



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y  
LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MYPE  
RAFFAELOS BOUTIQUE EN EL DISTRITO DE  
SULLANA, AÑO 2018**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO  
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**

**AUTORA:**

**KIARA MERCEDES ZAPATA NAVARRO**

**ORCID: 0000-0003-0224-0211**

**ASESOR:**

**MGTR. DARWIN ALEJANDRO SIANCAS ESCOBAR**

**ORCID: 0000-0001-5864-7606**

**SULLANA – PERÚ**

**2019**

## **Equipo de trabajo**

### **AUTORA**

ZAPATA NAVARRO, KIARA MERCEDES

ORCID: 0000-0003-0224-0211

Universidad católica los ángeles de Chimbote, estudiante de pregrado,

Sullana, Perú

### **ASESOR**

MGTR. DARWIN ALEJANDRO SIANCAS ESCOBAR

ORCID: 0000-0001-5864-7606

Universidad católica los ángeles de Chimbote, facultad de ciencias

contables, financiera y administrativas, escuela profesional de

administración, Sullana, Perú

### **JURADO**

ROSILLO DE PURIZACA, MARÍA DEL CARMEN

ORCID: 0000-0003-2177-5676

WONG CERVERA, FÉLIX

ORCID: 0000-0002-5205-4751

VILELA VARGAS, VÍCTOR HUGO

ORCID: 0000-0003-2027-6920

**Hoja de firma del jurado**

**Mgtr. VÍCTOR HUGO VILELA VARGAS**

**Presidente del Jurado**

**Mgtr. MARÍA DEL CARMEN ROSILLO DE PURIZACA**

**Miembro del Jurado**

**Dr. FÉLIX WONG CERVERA**

**Miembro del Jurado**

**Mgtr. DARWIN ALEJANDRO SIANCAS ESCOBAR**

**ASESOR**

## **Agradecimiento**

En primer lugar, agradecer a Dios por darme el mayor regalo que es la vida, a mi familia por brindarme su apoyo incondicional en cada una de mis metas propuestas. A mi maestro por ser una guía en cada uno de los pasos a seguir y poder culminar satisfactoriamente con mi proyecto de investigación

## Dedicatoria

Este proyecto de investigación está dedicado a Dios por permitirme poder culminar satisfactoriamente este trabajo gracias a la sabiduría y fuerza que me brindo para corregir los errores presentados.

A mi familia por estar a mi lado y brindarme su apoyo en cada uno de estos días.

A mi maestro por ser una guía en el transcurso del ciclo académico y estar corrigiendo cada error.

## **Resumen**

El presente trabajo de investigación denominado “Características de la Gestión de calidad y la atención al cliente, en la MYPE Raffaelos boutique en el distrito de Sullana, año 2018” teniendo como interrogante: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad con la atención al cliente en el rubro de venta de ropa y accesorios en Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018?, busca Determinar la características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE en Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018. Se utilizó una metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y de diseño no experimental - descriptivo, por lo cual se estudia la problemática en su realidad, describiendo las partes más relevantes de las variables en estudio, el cual se consideró para la variable gestión de calidad a los trabajadores de la empresa, y a los clientes para la variable atención al cliente. obteniéndose como resultado que el 60% de los trabajadores encuestados respondió que la empresa donde laboran cuenta con un organigrama establecido, el 80% de los trabajadores encuestados respondió que sí se toma en cuenta la planificación de actividades para poder lograr sus objetivos. Se concluyó que se identificó los elementos pertenecientes del sistema de gestión de calidad tomando en cuenta una estructura organizacional, se determinó la atención que brinda la organización muestra que los trabajadores son aptos para brindarles una buena atención de calidad y se logró identificar las estrategias utilizadas brindando la confianza, respeto mutuo.

**Palabras claves: gestión de calidad, atención al cliente**

## **Abstract**

This research paper called “Characteristics of Quality Management and customer service, in the MYPE Raffaelos boutique in the Sullana district, year 2018” with the question: What are the characteristics of quality management with care to the customer in the item of clothing and accessories sales in Raffaelos Boutique in the Sullana district, year 2018 ?, seeks to determine the characteristics of quality management and customer service in the MYPE at Raffaelos Boutique in the Sullana district, year 2018. A methodology of quantitative type, descriptive level and non-experimental-descriptive design was used, so the problem is studied in reality, describing the most relevant parts of the variables under study, which was considered for the management variable of quality to the workers of the company, and to the clients for the variable attention to the client. obtaining as a result that 60% of the workers surveyed responded that the company where they work has an established organization chart, 80% of the workers surveyed responded that the planning of activities is taken into account in order to achieve their objectives. It was concluded that the elements belonging to the quality management system were identified taking into account an organizational structure, the attention provided by the organization was determined shows that the workers are able to provide good quality care and the strategies used providing Trust, mutual respect.

Keywords: quality management, customer service

## Índice

Titulo.....	i
Equipo de trabajo .....	ii
Hoja de firma del jurado .....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Índice .....	viii
Índice de tablas .....	xii
Índice de figuras.....	xiv
Índice de cuadros .....	xv
I. Introducción.....	1
II. Revisión literaria .....	9
2.1 Antecedentes .....	9
2.1.1 Variable gestión de calidad .....	9
2.1.1.1 Nacionales.....	9
2.1.1.3 Regionales.....	13
2.1.1.4 Locales .....	16
2.1.2 Variable atención al cliente .....	19
2.1.2.1 Internacionales .....	19



2.1.2.2 Nacionales.....	22
2.2 Bases teóricas de la investigación.....	25
2.2.1 Gestión de calidad.....	25
2.2.1.1 Elementos del sistema de gestión de calidad.....	25
2.2.2 Atención al cliente.....	27
2.2.2.1 Tipos de Atención al cliente.....	27
2.2.2.4.1 Atención presencial.....	28
2.2.2.4.2 Atención telefónica:.....	28
2.2.2.4.3 Atención virtual:.....	29
2.2.2.4.4 Atención proactiva:.....	29
2.2.2.4.5 Atención reactiva:.....	30
2.2.2.2 Estrategias para mejorar la atención al cliente.....	30
III. Hipótesis.....	33
IV. Metodología.....	34
4.1 Diseño de la investigación.....	34
4.2 El universo y muestra.....	35
4.2.1 Universo.....	35
4.4.2 Muestra.....	35
4.3 Definición y operacionalización de variables.....	37
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
4.4.1 Técnicas.....	39

4.4.2 Instrumento .....	39
4.5 Plan de análisis .....	40
4.6 Matriz de consistencia.....	41
4.7 Principios éticos .....	42
V. Resultados .....	44
5.1 Resultados .....	44
5.1.1 Gestión de calidad .....	44
5.1.2 Atención al cliente .....	52
5.2 Análisis de resultados.....	64
VI. Conclusiones.....	69
Referencias bibliográficas.....	70
Anexos .....	75
Anexo 1. Cronograma de actividades .....	75
Anexo2. Presupuesto.....	76
Anexo 3. Cuestionario.....	77
Anexo 4. Consentimiento informado .....	79
Anexo 5. Libro de Datos .....	85
Anexo 6. Análisis de fiabilidad de la variable gestión de calidad; <b>Error! Marcador no definido.</b>	
Anexo 7. Análisis de fiabilidad dela variable atención al cliente; <b>Error! Marcador no definido.</b>	

Anexo 8: Juicio de expertos .....	88
Anexo 9: Fiabilidad del cuestionario .....	102

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> La empresa donde laboran cuenta con un organigrama establecido.....	44
<b>Tabla 2.</b> Toman en cuenta la planificación de actividades para lograr sus objetivos .....	45
<b>Tabla 3.</b> Cuentan con la maquinaria necesaria para el área de ventas .....	46
<b>Tabla 4.</b> Considera usted que la empresa cuenta con una infraestructura adecuada para el servicio de ventas .....	47
<b>Tabla 5.</b> Les brindan capacitaciones constantes .....	48
<b>Tabla 6.</b> Cuentan con capital suficiente para cubrir algún gasto o negligencia que se presente .....	49
<b>Tabla 7.</b> Cumplen con sus funciones establecidas .....	50
<b>Tabla 8.</b> Se les realiza un control para saber el cumplimiento de sus actividades....	51
<b>Tabla 9.</b> Considera que la atención brindada en Raffaelos los motiva a seguir prefiriendo sus productos.....	52
<b>Tabla 10.</b> Considera que el personal se encuentra motivado en el momento de atenderlo.....	53
<b>Tabla 11.</b> Considera usted que la MYPE cuenta con trabajadores que brinden atención personalizada .....	54
<b>Tabla 12.</b> Considera que el trabajador demuestra una atención cordial .....	55
<b>Tabla 13.</b> La empresa se preocupa por atenderlo cada vez mejor .....	56
<b>Tabla 14.</b> La organización cuenta con áreas de atención adecuadas .....	57
<b>Tabla 15.</b> Se sienten satisfechos con el tiempo que esperan para ser atendidos.....	58

<b>Tabla 16.</b> El personal de la empresa le ha brindado asesoramiento frente alguna duda sobre el producto.....	59
<b>Tabla 17.</b> Alguna vez ha realizado pedidos vía telefónica.....	60
<b>Tabla 18.</b> Se establecen ofertas o bajas de precios en sus compras.....	61
<b>Tabla 19.</b> Los trabajadores muestran siempre una actitud amable para su atención	62
<b>Tabla 20.</b> Le tramite confianza esta empresa.....	63

## Índice de figuras

Figura 1. Gráfico circular sobre el organigrama.....	44
Figura 2. Gráfico circular sobre la planificación de actividades .....	45
Figura 3. Gráfico circular sobre la maquinaria .....	46
Figura 4. Gráfico circular sobre la infraestructura.....	47
Figura 5. Gráfico circular sobre las capacitaciones .....	48
Figura 6. Gráfico circular sobre el capital .....	49
Figura 7. Gráfico circular sobre las funciones.....	50
Figura 8. Gráfico circular sobre el cumplimiento de actividades .....	51
Figura 9. Gráfico circular sobre la atención brindada .....	52
Figura 14. Gráfico circular sobre las áreas de atención.....	57
Figura 15. Gráfico circular sobre el tiempo de espera.....	58
Figura 16. Gráfico circular sobre asesoramiento .....	59
Figura 17. Gráfico circular sobre atención vía telefónica.....	60
Figura 18. Gráfico circular sobre ofertas y bajas de precios .....	61
Figura 19. Gráfico circular sobre la calidad de atención en su atención .....	62
Figura 20. Gráfico circular sobre el nivel de confianza.....	63

## **Índice de cuadros**

Cuadro 1. Matriz de operacionalización de la variable gestión de calidad.....	37
Cuadro 2. Matriz de operacionalización de la variable atención al cliente .....	38
Cuadro 3. Matriz de consistencia.....	41

## **I. Introducción**

En una economía inestable como la que vivimos hoy en día, las empresas u organizaciones deben estar preparadas a afrontar y superar los cambios que se presenten, asimilándose a la competencia existente en el mercado tomando en cuenta hasta pequeños detalles.

En la localidad de Sullana existen varios negocios dedicados al rubro de Tiendas de Ropa, pero en este caso solo nos enfocaremos en Raffaellos Boutique, empresa peruana localizada en Piura, Sullana (Grau #692 Esquina con Enrique Palacios). Tiene como nombre comercial Raffaellos Boutique, se encuentra registrada en la SUNAT con el Ruc 10459168139 Al día 20-05-2018, la empresa tenía como estado activo y condición habido.

En este trabajo de investigación se consideran dos variables de estudio las cuales nos ayudará a la determinación del objetivo general de nuestro proyecto; estas dos variables de estudio son:

La gestión de calidad, la cual involucra la manera lo cual la MYPE brinda un proceso de calidad y un producto no solo basándose en que cantidades vende sino también en la manera como se brinda, así como el nivel de calidad que ofrece, al igual que una satisfacción considerable en sus clientes.

Atención al cliente nos referimos en cómo sus trabajadores brindan un trato a sus clientes, como es su manera de ofrecer el producto para que este sea adquirido, en una atención de buena calidad implica el carácter y el desenvolvimiento por parte de los trabajadores. Son los trabajadores de quienes se depende el cliente logre sentir la seguridad de obtener el producto.



Los elementos que se involucran en los aspectos negativos del mundo del vestido se encuentran dentro de pequeñas empresas al igual que de sus competencias. Los representantes de cada entidad no cuentan con la información suficiente para mantener el equilibrio de estos factores, lo que causa que las mejoras de estos tengan un porcentaje mínimo de cambio, tomando como solución el adaptarse a estas condiciones del consumidor, tecnología y economía; de esto dependerá la calidad de diferencia que marquen y llegar el éxito general. (La Voz, s.f.)

A continuación, se mencionan aquellos factores que influyen y a la vez afectan el éxito de la tienda dedicada a la venta de ropa. Para ello se aplica la técnica PESTEL, herramienta que nos permitirá sustentar lo ya antes mencionado, pero de manera más detallada.

Las entidades dedicadas a la venta de ropa se denotan obstaculizadas por puntos jurídicos y político, ya que estos involucran temas tales como los derechos de los trabajadores y leyes frente a casos de la explotación y trabajo a menores de edad. Para poder llegar al desarrollo de un negocio se deben de cumplir con las normas, leyes y puntos a los que se consideran accesibles e importantes. Existe el llamado embargo comercial que causa que en este caso los mayoristas se vean obligados a inclinarse a diferentes proveedores. (La Voz, s.f.)

En el factor económico se pudo encontrar que las pequeñas y medianas empresas (Pymes) desempeñan un papel fundamental en la economía peruana ya que contribuyen a la creación del empleo, ayudan a disminuir la pobreza y contribuyen a incrementar el Producto Bruto Interno.

Según Alegría (2018) comenta que en el año 2017 el Perú identifico al parecer débil de 2.5%, sin representar algún obstáculo para el nacimiento de nuevas empresas. Con una cifra del 8.44% superando firmas de empresas en el Perú según datos estadísticos brindados por el Instituto Nacional de Estadística e Informática muestra un crecimiento de número de empresas incrementando en un 3.98% superando datos del año 2016. En evidente resultado se observa que la cantidad de entidades constituidas en el año fue de 8.01% mayor al anterior. “Esa es la alternativa al desempleo o empleo informal de muy baja remuneración. Mejor seguir con una microempresa hasta que mejore el mercado laboral; o simplemente tener ingreso cero”, comenta: gracias a las cifras detalladas anteriormente es que esas organizaciones del 2017 son generadas por personas naturales en un 66%. Según Odar comenta que partes de las medianas empresas es cuando más mostro cierre de organizaciones. Destacando que el 74% operan en comercio y servicios. (Alegría, 2018)

Los factores económicos presentan puntos negativos y positivos en el mundo del vestido, y más aún en una etapa del auge económico, disponiendo de mayor cantidad de ingresos, considerando más compra de prendas de vestir. no obstante, existen recisiones que traen consigo un resultado contrario. Las ventas de la diversidad de ropa pueden mostrarse significativamente inferiores. Provocando que los comerciantes minoristas queden con considerados números de inventarios, siendo en ocasiones necesario tener que distribuir esa ropa a menores de precios.

Dentro del factor sociocultural se puede mencionar que toda persona o entidad que pretenda conformar una organización debe tener en cuenta la demanda a la que pretenden convencer. Específicamente si nos referimos a compañías textiles se dirigen a su población mostrando una imagen concreta concisa y definida identificada en la

calidad de prendas que ofrezcan, exponiéndose a un mayor riesgo de difundir negativamente para con la ciudadanía a la que se dirigen. Se identifica como factor con mayor implicación negativo en entes textiles es la historia y religión de un país, ya que la cultura llega de manera considerable. (Royo, 2014)

Se logra destacar principalmente que lo específico de toda entidad debe constar de valores y de una cultura empresarial propia, según el país donde incursionaría. Tener en cuenta el abstenerse a las sensibilidades de cada población partiendo de su cultura, religión o forma de vivir para de esta manera saber sobresalir a cualquier inconveniente negativo para con la compañía, evitando el retirar productos existentes en su punto de producción e incluso de su comercialización. (Royo, 2014)

Así mismo, en el factor tecnológico se encontró que en una era científica y renovada, hay factores que todo plan de negocio naciente debe tener, no solo para tener conocimiento de ellos sino también de lograr mantenerse en el mercado. Daniela Costa (2017) vicepresidente de Arceverse América Latina, comenta: “Las PYME tienen que preocuparse por disponer de la tecnología que opere en favor de su negocio y de contar con herramientas que les otorguen protección, copias de seguridad de las operaciones, así como de mecanismos para recuperación de datos, las aplicaciones y los sistemas”.

Dentro del factor ecológico se puede mencionar que el cambio climático ocasiona la retención de ventas en la empresa, ya que los consumidores evitan el salir de sus viviendas, provocando que la rentabilidad y los ingresos disminuyan afectando tanto a los trabajadores como a los dueños de la organización.

El factor legal es un sector que toma en cuenta puntos en cuanto a normativas de prevención de riesgos laborales, restricciones, seguridad e higiene de las vestimentas y de las instalaciones. Por ello el grado de legislación se ha calificado con un poco influencia. Por lo tanto, es algo que se debe cumplir ser considerado en tomo momento de forma responsable, refiriéndose a las obligaciones legales, pero que no muestre una trascendencia en la viabilidad del negocio. (Anónimo, 2012)

Asimismo, se realizó el estudio de la empresa según las cinco fuerzas de Michael Porter:

La rivalidad entre competidores existentes se destaca que por un lado existe un número considerable de empresas que ofrecen el mismo producto, siendo que Raffaelos ofrece exclusividad en ropa casual y accesorios como cadenas, relojería y gorros de buena calidad que su competencia directa, ESTILOS se destaca por ofrecer ropa urbana a diferencia de este.

La amenaza de entrada de nuevos competidores no es tan alta debido que pueden ofrecer productos similares, pero no de la misma marca y calidad ya que Raffaelos ofrece la cantidad y calidad de productos por la inversión que se requiere mostrándose ser alta, lo cual se considera accesible para el público de la empresa en estudio.

En el poder de negociación de los clientes es un factor muy alto debido a que la empresa se ve en la obligación de en cierta forma minimizar sus precios establecidos por la baja de precio que sus competencias intentan ofrecer.

Poder de negociación de los proveedores no es alta debido a que Raffaelos ya cuenta con un número determinado de proveedores que le facilitan sus productos de

muy buena calidad y a precios que puedan ser negociables y beneficiosas tanto para cliente como para la organización.

La rivalidad entre competidores existentes genera que la empresa requiera mucho más esfuerzo para mantener su posición en el mercado con precios accesibles al público objetivo, por lo cual se inclina por realizar publicidad mediante redes sociales obteniendo ventas de gran calidad y recomendación por grupos musicales reconocidos, ayudándolo también en su publicidad de negocio. Siendo sus competencias existentes Estilos, Sapos Boutique.

Luego del estudio de los factores, se determinó como enunciado del problema:

¿Cuáles son las características de la gestión de calidad con atención al cliente en la MYPE Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018?

Para dar respuesta a la problemática que se presenta se planteó como objetivo general:

Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE en Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018.

Así mismo se plantearon los siguientes objetivos específicos:

a) Identificar los elementos del sistema de gestión de calidad que requieren los consumidores de la MYPE en Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018;

b) Identificar el tipo de atención brindada a los clientes en la MYPE en Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018

c) Describir las estrategias para mejorar la atención al cliente que utiliza la MYPE Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018.

Esta investigación se justifica en que hoy en día en Sullana han incrementado las MYPES dedicadas a la venta de ropa las cuales deben cumplir ciertos requisitos para confirmar su legalidad y formalidad. En toda empresa el mayor objeto de estudio son sus clientes, por tanto, cada uno de sus encargados como participantes deben inclinarse a la satisfacción del cliente; en su atención como en la calidad de lo que pretendan adquirir.

La mayoría de los clientes no busca cantidad sino calidad, los trabajadores de una organización deben de cumplir con todos los aspectos que se requiere para que el comprador se sienta satisfecho y conforme con el trato y atención que reciba. La calidad se inclina en la responsabilidad y desempeño de los encargados en elegir el tipo de ropa que pretendan lucir para que pueda ser vendido al precio que se establezca.

**Justificación Social:** En cuanto a lo que involucra una relevancia social el estudio trasciende en las MYPE, las mismas que tendrán en la investigación una fuente de consulta para mejorar su servicio, beneficiando a la comunidad al recibir una atención de calidad tomando en cuenta sus necesidades.

**Justificación Metodológica:** En cuanto a metodología aportará un instrumento de recolección de datos, un cuestionario válido y confiable que servirá para ser usado en otros trabajos de investigación.

**Justificación Institucional:** Esta investigación será un gran aporte a la Comunidad Universitaria ya que podrá ser utilizado como fuente de estudio para otras investigaciones que tengan el mismo rubro.

**Justificación académica:** La investigación que se está realizando, aportará conocimiento que será de gran ayuda a la Comunidad Universitaria. Además de brindarnos un aporte académico, tanto en conocimiento como experiencias.

En cuanto a la metodología de la investigación que se utilizó fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, de diseño no experimental corte no transversal, debido a que estudia a las variables en su contexto mostrando la problemática tal y como se muestra en su realidad. Teniendo como muestra a 5 trabajadores de la empresa y a 68 clientes, para ambos se utilizó el instrumento de un cuestionario, con un total de 20 preguntas.

## **II. Revisión literaria**

### **2.1 Antecedentes**

#### **2.1.1 Variable gestión de calidad**

##### **2.1.1.1 Nacionales**

Jaramillo (2017) el presente trabajo de Investigación denominado, “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las Mypes sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017”. Tuvo como problema general ¿Cómo se caracteriza la Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPES del sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017? En la cual mi objetivo general de la investigación es Describir la Caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPES, sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017, por la cual se determinó mediante el estudio de investigación. La investigación fue de tipo descriptivo, nivel de investigación es cuantitativo y el diseño de la investigación es no experimental, para lo cual se utilizó que había una población de Doce Tiendas Comerciales de Ropa para Damas a quienes se les se aplicara un cuestionario estructurado a través de la técnica de la encuesta. Obteniéndose como siguiente conclusión de los resultados: en donde se ha quedado reflejado plenamente, que las MyPes afrontan al inicio de su entorno empresarial algunos problemas con respecto a la Competitividad y Gestión de Calidad. Sin embargo, han desarrollado diferentes capacidades para sus negocios y poder ver la calidad de ropa que estas venden, también se ejecutan estrategias específicas para obtener una buena competitividad en el mercado, mejorando la



calidad de ropa para damas que se ofrece. Tiene como resultado tomar en cuenta el presente estudio para un mejor manejo de los recursos de las MyPes en el rubro de Tiendas Comerciales de Ropa para Damas a través de su Competitividad y Gestión de Calidad para no presentar problemas en el mercado.

Asencios (2016) el presente trabajo de investigación titulado Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique) del distrito de Huaraz, año 2016 tuvo como objetivo general describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique) del distrito de Huaraz, año 2016. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptivo-cuantitativa y un diseño no experimental (transaccional o transversal). Para la determinación de la muestra, se identificó una muestra censal de 16 gerentes debido a que la población fue relativamente pequeña; de lo cual se obtuvo un resultado predominante que es: El 31,25% de gerentes encuestados del rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique), afirman que la gran mayoría de gerentes solo a veces efectúan pruebas de conocimiento. Situación que podría generar conflictos al no tomar importancia y desconocimiento de los beneficios que le va traer. Como principal conclusión se obtuvo que al no tener mayor preocupación en cuanto a las pruebas de conocimiento y no seguir con un proceso de selección de personal adecuado, puede ocasionar a contratar a un personal inadecuado e idóneo para la empresa.

Finalmente se concluye que en las boutiques del distrito de Huaraz no cuentan con una buena selección de personal para la buena atención de los clientes por consiguiente existen grupos de clientes insatisfechos con la atención que brindan, por ello algunos optan por retirarse del establecimiento sin adquirir prenda alguna.

Samaniego (2018) en el trabajo de investigación titulado Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el enfoque del neuromarketing, de las MYPES, rubro tienda de ropa del distrito de Pangoa, provincia de Satipo, año 2018 se estableció como objetivo primordial de la presente investigación ha sido determinar la Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el enfoque del neuromarketing, de las MYPES, rubro tienda de ropa del distrito de Pangoa, provincia de Satipo, año 2018. La misma que se desarrolló bajo metodología de investigación del tipo descriptiva, no experimental, transversal y la aplicación de un cuestionario estructurado por 19 preguntas contenidas en una encuesta, obteniéndose como resultados: el 80% de los representantes legales pertenecen al sexo masculino, de edades entre 46 años a más, con grado de instrucción secundaria, el 40% de las MYPES tienen entre 1 a 5 años de funcionamiento y un 40% de entre 11 años de funcionamiento a más, cuentan de entre 1 a 4 trabajadores, y en su mayoría tienen diseñada su estructura organizacional; que el 80% de la muestra encuestada tienen definidas su Misión, Visión y Valores, el 100% gestiona su MYPE bajo la filosofía de la mejora continua buscando mejorar día a día la calidad de su producto y brindar una buena atención, las mismas que se administran bajo las herramientas de gestión administrativa, siguiendo un plan de negocios; el 80% consideran que su MYPE satisface la necesidad de su mercado objetivo, mismos que los eligen por motivaciones racionales –

necesidades es decir atributos del producto, afirmando que conocen los alcances del neuromarketing, y que un 60% ha implementado una estrategia de neuromarketing que es la investigación de mercado y al otro 40% afirma que les gustaría implementar estas estrategias por el bien de su negocio, dándole mucha importancia al neuromarketing como influenciador en el comportamiento de compra de los consumidores, creyendo que este puede resultar muy beneficioso para su negocio, pero consideran la principal barrera es costo de implementación de este elemento.

Santos (2017) la investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso de plan estratégico de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa, centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2017. La investigación fue de diseño no experimental - transversal para el recojo de la información se utilizó una muestra de 12 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados. El 75,0% de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad. El 100,0% son de género femenino. El 83,3% cuentan con estudios secundarios. El 66,7% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro entre 4 a 6 años. El 58,3% tienen poco conocimiento en gestión de calidad. El 58,3% aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas. El 100,0% no utilizan el Plan estratégico. El 83,3% consideran a la inversión como una de las principales preocupaciones de la empresa. El 91,7% de los representantes no han realizado un diagnóstico FODA. El 100,0% no ha establecido un plan de acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades. Conclusión: la mayoría

de las micro y pequeñas empresas no aplican gestión de calidad con el uso del plan estratégico, dado que no realizan un análisis FODA, por lo cual no pueden realizar un plan de acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades.

### **2.1.1.3 Regionales**

Núñez (2014) esta investigación titulada el control interno, los tributos y su incidencia en los resultados de gestión de las empresas del sector comercio rubro venta de materiales de construcción de la ciudad de Piura, periodo 2014, tuvo como objetivo determinar las características del Control Interno, los Tributos y su Incidencia en los Resultados de Gestión de las Empresas del Sector Comercio Rubro Venta de Materiales de Construcción de la Ciudad de Piura, periodo 2014. Se ha desarrollado usando la metodología de tipo cuantitativo, el nivel descriptivo y el diseño no experimental, la técnica fue la encuesta y el instrumento el cuestionario pre estructurado con 25 preguntas relacionadas a la investigación, el cual fue aplicado a una muestra no aleatoria por conveniencia representada por 10 empresas del sector y rubro en estudio, obteniendo como principales resultados los siguientes: El 30% de las empresas del sector comercio rubro venta de materiales de construcción tiene una apreciación muy buena respecto al funcionamiento financiero de la empresa, el 40% lo considera bueno y el 30% restante lo considera regular. El 70% cuenta con un manual de políticas y procedimientos que orientan las actividades y garantizan un buen control interno, mientras que el 30% no cuenta con dicho manual. El 30% de las empresas manifestó que han sido sancionadas por la Superintendencia Nacional de Aduanas

y Administración Tributaria y solo el 10% de ellas aún mantiene deudas tributarias ante la misma. En conclusión, el control interno, incidió positivamente en los resultados de gestión, puesto que, previno la pérdida de recursos, se obtuvo información financiera oportuna y confiable, protegió y resguardó los activos y promovió la eficiencia de las operaciones, quedando probado que, el establecimiento de procedimientos efectivos de control interno le permite a la empresa lograr las metas y objetivos programados.

Quispe (2017) este proyecto de investigación de tesis, titulado “caracterización de la gestión de calidad y la formalización de las MYPES del sector comercio – rubro venta de ropas para damas en el distrito de Juanjuí, 2017”, tiene como objetivo general dar a conocer las características de la gestión de calidad y formalización en las MYPES del sector comercio rubro ventas de ropas para damas del distrito de Juanjuí, 2017. La metodología utilizada en esta investigación corresponde a un estudio cuantitativo, de nivel descriptivo cuyo diseño es no experimental, descriptivo simple. La población de estudio estuvo conformada por 10 MYPES dedicadas al sector comercio rubro en estudio; a quienes se aplicó un cuestionario para medir el grado de aplicación de los indicadores de la gestión de calidad. Para el análisis de los datos, se utilizó el programa Microsoft Excel versión 2016, y la estadística descriptiva con medidas porcentuales y gráfico. De acuerdo a los resultados obtenidos se observa que en las dimensiones atención al cliente y gestión de recursos. Nunca se aplican las ideas de gestión de calidad y formalización; sin embargo, en las dimensiones, toma de decisiones, liderazgo, participación de personal, gestión de procesos,

mejora continua y relación con los proveedores algunas veces o siempre se aplica los indicadores de gestión de calidad y formalización

Wilder (2015) el proyecto de investigación titulado los mecanismos del control interno administrativo y su impacto en los resultados de gestión de los restaurantes de la provincia de Ayabaca, año 2015 cuyo objetivo general es Describir las principales características de los mecanismos de Control interno Administrativo y su impacto en los resultados de gestión de los Restaurantes de la Provincia de Ayabaca, año 2015 El fundamento teórico de la investigación precisó como variable independiente el Control interno Administrativo y como variable dependiente los Resultados de Gestión. La población y muestra fueron calculadas en base a las empresas del sector en estudio, ubicadas en la provincia de Ayabaca. La metodología fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño No experimental, transeccional, descriptivo. Aplicando la técnica de la revisión bibliográfica y documental, y como instrumento de recolección de información la entrevista, la observación directa y el cuestionario pre estructurado con preguntas relacionadas a la investigación, aplicado al propietario, gerente y/o representante legal de las empresas materia de investigación. En los resultados tenemos que las edades de los propietarios, gerentes y/o representantes de los restaurantes de la Provincia de Ayabaca, fluctúan entre 18 a más de 41 a años. Siendo el 52% de 41 años a más y el 45% de 26 a 40 años y el 3% de 18 a 25 años, El 87% de los restaurantes encuestados consideran que sus resultados no han mejorado en comparación al inicio, y un 13% considera que sus resultados si han mejorado., el 92% de los restaurantes encuestados consideran que la competencia que existe en su entorno son informales, y un 8% respondieron que su competencia es formal,

el 100% de los restaurantes encuestados consideran que el control interno si incide favorablemente en los resultados de gestión de una empresa, El 82% de los restaurantes encuestados no cuentan con mecanismos de seguridad interna y externa contra robos o hurtos de propiedad de la empresa, el 18% aseguró tener seguridad. Obteniéndose como conclusión más importante: Que el Control Interno dentro de las organizaciones es fundamental ya que protege los recursos, evitando perdidas por fraudes o negligencias, así como el de detectar desviaciones que se presentan y afectan en el cumplimiento de los objetivos y metas trazadas.

#### **2.1.1.4 Locales**

Agurto (2016) la presente investigación titulada Caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las MYPE del sector transporte de pasajeros – rubro auto colectivos de la provincia de Sullana, año 2016; tuvo como objetivo general determinar las principales las características de capacitación y gestión de calidad de las MYPE del sector transporte de pasajeros - rubro auto colectivos de la provincia de Sullana, año 2016. La investigación es de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo, se escogió una muestra de 20 MYPE de transporte pasajeros - rubro auto colectivo de la provincia de Sullana, a quienes se le aplicó un cuestionario de 23 preguntas y se obtuvieron los siguientes resultados: respecto a la capacitación. Se determinó que el 75% responde que la capacitación si la consideran como una inversión a futuro, por otro lado el 85% responde que la capacitación si es una herramienta para mejorar la rentabilidad de su empresa. respecto a la gestión de calidad el 85% representa que un buen sistema de gestión de calidad si generara ventajas ante la competencia, por otro lado en un 100% responde que cree que la gestión de calidad que brinda su MYPE atrae mayor cantidad de clientes

llegándose a las siguientes conclusiones: La capacitación es una herramienta que ayuda a mejorar la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas, mejorando las capacidades laborales de los trabajadores y que la gestión de calidad es una herramienta que genera ventajas competitivas mejorando la calidad del servicio que ofrecen las micro y pequeñas empresas logrando satisfacer la necesidad de los clientes.

Nima (2017) la presente investigación titulada Caracterización de la gestión de calidad y financiamiento de las MYPE rubro transporte de carga ruta Sullana – Lima – Sullana año 2017 ha tenido como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad y financiamiento de las MYPE rubro transporte de carga ruta Sullana – Lima – Sullana año 2017; la investigación es de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, de diseño (no experimental con corte transversal. La población en la variable financiamiento es de 10 personas, y en la variable gestión de calidad es infinita, aplicando formula estadística se determinó 384 clientes a encuestar. Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta y la herramienta del cuestionario, conformado de 22 preguntas cerradas. El 90% manifiestan que para la marcha de la empresa es indispensable el financiamiento, y el mismo porcentaje refieren que la obtención del financiamiento es en la modalidad de largo plazo. En el caso de la gestión de calidad el 52% manifestaron que, si tienen nivel de gestión de calidad, un 90% se orientan a ser competitivos y brindar calidad frente a su competencia. Se concluye que las unidades económicas en materia de investigación, para la gestión de la organización es importante el financiamiento en las Mypes por el flujo de efectivo porque cubre todos los gastos de las empresas



como son pagos de personal, servicios básicos, seguros, impuestos, la modalidad de obtención es a largo plazo; en relación a la gestión de calidad las empresas cuentan con un control de la eficacia garantizando el bienestar de los clientes, y además estas MYPES cuentan con objetivos fundamentales que contribuyen a la mejora de la competitividad y la calidad, frente a su competencia.

Guerrero (2016) el presente trabajo de investigación titulado Caracterización de la capacitación y gestión de la calidad de las MYPE del sector servicio - rubro talleres de metal mecánica del distrito de Sullana, año 2016 cuyo objetivo general es Determinar las características de la capacitación y gestión de la calidad de las MYPE del sector servicio rubro talleres de metal mecánica del distrito de Sullana, periodo 2016. En su metodología es de tipo descriptiva, nivel de estudio cuantitativo, diseño no experimental; se realizó con el propósito de determinar las características de la capacitación y gestión de la calidad de las MYPE del sector servicio – rubro talleres de metal mecánica del distrito de Sullana, año 2016; empleándose una muestra poblacional de 10 MYPE a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 20 preguntas, utilizándose la técnica de la encuesta, para el análisis y procesamiento de datos se realizaron en el programa Excel, obteniéndose los siguientes resultados: se determinó que 50% Brinda capacitación a los trabajadores de su empresa, el 70% no considera necesaria la capacitación en las diferentes áreas de trabajo, respecto a la gestión de calidad el 100% considera que si deben participar en este proceso, el 90% si considera importante, llegando a las siguientes conclusiones que para la mitad de los representantes de las MYPE, afirman han recibido capacitaciones las que se han hecho para todo el personal, hacen todo un proceso en el cual se planea,

organiza, controla y evalúa al personal, en cuanto a gestión de calidad se llegó a la conclusión que los microempresarios afirman que no es lo mismo gestión de calidad que pruebas de producto, es mas no conocen afondo el ultimo termino mencionado, en si consideran que todo el personal debe participar en el proceso de gestión de calidad, ya que es importante y necesario para obtener un producto excelente.

## **2.1.2 Variable atención al cliente**

### **2.1.2.1 Internacionales**

Guerrero (2014) en su investigación titulada “la calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL)\* cuyo objetivo general planteado es conocer la impresión que los consumidores tenían acerca del servicio que reciben de los supermercados Carrefour, Éxito, Mercacentro, Makro, Homecenter y Yep. En su metodología, el estudio utilizó un enfoque mixto de investigación, se enmarcó en los enfoques descriptivo y explicativo, la recolección de los datos se realizó a través de un cuestionario estructurado, aplicado en cada una de las 6 tiendas de manera proporcional, en el cual los ítems fueron sistematizados de acuerdo con la escala SERVQUAL y asignados a cada una de sus dimensiones: tangibles, garantía, seguridad, responsabilidad, confiabilidad y empatía. En los resultados la correlación lineal de Pearson en este caso es significativa al 5% con un índice de correlación de 11,5, existe correlación significativa al 1% y 5% entre los ítems parqueadero, calidad de los productos y surtido con el nivel de satisfacción del servicio, no existe correlación significativa entre los ítems garantía-servicio postventa y claridad en la información con relación al nivel de satisfacción del

servicio, existe correlación significativa al 1% entre el ítem claridad de la información de la oficina, existen correlaciones significativas al 1% y 5% entre todos los ítems de esta dimensión en relación con el nivel de satisfacción del servicio, existen correlaciones significativas al 1% entre todos los ítems de esta dimensión en relación con el nivel de satisfacción del servicio. Se concluye que, la calidad del servicio y la satisfacción de los consumidores con respecto a los proveedores de productos y servicios, es un tema de gran importancia no sólo desde la perspectiva del cliente, sino como información básica para la toma de decisiones por parte de la gerencia de las grandes superficies de Ibagué. Por último, es importante resaltar que existe una proporción importante de variables (atención al cliente, agilidad en la atención, garantía y servicio postventa, y amabilidad del personal entre otras), que no fueron bien calificadas por los clientes y que requieren un cuidado especial por parte de estas organizaciones.

Vallés (2014) en el trabajo de investigación titulada Estudio de la presencia de las teorías de Paco Underhill en tres cadenas de ropa, su relevancia consiste en conocer la atención al cliente brindada por los dependientes en tres tiendas de moda y la influencia que esta tiene sobre el hábito de compra del consumidor, por lo cual se toma en cuenta tres cadenas de ropa de moda con mayor conocimiento por parte de la población venezolana, Zara, Bershka y Pull & Bear, cuyo objetivo general es analizar tres cadenas de tiendas de ropa pertenecientes al grupo Inditex, bajo las teorías de Paco Underhill de la atención al público, Caso Bershka Venezuela, Pull & Bear Venezuela ubicadas en el valle de Caracas. El diseño de la investigación es un esquema o programa para llevar a cabo el proyecto de investigación de mercados, se aplica un diseño de investigación de campo

exploratoria, ex post facto y no experimental de campo. En los resultados se obtuvo que el tiempo de permanencia que arrojó mayor frecuencia de personas fue de 12 minutos, con el 20% de la muestra que presenta a diez personas, en Berskha el tiempo con mayor frecuencia de personas es de 15 minutos, con el 22% y el Pull & Bear el tiempo de permanencia con mayor frecuencia es de dos minutos con el 18%.

Crúz (2014) la presente investigación se realizó con el objetivo de determinar cómo se brinda el servicio y atención al cliente en la empresa comercializadora de textiles UNITEX de la cabecera departamental de Huehuetenango, así como identificar el nivel de satisfacción que brinda al consumidor para luego buscar alternativas de solución a las limitantes encontradas. El interés por llevar a cabo el estudio, surgió al observar el incremento de empresas de textiles en el departamento y la amplia gama de estrategias utilizadas para atraer clientes, pero, en algunos casos sin considerar aspectos fundamentales tales como la calidad en el servicio y atención, que pueden ser útiles para la fidelización del consumidor. La investigación es de tipo descriptivo, además contiene información bibliográfica y de campo relacionada con el tema de estudio. Los instrumentos de recopilación de datos incluyeron cuestionarios y guías de entrevista, que fueron dirigidos a tres tipos de sujetos: clientes reales, empleados y Gerente General de la comercializadora de textiles UNITEX. Al finalizar el proceso de investigación, se determinó que la empresa necesita un mejoramiento en el servicio y atención al cliente, quienes no solo buscan un producto, sino también ser atendidos de manera eficiente, por tal razón;

se deben implementar acciones que eleven los niveles de satisfacción del cliente y le permitan a la empresa cumplir con sus expectativas.

#### **2.1.2.2 Nacionales**

Estela (2016) en su trabajo de investigación titulado "Plan de negocios para una tienda de ropay accesorios para mujeres", cuyo objetivo de este proyecto es presentar un modelo de negocio rentable que ofrezca a nuestro inversionista un plan de negocio dinámico y sostenible, el mismo que tiene como visión en un plazo de 6 años, llegar a ser una de las tiendas de ropa y accesorios para damas más reconocidas a nivel nacional, innovando y creando nuevas tendencias de moda en todas las regiones del país. Pudimos observar que existe un vacío en el mercado y por ello se plantearon diferentes estrategias para suplirlo. Estas incluyen las estrategias de producto, precio, plaza y promoción; de igual manera, las operativas y administrativas que ayudarán a conseguir las metas propuestas para la empresa. También serán muy importantes los servicios pre - venta, venta y post - venta que harán la diferencia frente a la competencia. De acuerdo a lo planificado, podremos dar fe que este proyecto es viable, ya que con una inversión inicial de S/. 75,840.00 el proyecto tiene resultados positivos de acuerdo a los resultados del VAN y TIR.

Bazán (2016) en su trabajo de investigación titulado "Satisfacción del cliente y su efecto en las Ventas de la tienda Lippi en el mercado Trujillano año 2016, se realizó con la finalidad de analizar la satisfacción del cliente y su efecto en las ventas de la tienda Lippi en la ciudad de Trujillo año 2016. El estudio es de tipo descriptiva porque describe y estudia cada una de las variables tal cual son en su contexto sin modificarlas, la investigación es no experimental porque se realiza

sin la manipulación deliberada de las variables, es decir no se efectúan pruebas ni experimentos, solo se observan los fenómenos en su ambiente natural. Los datos obtenidos fueron aplicados a los clientes de la tienda Lippi de la ciudad de Trujillo. En el análisis de esta investigación se aplicó una encuesta de 12 preguntas con una escala de Likert a 281 clientes. La investigación sobre la satisfacción en los clientes permitió demostrar a través de la encuesta que si afecta positivamente en un 18% las ventas de la tienda Lippi en la ciudad de Trujillo año 2016.

Pimentel (2015) la presente investigación titulada "Caracterización de la capacitación en técnicas de venta en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutiques) del distrito de Huaraz, 2015 tiene como objeto, describir las principales características de la capacitación en técnicas de venta en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (Boutiques) del distrito de Huaraz, 2015. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva - cuantitativa y un diseño transaccional. Para el recojo de la información se identificó una población de 16 establecimientos de denominación boutiques, a quienes se realizó un muestreo estratificado determinando una muestra de 22 vendedores a quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas cerradas por medio de la encuesta; del cual se obtuvo los siguientes resultados: El 45,45% de los vendedores encuestados manifiestan que nunca emiten cumplidos y elogios para iniciar la argumentación de la venta, el 31,82% manifiesta que casi nunca recopila información a través de hecho para argumentar la venta, el 36,36% manifiesta que nunca está capacitado para absolver dudas e inquietudes del

cliente, el 27,27% manifiesta que nunca utiliza preguntas claves para ayudar al cliente a identificar la carencia de su necesidad y el 31,82% manifiesta que nunca está capacitado para persuadir y convencer al cliente de adquirir las prendas. Finalmente se concluye que la mayoría de las boutiques no están realizando capacitación en técnicas de venta por lo que cuentan con personal con escaso conocimiento en ventas y falta de capacidad para absolver a dudas e inquietudes y persuadir al cliente de adquirir el producto.

Zavaleta (2017) el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta de ropa para niños en el Centro Comercial Los Ferroles del distrito de Chimbote, año 2017, se ha utilizado la investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental- transversal-descriptivo, para llevar a cabo se escogió una muestra poblacional de 14 micro y pequeñas empresas, representando el 100% de las mypes del centro comercial los ferroles, a las cuales se le aplico un cuestionario de 25 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 35,71%, tienen una edad entre 20 a 30 años, el 57,14% tienen grado de instrucción superior técnico y el 64,29% son encargados de la empresa. El 78,57% de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de ropa para niños tienen más de 6 años de permanencia en el mercado, el 50% cuenta con una visión y misión. El 64,29% de las mypes planifican sus actividades de gestión, el 100% afirma que sus productos y servicio satisfacen las necesidades de los clientes. Y llegando a la conclusión: Los representantes legales de las mypes dedicadas a la venta de ropa para niños son encargados (64,29%), planifican sus actividades

(64,29%), elaboran documentos de gestión (42,86%) y no capacitan al personal en atención al cliente (78,57%).

## **2.2 Bases teóricas de la investigación**

### **2.2.1 Gestión de calidad**

Se entiende por gestión de calidad al conjunto de caminos mediante los cuales se logra conseguir la calidad, incorporado al proceso de la gestión. La dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función calidad con vistas a su mejora permanente. La gestión de calidad se debe encarar como un desafío personal y aceptarla como un reto del que ciertamente puede depender la supervivencia de una organización (Durán, 1992).

#### **2.2.1.1 Elementos del sistema de gestión de calidad**

Un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) es una serie de actividades equitativas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos para lograr el éxito de la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, empleando el planear, controlar y mejorar dichos estos influyentes en el cumplimiento de los requisitos del cliente y en el logro de la satisfacción del mismo.

Según García (2011) el Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) no es más que una serie de actividades empresariales, planificadas y controladas, que se realizan sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad. (pág. 218).



Entre los elementos, se encuentran los siguientes:

### **1. Estructura Organizacional**

Es la forma en la que la empresa organiza a su plantilla, según unas funciones y tareas, concretando así el papel que cada uno desempeña en la misma. En definitiva, sería el organigrama que establece la empresa para alcanzar sus objetivos.

### **2. Planificación**

Conjunto de actividades que permiten a la compañía trazar un índice para llegar al logro de los objetivos que se ha planteado. Una correcta planificación permite dar respuesta las siguientes interrogantes:

¿A dónde queremos llegar?

¿Qué vamos hacer para lograrlo?

¿Cómo lo vamos hacer?

¿Qué vamos a necesitar?

Supone las actividades que permiten a la empresa diseñar un plan para lograr los objetivos que se ha planteado. (Mateo, 2010)

### **3. Recursos**

Constituye todo aquello que será necesario para poder conseguir materializar los objetivos de la organización (personas, equipos, infraestructura, dinero, etc.)

#### **4. Procesos**

Conjunto de funciones que transforman elementos de entradas en producto o servicio. Todas las organizaciones desarrollan procesos, aunque no siempre están identificados. Los procesos requieren recursos, procedimientos, planificación y las actividades, así como sus responsables (Jimenez, 2014).

#### **5. Procedimientos**

Constituyen el modo de llevar a cabo un proceso. Serían el conjunto de pasos precisados para poder transformar los elementos de entradas del proceso en producto o servicio. (García, 2011, pág. 218-221)

##### **2.2.2 Atención al cliente**

Según Chamorro (2016) es vital para la buena marcha y continuidad de toda organización. El cliente, que siempre forma parte de nuestro compromiso y acción, debe sentir gentilidad amabilidad y correcta atención y, sobre todo, que sus expectativas se vean satisfechas y superadas. (Chamorro, 2016)

Según resalta Causo (2007) “la atención al cliente es algo intangible, los clientes juzgan su calidad basándose en localidad de sus relaciones con quienes les prestan la atención. Ya que los clientes no pueden comparar la calidad de la atención al cliente de una empresa con otra hasta que no tienen un problema”.

Una empresa se diferencia de su competencia por la calidad de su atención brindada. La atención al cliente está constituida por todas las acciones que realiza la empresa para aumentar el nivel de satisfacción de sus clientes (Causo, 2007).

##### **2.2.2.1 Tipos de Atención al cliente**

Según menciona Peralta (2018) “existen diferentes tipos de atención al cliente, en función del criterio que se utilice para su clasificación. Se trata de diferentes maneras en las que se da la interacción con nuestro cliente, teniendo en cuenta distintas variables”.

#### 2.2.2.4.1 Atención presencial

“En este caso, se produce un encuentro físico con el cliente, sin las barreras ni interferencias que ocasiona el trato telefónico o a través de otras vías, como el correo electrónico. Se da contacto visual y el lenguaje no verbal juega un papel muy importante” (Peralta, 2018). En este tipo de atención el contacto con el cliente es lo primordial, por lo cual el encargado de la atención debe mostrarse amable y atender al cliente cordialmente de forma muy agradable y empático.

#### 2.2.2.4.2 Atención telefónica:

Este tipo de atención al cliente “exige que se cumplan una serie de normas si usted desea lograr su plena satisfacción. El hecho que no podamos observar las posibles reacciones del interlocutor hace que tengamos que poner más esfuerzos y demostrar una actitud diferente a la presencial” (Peralta, 2018). La atención telefónica es un tipo de atención que se utiliza para ofrecer un servicio sin que el cliente tenga que esforzarse innecesariamente en acudir al local para realizar una consulta, sin tener garantizado encontrar lo que busca.

Para que el vendedor cause una buena impresión conviene que se muestre amable y expresivo, y explique con claridad el propósito de la comunicación. Se

debe de indicar la duración de la visita y si el desarrollo se requiere presencia de alguna otra persona (Ardura, 2011).

#### 2.2.2.4.3 Atención virtual:

Con la entrada de las nuevas tecnologías y el auge del comercio electrónico, se está imponiendo una vía alternativa para efectuar las compras. “Ya sea por correo electrónico o a través de la misma web donde se ofrecen los productos, el cliente, en este caso, valora la atención recibida por otros parámetros, como el correcto funcionamiento de la página, el sistema de pago y de entrega, etc.” (Peralta, 2018). La atención virtual también es considerada como una herramienta muy útil con la cual se puede ahorrar gastos en publicidad y aumentar la rentabilidad en el negocio, así como facilitar el acceso a la información que desee consultar en el cliente en cualquier momento

#### 2.2.2.4.4 Atención proactiva:

“Cuando buscamos crear necesidades en el cliente y motivar la compra de nuestro producto o servicio, contactamos directamente, sin esperar a que él lo haga. Exige una alta tolerancia a la frustración, ya que debemos tener una actitud positiva hacia el rechazo” (Peralta, 2018). El encargado de la atención es el responsable de que el cliente parta satisfecho de la organización, por lo cual debe mostrarse amable y atender al cliente cordialmente de forma muy agradable y empático.

Este tipo de atención trata de que el cliente perciba un constante producto potencia (Causo, 2007).

#### 2.2.2.4.5 Atención reactiva:

“En cambio, cuando el sentido del contacto entre las partes se da del cliente hacia nosotros, simplemente estamos dando respuesta a la demanda, sin tratar de despertar, de entrada, necesidad alguna en el cliente” (Peralta, 2018). En este caso se debe ofrecer la mejor atención posible no solo ofrecerle lo que tengamos a nuestra disposición, sino ofrecerle lo que busca, así no lo tengamos en nuestro local, debemos velar por la satisfacción del cliente y si es posible indicarle donde puede encontrar lo que busca. La atención reactiva soluciona los problemas después de una vez ya hayan sido producidos.

#### **2.2.2.2 Estrategias para mejorar la atención al cliente**

##### **1. Lo primero es el cliente**

El desarrollo y permanencia en el mercado de toda compañía depende de sus clientes, considerados los primeros en querer cumplir con sus expectativas.

##### **2. Escuchar de manera activa**

Que significa que el receptor logra el escuchar y a la vez cumplir con lo que se busca; Trabajar la concentración evitando distracciones, escuchar hasta el final. En el caso de tener que hacer preguntas para averiguar más información, deben formularse de manera que se transmita nuestro interés al cliente.

##### **3. Transmitir una imagen**

Mostrar una correcta imagen contribuye a la mejora de toda compañía. Se toman en cuenta los siguientes valores:

Confianza.

Diligencia y profesionalidad

Credibilidad.

Amabilidad y simpatía.

#### **4. Actuar**

Consiste en seguir el procedimiento para solventar el problema. Es decir, tomar nota de su necesidad, incidencia o petición y resolverla. Demuestra que los colaboradores de la organización muestren las siguientes actitudes:

Ágil.

Simple sin complicaciones

Eficiencia

#### **5. Hacer que el servicio de atención al cliente sea muy accesible**

No solo atender sino también que lo que brindemos como trabajadores sea accesible a los requerimientos y necesidades de los clientes.

#### **6. Empoderar al departamento de atención al cliente**

Permitirle tener la acción para solucionar los temas, con posibilidad de contar con presupuesto y con capacidad, en definitiva, para adoptar acuerdos con el cliente (Chamorro, 2016).

#### **7. Trabajar en equipo**

La cohesión de un equipo se expresa a través del compañerismo y el sentido de pertenencia al grupo que manifiestan sus componentes a una mayor cohesión exista, mejor trabajarán sus miembros y más productivos serán los resultados de sus acciones.

Los roles del trabajo en equipo se pueden definir por tanto siguiendo el esquema de las '5c':

Complementariedad

Comunicación:

Coordinación.

Confianza.

Compromiso.

#### **8. Contar con un buen sistema de control de la calidad**

Contribuye a que se pueda valorar la satisfacción del cliente con el servicio y los productos para desempeñar la mejora continua.

#### **9. Cumplir con todo lo que se promete**

No promocionar lo que no se cumplirá, es una manera de no perder clientes y es caso contrario cumplir con lo que se requiere, tales como ofertas descuentos, entre otros.

#### **10. Contar con un departamento de atención al cliente bien formado**

Un departamento de atención al cliente que haya sido muy bien reclutado, seleccionado y motivado. Los trabajadores son nuestros clientes internos y, por lo tanto, ¡su satisfacción también cuenta! (Chamorro, 2016).

### **III. Hipótesis**

Según Fernández Sampieri (2012) “investigaciones de nivel descriptivo enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por tanto no se considera necesario establecer hipótesis, debido que se menciona las características de la situación problemática”.



## IV. Metodología

### 4.1 Diseño de la investigación

Para la investigación se utilizó el tipo de investigación cuantitativo, donde Álvarez (2017) nos dice que es un proceso sistemático y ordenado el cual se lleva a cabo siguiendo ciertos determinados pasos, a pesar de referirse a un proceso metódico y sistemático, no existe un esquema completo, de validez universal, aplicable mecánicamente a todo tipo de investigación. Sin embargo, es posible identificar elementos comunes, lógicamente estructurados, que identifican dirección y guía en el momento de realizar una investigación, los cuales pueden ser organizados en fases y etapas (Álvarez, 2011).

El nivel de la investigación fue descriptivo; “el cual no requiere formular hipótesis, es suficiente plantear algunas preguntas de investigación las cuales surgen del planteamiento del problema, de los objetivos y del marco teórico de las variables en estudio” (Torres, 2006).

Para la elaboración de este proyecto de investigación se realizó un diseño de investigación no experimental-descriptivo.

(M) = Muestra, es la variable independiente.

(O) = Observación, es la variable dependiente

**M → O**

No experimental, porque se observa la problemática tal y como se encontró en su contexto.

Descriptivo, porque solo se describió las partes más relevantes de las variables de estudio.

## **4.2 El universo y muestra**

### **4.2.1 Universo**

Para la variable gestión de calidad la población fue conformada por los trabajadores de Raffaelos Boutique, considerándose una población finita donde N= 05.

Para la variable atención al cliente la población fue conformada por los clientes de Raffaelos Boutique, tomándose en cuenta una población infinita.

### **4.4.2 Muestra**

Para la variable gestión de calidad la muestra estuvo conformada por los cinco trabajadores de la empresa en estudio.

Para la variable atención al cliente la muestra estuvo conformada por los clientes de Raffaelos Boutique, por lo cual se consideró una muestra infinita por no saber el número exacto de unidades del que está compuesta la población. Según Hernández, Fernández y Batista (2014) señalan que se requiere de la aplicación de fórmula estadística para obtener el resultado muestral a encuestar, siendo la fórmula que se aplicará la siguiente:

$$\frac{n = Z^2 p * q}{e^2}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra a ser estudiada

Z= Nivel de confianza considerado (para 90% de confianza Z= 1.645)

p= porcentaje de la población: 50% = (0.5)

q= porcentaje de la población: 1 – p se asume = 50% = (0.5)

e= Error permitido (10%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n= \frac{1.645^2 (0.5) (0.5)}{(0.1)^2}$$

$$n= 68$$

**Criterios de exclusión: -**

Para la variable atención al cliente se excluye a clientes menores de edad, y aquellos que no tengan voluntad de brindar información. Además de excluir a familiares en calidad de clientes.

### 4.3 Definición y operacionalización de variables

Cuadro 1. Matriz de operacionalización de la variable gestión de calidad

Variables	Dimensión	Sub dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
<b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>  Según García (2011) el Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) no es más que una serie de actividades empresariales, planificadas y controladas, que se realizan sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad. (pág. 218).	Elementos del sistema de gestión de calidad	Estructura organizacional	Organigrama	¿la empresa donde laboran cuenta con un organigrama establecido?	C U E S T I O N A R I O
		Planificación	Objetivos	¿toman en cuenta la planificación de actividades para lograr sus objetivos?	
		Recursos	Equipos	¿Cuentan con la maquinaria necesaria para el área de ventas?	
			Infraestructura	¿Considera usted que la empresa cuenta con una infraestructura adecuada para el servicio de ventas?	
			Recurso humano	¿Les brindan capacitaciones constantes?	
			Dinero	¿Cuenta con capital suficiente para cubrir algún gasto o negligencia que se presente?	
		Procesos	Funciones	¿Cumplen con sus funciones establecidas?	
		Procedimientos	Secuencia de actividades	¿se les realiza un control para saber el cumplimiento de sus actividades?	

Cuadro 2. Matriz de operacionalización de la variable atención al cliente

VARIABLES	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO
<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b> Según Chamorro (2016) es vital para la buena marcha de cualquier organización. El cliente, que siempre ha de estar en el centro de nuestro compromiso y acción, debe sentir que se le atiende de manera ágil, amable y correcta y, sobre todo, que sus expectativas se vean superadas.	Tipos	Atención proactiva	Motivación	¿Considera que la atención brindada en Raffaelos los motiva a seguir prefiriendo sus productos? ¿Considera que el personal se encuentra motivado en el momento de atenderlo?	C U E S T I O N A R I O
			Empatía	¿Considera usted que la Mype cuenta con trabajadores que brinden atención personalizada? ¿Considera que el trabajador demuestra una atención cordial? ¿La empresa se preocupa por atenderlo cada vez mejor? ¿La organización cuenta con áreas de atención adecuadas?	
			Dedicación	¿Se sienten satisfechos con el tiempo que esperan para ser atendidos? ¿El personal de la empresa le ha brindado asesoramiento frente alguna duda sobre el producto? ¿Alguna vez ha realizado pedidos vía telefónica?	
	Estrategias	Cumplir con lo que se promete	Ofertas	¿Se establecen ofertas o bajas de precios en sus compras?	
		Transmitir una imagen	Confianza, amabilidad y simpatía	¿los trabajadores muestran siempre una actitud amable para su atención? ¿Le transmite confianza esta empresa?	

## **4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **4.4.1 Técnicas**

La técnica que se aplicó para esta investigación fue la técnica de una encuesta, utilizando como instrumento principal un cuestionario prediseñado que será dirigido a los propietarios de dicha empresa. Los datos fueron obtenidos a partir de un conjunto de preguntas cuyo fin es dar a conocer sus estados en opiniones que mediante un análisis efectuado lo aplicaremos.

### **4.4.2 Instrumento**

El instrumento que se utilizó fue un cuestionario para el recojo de la información, el cuál constó de 20 preguntas las cuales están distribuidas en las variables del proyecto que nos permitirá recoger información sobre su gestión de calidad y atención al cliente.

#### **4.5 Plan de análisis**

En el plan de análisis de los datos recolectados en este estudio de investigación se recogió la información, se realizó el uso de un cuestionario que constó de 20 preguntas. Se hizo la recolección de toda la información teóricamente para la tabulación de datos se usó el programa Excel y para el procesamiento de los datos el Software SPSS versión 25 (Programa de estadística para ciencias sociales).

Se utilizó cuadros de frecuencia, tablas, gráficos (barras, sectores) y formas con la finalidad de entenderla fácilmente y resumida. Para determinar calidad del servicio en el Mercado, que se realizar para la obtención de los resultados de la investigación.

#### 4.6 Matriz de consistencia

Cuadro 3. Matriz de consistencia

Planteamiento del problema	Objetivos	Variables	Universo y muestra	Diseño	Instrumento
<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y la atención al cliente en la MYPE Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Determinar las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE en Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p>a) Identificar los elementos del sistema de gestión de calidad que requieren los consumidores de la MYPE en Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018</p> <p>b) Identificar el tipo de atención brindada a los clientes en la MYPE en Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018</p> <p>c) Describir las estrategias para mejorar la atención al cliente que utiliza la MYPE Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018.</p>	<p>GESTIÓN DE CALIDAD</p> <p>Y</p> <p>ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p><b>Universo:</b> P1: para la variable gestión de calidad se considera finita ya que está conformada por los trabajadores de “Raffaelos Boutique” P2: Se considera infinita para la variable atención al cliente ya que está conformada por los clientes de “Raffaelos Boutique”</p> <p><b>Muestra:</b> M1: 5 trabajadores de “Raffaelos Boutique” M2: Clientes de “Raffaelos Boutique del distrito de Sullana, año 2018”</p> <p><math>n = \frac{1.645^2 (0.5) (0.5)}{(0.1^2)}</math></p> <p>n= 68</p>	<p><b>Tipo de investigación:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Nivel de investigación:</b> Descriptivo</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental - transversal</p>	<p>C U E S T I O N A R I O</p>



#### **4.7 Principios éticos**

El presente trabajo se realizó bajo los siguientes principios éticos que han sido tomados en cuenta para su elaboración de tal manera realizar un trabajo con responsabilidad y honestidad, veracidad ya que estos principios nos permitirán tener un orden dentro de cualquier problema social. Estos principios éticos son:

**Protección a las personas.** - La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En las investigaciones en las que se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no sólo implica que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino también involucra el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular, si se encuentran en situación de vulnerabilidad.

**Libre participación y derecho a estar informado.** - Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia. En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigados o titular de los datos consiente el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

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

**Justicia.** - El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurar que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.

**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. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

## V. Resultados

### 5.1 Resultados

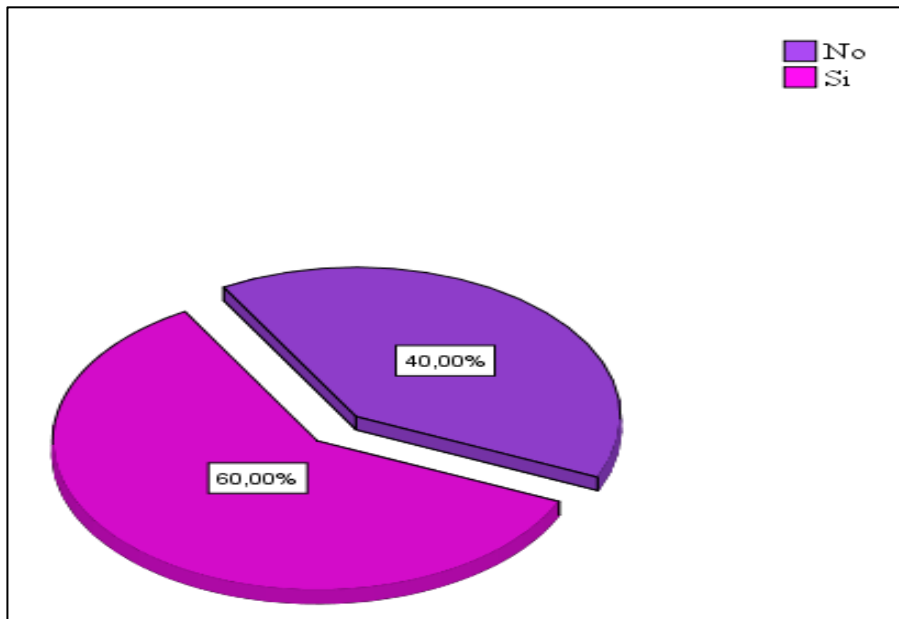
#### 5.1.1 Gestión de calidad

**Tabla 1.**

*La empresa donde laboran cuenta con un organigrama establecido*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	2	40,0	40,0	40,0
	Si	3	60,0	60,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores



*Figura 1.* Gráfico circular sobre el organigrama

#### **Interpretación:**

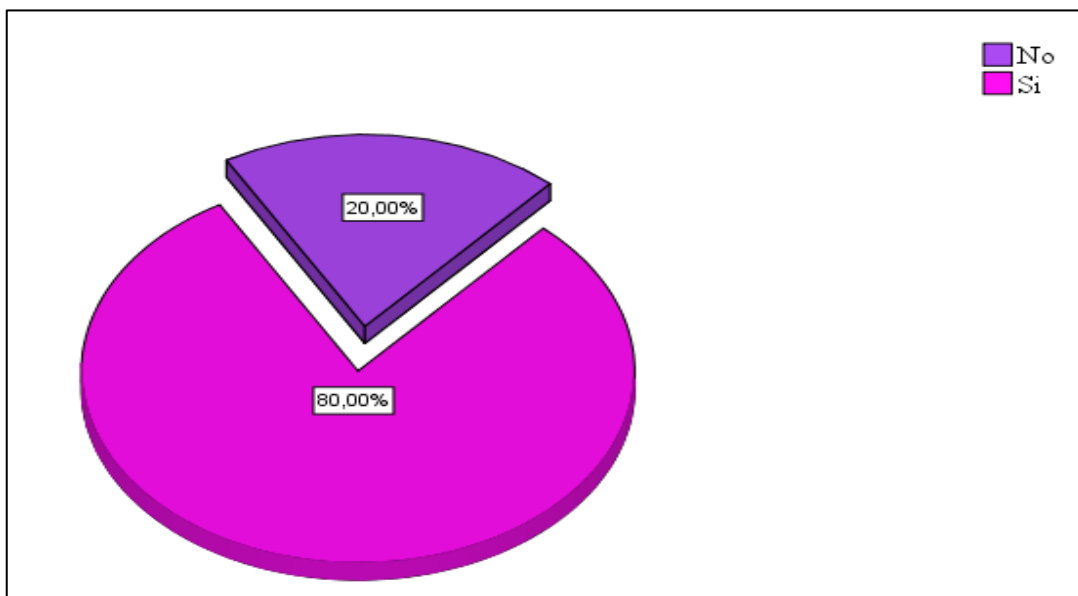
Del total de trabajadores encuestados, el 60% de ellos respondió la empresa donde laboran cuenta ya con un organigrama establecido, en tanto el 40% restante respondió que no.

**Tabla 2.**

*Toman en cuenta la planificación de actividades para lograr sus objetivos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	1	20,0	20,0	20,0
	Si	4	80,0	80,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores



*Figura 2.* Gráfico circular sobre la planificación de actividades

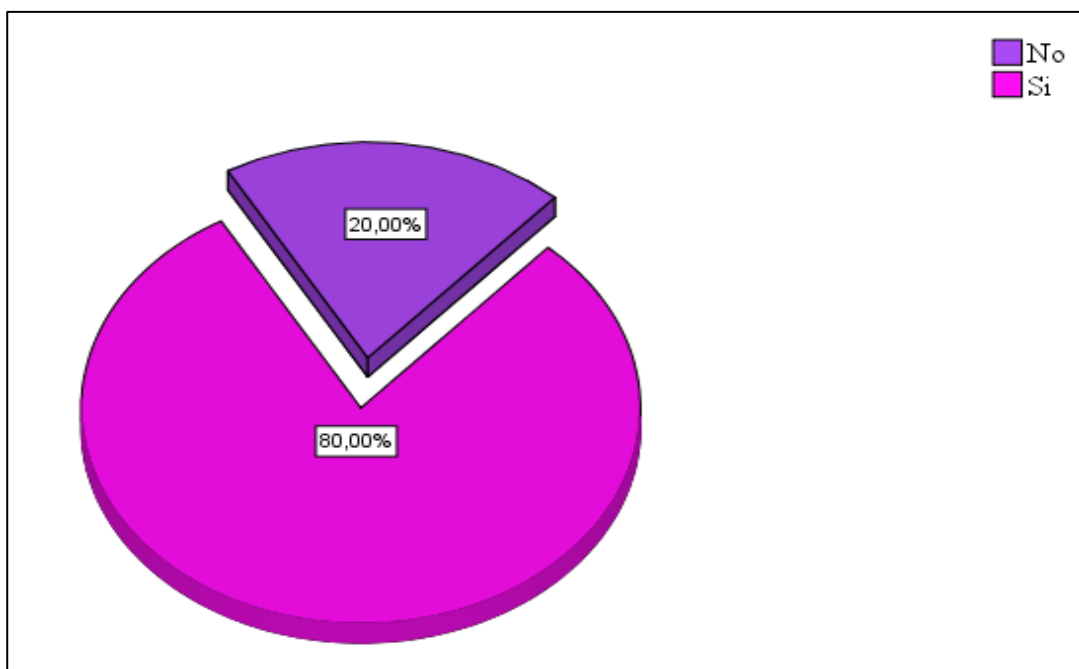
**Interpretación:**

Del total de encuestados el 80% respondió que, si se toma en cuenta la planificación de actividades para poder lograr sus objetivos, mientras que el 20% restantes respondió que no se consideran.

**Tabla 3.**  
*Cuentan con la maquinaria necesaria para el área de ventas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	1	20,0	20,0	20,0
	Si	4	80,0	80,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores



*Figura 3.* Gráfico circular sobre la maquinaria

**Interpretación:**

Del total de trabajadores encuestados, el 80% respondió que la organización si cuenta con maquinaria necesaria para el área de ventas, pero existente un 20% que respondieron que no.

**Tabla 4.**

*Considera usted que la empresa cuenta con una infraestructura adecuada para el servicio de ventas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	5	100,0	100,0	100,0

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores

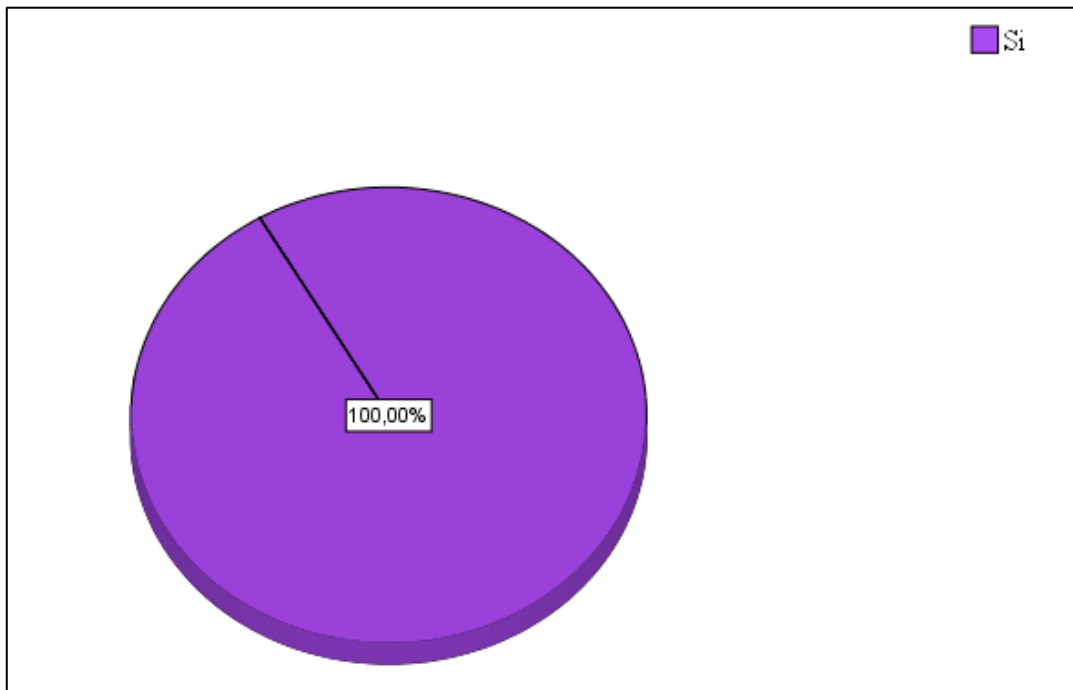


Figura 4. Gráfico circular sobre la infraestructura

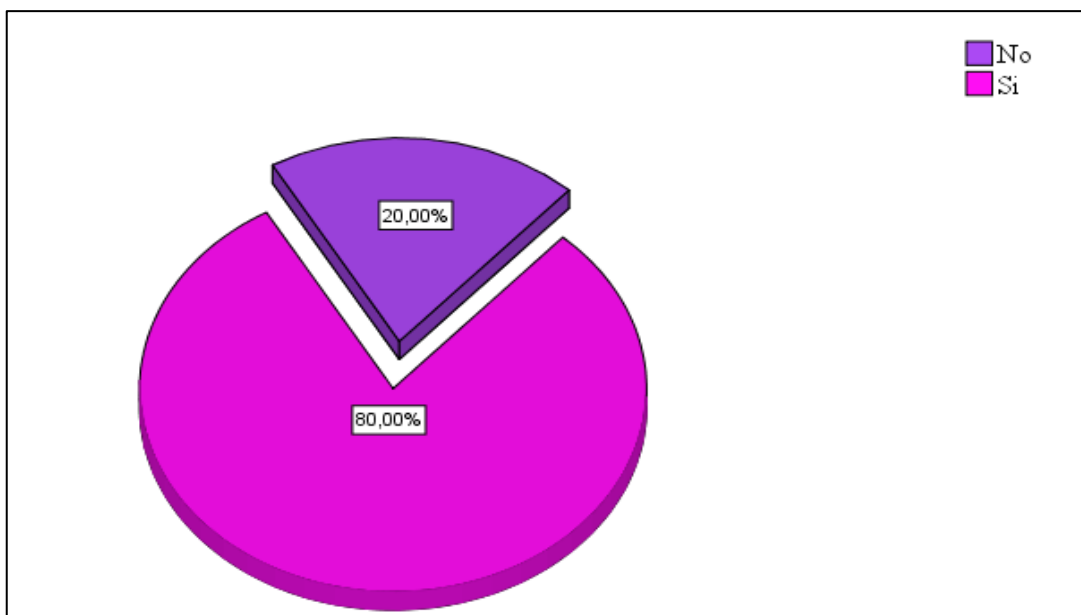
**Interpretación:**

Del total de trabajadores encuestados el 100% de ellos respondieron que su organización donde laboran cuenta con una infraestructura adecuada para su servicio de ventas que ofrece.

**Tabla 5.**  
*Les brindan capacitaciones constantes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	1	20,0	20,0	20,0
	Si	4	80,0	80,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores



*Figura 5. Gráfico circular sobre las capacitaciones*

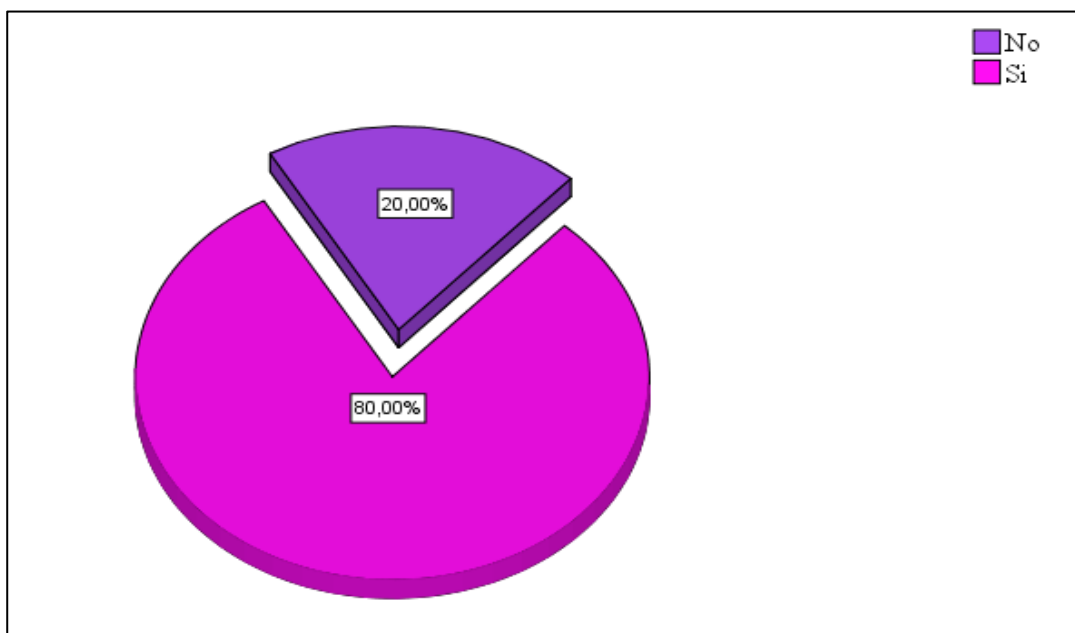
**Interpretación:**

Del total de trabajadores encuestados el 80% de ellos respondieron que si les brindan capacitaciones contantes en su centro laboral, en tanto el 20% restante respondió que no.

**Tabla 6.**  
*Cuentan con capital suficiente para cubrir algún gasto o negligencia que se presente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	1	20,0	20,0	20,0
	Si	4	80,0	80,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores



*Figura 6.* Gráfico circular sobre el capital

**Interpretación:**

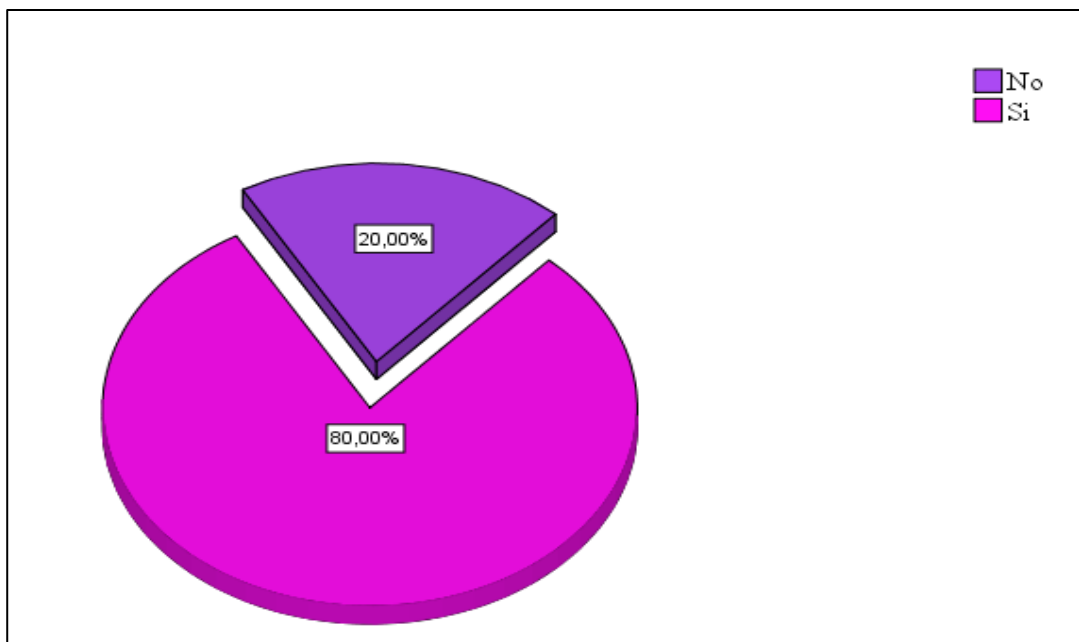
Del total de trabajadores encuestados el 80% respondió que sí cuentan con capital suficiente para cubrir con algún gasto o negligencia que se presente, no obstante el 20% restante respondió que no.



**Tabla 7.**  
*Cumplen con sus funciones establecidas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	1	20,0	20,0	20,0
	Si	4	80,0	80,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores



*Figura 7.* Gráfico circular sobre las funciones

**Interpretación:**

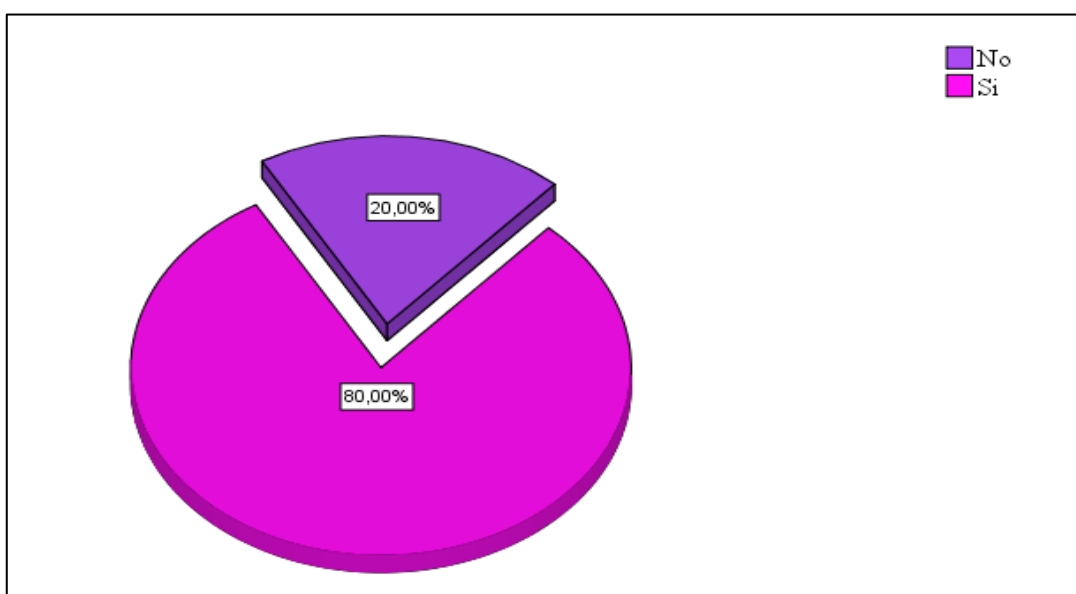
Del total de clientes encuestados el 80% de ellos respondió que, si cumplen con las funciones que les ha sido establecidas, en tanto el 20% restante respondió que no.

**Tabla 8.**

*Se les realiza un control para saber el cumplimiento de sus actividades*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	1	20,0	20,0	20,0
	Si	4	80,0	80,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores



*Figura 8. Gráfico circular sobre el cumplimiento de actividades*

**Interpretación:**

Del total de trabajadores encuestados el 80% de ellos respondió que si se realiza un control para saber se están cumpliendo con las actividades establecidas, mientras que el 20% restante respondió que no.

### 5.1.2 Atención al cliente

**Tabla 9.**

*Considera que la atención brindada en Raffaellos los motiva a seguir prefiriendo sus productos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	56	82,4	82,4	82,4
	Si	12	17,6	17,6	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

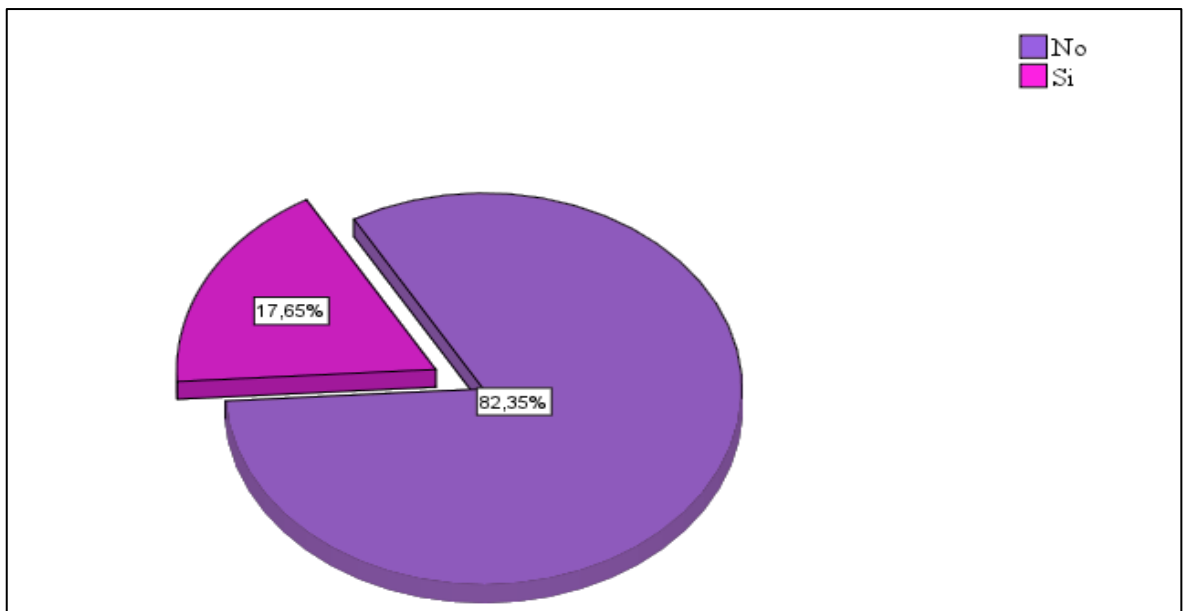


Figura 9. Gráfico circular sobre la atención brindada

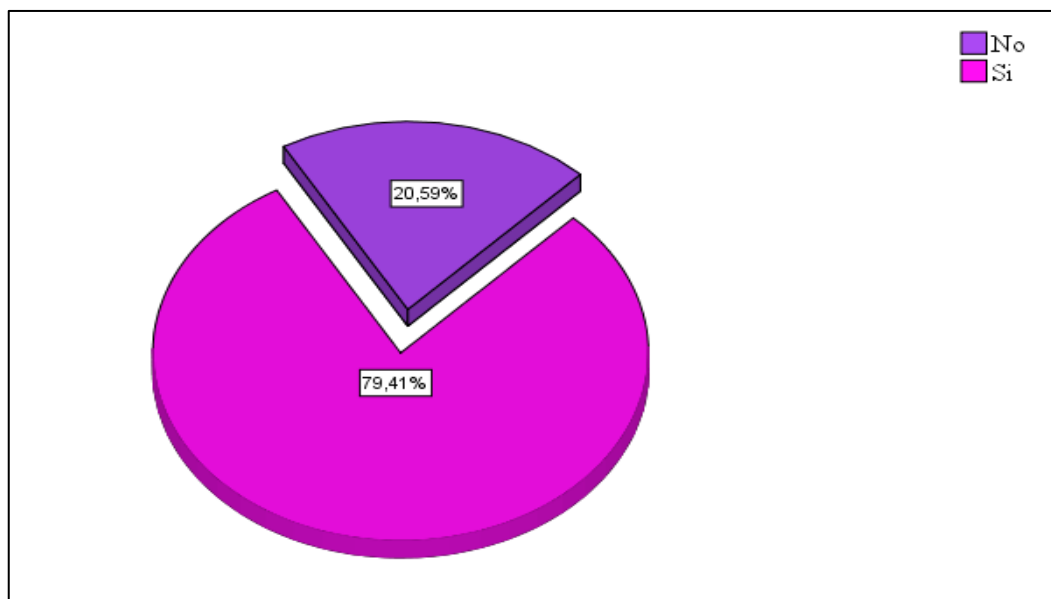
#### **Interpretación:**

Del total de clientes encuestados el 17,6% respondió que, si consideran que gracias a la atención recibida los motiva a seguir prefiriendo los productos de la empresa, sin embargo, el 82,4% respondió que no.

**Tabla 10.**  
*Considera que el personal se encuentra motivado en el momento de atenderlo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	14	20,6	20,6	20,6
	Si	54	79,4	79,4	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes



*Figura 10.* Gráfico circular sobre la motivación de los trabajadores

**Interpretación:**

Del total de clientes encuestados con un 79,4% de clientes responden que sí consideran que los trabajadores se encuentran motivados al momento de atenderlos, sin embargo, el 20,59% restante respondió que no

**Tabla 11.**  
*Considera usted que la MYPE cuenta con trabajadores que brinden atención personalizada*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	14	20,6	20,6	20,6
	Si	54	79,4	79,4	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

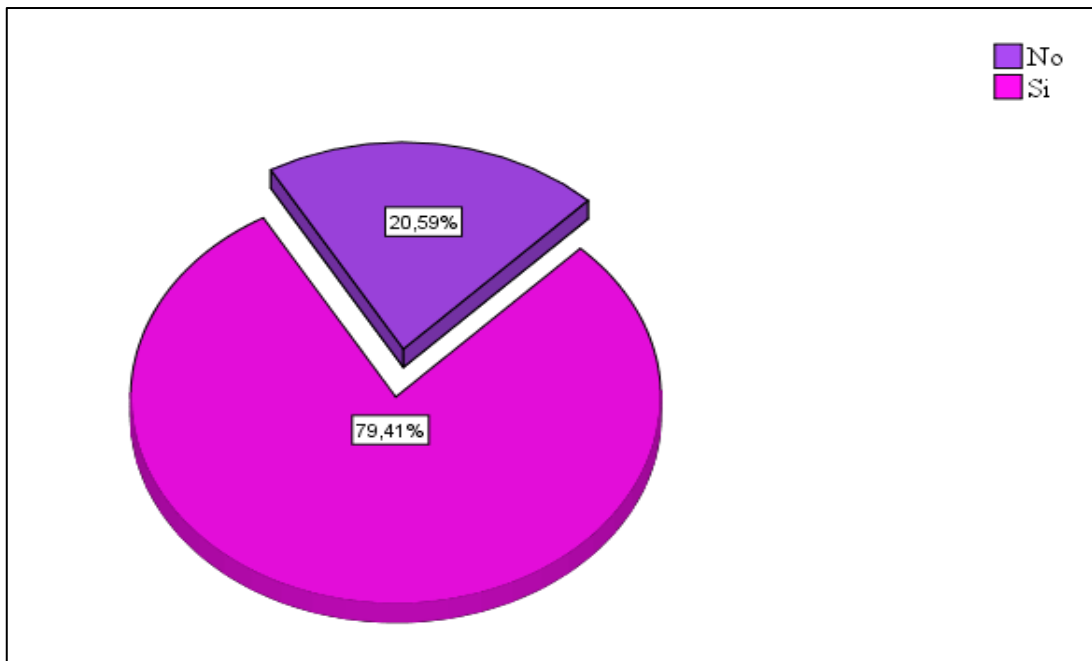


Figura 11. Gráfico circular sobre la atención

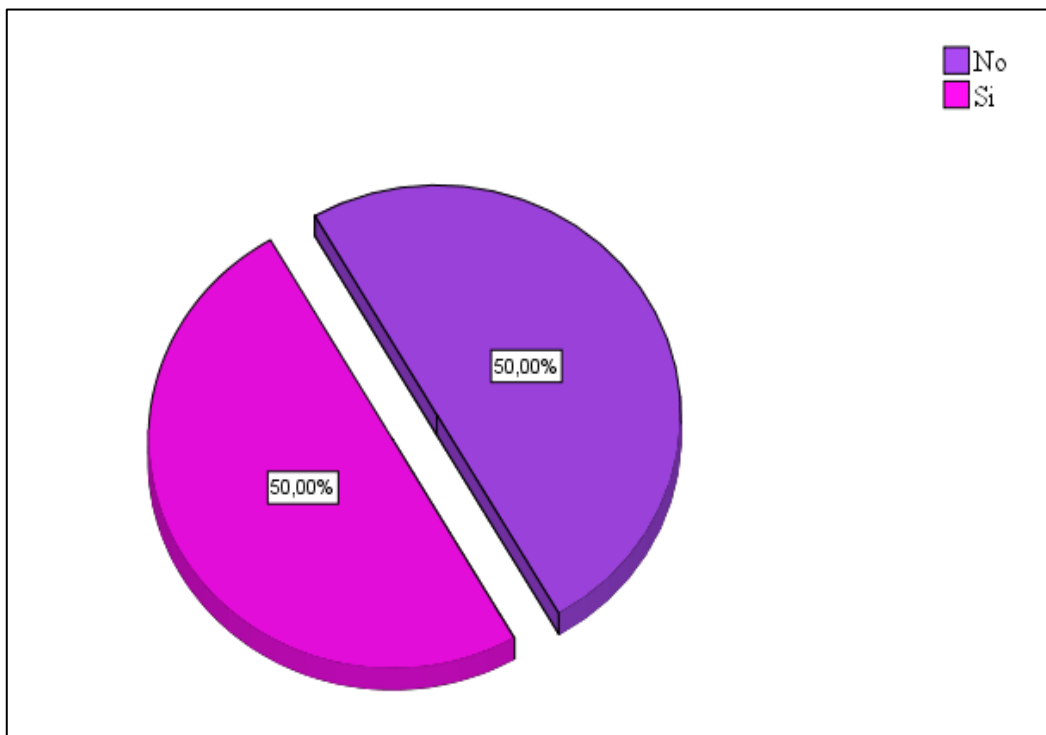
**Interpretación:**

Del total de clientes encuestados de Raffaellos el 79,4% de ellos respondieron que la empresa si cuenta con trabajadores que brinden atención personalizada, en tanto el 20,6% respondió que no.

**Tabla 12.**  
*Considera que el trabajador demuestra una atención cordial*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	34	50,0	50,0	50,0
	Si	34	50,0	50,0	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes



*Figura 12.* Gráfico circular sobre la atención cordial

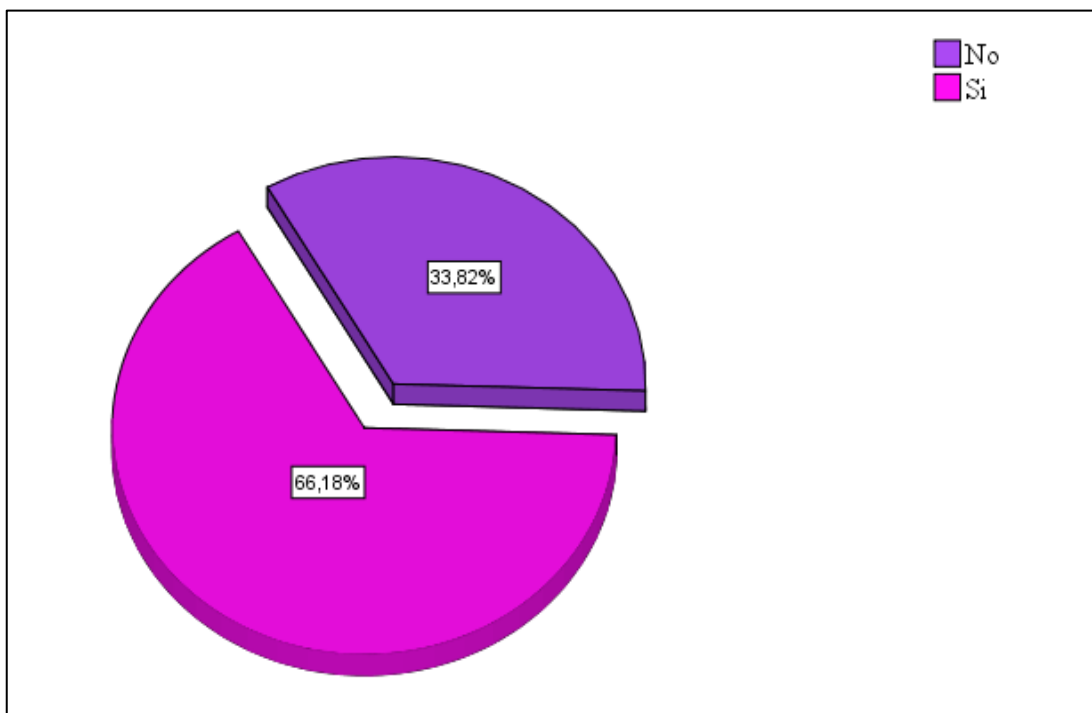
**Interpretación:**

Se muestra los resultados de manera balanceada porque se obtuvo que el 50% de consideró que, si se brinda una atención de manera cordial, sin embargo, el otro 50% respondió que no.

**Tabla 13.**  
*La empresa se preocupa por atenderlo cada vez mejor*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	23	33,8	33,8	33,8
	Si	45	66,2	66,2	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes



*Figura 13. Gráfico circular sobre la preocupación con sus clientes*

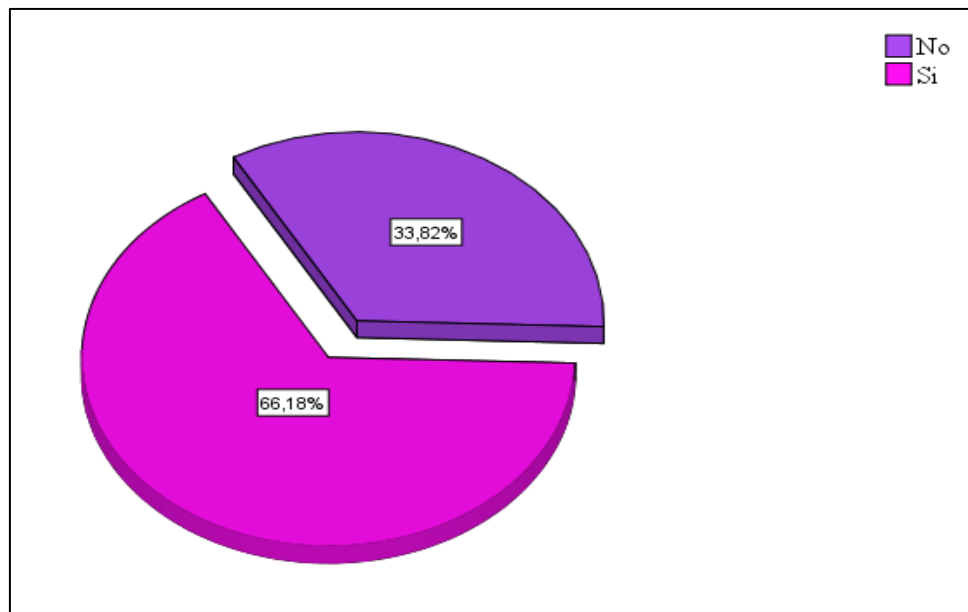
**Interpretación:**

Del total de clientes encuestados un 66,18% respondieron que la empresa si se preocupa por atenderlos cada vez mejor, sin embargo, el 33,82% restante muestra que no.

**Tabla 14.**  
*La organización cuenta con áreas de atención adecuadas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	23	33,8	33,8	33,8
	Si	45	66,2	66,2	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes



*Figura 14.* Gráfico circular sobre las áreas de atención

**Interpretación:**

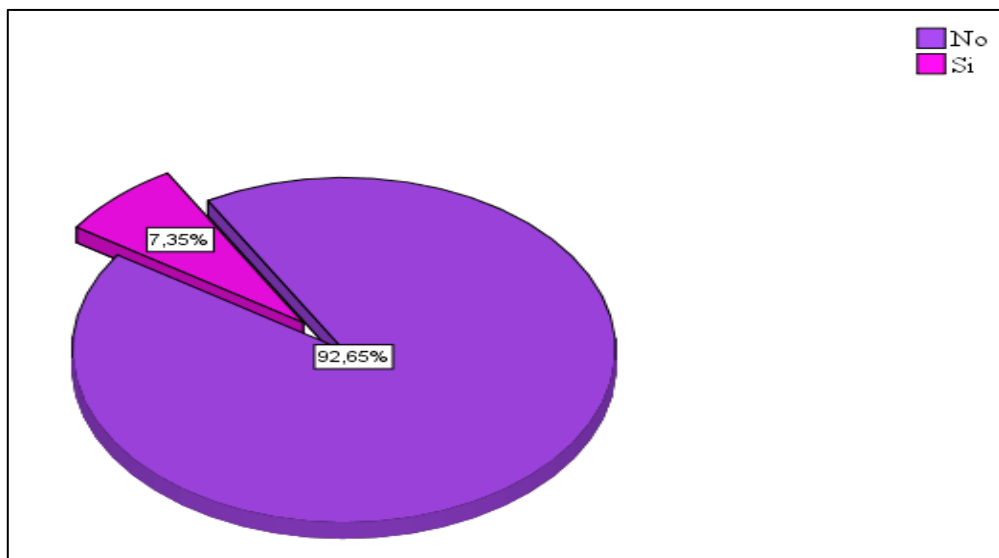
Del total de clientes encuestados el 66,2% de clientes respondieron que la organización cuenta con áreas de atención adecuada, mientras que 33,8% restante respondió que no cuentan con este criterio.



**Tabla 15.**  
*Se sienten satisfechos con el tiempo que esperan para ser atendidos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	63	92,6	92,6	92,6
	Si	5	7,4	7,4	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes



**Figura 15.** Gráfico circular sobre el tiempo de espera

**Interpretación:**

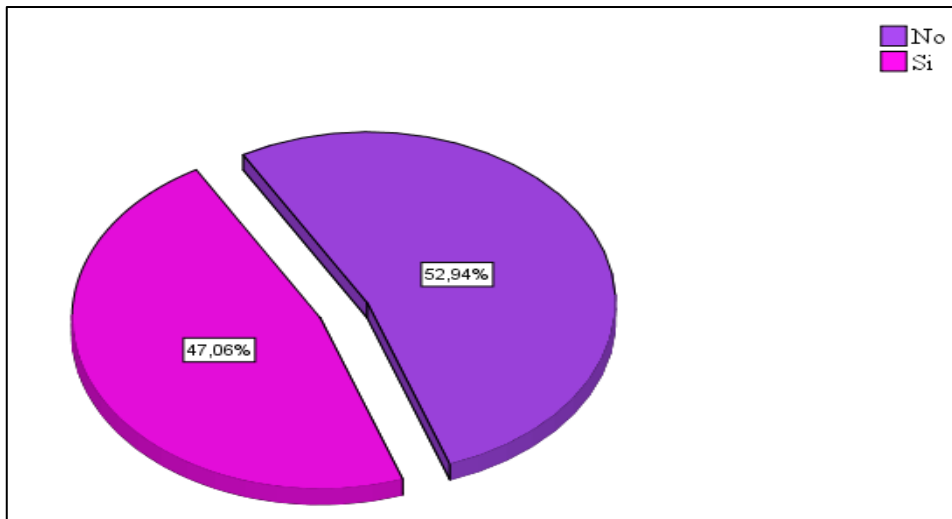
Del total de clientes encuestados el 92,6% respondió que, si se sienten satisfechos con el tiempo que esperan para poder atendidos, en tanto el 7,4% comentó que no

**Tabla 16.**

*El personal de la empresa le ha brindado asesoramiento frente alguna duda sobre el producto*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	36	52,9	52,9	52,9
	Si	32	47,1	47,1	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes



*Figura 16. Gráfico circular sobre asesoramiento*

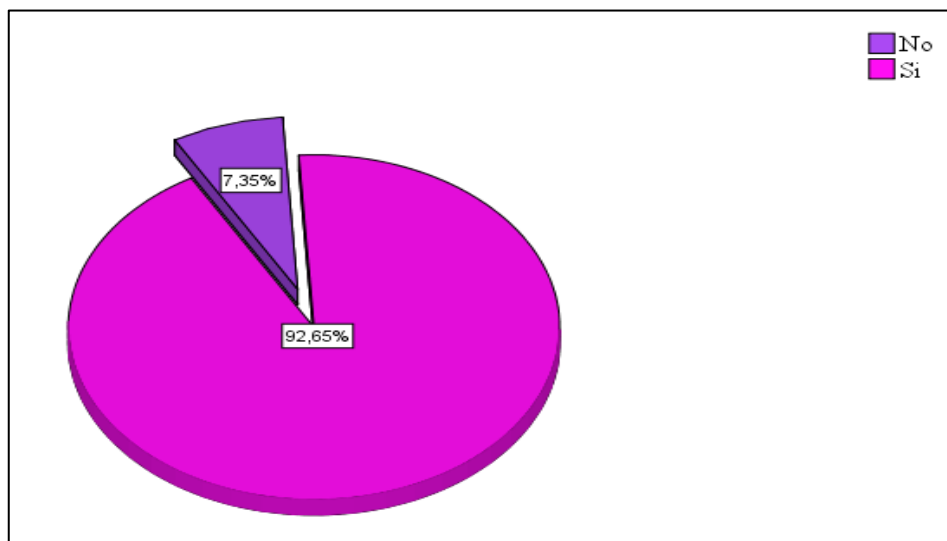
**Interpretación:**

Del total de clientes encuestados muestra que el 47% de los clientes de Raffaelos encuestados respondieron que, el personal si brinda asesoramiento frente alguna duda del producto, sin embargo, el 53% restante respondió que no.

**Tabla 17.**  
*Alguna vez ha realizado pedidos vía telefónica*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	5	7,4	7,4	7,4
	Si	63	92,6	92,6	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes



*Figura 17.* Gráfico circular sobre atención vía telefónica

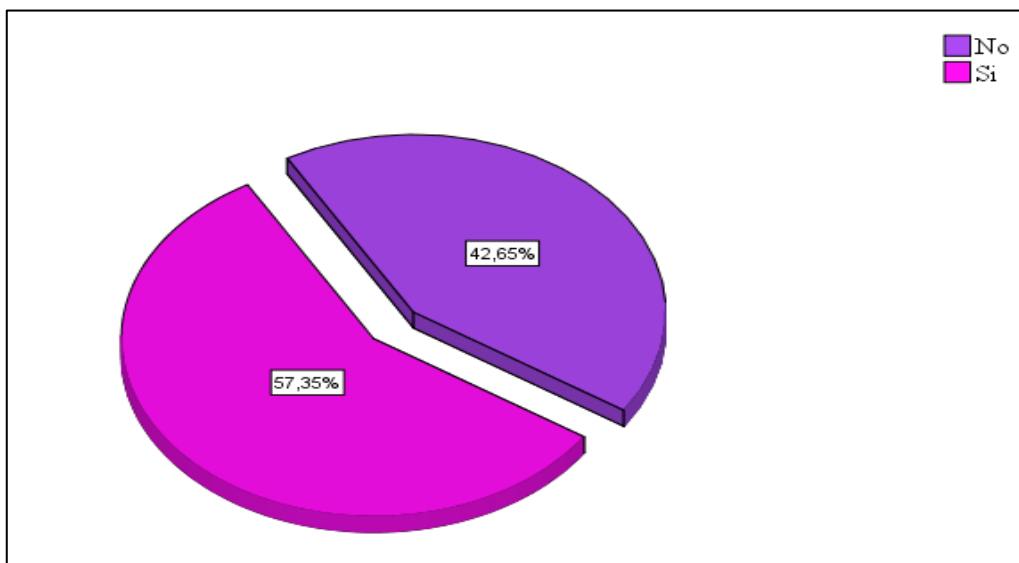
**Interpretación:**

Del total de clientes encuestados el 92,6% de ellos respondieron que si han realizado pedidos vía telefónica en tanto el 7,35 de ellos respondió que no.

**Tabla 18.**  
*Se establecen ofertas o bajas de precios en sus compras*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	29	42,6	42,6	42,6
	Si	39	57,4	57,4	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes



*Figura 18.* Gráfico circular sobre ofertas y bajas de precios

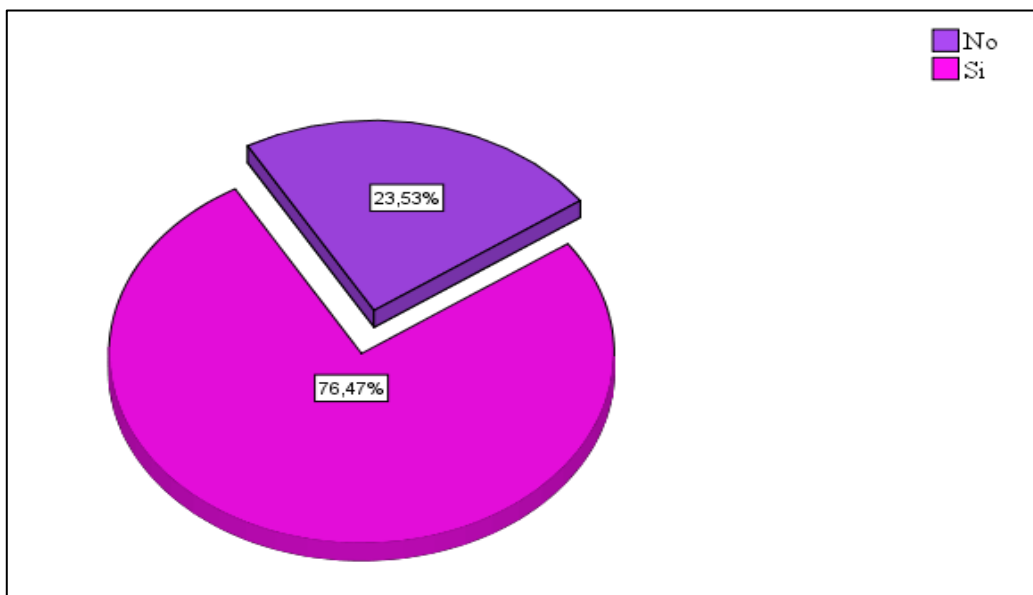
**Interpretación:**

Del total de clientes encuestados el 42,6% respondió que no se establece ofertas y bajas de precios en la empresa de estudio, sin embargo, el 57,4% respondió que sí.

**Tabla 19.**  
*Los trabajadores muestran siempre una actitud amable para su atención*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	16	23,5	23,5	23,5
	Si	52	76,5	76,5	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes



*Figura 19.* Gráfico circular sobre la calidad de atención en su atención

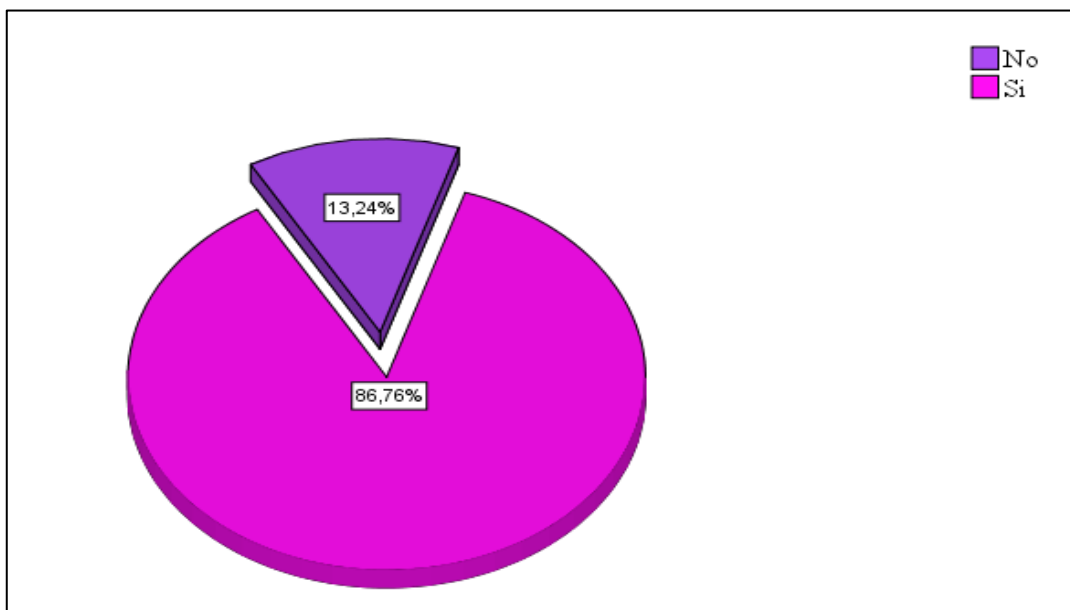
**Interpretación:**

Del total de clientes encuestados el 76,5% respondió que los trabajadores si brindan una actitud amable en su atención, en tanto el 23,53 respondió que no.

**Tabla 20.**  
*Le tramite confianza esta empresa*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	9	13,2	13,2	13,2
	Si	59	86,8	86,8	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores



*Figura 20.* Gráfico circular sobre el nivel de confianza

**Interpretación:**

Del total de clientes encuestados el 86,8% respondió que la empresa en estudio les tramite confianza, en tanto el 13,2% restante respondió que no.

## 5.2 Análisis de resultados

**Referente al objetivo específico 1:** Identificar los elementos del sistema de gestión de calidad que requieren los consumidores de la MYPE en Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018

Según la tabla 1 el 60% de los trabajadores encuestados respondió que la empresa donde laboran cuenta con un organigrama establecido, este resultado es similar al de Samaniego (2018) el cual menciona que cuentan con 4 trabajadores, y en su mayoría tienen diseñada su estructura organizacional. Así mismo, contrasta con la teoría de García (2011) el cual menciona que la estructura organizacional ayuda a que la empresa organice su plantilla según unas funciones y tareas, de tal manera evaluar el papel que cada uno desempeña.

Según la tabla 2 el 80% de los trabajadores encuestados respondió que sí se toma en cuenta la planificación de actividades para poder lograr sus objetivos, lo cual contrasta con la teoría de Mateo (2010) el cual indica que la planificación de actividades ayuda a la organización a trazar un índice para llegar al logro de los objetivos que se hayan planteado.

Según la tabla 3 el 80% de los trabajadores encuestados respondió que la organización sí cuenta con maquinaria necesaria para el área de ventas, lo cual es contrastado por García (2011) el cual menciona que los recursos constituyen todo aquello que será necesario para poder materializar los objetivos de una organización.

Según la tabla 4 el 100% de los trabajadores encuestados respondió que la organización donde laboran cuenta con una infraestructura adecuada para el servicio de ventas que ofrece, contrastando con la teoría antes mencionada por García (2011)

que resalta la importancia de la infraestructura como parte fundamental de los recursos.

Según la tabla 5 el 80% de los trabajadores encuestados respondió que sí les brindan capacitaciones contantes en su centro laboral, lo que se asimila con los resultados obtenidos en la teoría de Agurto (2016) donde el 75% de trabajadores encuestados respondieron que sí se les dan capacitaciones como una inversión al futuro de la empresa.

Según la tabla 6 el 80% de los trabajadores encuestados respondió que sí cuentan con capital suficiente para cubrir con algún gasto o negligencia que se presente, el cual se contrasta con la teoría de García (2011) donde menciona la importancia de contar con todos y cada uno de los recursos necesarios para una organización.

Según la tabla 7 el 80% de los trabajadores encuestados respondió que sí cumplen con las funciones que les ha sido establecidas, contrastado con la teoría de Jiménez (2014) donde menciona que los procesos son cumplidos gracias a las funciones que desarrollen los responsables de cada una de éstas.

Según la tabla 8 el 80% de los trabajadores encuestados respondió que sí se realiza un control para saber si se están cumpliendo con las actividades establecidas, lo que se contrasta con lo encontrado por Nuñez (2014) quien menciona en sus resultados que el 70% garantizan un buen control interno.

**Referente al objetivo específico 2: Identificar el tipo de atención brindada a los clientes en la MYPE en Raffaellos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018**



Según la tabla 9 el 82,4% de los clientes encuestados respondió que no consideran que gracias a la atención recibida los motiva a seguir prefiriendo los productos, lo que contrasta con lo encontrado por Asencios (2016) quien concluye en su investigación que existen clientes insatisfechos con la atención que les brindan por lo cual se retiran sin adquirir producto alguno.

Según la tabla 10 el 79,4% de los clientes encuestados respondió que sí consideran que los trabajadores se encuentran motivados al momento de atenderlos, contrastando con la teoría de Peralta (2018) quien indica que los trabajadores deben mostrar actitud proactiva.

Según la tabla 11 el 79,4% de los clientes encuestados respondió que la empresa si cuenta con trabajadores que brinden atención personalizada lo que discrepa con Pimentel (2015) que menciona en sus resultados que el 45,45% de los clientes encuestados manifiestan que los vendedores nunca emiten cumplidos y elogios en el momento de la venta.

Según la tabla 12 el 50% de los clientes encuestados consideró que sí se brinda una atención de manera cordial, lo discrepa con Cruz (2014) quien concluye en su investigación que se necesita mejoramiento en el servicio y atención que brindan las empresas.

Según la tabla 13 el 66,18% de los clientes encuestados respondió que la empresa sí se preocupa por atenderlos cada vez mejor, contrastando con la teoría de Peralta (2018) quien indica que se debe ofrecer al cliente la mejor atención posible, brindarle lo que ellos necesitan.

Según la tabla 14 el 66,2% de clientes encuestados respondió que la organización cuenta con áreas de atención adecuada, esto contrasta con la teoría de Peralta (2018) el cual menciona que el encargado de la atención es el responsable de que el cliente parta satisfecho de la organización, por lo cual debe mostrarse amable y atender al cliente cordialmente de forma muy agradable y empático.

Según la tabla 15 el 92,6% de los clientes encuestados respondió que sí se sienten satisfechos con el tiempo que esperan para poder ser atendidos, el cual discrepa con el resultado encontrado por Valles (2014) el cual menciona que el 20% de personas esperan 15 minutos para ser atendidos lo cual genera su insatisfacción.

Según la tabla 16 el 47% de los clientes encuestados respondió que el personal sí brinda asesoramiento frente alguna duda del producto, lo cual discrepa con lo encontrado por Pimentel (2015) quien menciona en sus resultados que el 36,36% manifiesta que nunca está capacitado para absolver dudas e inquietudes del cliente.

Según la tabla 17 el 92,6% de los clientes encuestados respondió que sí han realizado pedidos vía telefónica, este resultado contrasta con la teoría de Peralta (2018) el cual menciona que este tipo de atención al cliente “exige que se cumplan una serie de normas si usted desea lograr su plena satisfacción.

**Referente al objetivo específico 3: Describir las estrategias para mejorar la atención al cliente que utiliza la MYPE Raffaels Boutique en el distrito de Sullana, año 2018.**

Según la tabla 18 el 57,4% de los clientes encuestados respondió que sí se establece ofertas y bajas de precios, esto contrasta con la teoría de Chamorro (2016) el cual menciona que no se debe promocionar lo que no se cumplirá, lo cual es una

manera de no perder clientes y es caso contrario cumplir con lo que se requiere, tales como ofertas descuentos, entre otros.

Según la tabla 19 el 76,5% de los clientes encuestados respondió que los trabajadores sí brindan una actitud amable en su atención, lo cual se asemeja al de Samaniego (2018) el cual menciona que el 80% consideran que su MYPE satisface la necesidad de su mercado objetivo

Según la tabla 20 el 86,8% de los clientes encuestados respondió que la empresa en estudio les tramite confianza, lo cual contrasta con la teoría de Chamorro (2018) el cual menciona que la confianza es un factor fundamental de superación, el trabajo en equipo exitoso se fundamenta en la confianza.

## **VI. Conclusiones**

Se concluyó que respecto a los elementos del sistema de gestión de calidad la empresa cuenta con una estructura organizacional establecida contribuyendo al mejor desempeño laboral, desarrollan actividades planificadas que van de la mano con el logro de sus objetivos, de acuerdo al buen control interno obtenido. Cuenta con recursos necesarios donde se verifica la presencia de la maquinaria utilizada en el área de ventas, muestra que su infraestructura es adecuada para ofrecer un buen servicio, se apoya del desempeño y esfuerzo de su personal en cumplir procesos que son medidos con las funciones que le son establecidos. Reciben capacitaciones constantes buscando siempre la satisfacción de sus clientes, al igual de la medición de sus procedimientos seguidos para saber el nivel de cumplimiento de funciones.

Además, se concluye que el tipo de atención al cliente que brinda la empresa es atención proactiva buscando siempre la mejor atención para sus clientes en el momento de su elección de la prenda que desea adquirir al igual de la amabilidad, confianza y empatía que muestra durante el tiempo que se encuentre el cliente en su local de atención. Brinda una atención telefónica para mejor y facilitar la accesibilidad y obtención de sus productos, además de contar con atención virtual ofreciendo sus productos mediante redes sociales.

Se logró identificar las estrategias utilizadas con el objetivo de brindar una mejor atención a sus clientes cumpliendo con lo que promete estableciendo ofertas y bajas de precios en sus productos motivando la intención de compra, logran transmitir una buena imagen brindándoles la confianza no solo de sus productos sino también de la calidad de su atención, ofreciendo simpatía y amabilidad al momento de la decisión de compra.

## Referencias bibliográficas

- Alegría, L. (01 de marzo de 2018). *El comercio*. Recuperado el 20 de noviembre de 2018, de Comercio. pe: <https://elcomercio.pe/economia/numero-empresas-peru-crecio-8-4-2017-noticia-501043?cv=1>
- Arias, A. S. (2015). *Economipedia*. Recuperado el 8 de julio de 2018, de Economipedia: <http://economipedia.com/definiciones/productividad.html>
- Asencios, M. D. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo en enfoque de selección de personal en las micro ypequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique) del distrito de Huaraz, año 2016*. Huaraz: Universidad Católica los Angeles de Chimbote. Recuperado el 10 de noviembre de 2019, de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/844/MYPE\\_SELECCION\\_DE\\_PERSONAL\\_SILVA\\_ASENCIOS\\_MARNI\\_DANITZA.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/844/MYPE_SELECCION_DE_PERSONAL_SILVA_ASENCIOS_MARNI_DANITZA.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Ardura, I. R. (2011). *Estrategias y técnicas de comunicación : Una visión integrada en el marketing*. Madrid: Editorial UOC, 2011. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=6B6ZSWQ11YC&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=6B6ZSWQ11YC&source=gbs_navlinks_s)
- Álvarez, C. A. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Colombia: Universidad Surcolombiana. Obtenido de <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Bazán, A. A. (2016). *Satisfacción del cliente y su efecto en las Ventas de latienda Lippi en el mercado Trujillano año 2016*. Trujillo: Universidad Cesar Vallejo. Recuperado el 06 de noviembre de 2019, de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/423/cabel\\_ba.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/423/cabel_ba.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

CANTUARIAS, F. M. (2017). EL COMERCIO. *EL NÚMERO DE EMPRESAS EN EL PERÚ CRECIÓ 8,4% EN EL 2017*. Obtenido de EL COMERCIO: <https://elcomercio.pe/economia/numero-empresas-peru-crecio-8-4-2017-noticia-501043>

Causo, R. P. (2007). *Atención al cliente: Guía práctica de técnicas y estrategias Gestión empresarial*. Ideas propias Editorial S.L. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=0yCuHNwXIMIC&pg=PA78&dq=tipos+de+atencion+brindada+al+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj3q\\_rs25LmAhXtK7kGHfbUB-0Q6AEIKDAA#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=0yCuHNwXIMIC&pg=PA78&dq=tipos+de+atencion+brindada+al+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj3q_rs25LmAhXtK7kGHfbUB-0Q6AEIKDAA#v=onepage&q&f=false)

Crúz, W. A. (2014). *Servicio y atención al cliente en la comercializadora de textiles - UNITEX - de la cabecera departamental de Huehuetenango*. Huehuetenango: Universidad Rafael Landívar. Recuperado el 06 de noviembre de 2019, de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Lopez-Werlin.pdf>

Chamorro, S. (14 de 04 de 2016). *Deusto formación*. Obtenido de Deusto formación: <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/10-claves-para-mejorar-atencion-cliente-tu-empresa>

- Durán, M. U. (1992). *Gestión de calidad*. Madrid, España: Ediciones Diaz de Santos. Obtenido de <https://www.editdiazdesantos.com/libros/udaondo-gestion-de-calidad-L03000130201.html?articulo=03000130201>
- Torres, C. A. (2006). *Metodología de la investigación*. Bogota: Universidad de la costa. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=h4X\\_eFai59oC&dq=nivel+de+investigacion+descriptivo&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=h4X_eFai59oC&dq=nivel+de+investigacion+descriptivo&source=gbs_navlinks_s)
- Estela, M. M. (2016). *Plan de negocios para una tienda de ropa y accesorios para mujeres*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado el 06 de noviembre de 2019, de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/609465/diaz\\_em.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/609465/diaz_em.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- García Casermeiro, M. J. (2011). *Gestión de la atención al cliente/consumidor (uf0036)*. Andalucía, España: IC Editorial. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3211429&query=estrategias%2Bde%2Batencion%2Bal%2Bcliente>
- Jaramillo, O. K. (2017). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las mypes del sector comerciorubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017*. Tumbes: Universidad Católica los Angeles de Chimbote. Recuperado el 10 de noviembre de 2019
- Pimentel, M. S. (2015). *Caracterización de la capacitación en técnicas de venta en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir(Boutiques) del distrito de huaraz, 2015*.

Huaraz: Universidad Católica los Angeles de Chimbote. Recuperado el 06 de noviembre de 2019, de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1060/MYPES\\_CAPACITACION\\_%20CAMPOS\\_PIMENTEL\\_MICHELLY\\_SHIRLEY.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1060/MYPES_CAPACITACION_%20CAMPOS_PIMENTEL_MICHELLY_SHIRLEY.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

ROYO, G. (29 de AGOSTO de 2014). *CAPITALIBRE*. Obtenido de CAPITALIBRE: <https://capitalibre.com/2014/08/cultura-sector-textil>

Peralta Manivesa, X. (2018). *Tipos de atención al cliente*. Obtenido de Pymrang: <http://www.pymrang.com/ventas-y-servicio/servicio-al-cliente/451-tipos-deatencion-al-cliente>

Jimenez, M. (10 de octubre de 2014). *Scribd*. Obtenido de Scribd: <https://es.scribd.com/document/242471924/Elementos-de-CALIDAD-pdf>

Mateo, R. J. (03 de 03 de 2010). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/sistemas-gestion-calidad/>

Samaniego Rivera, N. F. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de neuromarketing en las mypes del rubro tienda de ropa del distrito de Pangoa, provincia de Satipo, año 2018*. Satipo: Universidad los Angeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10498>

Sampieri, R. H. (2017). *Metodología de la investigación - Sexta edición*. México: Interamericana Editores S.A de C.V. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp->



content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-  
edicion.compressed.pdf

Quispe, B. L. (2017). Caracterización de la gestión de calidad y formalización de las mypes del sector comercio - rubro venta de ropas para damas en el distrito de Juanjui - 2017. Juanjui: Universidad Católica los Angeles de Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2759/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_Y\\_FORMALIZACION\\_DE\\_LAS\\_MYPES\\_PANDURO%20QUISPE\\_BLANCA\\_LUZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2759/GESTION_DE_CALIDAD_Y_FORMALIZACION_DE_LAS_MYPES_PANDURO%20QUISPE_BLANCA_LUZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Santos, S. K. (2017). *Gestión de calidad con el uso de un plan estratégico de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa, centro comercial Los Ferroles, Chimbote, 2017*. Chimbote: Universidad Católica los Angeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14895>

Vallés, E. A. (2014). *Estudio de la presencia de las teorías de Paco Underhill en tres cadenas de ropa*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello. Recuperado el 06 de noviembre de 2019, de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS9161.pdf>

Zavaleta, I. R. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa para niños en el centro comercial Los Ferroles en el distrito de Chimbote, año 2017*. Chimbote: Universidad los Angeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14877>

## Anexos

### Anexo 1. Cronograma de actividades

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

## Anexo2. Presupuesto

<b>Presupuesto desembolsable</b> (Estudiante)			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o Número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
✓ Impresiones	0.30		
✓ Fotocopias	0.05	500	25.00
✓ Empastado	70.00	1	70.00
✓ Papel bond A-4 (500 hojas)	0.05	500	25.00
✓ Lapiceros	0.50	3	1.50
<b>Servicios</b>			
✓ Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
<b>Sub total</b>			221.50
<b>Gastos de viaje</b>			
✓ Pasajes para recolectar información			
<b>Sub total</b>			221.50
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			221.50
<b>Presupuesto no desembolsable</b> (Universidad)			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% ó Número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
✓ de Búsqueda de información en base de	35.00	2	70.00
✓ Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
✓ Publicación de artículo en repositorio	50.00	1	50.00
<b>Sub total</b>			400.00
<b>Recurso humano</b>			
✓ Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
<b>Sub total</b>			252.00
<b>Total de presupuesto no Desembolsable</b>			652.00
<b>Total (S/.)</b>			

### Anexo 3. Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y  
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene como fin recoger información sobre la MYPE “Raffaelos Boutique” para desarrollar el trabajo de investigación titulado: “Características de la gestión de calidad con atención al cliente en la MYPE Raffaelos boutique en el distrito de Sullana, año 2018”.

La información que nos brinde será usada exclusivamente para fines académicos y de investigación. Por lo que se le agradece anticipadamente por su participación.

Marca con X según sea el caso:

	PREGUNTAS	SI	NO
	<b>Variable Gestión de calidad</b>		
1	¿La empresa donde laboran cuenta con un organigrama establecido?		
2	¿Toman en cuenta la planificación de actividades para lograr sus objetivos?		
3	¿Cuentan con la maquinaria necesaria para el área de ventas?		
4	¿Considera usted que la empresa cuenta con una infraestructura adecuada para el servicio de ventas?		
5	¿Les brindan capacitaciones constantes?		
2	¿Cuentan con capital suficiente para cubrir algún gasto o negligencia que se presente?		
7	¿Cumplen con sus funciones establecidas?		
8	¿Se les realiza un control para saber el cumplimiento de sus actividades?		

	<b>PREGUNTAS</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
	<b>Variable Atención al cliente</b>		
1	¿Considera que la atención brindada en Raffaelos los motiva a seguir prefiriendo sus productos?		
2	¿Considera que el personal se encuentra motivado en el momento de atenderlo?		
3	¿Considera usted que la MYPE cuenta con trabajadores que brinden atención personalizada?		
4	¿Considera que el trabajador demuestra una atención cordial?		
5	¿La empresa se preocupa por tenderlo cada vez mejor?		
6	¿La organización cuenta con áreas de atención adecuadas?		
7	¿Se sienten satisfechos con el tiempo que esperan para ser atendidos?		
8	¿El personal de la empresa le ha brindado asesoramiento frente alguna duda sobre el producto?		
9	¿Alguna vez ha realizado pedidos vía telefónica?		
10	¿Se establecen ofertas o bajas de precios en sus compras?		
11	¿los trabajadores muestran siempre una actitud amable para su atención?		
12	¿Le transmite confianza esta empresa?		

## **Anexo 4. Consentimiento informado**



"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"

Sullana, septiembre de 2019

Oficio N° 001-000-2019 DTI ULADECH/ CDRR

Señor (a): Gerente de mype ferretería

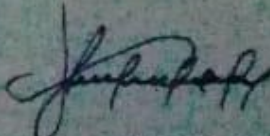
Asunto: Solicitud de permiso para realizar informe de tesis

Tengo el agrado de dirigirme a usted, para manifestarle que estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en la mype Raffaelos boutique en el distrito de Sullana, año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, procederá a llenar la siguiente encuesta, en ella sólo debe llenar los cuadros vacíos y marcar la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación.

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

Dios Guarde a Ud

  
MAG. CLAUDIA TORRES  
DOCENTE TUTOR ULADECH  
CLAD 8398

  
06782704

CESAR ZAPATA




**"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"**

**Investigador Principal:** Kiara Mercedes Zapata Navarro

Mgr. Carlos David Ramos Rosas (Universidad Católica los Angeles de Chimbote)

Estimado Empresario:

Estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en la mype Raffaelos boutique en el distrito de Sullana, año 2018. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, procederá a llenar la siguiente encuesta, en ella sólo debe llenar los cuadros vacíos y marcar la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación.

  
Mg. Carlos David Ramos Rosas  
DIRECTOR TUTOR ULADECH  
2009

  
067 82704  
CESAR ZAPATA





Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad

### Consentimiento Informado

#### Propósito del Proyecto de Investigación

El propósito de este estudio es Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en la mype Raffaello boutique en el distrito de Sullana año 2018.

#### ¿Por qué le pedimos participar?

Estamos solicitando su participación como voluntario en un estudio de investigación que tiene gran importancia por cuanto llenará el vacío de conocimientos debido a que no existe reporte Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en la mype Raffaello boutique en el distrito de Sullana año 2018.

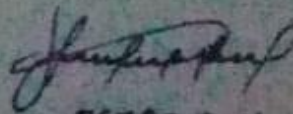
#### Procedimientos

Si UD. Accede participar, le pediremos que complete un cuestionario estructurado de gestión de calidad y atención al cliente, como instrumento de recolección de datos, mediante la técnica de la encuesta a una muestra poblacional que se calculará de la población de Sullana. El cuestionario demora aproximadamente 10 minutos.

#### Riesgos molestias

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

  
DOCENTE TUTOR ULADECH  
+51 91 83309

  
06782704  
CESAR ZAPATA

### **Beneficio**

El estudio no presenta ningún beneficio para usted, pero podrá beneficiar la ciencia ya que reportará un panorama de características de la gestión de calidad y la atención al cliente en la mype Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018.

### **Pago por participación**

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

### **Protegiendo la confidencialidad de los datos**

Manejada con rigurosa confidencialidad. Aunque se colectará su nombre y la MYPE para propósitos del estudio, no los usaremos rutinariamente. Y toda la información recolectada será guardada en bases de datos desprotegidas con contraseñas. Usted no será identificable ya que solo números serán usados en vez de nombres en las bases de datos.

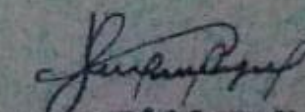
### **Compartimiento con otros**

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

### **¿A quién debo llamar si tengo dudas o problema?**

- Llame a la investigadora principal, Kiera Mercedes Zapata-Navarro al celular 966325757 o al Mgr. Carlos David Ramos Rosas al teléfono 960658364 sobre cualquier pregunta, duda o queja que crea se relacione al estudio.
- Llame o contacte a la oficina del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica. Contacte al Comité Institucional de Ética si siente que no ha sido tratado justamente o si tiene alguna otra preocupación.
- La información del Comité de Ética es la siguiente:

  
K. M. Zapata-Navarro  
DIRECTORA TUTOR ULADECH  
CLAD 0200

  
06782704  
CESAR ZAPATA

Dra. Carmen Garrido Nappo

Presidente del Comité Institucional de Ética en Investigación de la U.A.P.E.M.  
Católica

Teléfono: (+51043) 327-933 E-mail: [cmgarrido@uapem.edu.pe](mailto:cmgarrido@uapem.edu.pe)

**Declaración del participante**

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

Doy permiso a los investigadores para:

- Usar la información colectada en este estudio.

Sí  No

06782704

CESAR ZAPATA

## Anexo 5. Libro de Datos

N°	PREGUNTAS: VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD							
	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8
Trabajador 1	1	1	1	1	1	1	1	1
Trabajador 2	1	1	1	1	1	1	1	1
Trabajador 3	0	0	0	1	0	0	0	0
Trabajador 4	1	1	1	1	1	1	1	1
Trabajador 5	0	1	1	1	1	1	1	1

N°	PREGUNTAS: VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE											
	P. 9	P. 10	P. 11	P. 12	P. 13	P. 14	P. 15	P. 16	P. 17	P. 18	P. 19	P. 20
Cliente 1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Cliente 2	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Cliente 3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cliente 4	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Cliente 5	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Cliente 6	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Cliente 7	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Cliente 8	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1
Cliente 9	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Cliente 10	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0
Cliente 11	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Cliente 12	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1
Cliente 13	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1
Cliente 14	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
Cliente 15	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Cliente 16	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1

Ciente 17	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ciente 18	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Ciente 19	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Ciente 20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ciente 21	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Ciente 22	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Ciente 23	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Ciente 24	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Ciente 25	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1
Ciente 26	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Ciente 27	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0
Ciente 28	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Ciente 29	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1
Ciente 30	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1
Ciente 31	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
Ciente 32	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Ciente 33	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Ciente 34	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ciente 35	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Ciente 36	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Ciente 37	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ciente 38	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Ciente 39	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Ciente 40	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Ciente 41	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Ciente 42	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1

<b>Cliente 43</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
<b>Cliente 44</b>	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
<b>Cliente 45</b>	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
<b>Cliente 46</b>	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1
<b>Cliente 47</b>	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1
<b>Cliente 48</b>	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1
<b>Cliente 49</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
<b>Cliente 50</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
<b>Cliente 51</b>	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Cliente 52</b>	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
<b>Cliente 53</b>	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
<b>Cliente 54</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Cliente 55</b>	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
<b>Cliente 56</b>	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1
<b>Cliente 57</b>	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1
<b>Cliente 58</b>	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
<b>Cliente 59</b>	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1
<b>Cliente 60</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
<b>Cliente 61</b>	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0
<b>Cliente 62</b>	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Cliente 63</b>	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1
<b>Cliente 64</b>	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1
<b>Cliente 65</b>	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1
<b>Cliente 66</b>	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
<b>Cliente 67</b>	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Cliente 68</b>	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

## Anexo 6. Juicio de expertos

---



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE  
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

### JUICIO DE EXPERTOS

Yo Carlos David Ramos Rosas, con cédula de colegiatura, 03509  
con profesión Administrador y ejerciendo actualmente  
como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de  
validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

“Características de la Gestión de calidad y la atención al cliente, en la MYPE Raffaelos boutique en el distrito de Sullana, año 2018”, presentado por el estudiante universitario Zapata Navarro Kiara Mercedes de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:



ING. A.C.M. C.M.P. Carlos David Ramos Rosas  
DOCENTE TUTOR ULADECH  
CLAD 03509

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	VARIABLE DE GESTIÓN DE CALIDAD								
1° OE	Identificar los elementos del sistema de gestión de calidad que requieren los consumidores de la MYPE en Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018								
1	¿la empresa donde laboran cuenta con un organigrama establecido?	✓			✓		✓		✓
2	¿toman en cuenta la planificación de actividades para lograr sus objetivos?	✓			✓		✓		✓
3	¿Cuentan con la maquinaria necesaria para el área de ventas?	✓			✓		✓		✓
4	¿Considera usted que la empresa cuenta con una infraestructura adecuada para el servicio de ventas?	✓			✓		✓		✓
5	¿Les brindan capacitaciones constantes?	✓			✓		✓		✓


  
 MSc. ADOL. EMP. Carlos David Ramos Rosas,  
 DOCENTE TUTOR ULADECH  
 CLAD 03509



MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso o aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	VARIABLE DE ATENCIÓN AL CLIENTE								
2° OE	Identificar el tipo de atención brindada a los clientes en la MYPE en Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018								
9	¿Considera que la atención brindada en Raffaelos los motiva a seguir prefiriendo sus productos?	✓			✓		✓		✓
10	¿Considera que el personal se encuentra motivado en el momento de atenderlo?	✓			✓		✓		✓
11	¿Considera usted que la Mype cuenta con trabajadores que brinden atención personalizada?	✓			✓		✓		✓
12	¿Considera que el trabajador demuestra una atención cordial?	✓			✓		✓		✓
13	¿La empresa se preocupa por atenderlo cada vez mejor?	✓			✓		✓		✓

  
 ING. ADMN. EMP. Carlos David Ramos Rosas  
 DOCENTE TUTOR ULADECH  
 CLAD 03509

14	¿La organización cuenta con áreas de atención adecuadas?	✓			✓		✓		✓
15	¿Se sienten satisfechos con el tiempo que esperan para ser atendidos?	✓			✓		✓		✓
16	¿El personal de la empresa le ha brindado asesoramiento frente alguna duda sobre el producto?	✓			✓		✓		✓
17	¿Alguna vez ha realizado pedidos vía telefónica?	✓			✓		✓		✓
3° OE	Describir las estrategias para mejorar la atención al cliente que utiliza la MYPE Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018								
18	¿Se establecen ofertas o bajas de precios en sus compras?	✓			✓		✓		✓
19	¿los trabajadores muestran siempre una actitud amable para su atención?	✓			✓		✓		✓
20	¿Le transmite confianza esta empresa?	✓			✓		✓		✓

  
 MGS. ADM. EMP. Carlos David Ramos Rosas  
 DOCENTE TUTOR ULADECH  
 CLAD 03509

**FIRMA DEL EVALUADOR**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE  
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

**JUICIO DE EXPERTOS**

Yo Gustavo Jofre Quintero, con cédula de colegiatura, 05861  
con profesión Inductores y ejerciendo actualmente  
como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de  
validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

“Características de la Gestión de calidad y la atención al cliente, en la MYPE Raffaello  
boutique en el distrito de Sullana, año 2018”, presentado por el estudiante universitario  
Zapata Navarro Kiara Mercedes de la escuela de Administración. Los resultados de la  
revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del  
contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación  
estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del  
enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario  
técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a  
continuación:

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso a quiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	VARIABLE DE GESTIÓN DE CALIDAD								
1° OE	Identificar los elementos del sistema de gestión de calidad que requieren los consumidores de la MYPE en Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018								
1	¿la empresa donde laboran cuenta con un organigrama establecido?	✓			✓		✓		✓
2	¿toman en cuenta la planificación de actividades para lograr sus objetivos?	✓			✓		✓		✓
3	¿Cuentan con la maquinaria necesaria para el área de ventas?	✓			✓		✓		✓
4	¿Considera usted que la empresa cuenta con una infraestructura adecuada para el servicio de ventas?	✓			✓		✓		✓
5	¿Les brindan capacitaciones constantes?	✓			✓		✓		✓


  
 GUSTAVO A. ZURITA RAMOS

6	¿Cuenta con capital suficiente para cubrir algún gasto o negligencia que se presente?	✓		✓	✓	✓		✓
7	¿Cumplen con sus funciones establecidas?	✓		✓	✓	✓		✓
8	¿se les realiza un control para saber el cumplimiento de sus actividades?	✓		✓	✓	✓		✓

  
 C. DR. GUSTAVO A. ZURITA RAMÍREZ  
 RESE. UNIC. COLLEGE, MICHUACÁN  
 MICHOACÁN

**FIRMA DEL EVALUADOR**

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
2º OE	Identificar el tipo de atención brindada a los clientes en la MYPE en Raffaëlos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018								
9	¿Considera que la atención brindada en Raffaëlos los motiva a seguir prefiriendo sus productos?	✓			✓		✓		✓
10	¿Considera que el personal se encuentra motivado en el momento de atenderlo?	✓			✓		✓		✓
11	¿Considera usted que la Mype cuenta con trabajadores que brinden atención personalizada?	✓			✓		✓		✓
12	¿Considera que el trabajador demuestra una atención cordial?	✓			✓		✓		✓
13	¿La empresa se preocupa por atenderlo cada vez mejor?	✓			✓		✓		✓


  
 Lic. Adm. GUSTAVO A. ZURITA RAMÓZ
   
 REG. UNIC. COLEG. Nº 45861
   
 RUC Nº 201101279542

14	¿La organización cuenta con áreas de atención adecuadas?	✓			✓		✓		✓
15	¿Se sienten satisfechos con el tiempo que esperan para ser atendidos?	✓			✓		✓		✓
16	¿El personal de la empresa le ha brindado asesoramiento frente alguna duda sobre el producto?	✓			✓		✓		✓
17	¿Alguna vez ha realizado pedidos via telefónica?	✓			✓		✓		✓
3° OE	Describir las estrategias para mejorar la atención al cliente que utiliza la MYPE Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018								
18	¿Se establecen ofertas o bajas de precios en sus compras?	✓			✓		✓		✓
19	¿los trabajadores muestran siempre una actitud amable para su atención?	✓			✓		✓		✓
20	¿Le transmite confianza esta empresa?	✓			✓		✓		✓

  
 Ing. Gustavo A. ZURITA RIANCHO  
 REG. UNIC. COLEG. Nº 05801  
 RUC Nº 10036649441

**FIRMA DEL EVALUADOR**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE  
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

### JUICIO DE EXPERTOS

Yo Elizabeth Diomina Zapata Castro con cédula de colegiatura, 06563  
con profesión administradora y ejerciendo actualmente  
como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de  
validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

“Características de la Gestión de calidad y la atención al cliente, en la MYPE Raffaelos boutique en el distrito de Sullana, año 2018”, presentado por el estudiante universitario Zapata Navarro Kiara Mercedes de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:


  
Mgtr. Elizabeth Zapata Castro  
COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN



MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS										
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
VARIABLE DE GESTIÓN DE CALIDAD										
1º OE	Identificar los elementos del sistema de gestión de calidad que requieren los consumidores de la MYPE en Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018									
1	¿la empresa donde laboran cuenta con un organigrama establecido?	✓			✓		✓		✓	
2	¿toman en cuenta la planificación de actividades para lograr sus objetivos?	✓			✓		✓		✓	
3	¿Cuentan con la maquinaria necesaria para el área de ventas?	✓			✓		✓		✓	
4	¿Considera usted que la empresa cuenta con una infraestructura adecuada para el servicio de ventas?	✓			✓		✓		✓	
5	¿Les brindan capacitaciones constantes?	✓			✓		✓		✓	



 UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIRIQÚI  
 CENTRO UNIVERSITARIO SULLANA  
  
 Mgr. Elizabeth Zapata Castro  
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN

6	¿Cuenta con capital suficiente para cubrir algún gasto o negligencia que se presente?	✓		✓		✓		✓
7	¿Cumplen con sus funciones establecidas?	✓		✓		✓		✓
8	¿se les realiza un control para saber el cumplimiento de sus actividades?	✓		✓		✓		✓


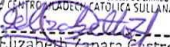

 UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE CHIRIQUÍ  
 CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO  
 Mgr. Elizabeth Zapata Castro  
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN

**FIRMA DEL EVALUADOR**

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	VARIABLE DE ATENCIÓN AL CLIENTE								
2º OE	Identificar el tipo de atención brindada a los clientes en la MYPE en Raffaëlos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018								
9	¿Considera que la atención brindada en Raffaëlos los motiva a seguir prefiriendo sus productos?	✓			✓		✓		✓
10	¿Considera que el personal se encuentra motivado en el momento de atenderlo?	✓			✓		✓		✓
11	¿Considera usted que la Mype cuenta con trabajadores que brinden atención personalizada?	✓			✓		✓		✓
12	¿Considera que el trabajador demuestra una atención cordial?	✓			✓		✓		✓
13	¿La empresa se preocupa por atenderlo cada vez mejor?	✓			✓		✓		✓


 UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANDES DE CHIMBO  
 CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO  
 Mgr. Elizabeth Zapata Castro  
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN

14	¿La organización cuenta con áreas de atención adecuadas?	✓			✓		✓		✓
15	¿Se sienten satisfechos con el tiempo que esperan para ser atendidos?	✓			✓		✓		✓
16	¿El personal de la empresa le ha brindado asesoramiento frente alguna duda sobre el producto?	✓			✓		✓		✓
17	¿Alguna vez ha realizado pedidos vía telefónica?	✓			✓		✓		✓
3° OE	Describir las estrategias para mejorar la atención al cliente que utiliza la MYPE Raffaelos Boutique en el distrito de Sullana, año 2018								
18	¿Se establecen ofertas o bajas de precios en sus compras?	✓			✓		✓		✓
19	¿los trabajadores muestran siempre una actitud amable para su atención?	✓			✓		✓		✓
20	¿Le transmite confianza esta empresa?	✓			✓		✓		✓


 UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE  
 CENTRO ACADÉMICO CATÓLICA SULLANA  
  
 Mgtr. Elizabeth Zapata Castro  
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN

**FIRMA DEL EVALUADOR**

## **Anexo 7. Fiabilidad del cuestionario**

### **“Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad”**

**Mgtr. Lic. Adm. Emp. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS**


**ESPECIALIDAD: ADMINISTRADOR      COLEGIADO: CLAD 03509**

#### **Validez y Confiabilidad:**

Para evaluar el instrumento en su validez y confiabilidad se realizó una prueba piloto, a fin de garantizar la calidad de los datos. El instrumento se aplicó a 16 personas con el fin de explorar sobre la claridad y comprensión de las preguntas.

**Validez:** El instrumento que midió la “Gestión de calidad y la atención al cliente, en la MYPE Raffaelos boutique en el distrito de Sullana, año 2018” fue validado por expertos que acrediten experiencia en el área, para emitir los juicios y modificar la redacción del texto para que sea comprensible por el entrevistado.

**Confiabilidad:** La confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versión 25. Dando el siguiente resultado:



MG. ADM. EMP. Carlos David Ramos Rosas  
DOCENTE TUTOR ULADECH  
CLAD 03509

ESTADÍSTICO DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE, EN LA MYPE RAFFAELOS BOUTIQUE EN EL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018.

**VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD**

Estadísticas de fiabilidad

Nº de preguntas	Alfa de Cronbach
8	0.959

**Estadísticas de total de elemento**

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P01	5,8000	7,200	,612	,972
P02	5,6000	6,800	,986	,944
P03	5,6000	6,800	,986	,944
P04	5,4000	9,300	,000	,978
P05	5,6000	6,800	,986	,944
P06	5,6000	6,800	,986	,944
P07	5,6000	6,800	,986	,944
P08	5,6000	6,800	,986	,944

Podemos Determinar que el instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 95.9 % de confiabilidad con respecto a 08 preguntas (05 encuestados) de la variable Gestión de Calidad.

  
 M.G. ADM. EMP. Carlos David Ramos Rosas  
 DOCENTE TUTOR ULADECH  
 CLAD 03309

ESTADÍSTICO DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE, EN LA MYPE RAFFAELOS BOUTIQUE EN EL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018.

**VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE**

Estadísticas de fiabilidad	
N° de preguntas	Alfa de Cronbach
12	,923

**Estadísticas de total de elemento**

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P01	7,0882	12,798	,325	,930
P02	6,4706	11,566	,760	,914
P03	6,4706	11,566	,760	,914
P04	6,7647	10,959	,788	,912
P05	6,6029	10,780	,905	,906
P06	6,6029	10,780	,905	,906
P07	7,1912	13,351	,218	,931
P08	6,7941	11,151	,725	,915
P09	6,3382	12,884	,470	,924
P10	6,6912	10,814	,848	,909
P11	6,5000	11,328	,809	,911
P12	6,3971	12,541	,489	,924

Podemos Determinar que el instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 83.5 % de confiabilidad con respecto a 12 preguntas (68 encuestados) de la variable Atención al Cliente.

  
 M.G. ADM. EMP. Carlos David Ramos Rosas  
 DOCENTE TUTOR ULADECH  
 CLAD 03509