001) si la organización se enfoca en cumplir todas las expectativas de los clientes, y el cliente se va a sentir satisfecho con la compra realizada. (p.60).

2.2.5. Estrategia de la atención al cliente

Según Larrea (1991) estableció estrategias que permitirían garantizar la estancia segura a los consumidores y son:

Estrategias enfocadas a la seguridad del cliente: Las estrategias empleadas a garantizar la estancia segura a los consumidores, comprometerse en cumplir los requerimientos legales para prevenir riesgos o accidentes dentro del área de trabajo. - Protocolo de atención: Estipular unas normas y políticas de atención y así garantizar al cliente una experiencia de compra deleitable y añadir un valor agregado.

Estrategias enfocadas a medir la satisfacción del cliente: Se basa en entender al cliente y conocer cuáles son sus preferencias y adecuar sus necesidades con los productos que ofrece. (p.97)

2.2.6. Objetivo de la atención al cliente

Zelada. (2016) Plantea los siguientes objetivos: “Escuchar al cliente activamente para atenderlo oportunamente, Asesorarlo y presentarle la mejor opción disponible, Definir con él aquellos beneficios que desea o necesita, Responder todas sus inquietudes, Aclarar sus dudas, Ofrecer todas las garantías y

referencias, Coordinar con el cliente todo acerca de su compra, Efectuar un seguimiento tanto de satisfacción del cliente por el producto o servicio brindado, entre otros” (p. 13).

2.2.7. Importancia de la atención al cliente

Zelada. (2016) Indica que la importancia de la atención al cliente “en la actualidad se ha vuelto una importante ventaja competitiva que permite dentro del mercado mantenerse y crecer, así como también la obtención de la rentabilidad” (p. 13).

2.2.8. Herramientas de la atención al cliente

Para Arenal (2017) Define que aplicar todas las herramientas posibles de la atención al cliente, lograra la satisfacción y esto son:

Percepción: Es el grado en que se han cumplido los requisitos, por lo cual sirve como indicador para evaluar el nivel de la satisfacción del cliente.

Valor percibido: Es lograr la satisfacción del cliente, se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.

Expectativas: Son informaciones que deben cumplir las empresas acerca de los beneficios que ofrecen en su producto o servicio. (p.48)

2.2.9. Fases de la atención al cliente

Para Fernandez y Fernandez (2010) menciona que la fase de atención al cliente son cuatro:

- **La acogida:** Es la actitud que se da a los clientes desde el momento que ingresa al establecimiento hasta el momento que se retira.

- **El seguimiento:** Consiste en la espera que realiza el cliente hasta que sea atendido por la persona correspondiente.
- **La gestión:** Esta fase consiste en atender las necesidades del cliente, el encargado de atender debe gestionarle, atender las dudas que tenga y realizar una atención personalizada, prestar atención con mucho cuidado para evitar que se sienta incomodo al no responder por sus necesidades.
- **La despedida:** Es la fase donde termina con la entrevista para ello la persona encargada deberá haber resuelto todas las dudas que tenga el cliente de tal manera que pueda salir satisfecho. (p. 222)

2.2.10. Necesidades del cliente

Blanco (2001) menciona que los clientes manifiestan sus necesidades en el mercado en forma de demanda. Es fundamental que la organización deba conocer sus orígenes y componentes para dar a los clientes una buena atención. El personal debe estar capacitado para poder atender las necesidades de los clientes y poderles ofrecer aquellos productos que satisfagan sus necesidades. (p.59)

2.2.11. Claves para mejorar la atención al cliente

Para Fernandez y Fernandez (2010) Nos menciona unas claves para mejorar la atención al cliente:

- A. El cliente es lo primero.
- B. Escuchar de manera activa las necesidades de los clientes.
- C. Transmitir una imagen. Confianza. Diligencia y profesionalidad. (p.226)

2.2.12. Estrategia de relación para ganar y mantener a los clientes

Según Castillo (2018) Para un buen desarrollo y gestión adecuada del servicio y atención al cliente, se tiene que implementar dentro de la empresa estrategias, como a continuación se detallan:

1. Procedimiento de entrega del producto: Son procedimientos de atención que permitira ofrecer los productos de acuerdo a la necesidades de los clientes.
2. Protocolo de atención: Son las normas o políticas que se establece dentro de la bodega Lucerito, con el fin de que cliente perciba el servicio o producto que se ofrece, cumpliendo con las expectativas del cliente.
3. Vocación del personal: Tener en cuenta que los peronales que se contrate para la empresa deben contar con aptitud y vocacion en la hora de realizar su trabajo.
4. Necesidades del cliente: Brindar productos o servicios que cumpla con las necesidades del cliente.
5. Compromiso: El administrador tiene que debe tener claro cuáles son los compromisos que se tiene que afrontar durante la prestación de servicio y el valor agregado de la empresa.
6. Opinión del cliente: Para llevar al éxito a la empresa se debe tener en cuenta las opiniones, quejas o incomodidades del cliente.
7. Evitar negaciones: Se debe dar alternativas de solucion, con la finalidad de poder cumplir con las expectativas del cliente y se sienta satisfecho.
8. Canales de atención: Estamos en un mundo globalizado con los avances tecnologicos, donde las empresas han implementado canalaes de atención(pagina web, redes sociales, etc) con la finalidad de poder brindar un mejor servicio a los

clientes y cumpla con las necesidades de los clientes.

9. Capacitación de los colaboradores: El personal son el pilar fundamental de una organización, por ende se le debe brindar capacitaciones referentes a temas importantes que maneja la empresa, con la finalidad de tener personal altamente calificado.

10. Continuidad en el uso de productos y servicios: Para el manejo de la continuidad en uso de servicio o productos, se debe manejar toda la creatividad para encontrar nuevas oportunidades que cumpla con las expectativas de los clientes. (p.232)

2.2.13. Gestión de la Calidad

Según Juran (1990). “La gestión de calidad sería la dirección que planifica el futuro, implantando programas que controlen los resultados de la calidad.” (p.5)

Camisón, Cruz, Gonzales. (2006) Define que la gestión de calidad es herramienta que se utiliza para describir un sistema que relaciona un conjunto de variables relevante para la puesta en práctica de una serie de principios, prácticas y técnicas para la mejora de la calidad. (p.211).

2.2.14. Teoría de la gestión de calidad

Deming (Como se citó por Nava, 2005) Indica que la gestión de calidad implica una filosofía de gestión para satisfacción a los clientes a través de la orientación total de la empresa, calidad es entregar a los clientes y a nuestros

compañeros de trabajo productos y servicios sin defectos y hacerlos a tiempos. en este caso, considera dos tipos de clientes internos y externos”. (p.35)

Deming (Como se citó por Nava, 2005) propone un Círculo de mejora continua, que consiste en cuatro pasos esenciales para mejorar la calidad en la empresa:

- **Planear:** Esto considera hacia donde se quiere llegar, un diagnóstico actual de la empresa, luego una posible solución y por último un plan de trabajo a efectuar en la empresa.
- **Hacer:** En esta etapa se aplicará el plan de trabajo establecido y se tendrá que controlar que todo el proceso siga su cauce según lo proyectado por la empresa.
- **Verificar:** Se tiene que identificar los problemas que se van formando en el proceso, también evaluar los efectos y recoger los resultados.
- **Actuar:** Ello implica que se van a analizar los resultados, confirman los cambios y se inicia con el mejoramiento de la empresa. (p.36)

2.2.15. Características de la gestión de Calidad

Según Gonzales (2015) la gestión de calidad cuenta con cuatro características:

- a) **Planeamiento:** Se plantea todo el proceso a seguir para conseguir los objetivos de calidad.
- b) **Control:** Supervisión constante para detectar posibles fallas.
- c) **Aseguramiento:** Se pone a prueba tanto el proceso como el producto

obtenido para verificar el objetivo.

d) **Mejoras:** Se lleva a cabo tanto en el producto como en el proceso, bien sea por fallas localizadas o mejoras continuas, pero con el fin único de lograr mejores resultados. (p.8)

2.2.16. Principio de la gestión de Calidad

Del mismo modo la gestión de calidad se refiere a aplicar herramientas para mejorar la calidad en los procesos, productos, servicios, etc., para ello la Norma ISO de calidad, especifica los requisitos para los sistemas de gestión de la calidad aplicables a toda organización que necesite demostrar su capacidad para proporcionar productos que cumplan los requisitos de sus clientes y los reglamentarios que le sean de aplicación, del mismo modo se mencionan los principios para su aplicación, tal como o menciona la Norma ISO 9001, (2015)

- Enfoque del sistema para la Gestión.
- Enfoque al cliente.
- Liderazgo empresarial
- Enfoque basado en procesos.
- Participación del personal.
- Mejora continua.
- Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones.
- Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor. (Hoyle. 2000, p.6)

2.2.17. Importancia de la Gestión de calidad

Hoyle (2000) menciona que la Norma ISO 9001, destaca la importancia de la

gestión de calidad como:

La gestión de calidad nos ayuda a reducir la improvisación: Es una herramienta que nos permite llevar todos los procesos de la empresa. De tal manera que podamos dar solución a la brevedad posible en funcionamiento normales, óptimas o adversas.

La Gestión de calidad brinda una oportunidad clave: Ayuda a planificar y también a establecer los mecanismos para el seguimiento, control y mejora de la calidad de cada proceso.

A través de la aplicación eficaz del sistema: Permite alcanzar una estabilidad en el desempeño de los procesos, lograr productos con ceros defectos desde el inicio, reduciendo los costos, obteniendo una alta productividad y un importante ahorro de costos para la empresa. (p.7)

2.2.18. Fundamentos de la Gestión de calidad

Para Udaondo (1992) da a conocer las razones principales de la gestión de calidad y son las siguientes:

- A. Su objetivo es el mismo de las empresas, ser competitivos y mejorar
- B. continuamente.
- C. Pretende apoyar a cubrir los requerimientos del consumidor.
- D. Los recursos humanos con su elemento más importante.
- E. Es necesario la labor de equipo para alcanzarlo.

- F. La intervención, la información y la comunicación de todos los niveles son los elementos imprescindibles.
- G. Procura reducir los valores a través de la evitación de anomalías.
- H. Conlleva establecer propósitos de Avance permanente y la
- I. ejecución de un monitoreo periódico de efectos.
- J. Es componente de la gestión de la empresa, de cuya política de ejecución representa un propósito táctico esencial. (p.6)

2.2.19. Objetivo de la gestión de calidad

Según López (2006) Indica, que el objetivo de la gestión de calidad es: “Lograr un proceso de mejora continua de la calidad por un mejor conocimiento y control de todo el sistema”, es decir que el producto recibido por los consumidores tiene que estar en correctas condiciones para su uso. (p.23)

2.2.20. Los pilares de la Gestión de calidad Total

Según Cuatrecasas y González (2017) nos indica que hay cuatro pilares fundamentales en la gestión de calidad total y son:

- a. Ajustar los requerimiento del consumidor
- b. Eliminacion total de los despifarros
- c. Mejora continua
- d. Participacion total

2.2.21. Teoría de la MYPES

El problema mayor de las MYPES es su dificultad de acceder al mercado. Para enfrentar esta limitación se han desarrollado diversos mecanismos como información sobre mercados, la oferta a través de consorcios, ruedas de negocios que contribuyen al encuentro entre oferta y demanda, o venta de servicios a través de subcontratación.

Las instituciones financieras responden sobre todo a las demandas de capital de trabajo; mientras que los requerimientos de inversión de largo plazo no tienen suficiente atención. La imposibilidad de las MYPES de contar con el capital financiero adecuado para incrementar su productividad se constituye en un obstáculo importante para su desarrollo

2.2.22. Características de la ley MYPE 30056

En el Artículo 5 las MYPE deben de reunir las siguientes características concurrentes:

Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en algunas de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades

Impositivas Tributarias

Pequeña Empresa: De uno hasta cien trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)

2.2.23. Importancia de las MYPES

Ley N°30056 (2013) La MYPE es la principal fuente de trabajo en el Perú, puede ofrecer empleo a más de 85% de la población económicamente activa. La importancia de las MYPES es:

- a) Crean nuevos puestos de trabajo.
- b) Disminuye la pobreza a través de actividades que generan ingresos.
- c) Motivan al espíritu emprendedor de la población.
- d) Forman parte del principal desarrollo del sector privado.
- e) Fomentan la distribución del ingreso.
- f) Contribuyen al crecimiento económico.

2.3.Marco Conceptual

Bodega

Choquehuanca (2017), las bodegas “son aquellos negocios forjados entre familiares que operan como micro y pequeñas empresas (MYPE), por su nivel de operaciones y conforman en conjunto el sector más importante de comercio minorista, por tanto, de las MYPE y la generación de empleo” (p. 6).

Calidad

Alcalde (2007) la calidad es satisfacer las necesidades de los clientes e incluso superar las expectativas que estos tienen puestas sobre el producto o servicio, de esta manera un cliente gratamente satisfecho volverá a consumir nuestro producto e incluso recomendárselo a otros posibles clientes (p.6).

Cliente.

Según Kotler y Keller (2012) definen que el cliente es el único capaz de generar valor en una empresa, el éxito de una empresa depende en captar, mantener y aumentar su número de clientes, los clientes son la razón para la constitución de la empresa, contratación de empleados y la realización de diversas actividades empresariales (p. 123).

Expectativas

Lovelock, Ch. (2004) Las expectativas de las personas sobre los servicios están influenciadas por varios aspectos: sus experiencias previas, comentarios de otros clientes, necesidades personales, etc. (p.35)

Gestión de Calidad

Chicana (2017) Indica que “la gestión de calidad es una de las herramientas que permiten a las empresas a planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las organizaciones”. (p.36).

Liderazgo

Robbins (1999). “es la capacidad de influir en un grupo para que se logren las metas. La fuente de esta influencia podrá ser formal, tal como la proporcionada por la posesión de un rango general en una organización” (p.36).

Satisfacción.

Kotler, P. y Keller, K. (2006). “La satisfacción es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” (p.23)

Servicio

Fisher y Navarro (1994) comenta “es un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que ofrece servicios”. (p. 185)

III. HIPÓTESIS

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) refiere: “No todas las investigaciones plantean hipótesis más aún que la investigación es de tipo Descriptivo, por lo tanto, no las requieren, es suficiente solo plantear algunas preguntas de investigación ya que depende de los factores esenciales el enfoque del estudio y el alcance inicial del mismo”. (p.97)

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

El diseño de la presente investigación fue no experimental de corte transversal.

No experimental: Porque se observó el fenómeno tal como existe en su medio, sin manipular ningunas de las variables.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) Se realizarán sin operar premeditadamente las variables, es decir, se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto. (p.83).

Es Transversal: Porque se realizó en un determinado tiempo.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) Indica que el estudio se realizará en un determinado espacio de tiempo. (p.83).

La presente investigación se realizó en el periodo de julio a octubre del presente año.

El tipo de la presente investigación fue cuantitativo.

Cuantitativo: Porque la investigación se basa en la utilización de métodos y herramientas que medirán y cuantificarán numéricamente las variables, es una forma estructurada de recopilar información para luego analizar los datos obtenidos utilizando métodos estadísticos para proceder con las conclusiones.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) Tendrá “un enfoque cuantitativo, donde se define que es un estudio basado en medición de cantidades o magnitudes; por tanto, se desea estudiar un fenómeno que puede ser expresado en datos numéricos, este tipo de investigación es la más apropiada”. (p.160)

El nivel de la presente investigación fue descriptivo.

El nivel de investigación fue descriptivo, ya que se determinó la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad

Descriptivo: Porque se pretende comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos del problema planteado.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (p.83).

4.2. Población y muestra

4.2.1. Población

En base al estudio cuantitativo, la población estuvo conformada por 65 MYPE de acuerdo a la información brindada por la Municipalidad del Distrito de San Vicente de Cañete, por lo tanto, se tomó el caso de estudio a 1 MYPE, del rubro Abarrotes, caso: “Bodega Lucerito”, en el año 2020. Con una población de 153 clientes, registrado en su base de datos.

Hernández, Fernández & Baptista (2014) los autores afirman que la población es: “un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 174).

4.2.2. Muestra

Para Palomino, J. (2015) Indica que la muestra “es un sub conjunto representativo de una población” (p 140).

En base al estudio cuantitativo, la muestra estuvo compuesta por dos muestreos:

Muestreo no probabilístico:

Hernández, Fernández y Baptista (2014) El muestreo no probabilístico es la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador. (p.176).

Muestra N°1: Se determinó por muestreo no probabilístico para la variable de gestión de calidad. Estuvo compuesta por el estudio de caso de una MYPE y se aplicó a 4 colaboradores de la MYPE del rubro Abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, en el año 2020.

Criterios de Inclusión: Personal administrativos

Para la variable de gestión de calidad, se aplicará a los colaboradores que están a cargo de la bodega. Para ello se tomará a 4 colaboradores que laboran en la MYPE del rubro Abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”.

Criterios de exclusión: Clientes

En este caso no se aplicará a los clientes, porque ellos desconocen sobre el manejo de la Bodega.

Muestreo Probabilístico

Según Hernández, Fernández & Baptista (2014) El muestreo probabilístico es aquellos que se basan en el principio de equiprobabilidad.

Muestra N° 2: Se determino muestreo probabilistico para la variable de atención al cliente. Estuvo compuesta por 110 clientes de la MYPE del rubro Abarrote,

Caso: “Bodega Lucerito”, en el año 2020.

Donde:

n: Tamaño de muestra

N: Total de la población

Z: Nivel de confianza (Considerado para 95% de confianza = 1.96)

P: Probabilidad 0.5%

Q: No probabilidad (donde Q=1-P), es decir: 0.5%

E: Error permitido = 0.05

En ese orden de ideas, la muestra de la variable Atención al cliente se

determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 (N-1) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * 153}{(0.05)^2 (153-1) + (1.96)^2 (0.5) * (0.5)}$$

$$N = 110$$

4.3. Definición y operacionalización de variables

Tabla 1: Definición y operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	DEFINICION	INDICADORES	ESCALA
ATENCIÓN AL CLIENTE	Blanco (como se citó en Pérez, 2006). “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, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (p.6). Camisón, Cruz, Gonzales. (2006) Indica que la gestión de calidad es herramienta que se utiliza para describir un sistema que relaciona un conjunto de variables relevante para la puesta en práctica de una serie de principios, prácticas y técnicas para la mejora de la calidad. (p.211)	Se pretende determinar las estrategias de la atención al cliente de la MYPE. A través de los procedimientos de entrega del producto, protocolo de atención, vocación del personal, compromiso.	PROCEDIMIENTO DE ENTREGA DEL PRODUCTO	Castillo (2018) Son procedimientos de atención que permitira ofrecer los productos de acuerdo a la necesidades de los clientes. (p.232)	Calidad de Atención	ESCALA LIKERT
			PROTOCOLO DE ATENCIÓN	Castillo (2018) Son las normas o políticas que se establece dentro de la bodega Lucerito, con el fin de que cliente perciba el servicio o producto que se ofrece, cumpliendo con las expectativas del cliente. (p.232)	Normas del servicio	
			VOCACIÓN DEL PERSONAL	Castillo (2018) Tener en cuenta que los peronales que se contrate para la empresa deben contar con aptitud y vocacion en la hora de realizar su trabajo. (p.232)	Personal idóneo para el servicio	
			COMPROMISO	Castillo (2018) El administrador tiene que debe tener claro cuáles son los compromisos que se tiene que afrontar durante la prestación de servicio y el valor agregado de la empresa. (p.232)	Prestación del servicio	
GESTIÓN DE CALIDAD		Se determinará las características de la gestión de la calidad de la MYPE a través del planeamiento de calidad, control de calidad y mejora de calidad		Gonzales (2015) Se plantea todo el proceso a seguir	Evaluación	ESCALA LIKERT
			PLANEAMIENTO DE CALIDAD	para conseguir los objetivos de calidad. (p.8)	Objetivos Plan de acción Responsabilidad	
			CONTROL DE CALIDAD	Gonzales (2015) Supervisión constante para detectar posibles fallas. (p.8)	Dirección	
					Seguridad Proyectos	
					Visión	
			MEJORA DE CALIDAD	Gonzales (2015) Se lleva a cabo tanto en el producto como en el proceso, bien sea por fallas localizadas o mejoras continuas, pero con el fin único de lograr mejores resultados. (p.8)	Ejecución	

Fuente: Elaboración propia

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la investigación se utilizó técnicas e instrumentos que permitió recolectar información confiable y valida.

4.4.1. Técnicas

Hernández, Fernández y Baptista (2014) La técnica es la encuesta como una herramienta que permitirá obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica” (p.249)

4.4.2. Instrumentos

El instrumento que se utilizó en la investigación estuvo compuesto por 18 preguntas cerradas.

. Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) sostiene que: “el cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación” (p. 250).

4.5. Plan de análisis

La presente investigación realizó la recolección de datos haciendo uso del análisis descriptivo entre la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad, se tomó como población la MYPE “Bodega Lucerito” y se aplicó un cuestionario. Que fue procesado por un soporte el **IBM SPSS Statistics versión 25**. Luego se procedio a evaluar los resultados, logrando obtener una conclusión.

4.6. Matriz de consistencia

Tabla 2: Matriz de consistencia

Título: Propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, caso: “Bodega Lucerito”, cañete – 2020.

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPÓTESIS	METODOLOGIA	POBLACIÓN Y MUESTRA	TECNICAS E INSTRUMENTOS
¿Cuál es la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020.?	Objetivos General	<u>Variable Independiente</u> Atención al cliente	Hernández, Fernández y Baptista (2014) refiere: “No todas las investigaciones plantean hipótesis más aún que la investigación es de tipo Descriptivo, por lo tanto, no las requieren, es suficiente solo plantear algunas preguntas de investigación ya que depende de los factores esenciales el enfoque del estudio y el alcance inicial del mismo”. (p.97).	Diseño de la investigación	Población La población estuvo conformada por 65 MYPE de acuerdo a la información brindada por la Municipalidad del Distrito de San Vicente, de lo cual se tomó una MYPE del rubro Abarrotes, caso: “Bodega Lucerito”, en el año 2020. Muestra Muestra N°1: Estuvo compuesta por 4 colaboradores de la MYPE, Caso: “Bodega Lucerito”. Muestra N° 2: Estuvo compuesta por 110 clientes de la MYPE, Caso: “Bodega Lucerito”.	Técnica Encuesta
	Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020			Nivel de la investigación		Tipo de la investigación Cuantitativo
	Objetivo Específicos	<u>Variable dependiente</u> Gestión de Calidad				
	Describir las características de atención al cliente de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020. Determinar las características de la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020 Determinar la propuesta de mejora de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020					

Fuente: Elaboración propia

4.7.Principios éticos

Esta investigación está referente a los principios bioéticos inalienables al ámbito de la investigación científica, y estos son:

Protección a las personas. – La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, por ello se respetará los derechos de las personas involucradas en el proyecto de investigación el cual se determinará de acuerdo con el riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. Así mismo se hará de conocimiento al encuestado del consentimiento informado de tal manera que se cuente con la aprobación siempre y cuando sean mayor de edad.

Beneficencia y no maleficencia. – Se asegurará 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 en los encuestados.

Justicia. –El investigador respetará las ideas de los participantes evitando causar daños ni perjuicios a los participantes, así mismo se le hará de conocimiento que tendrán acceso a los resultados de la investigación como a la publicación que se en contra en el repositorio de la universidad.

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 evitando causar daños ni perjuicios a

quienes participen. Ello de acuerdo con las normas deontológicas profesional que el investigador lleve a cabo en la investigación. Por ende, los encuestados tendrán libre decisión sobre su identidad sea de forma declara y/o anónima.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: La presente investigación no involucra al medio ambiente por lo tanto no se causará daños. El caso de estudio donde se llevará a cabo la investigación en una Bodega de Abarrote por tanto no involucra daños al medio ambiente, plantas y animales.

Libre participación y derecho a estar informado: La presente investigación se llevará a cabo por voluntad propia de los participantes previo conocimiento que la información brindada será solo para fines respecto al proyecto la decían será respetada por el investigador.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Variable: Atención al cliente

Tabla 3:

Buen servicio

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0,0%
En desacuerdo	2	2,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	8,0%
De acuerdo	57	52,0%
Totalmente de acuerdo	42	38,0%
Total	110	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020.

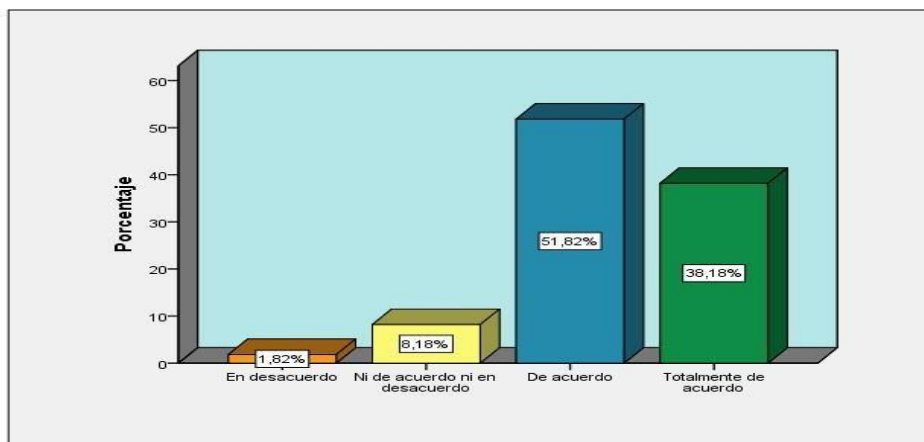


Figura 1: Buen servicio

Fuente tabla 3

Interpretación:

Como se observa en la tabla 3 y figura 1, de un total de 110 clientes de la MYPE, Rubro Abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020, 52% (57 clientes) están de acuerdo que la bodega se base en el buen servicio, variedad, la calidad e higiene de sus productos, el 38% (42 clientes) están totalmente de acuerdo, el 8% (9 clientes) están ni de acuerdo, ni desacuerdo y el 2% (2 clientes) están en desacuerdo.

Tabla 4:

Rápido y oportuno

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0,0%
En desacuerdo	4	4,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	25	23,0%
De acuerdo	52	47,0%
Totalmente de acuerdo	29	26,0%
Total	110	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020.

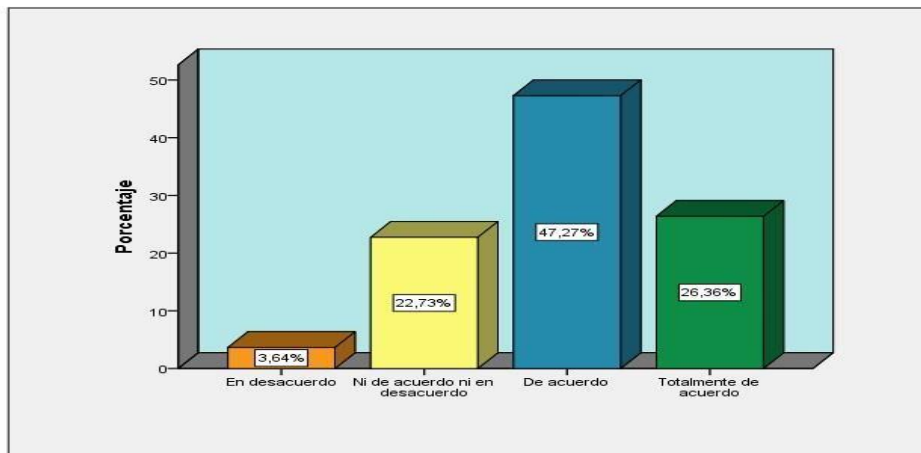


Figura 2: Rápido y oportuno

Fuente tabla 4

Interpretación:

Como se observa en la tabla 4 y figura 2, de un total de 110 clientes de la MYPE, Rubro Abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020, el 47% (52 clientes) están de acuerdo con la atención rápida y oportuna que brinda la bodega, el 26% (29 clientes) están totalmente de acuerdo, el 23% (25 clientes) están ni de acuerdo ni desacuerdo y el 4% (4 clientes) están en desacuerdo.

Tabla 5:

Amabilidad y eficiencia

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0,0%
En desacuerdo	9	8,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	20	18,0%
De acuerdo	45	41,0%
Totalmente de acuerdo	36	33,0%
Total	110	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020.

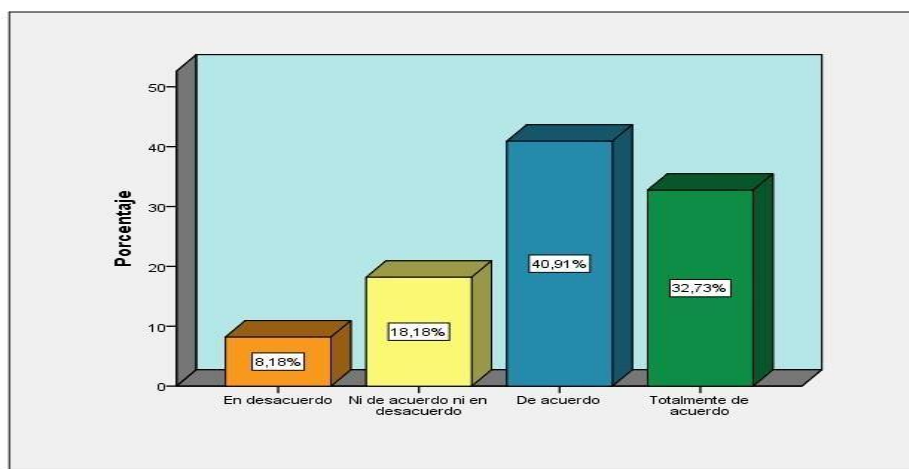


Figura 3: Amabilidad y eficiencia

Fuente tabla 5

Interpretación:

Como se observa en la tabla 5 y figura 3, de un total de 110 clientes de la MYPE, Rubro Abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020, el 41% (45 clientes) están de acuerdo que el personal de la bodega atiende con amabilidad y eficiencia, el 33% (36 clientes) están totalmente de acuerdo, el 18% (20 clientes) están ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 8% (9 clientes) están en desacuerdo.

Tabla 6:

Sugerencias

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0,0%
En desacuerdo	10	9,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	26	24,0%
De acuerdo	36	33,0%
Totalmente de acuerdo	38	34,0%
Total	110	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020.

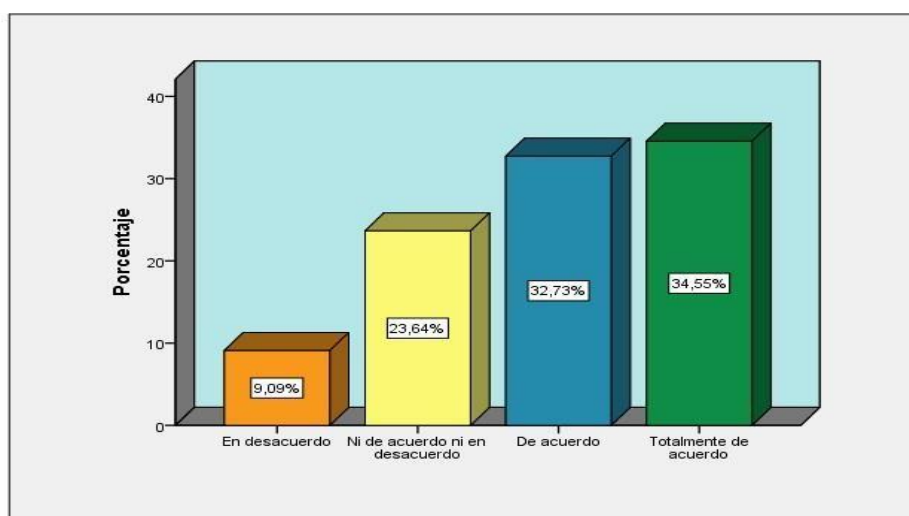


Figura 4: Sugerencias

Fuente tabla 6

Interpretación:

Como se observa en la tabla 6 y figura 4, de un total de 110 clientes de la MYPE, Rubro Abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020, el 34% (38 clientes) están totalmente de acuerdo que la bodega tome en cuenta las sugerencias de los clientes, el 33% (36 clientes) están de acuerdo, el 24% (26 clientes) están ni de acuerdo ni desacuerdo y el 9% (10 clientes) están en desacuerdo.

Tabla 7:

Normas de Atención

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0,0%
En desacuerdo	2	2,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	15	13,0%
De acuerdo	36	33,0%
Totalmente de acuerdo	57	52,0%
Total	110	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020.

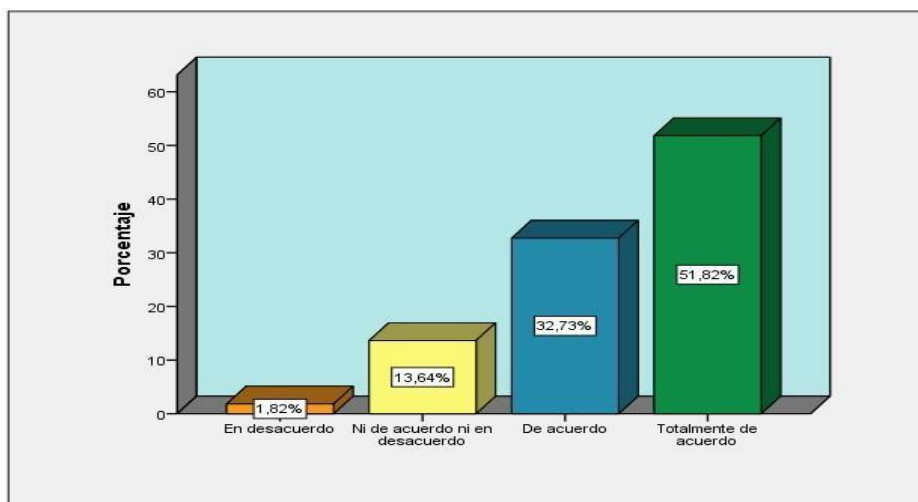


Figura 5: Normas de Atención

Fuente tabla 7

Interpretación:

Como se observa en la tabla 7 y figura 5, de un total de 110 clientes de la MYPE, Rubro Abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020, el 52% (57 clientes) están totalmente de acuerdo con las normas de atención que brinda la bodega, el 33% (36 clientes) están de acuerdo, el 13% (15 clientes) están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2% (2 clientes) están en desacuerdo.

Tabla 8:

Personal Calificado

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	1	1,0%
En desacuerdo	8	7,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	16	15,0%
De acuerdo	11	10,0%
Totalmente de acuerdo	74	67,0%
Total	110	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020.

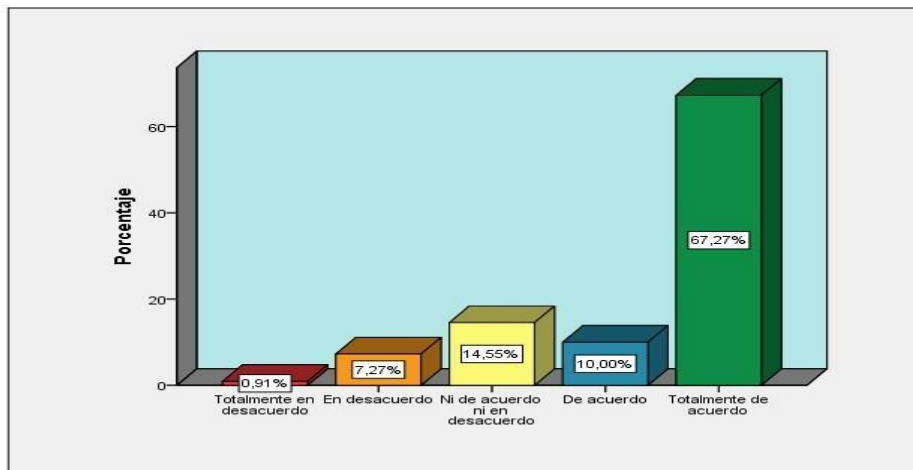


Figura 6: Personal Calificado

Fuente tabla 8

Interpretación:

Como se observa en la tabla 8 y figura 6, de un total de 110 clientes de la MYPE, Rubro Abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020, el 67% (74 clientes) están totalmente de acuerdo que la bodega cuenta con personal calificado para brindar un adecuado servicio, el 10% (11 clientes) están de acuerdo, el 15% (16 clientes) están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 7% (8 clientes) están en desacuerdo y el 1% (1 cliente) están totalmente desacuerdo

Tabla 9:

Imagen

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	1	1,0%
En desacuerdo	2	2,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	14	13,0%
De acuerdo	57	52,0%
Totalmente de acuerdo	36	32,0%
Total	110	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020.

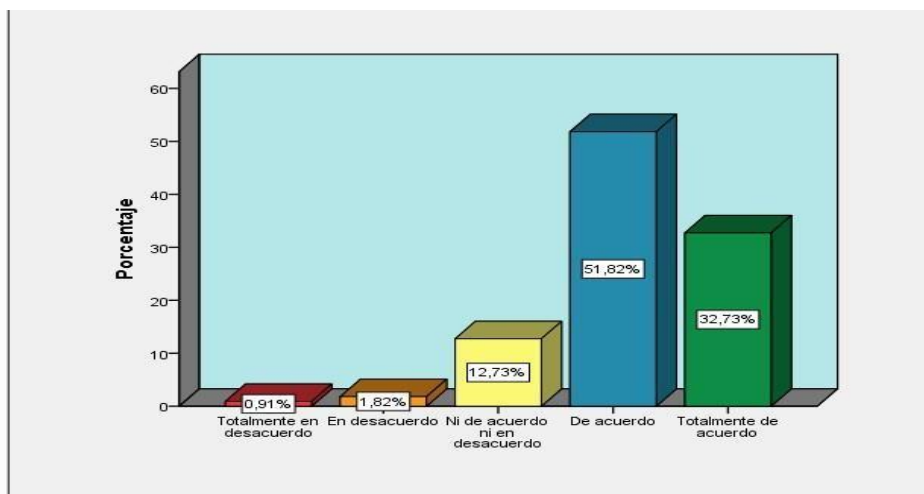


Figura 7: Imagen

Fuente tabla 9

Interpretación:

Como se observa en la tabla 9 y figura 7, de un total de 110 clientes de la MYPE, Rubro Abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020, el 52% (57 clientes) que están de acuerdo que la bodega tenga interes en complacer a sus clientes, otorgandole una buena imagen, el 32% (36 clientes) están totalmente de acuerdo, el 13% (14 clientes) están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2% (2 clientes) están en desacuerdo y el 1% (1 cliente) están totalmente en desacuerdo.

Tabla 10:

Garantía

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	1	1,0%
En desacuerdo	1	1,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	21	19,0%
De acuerdo	54	49,0%
Totalmente de acuerdo	33	30,0%
Total	110	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020.

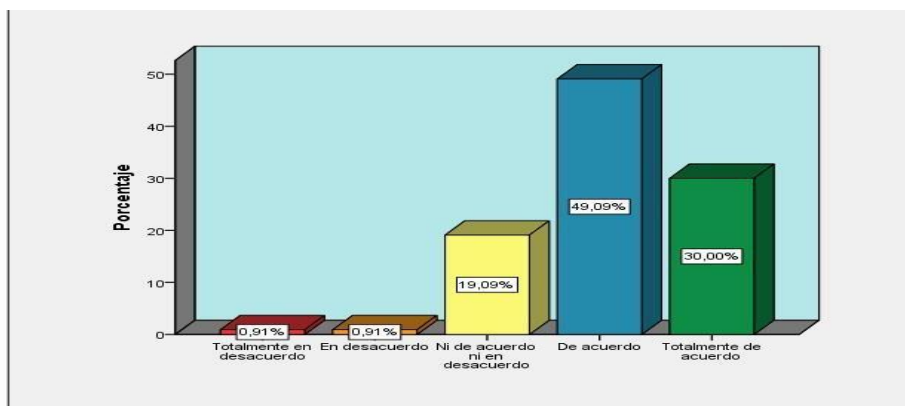


Figura 8: Garantía

Fuente tabla 10

Interpretación:

Como se observa en la tabla 10 y figura 8, de un total de 110 clientes de la MYPE, Rubro Abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020, el 49% (54 clientes) están de acuerdo que la bodega brinde un servicio de calidad garantizado, el 30% (33 clientes) están totalmente de acuerdo, el 19% (21 clientes) están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1% (1 cliente) están en desacuerdo y el 1% (1 cliente) están totalmente desacuerdo.

Tabla 11:

Demanda

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0,0%
En desacuerdo	0	0,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	16	14,0%
De acuerdo	48	44,0%
Totalmente de acuerdo	46	42,0%
Total	110	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020.

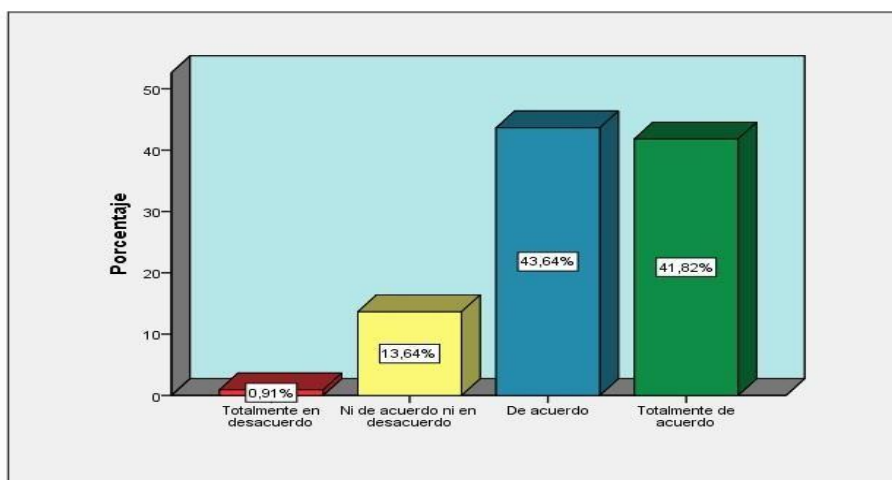


Figura 9: Demanda

Fuente tabla 11

Interpretación:

Como se observa en la tabla 11 y figura 9, de un total de 110 clientes de la MYPE, Rubro Abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020, el 44% (48 clientes) están de acuerdo que la bodega genera mayor demanda a través de degustaciones, ofertas y/o promociones, el 42% (46 clientes) están totalmente de acuerdo y el 14% (16 clientes) están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Variable Gestión de calidad

Tabla 12:

Nivel organizacional

<u>Escala</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Totalmente de desacuerdo	0	0,0%
En desacuerdo	0	0,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0,0%
De acuerdo	0	0,0%
Totalmente de acuerdo	4	100,0%
Total	4	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020.

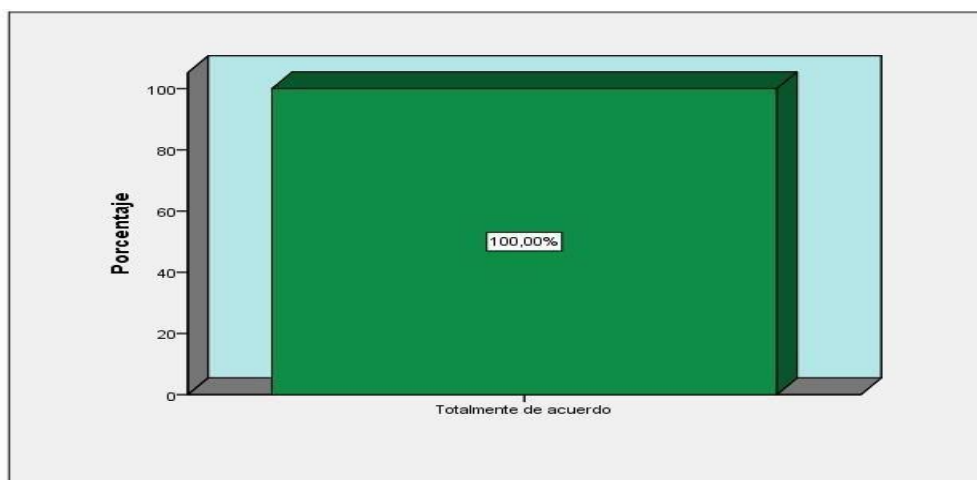


Figura 10: Nivel organizacional

Fuente tabla 12

Interpretación:

Como se observa en la tabla 12 y figura 10, de un total de 4 colaboradores de la MYPE, Rubro Abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020, el 100,0% (4 colaboradores) que están totalmente de acuerdo que la bodega se autoevalúe a nivel organizacional logrando detectar sus avances y errores a corregir.

Tabla 13:

Ventas Mensuales

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0,0%
En desacuerdo	0	0,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0,0%
De acuerdo	0	0,0%
Totalmente de acuerdo	4	100,0%
Total	4	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020.

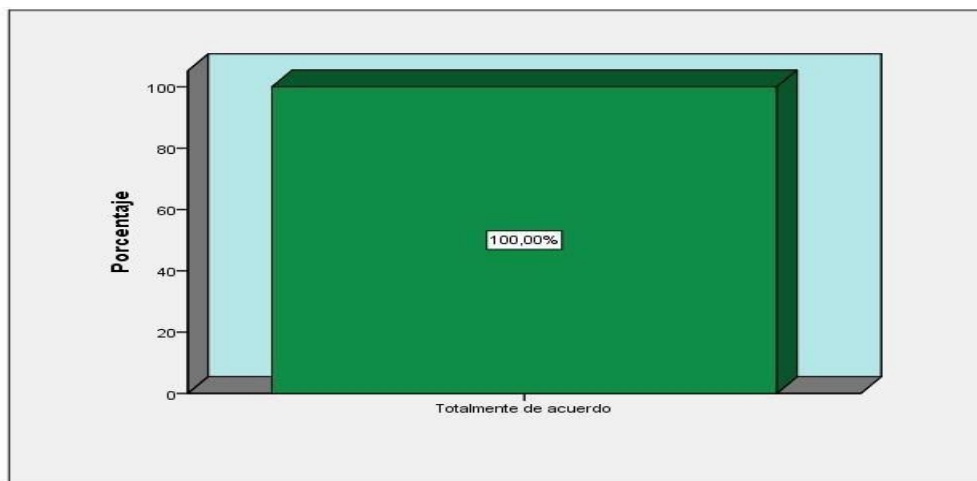


Figura 11: Ventas Mensuales

Fuente tabla 13

Interpretación:

Como observamos en la tabla 13 y figura 11, de un total de 4 colaboradores de la MYPE, Rubro Abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020 el 100,0% (4 colaboradores) están totalmente de acuerdo con el cumplimiento de los objetivos de la ventas mensuales.

Tabla 14:

Estrategias

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0,0%
En desacuerdo	0	0,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0,0%
De acuerdo	2	50,0%
Totalmente de acuerdo	2	50,0%
Total	4	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020.

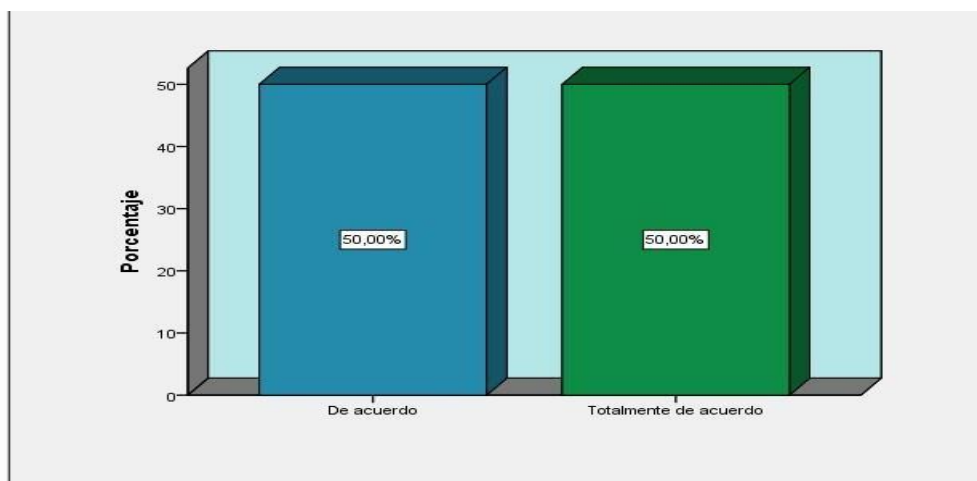


Figura 12: Estrategias

Fuente tabla 14

Interpretación:

Como se observa en la tabla 14 y figura 12, de un total de 4 colaboradores de la MYPE, Rubro Abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020, el 50% (2 colaboradores) que están totalmente de acuerdo que la bodega realice estrategias de liderazgo y plan de acción y el 50% (2 colaboradores) están de acuerdo.

Tabla 15:

Misión organizacional

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0,0%
En desacuerdo	0	0,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0,0%
De acuerdo	1	25,0%
Totalmente de acuerdo	3	75,0%
Total	4	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020.

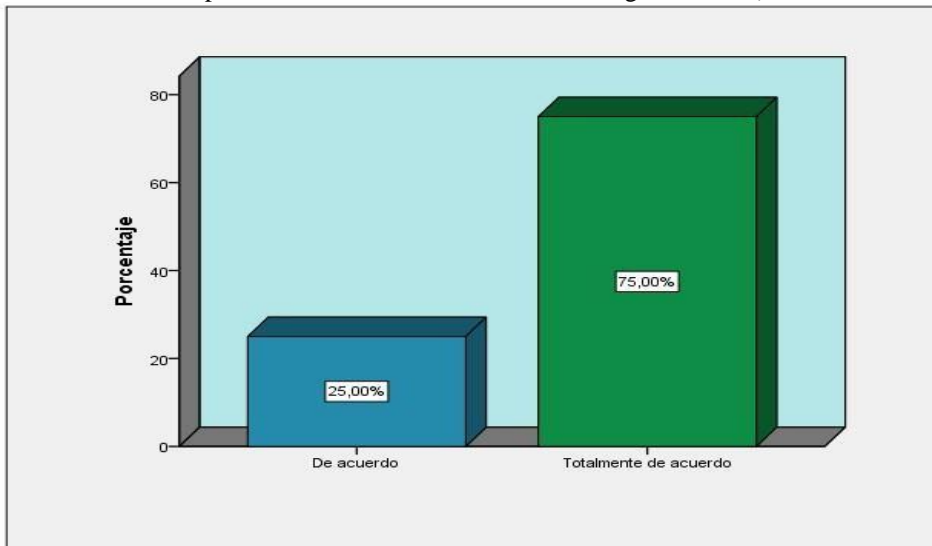


Figura 13: Misión organizacional

Fuente tabla 15

Interpretación:

Como se observa en la tabla 15 y figura 13, de un total de 4 colaboradores de la MYPE, Rubro Abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020, el 75% (3 colaboradores) están totalmente de acuerdo que la bodega cuente con una misión organizacional y el 25% (1 colaborador) manifestó que están de acuerdo.

Tabla 16:

Expansión y Formalización

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0,0%
En desacuerdo	0	0,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0,0%
De acuerdo	1	25,0%
Totalmente de acuerdo	3	75,0%
Total	4	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020.

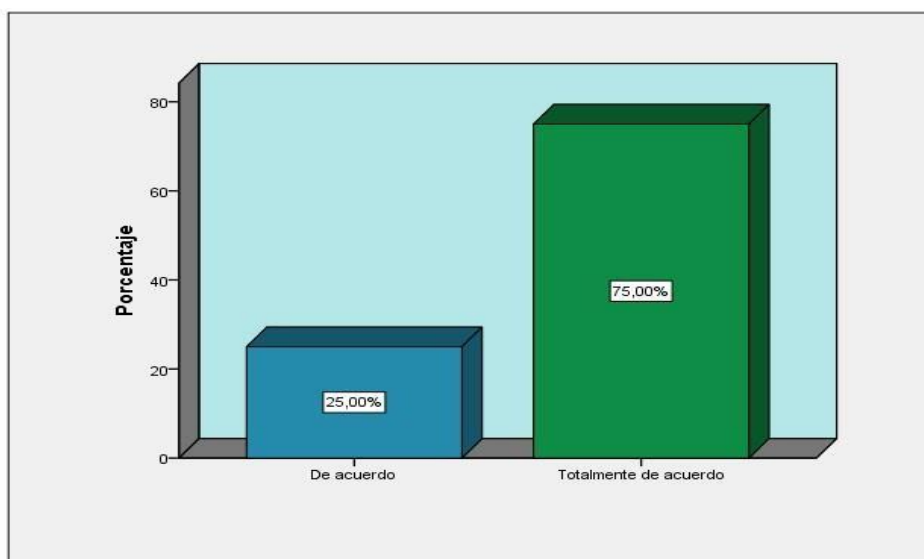


Figura 14: Expansión y Formalización

Fuente tabla 16

Interpretación:

Como se observa en la tabla 16 y figura 14, de un total de 4 colaboradores de la MYPE, Rubro Abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020, 75% (3 colaboradores) están totalmente de acuerdo que la bodega tiene una visión organizacional de expansión y formalización y el 25% (1 colaborador) están de acuerdo.

Tabla 17:

Plan de crecimiento

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0,0%
En desacuerdo	0	0,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0,0%
De acuerdo	1	25,0%
Totalmente de acuerdo	3	75,0%
Total	4	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020.

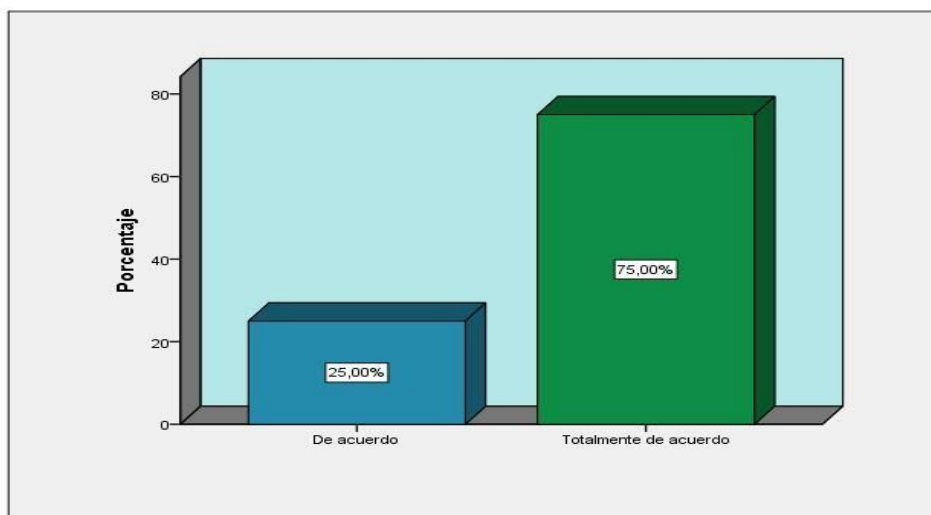


Figura 15: Plan de crecimiento

Fuente tabla 17

Interpretación:

Como se observa en la tabla 17 y figura 15, de un total de 4 colaboradores de la MYPE, Rubro Abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020, el 75% (3 colaboradores) están totalmente de acuerdo que la bodega cuente con el plan de crecimiento para el próximo año y el 25% (1 colaborador) están de acuerdo.

Tabla 18:

Control de Producto

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0,0%
En desacuerdo	0	0,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0,0%
De acuerdo	0	0,0%
Totalmente de acuerdo	4	100,0%
Total	4	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020.

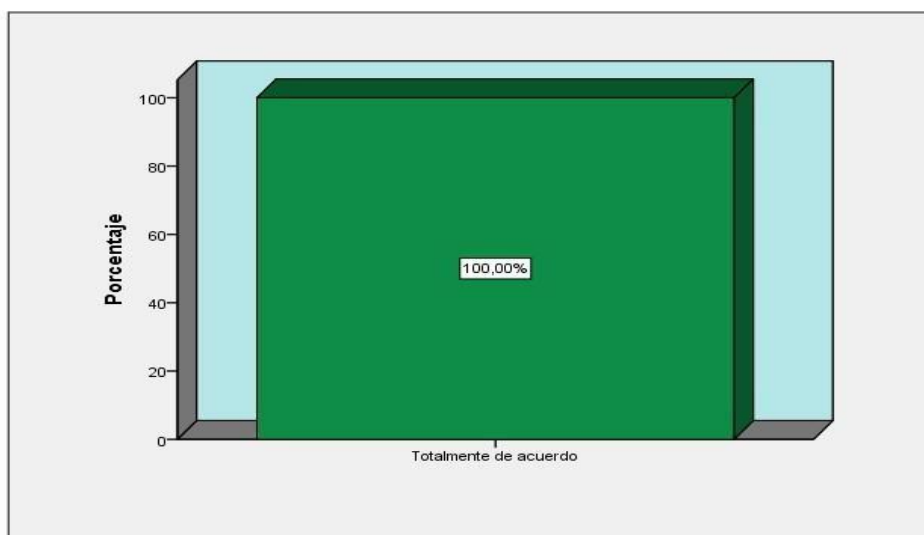


Figura 16: Control de Producto

Fuente tabla 18

Interpretación:

Como se observa en la tabla 18 y figura 16, de un total de 4 colaboradores de la MYPE, Rubro Abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020, el 100,0% (4 colaboradores) están totalmente de acuerdo que la bodega maneje el control de los productos.

Tabla 19:

Direccionamiento

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0,0%
En desacuerdo	0	0,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0,0%
De acuerdo	1	25,0%
Totalmente de acuerdo	3	75,0%
Total	4	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020.

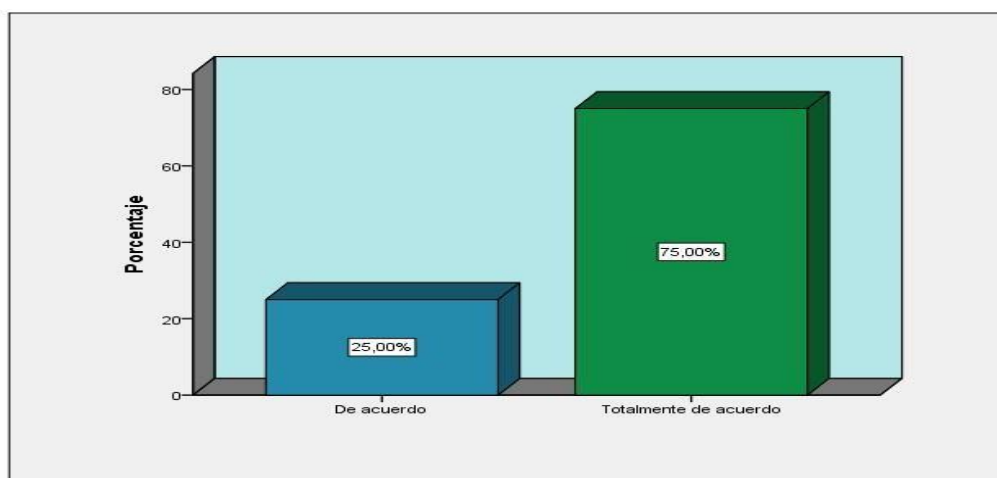


Figura 17: Direccionamiento

Fuente tabla 19

Interpretación:

Como se observa en la tabla 19 y figura 17, de un total de 4 colaboradores de la MYPE, Rubro Abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020, el 75% (3 colaboradores) están totalmente de acuerdo con que la bodega lleva el control y direccionamiento de su equipo de trabajo y el 25% (1 colaborador) están de acuerdo.

Tabla 20:

Medida de Seguridad

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0,0%
En desacuerdo	0	0,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0,0%
De acuerdo	2	50,0%
Totalmente de acuerdo	2	50,0%
Total	4	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020.

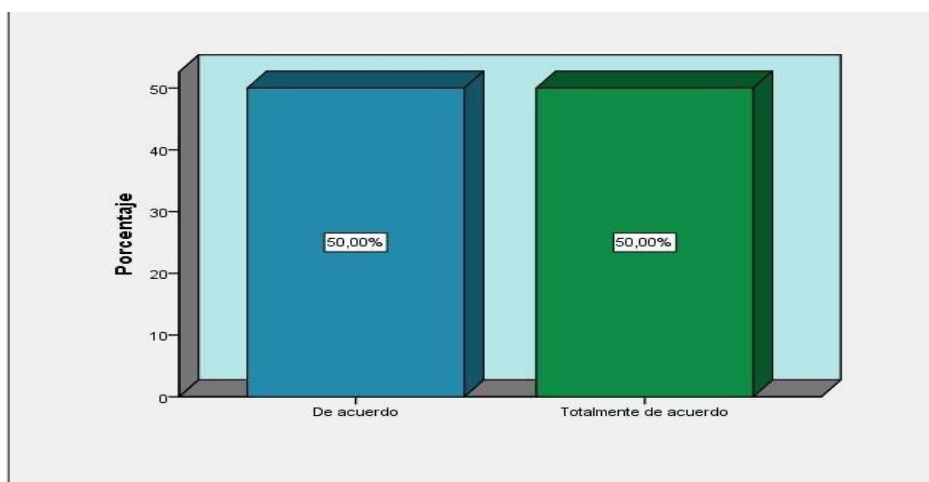


Figura 18: Medida de Seguridad.

Fuente tabla 20

Interpretación:

Como se observa en la tabla 20 y figura 18, de un total de 4 colaboradores de la MYPE, Rubro Abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete - 2020, el 50,0% (2 colaboradores) están totalmente de acuerdo que la bodega cumpla con las medidas de seguridad física y social en su establecimiento y el 50% (2 colaboradores) están de acuerdo.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Con respecto al objetivo general:

Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020.

De acuerdo a los resultados obtenidos en cuanto a la dimensión de procedimiento de entrega del producto se puede apreciar en las tablas N° 3, 4 y 5, que la mayoría de los clientes están de acuerdo que la “ Bodega Lucerito” ofrezca sus servicios basado en la calidad, variedad e higiene de sus productos, la atención es rápida, el personal atiende con amabilidad y eficiencia; en la dimensión del protocolo de atención se puede apreciar en las tablas N° 6 y 7, que la mayoría están de acuerdo con las normas básicas de la atención al cliente y también toman en cuenta las sugerencias del cliente para establecer normas de atención; en lo que respecta a la dimensión vocación del personal en las tablas N° 8 y 9, se puede apreciar que la mayoría de los clientes están de acuerdo que el personal este calificado para brindar un buen servicio; por último la dimensión de compromiso se puede apreciar en las tablas N° 10 y 11, que la mayoría de los clientes están de acuerdo que la bodega brinde un servicio de calidad, a su vez generar mayor demanda a través de sus degustaciones, ofertas y/o promociones, por ello se elabora una propuesta de mejora con la finalidad de mejorar la sistematización del proceso de atención. Además, debe implementar con capacitaciones constante para sus colaboradores. Esto concuerda con lo planteado por Llangari y Mero (2019) En su Tesis: *“Análisis del modelo de gestión de calidad total-excelencia en la mejora de los procesos de bodega en Tienda Industriales de la ciudad de*

Milagro. Caso Agencia No 2”, quien concluye que hay falencia en los procesos de calidad, problemas relacionados con la demora del despacho y la desorganización de la misma. Para mejorar los procesos de la bodega se debe implementar el ciclo de Deming, permitiendo mejorar los inconvenientes que se encontraron en la organización. Se puede decir que el ciclo Deming nos permite identificar una serie de situaciones negativas que incurren en la estrategia de logística. Por otro lado Cusipuma (2019) En su tesis: Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bodegas de la Av. San Martín del Distrito de Castrovirreyna, Provincia de Castrovirreyna, del Departamento de Huancavelica, 2018, quien concluye que las MYPES ofrecen productos con precios de acuerdo al mercado, pero aun así muy pocas veces realiza una economía para medir la escala de vida de la población que se encuentra a los alrededores, a ello nunca realizan diferencia con los avances tecnológicos en su negocio. Se puede decir, que para ser un negocio competitivo se debe mejorar en la exhibición de los productos y brindar variedades de productos con precios muy accesible para que los consumidores puedan satisfacer sus necesidades y se logre fidelizarlo. Está afirmación podemos comparar con lo encontrado por Blanco (2001) menciona que los clientes manifiestas sus necesidades en el mercado en forma de demanda. Es fundamental que la organización deba conocer sus orígenes y componentes para dar a los clientes una buena atención. El personal debe estar capacitado para poder atender las necesidades de los clientes y poderles ofrecer aquellos productos que satisfagan sus necesidades. (p.59).

5.2.2. Con respecto al objetivo específico 1:

Describir las características de atención al cliente de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020.

De acuerdo a los resultados obtenidos: En la dimensión procedimiento de entrega del producto se puede apreciar en las tablas N° 3,4 y 5 que más de la mitad de los clientes están de acuerdo que la “ Bodega Lucerito” ofrezca sus servicios basado en la calidad, variedad e higiene de sus productos, la atención es rápida, el personal atiende con amabilidad y eficiencia, el porcentaje del cliente que están totalmente de acuerdo es un poco menor esto significa que si bien es cierto la valoración es buena, hay cierta percepción que el servicio aún se puede mejorar, en lo que respecta a la dimensión del protocolo de atención se puede apreciar en las tablas N°6 y 7 que la mayoría de los clientes están de acuerdo que los colaboradores sigan el protocolo de atención, permitiendo asegurar una experiencia satisfactoria a los clientes; en lo que respecta a la dimensión vocación del personal en las tablas N° 8 y 9 se puede apreciar que la mayoría de los clientes están de acuerdo que el personal este calificado para brindar un buen servicio; por último la dimensión de compromiso donde se puede apreciar en las tablas N°10 y 11 más de la mitad de los clientes están de acuerdo que la bodega brinde un servicio de calidad, a su vez generar mayor demanda a través de sus degustaciones, ofertas y/o promociones. Esta información se puede comparar con lo encontrado Aquino (2019) En su Tesis: “Gestión de la calidad y la formalización de las MYPE del sector comercio - rubro bodegas, del Mercado Valle Sagrado, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2018”, quien concluye que las MYPES, fija objetivos de calidad, identifican los posibles clientes para su bodega, brindando productos de calidad para satisfacer sus necesidades. Además

proporciona recursos necesarios para la mejora de la calidad del servicio, a través de sus trabajadores. Dichos resultados se complementan con lo indicado por Para Arenal (2017) lo define como “el servicio brindado por una empresa con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para asegurar el uso correcto de un servicio o producto”. (p. 7)

5.2.3. Con respecto al objetivo específico 2:

Determinar las características de la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede apreciar en las tablas N° 12 al 20, la “Bodega Lucerito” tiene una buena gestión de calidad; a través del planeamiento de calidad podemos saber cuáles son los factores que se toman en cuenta para entregar un buen servicio, con el plan de acción , definiendo objetivos y autoevaluando el nivel de organización, a través del control de calidad se evalúa la dirección seguridad y las responsabilidad. Con la mejora de calidad se basa en los proyectos que maneja la bodega, visión y ejecutar los planes propuestos para ver los resultados. Comparado con Montoya (2018)En su Tesis: “Sistema de gestión de la calidad como factor de desarrollo organizacional en las Pymes del sector comercial de compra – venta de cacao de la Ciudad de Milagro”, quien concluye que si la PYMES aplicaran un sistema de gestión de calidad, esto les permitirá usar adecuadamente sus errores y elementos, mejorando los procesos en el producto y servicio. Se puede decir, que el sistema de gestión de calidad es un factor importante que permite a la empresa acoplarse a las necesidades de los clientes, ayudando

a lograr los objetivos de la empresa. Estos resultados están en relación a lo indicado por López (2006) Indica, que el objetivo de la gestión de calidad es: “Lograr un proceso de mejora continua de la calidad por un mejor conocimiento y control de todo el sistema”, es decir que el producto recibido por los consumidores tiene que estar en correctas condiciones para su uso. (p.23).

5.2.4. Con respecto al objetivos específicos 3:

Determinar la propuesta de mejora de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede apreciar en las tablas N° 3 al 11, que la mayoría de los clientes están totalmente de acuerdo, pero no en su totalidad por lo cual sé elaborar una propuesta de mejora, con la finalidad de sistematizarlos procesos de atención y lograr cumplir con las necesidades de los clientes y así poder mantenerlos satisfechos con el fin de tenerlos como clientes potenciales. Esta información se puede comparar con lo encontrado por Sabino (2018) En su tesis: Gestión de la calidad con el uso de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bodegas de la Ciudad de Tingo María, año 2017, que los dueños cuentan con conocimiento a la gestión de calidad en su mayoría, aplica técnicas benchmarking, empoderamiento, pero en el ámbito competitivo afirma que sus bodegas son muy competitivas, además está orientada en la atención al cliente. Se puede decir, la competitividad es un factor muy importante para cubrir con las expectativas del consumidor brindándole precios que estén de acuerdo a sus posibilidades y productos de calidad. Del mismo modo Deming (Como se citó por Nava, 2005) Indica que la gestión de calidad implica una filosofía de gestión

para satisfacción a los clientes a través de la orientación total de la empresa, calidad es entregar a los clientes y a nuestros compañeros de trabajo productos y servicios sin defectos y hacerlos en menor tiempo”. (p.35)

VI. CONCLUSIÓN

Con respecto al objetivo general: Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020.

La propuesta de mejora para el caso de estudio está enfocada en mejorar el proceso de atención al cliente, para ello se harán uso de las estrategias para ganar y mantener a los clientes que permitirán optimizar y sistematizar los procesos involucrados en la atención de tal manera que toda la información este en conocimiento de todos los colaboradores de la “bodega Lucerito”. Otro punto importante para la mejora es la capacitación e inducción para todo el personal de modo que cada uno tenga la información adecuada para brindarle al cliente una buena atención sobre los productos que se ofrece en la bodega.

Con respecto al objetivo específico 1: Describir las características de atención al cliente de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020.

Se concluye que la atención al cliente en la “Bodega Lucerito” es buena pero aun se debe perfeccionar algunos puntos para lograr el éxito total.

Respecto a la dimensión procedimiento de entrega del productos , aun debe mejorarse la amabilidad y eficacia en la hora de atender a los clientes, así mismo también el tiempo de la atención debe ser rápido y tener siempre variedad, calidad e higiene en los productos.

Respecto a la dimensión protocolo de atención, existe un respeto por los protocolos de atención al cliente por parte del personal desde el ingreso hasta terminar con las compra

de los productos.

Respecto a la dimensión vocación del personal, demuestra que es importante contar con personal calificado que conozca de los productos y pueda impulsar en las ventas.

Respecto a la dimensión compromiso, demuestra que el personal se encuentra comprometido en brindar un servicio de calidad.

Con respecto al objetivo específico 2: Determinar las características de la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020.

Se concluye que la gestión de calidad es aplicado de forma correcta, tanto en el planeamiento, control y mejora de la calidad lo que indica que la “Bodega Lucerito” cuenta con plan de trabajo que están encaminando al éxito a la empresa, cumpliendo con las ventas mensuales, realizando un control de los productos y evitando merma que pueden perjudicar a la empresa y cumple con la seguridad física y sociales dentro de su establecimiento.

Con respecto al objetivo específico 3: Determinar la propuesta de mejora de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020.

Se determina que la propuesta de mejora debe enfocarse en mejorar los aspectos relacionados con el proceso de atención al cliente, para ello implementará capacitaciones, retroalimentaciones para todo el personal, así mismo se enfocara en tener un buen clima laboral dentro de la empresa con el fin de tener a sus colaboradores comunicativo y puedan cumplir con los objetivos de la empresa.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Propuesta de Mejora

Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020.

Introducción

En la presente investigación se ha elaborado propuesta de mejora con la finalidad mejorar los aspectos relacionado con la atención al cliente, que de acuerdo a los resultados obtenidos en la variable de Atención al cliente para la gestión de la calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, se observa algunas falencias en las dimensiones del procedimiento de entrega del producto, protocolo de atención, vocación del personal y compromiso.

Estrategia a desarrollar:

En tal sentido y de acuerdo a la problemática se presenta las siguientes estrategias en relación a la mejora de la atención al cliente.

1. Dimensión de Procedimiento de entrega del producto:

- ✓ Implementar un plan de capacitación al personal sobre la atención al cliente, rapidez, conocimiento de los productos que se ofrece
- ✓ Elaborar y ejecutar encuestas de satisfacción del servicio brindado dirigido a los clientes de la Bodega Lucerito.

2. Dimensión de Vocación del personal:

- ✓ Elaborar estrategias para la contratación del personal calificado.

3. Dimensión de Compromiso:

- ✓ Mejorar la prestación del servicio de la Bodega Lucerito.

Conclusión

Las propuestas de mejora ayudara a mejorar el proceso de atención al cliente, por ello se sugiere el compromiso y la pronta elaboración, por otro lado, se sugiere realizar programas de capacitaciones sobre atención al cliente basado en la rapidez y eficacia, con la finalidad de cumplir con las expectativas de los clientes y tenerlos satisfechos.

PROPUESTA DE MEJORA						
OBJETIVO	ACTIVIDADES	TIEMPO	INDICADOR DE MEDICION	META	RESPONSABLE	FINANCIAMIENTO
Implementar un plan de capacitación al personal sobre la atención al cliente	<p>Desarrollar capacitación sobre los procesos de atención al cliente</p> <p>Desarrollar capacitación referente a la información de los productos</p> <p>Desarrollar capacitaciones sobre mecanismo de la atención rápida y oportuno.</p> <p>Evaluación de los resultados de capacitación</p>	Trimestral	<p>N° de capacitaciones</p> <p>% de aprendizaje</p>	<p>4 capacitaciones al año</p> <p>100% aprendizaje</p>	Gerente general	Recursos propios
Elaborar y ejecutar encuestas de satisfacción del servicio brindado dirigido a los clientes de la Bodega Lucerito	Realizar encuesta para medir el grado de satisfacción de los clientes	Trimestral	% servicio de calidad	100% clientes satisfechos	Gerente general	Recursos propios
Elaborar estrategias para la contratación del personal calificado.	Proceso de selección se va basar en tres niveles, físico, psicológico, conocimiento.	Bimestral	% Efectividad del trabajador	100% productividad	Gerente general	Recursos propios
Mejorar la prestación del servicio de la Bodega Lucerito.	Desarrollar reuniones de confraternidad con todo el personal, para tener un buen clima laboral.	Mensual	% Bienestar en el trabajo	100% Bienestar en el trabajo.	Gerente general	Recursos propios

Fuente: Elaboración propia

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcalde, P. (2007)** *Calidad*. España: Paraninfo.
- Aquino, F. (2019)**. *Gestión de la calidad y la formalización de las MYPE del sector comercio - rubro bodegas, del Mercado Valle Sagrado, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2018*. Obtenido de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11731>
- Arenal, L. (2017)**. *Gestión de la atención al cliente / consumidor*. Logroño: Editorial Tutor Formación
- Armijos S. (2016)** *Manual de gestión de calidad para la empresa Comercial Roxana del Cantón Milagro*. Universidad estatal de Milagros – Ecuador.
Recuperado en: <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/3164>
- Banco Mundial (2020)** *La COVID-19 (coronavirus) hunde a la economía mundial en la peor recesión desde la Segunda Guerra Mundial*. Obtenido de: <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/06/08/covid-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii>
- Barrera, B. y Roso, P. (2016)**. *Análisis del sistema de gestión de calidad y su incidencia en el posicionamiento de las medianas empresas del cantón milagro, periodo 2014-2015*. Recuperado en: <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/2829>
- Blanco, A. (2001)** *Atención Al Cliente*. Editorial: Piramide
- Calle, T. (2019)** *Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector*

comercio, rubro bodegas de la octava y novena etapa de la Urbanización Pando, del Distrito de San Miguel, 2018. Obtenido de:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15391>

Camisón, C. , Cruz, S, Gonzales, T. (2006) *Gestión de Calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas*. Recuperado de Sitio Internet. Obtenido de:<https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestión-de-la-calidad.pdf>.

Castillo, R. (2018) *Estrategias en servicio y atención al cliente*. Recuperado en: <https://consultoriaempresarialcastillo.com/2018/01/24/10-estrategias-servicio-atencion-al-cliente/>

Chicana, L (2017) *Gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Migraciones. Lima 2016*. Recuperado de:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/8937/Chicana_GLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Choquehuanca, A. (2017). *Proyecto de Ley General de Bodegas. Congreso de la República*. Recuperado de
[:http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/Proyectos de Ley y de Resoluciones Legislativas/PL0099020170228.pdf](http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/Proyectos_de_Ley_y_de_Resoluciones_Legislativas/PL0099020170228.pdf)

Cuatrecasas, L. y González, J. (2017). *Gestión Integral de la Calidad: Profit Editorial I., S.L* Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=k449DwAAQBAJ&oi>

[=fnd&pg=P%20118%20T7&dq=libros+de+gesti%C3%B3n+de+calidad&ots=Pusreaw6y&sig=w3Uy5caMpdpl%20mpTCwYt-6p8wgEI%20-%20%20v=onepage&q=libros%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad&f=false#v=onepage&q=libros%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad&f=false](#)

- Cusipuma, G. (2019).** *Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bodegas de la av. San Martín del distrito de Castrovirreyña, Provincia de Castrovirreyña, del Departamento de Huancavelica, 2018.* Obtenido de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14862>
- Erazo, G. (2019).** *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro bodegas de Urbanización Los Titanes, Piura año 2019.* Obtenido de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15750>
- Fernández, E. y Fernández, V. (2010)** *Comunicación empresarial y atención al cliente* 2.^a edición. Ediciones Paraninfo.
- Fisher, L. y Navarro, V. (1994).** *Introducción a la investigación de mercado.* 3^o edición, México: McGraw-Hill Interamericana S.A. de C.V.
- Gonzales (2015).** *Gestión de la Calidad en la Administración.* Recuperado de: [gestión.pe/economía/empresas/inacal-adapta-iso-9001-elevarcalidad- Mi Pymes- peruanas-110896.](#)
- Hernández, R, Fernández, C y Baptista P. (2014).** *Metodología de la investigación* (6. ed.). México: McGraw-Hill/ INTERAMERICANA EDITORES, S.A.

DE C.V.

Hoyle, D. (2000) *Manual de Sistema de Calidad - Norma ISO 9000*. Edición.

Editorial: Paraninfo

Huamani, M. (2019) *Propuesta de mejora en atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercial – rubro panaderías, caso: panadería la merced y punto, imperial, cañete 2019*.

Obtenido de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/17123>

Hurtado, M. (2016). *Manual de gestión de calidad del comercial “THAJEANG”, de la ciudad el Milagro*. Recuperado en:

<http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/3326>

Juran, M. (1990) *Juran y el líder para la calidad. Manual para ejecutivos*.

Ediciones Diaz de Santos , S.A. Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=rZgoVdPhJCAC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Kotler, P. y Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing* (12 ed.). México: Pearson

Larrea, P. (1991) *Calidad de servicio: del marketing a la estrategia*. Ediciones Díaz de Santos, 1991

Ley N° 28015 (2013) *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeñas empresas*. Recuperado de:

http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf **Ley N° 30056 (2013)** *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento*

[empresarial \[PDF\]. Título II. Pág. 498465-498471. Recuperado de:](#)
<http://busquedas.elperuano.com.pe/normaslegales/ley-que-modificadiversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>

Llangari, K. y Mero, J. (2019). *Análisis del modelo de gestión de calidad total excelencia en la mejora de los procesos de bodega en Tienda Industriales de la ciudad de Milagro. Caso Agencia No 2.* Recuperado en:

<http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/4864>

López, S. (2006) *Implantación de un sistema de calidad.* Los diferentes sistemas de calidad existentes en la organización. 1 era ed. Ideas propias editorial, Vigo

Lovelock, C. Reynoso, J. Andrea, G. y Huete, L. (2004). *Administración de servicios. Estrategias de Marketing de Operaciones y Recursos Humanos.* (1 ed.). México: Pearson Educación, S.A

Meza, F. (2017) *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercio, rubro bodegas, Distrito de Satipo año 2017.* Recuperado en:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4053>

Montoya, C. (2018). *Sistema de gestión de la calidad como factor de desarrollo organizacional en las Pymes del sector comercial de compra – venta de cacao de la ciudad de Milagro.* Recuperado en:

<http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/4339>

Nava (2005). *¿Qué es la calidad? Concepto, gurús y modelos fundamentales.*

México: Limusa. S.A.

- Palomino, J. (2015).** *Metodología de la investigación, guía para elaborar un proyecto en salud y educación.* Lima. San Marcos
- Parrilla, J. (2019)** *La gestión de la calidad y la competitividad en las MYPES del sector comercio rubro bodegas del distrito de Hualmay, provincia de Huaura, 2018.* Obtenido de:<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/16659>
- Pérez, V. (2006).** *Calidad total en la atención al cliente.* Pautas para garantizarla excelencia en el servicio, 1ºEdicion. España: Recuperado en:
[https://www.academia.edu/8910048/CALIDAD_TOTAL_EN_LA_ATE_NCI%C3%93N_AL_CLIENTE_Pautas_para_Garantizar_la_Exelecia_en_el_Servicio.](https://www.academia.edu/8910048/CALIDAD_TOTAL_EN_LA_ATE_NCI%C3%93N_AL_CLIENTE_Pautas_para_Garantizar_la_Exelecia_en_el_Servicio)
- Quispe, J. (2019).** *Propuesta de mejora en la gerencia estratégica para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro abarroses, Caso: “Bodega Sueng”, Cañete – 2019.* Obtenido de:<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/17124>
- Robbins, S. (1999).** *Comportamiento Organizacional.* México: Editorial Prentice Hall.
- Rodríguez, R. (2017)** *Caracterización de la gestión de calidad y el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro bodegas de la Urbanización Los Granados del Distrito de Trujillo, año 2016.* Obtenido de:<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3793>
- Sabino, L. (2018).** *Gestión de la calidad con el uso de la competitividad en las micro*

y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bodegas de la ciudad de tingo María, año 2017. Obtenido

de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4350>

Udaondo (1992). *Gestión de calidad*. España: Ediciones Díaz de Santos.

Zelada, L. (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* (Tesis de Pre-Grado). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.

ANEXOS

1.- Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Encuesta:

El objetivo de este cuestionario detallado a continuación tiene por finalidad recopilar información del sector y rubro indicado, lo cual será un factor elemental para el desarrollo del trabajo de investigación denominado:

**PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL
CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA
MYPE DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO ABARROTES,
CASO: “BODEGA LUCERITO”, CAÑETE – 2020.**

Deberá marcar con una (x) en el recuadro que crea conveniente, teniendo en cuenta las siguientes indicaciones:

- 1.- Totalmente en desacuerdo
- 2.- En desacuerdo
- 3.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4.- De acuerdo
- 5.- Totalmente de acuerdo

ATENCIÓN AL CLIENTE		1	2	3	4	5
PROCEDIMIENTO DE ENTREGA DEL PRODUCTO	La bodega está basada en el buen servicio, variedad, la calidad e higiene de sus productos					
	La atención de la bodega es rápida y oportuna					
	El personal atiende con amabilidad y eficiencia					
PROTOCOLO DE ATENCIÓN	La bodega toma en cuenta las sugerencias del cliente para establecer normas de atención					
	Tener presente normas de atención permite a la bodega, asegurar una experiencia satisfactoria con el cliente					
VOCACIÓN DEL PERSONAL	El personal está calificado para brindar un adecuado servicio					
	El interés por complacer al cliente le otorga buena imagen de la bodega					
COMPROMISO	La bodega establece la garantía de brindar un servicio de calidad					
	La bodega genera mayor demanda a través de degustaciones, ofertas y/o promociones					



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

Encuesta:

El objetivo de este cuestionario detallado a continuación tiene por finalidad recopilar información del sector y rubro indicado, lo cual será un factor elemental para el desarrollo del trabajo de investigación denominado:

**PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL
CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA
MYPE DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO ABARROTES,
CASO: “BODEGA LUCERITO”, CAÑETE – 2020.**

Deberá marcar con una (x) en el recuadro que crea conveniente, teniendo en cuenta las siguientes indicaciones:

- | | |
|------------------------------------|---------------------------|
| 1.- Totalmente en desacuerdo | 4.- De acuerdo |
| 2.- En desacuerdo | 5.- Totalmente de acuerdo |
| 3.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo | |

GESTION DE CALIDAD		1	2	3	4	5
PLANEAMIENTO DE CALIDAD	La bodega se autoevalúa a nivel organizacional logrando detectar sus avances y errores a corregir					
	La bodega cumple con sus objetivos de ventas mensuales					
	La bodega crea, realiza estrategias de liderazgo, planes de acción para su negocio					
MEJORA DE CALIDAD	La bodega cuenta con una misión organizacional.					
	La bodega tiene una visión organizacional de expansión y formalización.					
	La bodega como ente emprendedor ya tiene su plan de crecimiento a ejecutar para el próximo año.					
CONTROL DE CALIDAD	La bodega realiza un control de cada fecha de los productos de venta (caducidad, limpieza, daño)					
	La bodega lleva el control y direccionamiento de su equipo de trabajo					
	La bodega cumple con las medidas de seguridad físicas y sociales en su establecimiento (cámaras, ropa adecuada, orden)					

2.- Consentimiento informado.



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula: **PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MYPE DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO ABARROTES, CASO: "BODEGA LUCERITO", CAÑETE - 2020.** Y es dirigido por: **Beltram Portuqueo, Kelly Miluska**, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbo. El propósito de la investigación es: **Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: "Bodega Lucerito", Cañete - 2020.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo: ksoliman_25@hotmail.com con para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Angeles de Chimbo.

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

Nombre: _____

Fecha: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula: **PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MYPE DEL SECTOR COMERCIO, RÚBRO ABARROTES, CASO: "BODEGA LUCERITO", CAÑETE – 2020.** Y es dirigido por: **Beltran Portuguez, Kelly Miluska**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: "Bodega Lucerito", Cañete – 2020.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo: kbeltran_25@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: 10153576241 Homina Edith Negron Etocon

Fecha: 06-11-2020

Correo electrónico: Rosacruzillo8825@gmail.com

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS AÑOS

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula: **PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MYPE DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO ABARROTES, CASO: "BODEGA LUCERITO", CAÑETE – 2020.** Y es dirigido por: **Beltran Portuguez, Kelly Miluska**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: "Bodega Lucerito", Cañete – 2020.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.


Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo: kbeltran_25@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

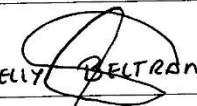
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Rosa Trujillo Flores

Fecha: 06-11-2020

Correo electrónico: trujillo_flores@hotmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información):  KELLY BELTRAN

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula: **PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MYPE DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO ABARROTES, CASO: "BODEGA LUCERITO", CAÑETE – 2020.** Y es dirigido por: **Beltran Portuguez, Kelly Miluska**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: "Bodega Lucerito", Cañete – 2020.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo: kbeltran_25@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Edith Figueroa Aparicio

Fecha: 06-11-2020

Correo electrónico: Figueroa@hotmaul.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): Kelly Beltran



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS AN

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula: **PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MYPE DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO ABARROTES, CASO: "BODEGA LUCERITO", CAÑETE – 2020.** Y es dirigido por: **Beltran Portuguez, Kelly Miluska**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: "Bodega Lucerito", Cañete – 2020.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo: kbeltran_25@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Yerson . Sucacahua Castillo .

Fecha: 06 - 11 - 2020

Correo electrónico: Yerson.Sucacahua.1@gmail.com

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):
KELLY BELTRAN

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS AN

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula: **PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MYPE DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO ABARROTES, CASO: "BODEGA LUCERITO", CAÑETE – 2020.** Y es dirigido por: **Beltran Portuguez, Kelly Miluska**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: "Bodega Lucerito", Cañete – 2020.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo: kbeltran_25@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.


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

Nombre: Alexander Sucahuac Butuay

Fecha: 06 - 11 - 2020

Correo electrónico: _____

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS AN

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula: **PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MYPE DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO ABARROTES, CASO: "BODEGA LUCERITO", CAÑETE – 2020.** Y es dirigido por: **Beltran Portuguez, Kelly Miluska**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: "Bodega Lucerito", Cañete – 2020.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo: kbeltran_25@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Pinchy Alexander Ramos Barberas

Fecha: 06-11-2020

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): KELLY BELTRAN

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS AN

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula: **PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MYPE DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO ABARROTES, CASO: "BODEGA LUCERITO", CAÑETE – 2020.** Y es dirigido por: **Beltran Portuguez, Kelly Miluska**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: "Bodega Lucerito", Cañete – 2020.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo: kbeltran_25@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.


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

Nombre: Maibela Choena Jaulla

Fecha: 06 - 11 - 2020

Correo electrónico: _____

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): KELLY BERTRÁN 

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA

3.- Ficha Ruc

CONSULTA RUC: 10153576241 - NEGRON CHACON HERMINIA EDITH			
Número de RUC:	10153576241 - NEGRON CHACON HERMINIA EDITH		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 15357624 - NEGRON CHACON, HERMINIA EDITH		
Nombre Comercial:	-	Afecto al Nuevo RUS:	SI
Fecha de Inscripción:	20/06/2019	Fecha Inicio de Actividades:	20/06/2019
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	-		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 4721 - VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	BOLETA DE VENTA		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO		

4.- Carta de Presentación



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FILIAL CAÑETE

“AÑO DE LA UNIVERSALIZACION DE LA SALUD”

Cañete, 17 de noviembre del 2020

Sra.
Herminia Edith Negrón Chacón
BODEGA LUCERITO

Presente. -

De mi especial consideración:

Por medio del presente le hago llegar mi cordial saludo y a la vez presento a la bachiller **BELTRAN PORTUGUEZ KELLY MILUSKA** con código de estudiante **2511141054**, de la E.P. Administración, quien actualmente se encuentra desarrollando el taller de tesis para titulación en esta casa de estudios.

Por ello solicito a su despacho la autorización para recabar información respecto a su representada que será utilizada únicamente con fines científicos académicos para la investigación que se encuentra desarrollando, denominado:

“PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MYPE DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO ABARROTES, CASO “BODEGA LUCERITO”, CAÑETE - 2020”

Estimando le brinde las facilidades que el caso requiere, expreso mi profundo agradecimiento.

Atentamente,



Mg. Amelia R. Farfan De La Cruz
COORDINADORA



Jr. Santa Rita 265 - 269 San Vicente
Cañete, Lima, Perú
Telf: (01) 581 3725
www.uladech.edu.pe

5.- Evidencia

