

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LA JUGUETERÍA EL MUNDO DEL JUGUETE
DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2019 Y PLAN DE MEJORA**

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

AUTORA:

VILLASECA GOMEZ, JENNIFER JASMYN

CODIGO ORCID: 0000-0002-7936-7301

ASESOR:

RAMOS ROSAS, CARLOS DAVID

CODIGO ORCID: 0000-0002-5868-2441

SULLANA – PERÚ

2021

2. Equipo de trabajo

AUTORA

Villaseca Gomez, Jennifer Jasmyn

ORCID: 0000-0002-7936-7301

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Sullana, Perú

ASESOR

Ramos Rosas, Carlos David

CODIGO ORCID: 0000-0002-5868-2441

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

CODIGO ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa José German

CODIGO ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio María Isabel

CODIGO ORCID: 0000-0003-1132-2243

3. Hoja de firma de jurado y asesor

Rosillo de Purizaca María del Carmen

PRESIDENTE

Salinas Gamboa José German

MIEMBRO

Mino Asencio María Isabel

MIEMBRO

Ramos Rosas Carlos David

ASESOR

4. Agradecimiento

Agradezco a Dios por bendecirme siempre, por guiarme a lo largo de mi existencia y ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad y sobre todo por brindarme fuerza y sabiduría para continuar con mi trabajo de investigación.

Gracias a mi madre por ser la principal promotora de mis sueños, por creer y confiar en mis expectativas, por sus consejos, valores y principios que me ha inculcado en el transcurso de mi vida.

5. Resumen

El presente trabajo titulado: “La gestión de calidad y la atención al cliente en la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019 y propuesta de mejora”, tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019 y propuesta de mejora, fue de tipo no experimental-transversal- descriptivo-cuantitativo. Para la variable gestión de calidad está conformada por 8 trabajadores y para la variable Atención al cliente está conformada por los 68 clientes de la Juguetería; a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta. Los principales resultados de la Gestión de Calidad fueron de los 8 trabajadores encuestados el 100,0 % dice que siempre se generan mejoras en los procesos según los requerimientos que pide el consumidor. Respecto a la atención del cliente de los 68 clientes encuestados el 86,8% siempre consideran que la empresa si se preocupa por su satisfacción. Se concluye que se determinó las ventajas de la gestión de calidad de la micro empresa el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, en la que los empleados sostuvieron siempre se generan mejoras en los procesos según los requerimientos que pide el cliente y se detalló el impacto de la atención al cliente de la juguetería en la que los clientes sostuvieron lealtad, porque al premiar su lealtad consigue fidelizar clientes.

Palabras claves: Atención al cliente, empleados, gestión de calidad, juguetería, mype.

Abstract

The present work entitled: "Quality management and customer service in the Toy World toy store in the Sullana district, year 2019 and improvement proposal", had the general objective: To determine the characteristics of quality management and Customer service at the Toy World toy store in the Sullana district, year 2019 and improvement proposal, was of a non-experimental-transversal-descriptive-quantitative type. For the quality management variable, it is made up of 8 workers and for the Customer Service variable, it is made up of the 68 customers of the Toy Store; to whom the survey technique was applied. The main results of Quality Management were of the 8 workers surveyed, 100.0% say that improvements are always generated in the processes according to the requirements requested by the consumer. Regarding customer service, of the 68 customers surveyed, 86.8% always consider that the company does care about their satisfaction. It is concluded that the advantages of the quality management of the micro-company El Mundo del Juguetes in the Sullana district were determined, in which the employees always maintained improvements in the processes are generated according to the requirements requested by the client and the impact was detailed customer service at the toy store in which customers maintained loyalty, because by rewarding their loyalty, they gain customer loyalty.

Keywords: Customer service, employees, quality management, toys, mype.

6. Contenido

1. Caratula.....	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Hoja de firma de jurado y asesor	iii
4. Agradecimiento.....	iv
5. Resumen.....	v
6. Contenido.....	vii
7. Índice de tablas, figuras y cuadros	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura	16
2.1 Antecedentes	16
2.1.1 Internacionales	16
2.1.2. Nacionales.....	19
2.1.3. Locales	25
2.2. Bases teóricas.....	29
2.2.1. <i>Gestión de Calidad</i>	29
2.2.1.1. Calidad.....	29
2.2.1.2. Características de la gestión de calidad.	30
2.2.1.3. Ventajas de la gestión de calidad.....	31
2.2.1.4. Principios de la Gestión de Calidad.....	32
2.2.2. <i>Atención al cliente</i>	29
2.2.2.1. Definición de Atención al cliente.	34
2.2.2.2. Impacto de la atención al cliente.....	34
2.2.2.3. Técnica de la atención al cliente	35
2.2.3 <i>La Mype</i>	36
III. Hipótesis	38
IV. Metodología.....	39
4.1. Diseño de la investigación	39
4.2 Población y muestra.....	40

4.2.1 Población	40
4.2.2 Muestra	40
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	43
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	47
4.5 Plan de análisis.....	47
4.6 Matriz de consistencia.....	48
4.7 Principios éticos	49
V. Resultados	50
5.1. Resultados	50
5.2. <i>Análisis de resultados.</i>	62
5.2.1. Respecto a la gestión de calidad	62
5.2.2. Respecto a la atención al cliente	64
VI. Conclusiones.....	68
Aspectos complementarios	70
Recomendaciones	70
Referencias Bibliográficas	75
Anexos	83
Anexo 1. Cronograma de actividades	83
Anexo 2. Presupuesto de la investigación.....	84
Anexo 3. Fórmula de la muestra	85
Anexo 4. Consentimiento informado	86
Anexo 5. Figuras.....	89
Anexo 6. Cuestionario	112
Anexo 7. Juicio de expertos	115
Anexo 8. Validación del instrumento	127

7. Índice de tablas, figuras y cuadros

Tablas

Tabla 1 <i>Ventajas de la gestión de calidad de la juguetería el Mundo del Juguete</i>	50
Tabla 2 <i>Principios de la gestión de calidad de la juguetería el Mundo del Juguete</i>	53
Tabla 3 <i>Impacto de la atención al cliente de la juguetería el Mundo del Juguete</i>	56
Tabla 4 <i>Técnicas de atención al cliente de la Juguetería el Mundo</i>	59

Figuras

Figura 1 <i>Mejoras en los procesos</i>	89
Figura 2 <i>Procesos de Gestión de calidad</i>	89
Figura 3 <i>La organización es flexible y tiene ventajas competitivas</i>	90
Figura 4 <i>Relaciones entre jefe y trabajador dentro de la organización</i>	90
Figura 5 <i>Mayor flexibilidad en la empresa</i>	91
Figura 6 <i>La empresa flexibiliza los horarios de entrada y de salida del trabajo</i>	91
Figura 7 <i>Ponen en práctica la motivación y el trabajo en equipo en la juguetería</i>	92
Figura 8 <i>El reconocimiento es importante para tu motivación</i>	92
Figura 9 <i>Buena relación con sus clientes</i>	93
Figura 10 <i>Importancia de satisfacer los requisitos del cliente</i>	93
Figura 11 <i>Ser un líder es muy complicado y difícil</i>	94
Figura 12 <i>El personal es la esencia misma de la organización</i>	94
Figura 13 <i>El compromiso por parte del personal</i>	95
Figura 14 <i>La buena relación en la empresa para lograr el éxito</i>	95
Figura 15 <i>La empresa tiene y aplica un plan de gestión medioambiental</i>	96
Figura 16 <i>La mejora constante del producto es importante para la empresa</i>	96

Figura 17 <i>Las decisiones en un SGC se toman con datos exactos</i>	97
Figura 18 <i>La empresa trabaja con proveedores externos</i>	97
Figura 19 <i>La empresa valora y recompensa su lealtad</i>	98
Figura 20 <i>Servicio de excelente calidad lo que origina su lealtad</i>	98
Figura 21 <i>El producto que le vende la juguetería es accesible</i>	99
Figura 22 <i>Fechas especiales donde incrementan las ventas</i>	99
Figura 23 <i>La empresa se preocupa por su satisfacción</i>	100
Figura 24 <i>Resuelven satisfactoriamente sus consultas</i>	100
Figura 25 <i>La empresa tiene buena comunicación con sus trabajadores</i>	101
Figura 26 <i>La empresa cuenta con medios de comunicación</i>	101
Figura 27 <i>La calidad del personal forma parte de la imagen de la empresa</i>	102
Figura 28 <i>La competencia puede afectar la imagen de la empresa</i>	102
Figura 29 <i>El personal que lo atiende es responsable asertivo y empático</i>	103
Figura 30 <i>Es responsabilidad que el trabajador conozca acerca de sus derechos</i>	103
Figura 31 <i>Prestan atención al escuchar tu argumento para adquirir un producto</i>	104
Figura 32 <i>La empresa es comprensible cuando realiza algún reclamo</i>	104
Figura 33 <i>La empresa realiza con frecuencia ofertas</i>	105
Figura 34 <i>Valoras el costo de los productos que ofrece la Juguetería</i>	105
Figura 35 <i>El trabajador debe ser un buen motivador</i>	106
Figura 36 <i>La buena atención es importante para tus próximas compras</i>	106
Figura 37 <i>Tienes buena atención con el personal que te atiende</i>	111
Figura 38 <i>El personal que te atiende se desarrolla de buena manera</i>	111

Cuadros

Cuadro 1. Definición y operacionalización de las variables.....	43
Cuadro 2: Matriz de consistencia.....	48

I. Introducción

En la revista ASEP (2015) se hace mención que en los últimos años las empresas son entes importante de la economía de un país, ya que estas tienen un rol importante e imprescindible en el desarrollo social y económico, pues nacen a partir de las necesidades que van adquiriendo las personas con el pasar del tiempo, y buscan satisfacerlas, al mismo tiempo que compiten por superar a la oferta que existe en el mercado y esto se ve reflejado en que las pequeñas y micro empresas participan de una manera primordial dentro de la economía de un país no solo por el dinero que generan fruto de sus ventas sino porque son grandes generadores de empleo, puesto que de ellas depende el 75% de la población económicamente activa (PEA) así mismo, estas aportan el 40% del Producto Bruto Interno, por ello una de las principales funciones del estado es motivar y brindar las facilidades necesarias para la creación de empresas, motivando así el crecimiento de estas, puesto que está demostrado que ayudan al desarrollo del país, reduciendo la pobreza, y dando mejor calidad de vida mediante empleos que ofrece a la población. (párr. 1-3)

Según el congreso de la república (2003) “las micro y pequeñas empresas son entidades constituidas por personas emprendedoras que tienen un número reducido de trabajadores y establecen una relación mucho más cercana con los clientes”. Así como lo menciona la ley 28015 que la Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

En otro contexto, el gran problema que tiene los empresarios de las Mypes, es que al iniciar un negocio y no saber a quién venderle, no examinan el mercado en el cual se instala el negocio, empiezan a venderle a todo el mundo con poco capital con lo que pretenden competir con una gran empresa; sin saber que ese capital se irá diluyendo. (Alayo, 2017)

Por otro lado, Alayo (Como se citó en Torres, 2017) menciona que a pesar que las Mypes constituyen el sector empresarial inmensamente mayoritario en el Perú, con capacidades demostradas para generar empleo; uno de los principales problemas del país es el no poder contribuir a la generación de la riqueza nacional, debido a que no existe una estrategia nacional sostenida que permita promover su desarrollo en el Perú.

En tal sentido, Bermúdez (Como se citó en Alayo, 2017) sostiene que en la actualidad existe un mercado cada vez más competitivo y dinámico en el cual las Mypes están obligadas a realizar un seguimiento permanente de sus procesos; pero muchas de ellas aún se resisten, quizás por falta de recursos, falta de conocimientos, entre otros motivos que no les favorece en nada.

Muchos de los problemas tradicionales a los que se enfrentan también son: la mala atención al cliente por parte del personal, escasa información, entre otros.

En efecto, las empresas que alcanzan el éxito según Nonada (2012) son las que consistentemente crean conocimiento, incorporándolo en nuevos productos y tecnologías; es decir, dando valor agregado. La innovación basada en el conocimiento es un factor diferencial importante en la eficiencia de una empresa. Esta lo puede generar o incorporar trabajando en forma conjunta con instituciones dedicadas a la Investigación y Desarrollo (R& D por sus siglas en inglés). Invertir en “R&D” es invertir en conocimiento y en tecnología, factor que tiene un

producto marginal creciente a diferencia del capital y el trabajo que tienen un producto marginal decreciente.

Es así como, la innovación que genera altos contenidos diferenciales, es la que está basada en el conocimiento, resultado de proyectos de investigación y desarrollo. El desarrollo del conocimiento es primordial, es el escenario actual y lo será con cada vez mayor énfasis en el escenario venidero. La sociedad futura será la sociedad del conocimiento lo mencionaba hace ya varios años Drucker.

Actualmente, se percibe una tendencia a nivel empresarial a dar importancia al tema de la calidad dentro de las organizaciones como factor estratégico de la empresa, por lo que al implementar un sistema de gestión de calidad permitirá mejorar su actuación no solo en el mercado sino también para garantizar una correcta gestión de los recursos y una proyección en criterios de productividad, competitividad y sostenibilidad sobre la base de la satisfacción de los requisitos y necesidades del cliente.

En ese mismo contexto, una definición generalmente aceptada es la que identifica la Calidad con el grado de satisfacción que ofrecen las características del producto/servicio, en relación con las exigencias del consumidor al que se destina, es decir, un producto o servicio es de calidad, cuando satisface las necesidades y expectativas del cliente o usuario, en función de determinados parámetros, tales como seguridad, confiabilidad y servicio prestado.

Además, el interés de la sociedad por la calidad es tan antiguo como el origen de las sociedades humanas, por lo que tanto el concepto como las formas de gestionar la calidad han ido evolucionando progresivamente.

En efecto, esta evolución está basada en la forma de conseguir la mejor calidad de los productos y servicios y, en ella, pueden ser identificados cuatro estadios, cada uno de los cuales integra al anterior de una forma armónica.

Por lo tanto, se puede decir que el concepto de Calidad ha venido caracterizado por la eficacia en la fabricación del producto o en la prestación del servicio, y de ahí es que el aporte de los maestros de la Calidad ha venido introduciendo paulatinamente aspectos relacionados con el sentir del cliente y con la eficiencia del negocio; es así que el concepto evoluciona al de Calidad Total. (Gumucio, 2005)

En otro contexto, existen Mypes que trabajan por el lado de la formalidad, ello significa que, en la actualidad, si están cumpliendo debidamente con la ley constitucional; pues indica que hay un gran avance para nuestro país, pero aquí entra a tallar también el control interno en el Perú las empresas necesitan tener un correcto control en el área de almacén, debido a que dicha área es fundamental para la toma de decisiones de la empresa. Según Rivera (2015) el control interno ha adquirido gran importancia en los últimos años tanto en el nivel financiero, administrativo, productivo, económico y legal, debido a que permite a la alta dirección de una organización dar una seguridad razonable, en relación con el logro de los objetivos empresariales.

Según, Díaz (2016) el control interno es una parte significativa de una empresa sin importar que sea una transnacional o una Pyme de cualquier giro o naturaleza. Su importancia radica en prevenir riesgos como fraudes y malos manejos, al mismo tiempo que se cuidan los ingresos y se evalúa la eficiencia organizacional.

En el Perú, la comercialización de los productos como juguetes es altamente competitivo y muy rentable. La propuesta de cada empresa se basa en la calidad, precio de los productos, personalización de los productos y la entrega a delivery de los productos.

En tal sentido, las jugueterías también se ven afectadas por la marcha de la economía, en especial en relación al volumen de ventas, ya que en épocas de crisis el gasto en juguetes de los consumidores es recortado. Sin embargo, el sector también tiene perspectivas económicas positivas, aceptando las nuevas oportunidades que van surgiendo, desde la ampliación de horarios y surtido de productos, adaptándose a las demandas de cada zona, utilizando nuevas tecnologías en la gestión de stocks, implantando registros de clientes, manteniendo una buena relación calidad-precio, teniendo especial cuidado en el control interno (diseño de la tienda, espacio, decoración) y externo (escaparates, publicidad), mejorando la atención al cliente, la renovación continua de catálogos y folletos de información, la utilización de cupones descuento que atraigan nuevos clientes.

Por lo tanto, los empleados que trabajen en las jugueterías deben estar bien formados, con un buen conocimiento de los productos y las prácticas comerciales, de forma que sepan conocer a sus clientes y sus preferencias, para así poder asesorarles en su compra, también es parte de una estrategia que se realicen promociones en determinadas temporadas en juguetes que se adapten a ésta. En cuanto al número de empleados que se necesitan en las jugueterías, podría decirse que una tienda pequeña puede ser atendida únicamente por su propietario, aunque el número de trabajadores siempre puede variar en función del tamaño del establecimiento y su localización, el horario de apertura, teniendo también en cuenta que, en determinadas épocas como navidad o verano, las ventas aumentan y es posible que haya que contratar personal extra o temporal y trabajar más horas.

Por ello, hay que tener en cuenta que, para definir la figura del consumidor de juguetes, es preciso diferenciar las dos acciones que se realizan en el hecho del consumo: la adquisición de los artículos y el uso de los mismos. De manera habitual, es el adulto quien realiza la acción de compra, mientras que el uso del juguete lo lleva a cabo el niño. Sólo cuando el artículo es de bajo precio, el niño actúa en el doble papel de comprador y consumidor.

Como consecuencia, en el conjunto del juguete intervienen tanto los gustos y peticiones de los niños, como las opciones y criterios de los adultos. En ambas orientaciones, las variables con mayor incidencia son la edad y el sexo del niño.

Por lo cual, para financiar una juguetería existen varias opciones: financiación propia, subvenciones, préstamos, etc. La elección final va a depender de las condiciones del emprendedor que vaya a poner en marcha el negocio.

En la ciudad de Sullana, hoy en día hay varias Mypes que se dedican a la comercialización de juguetes de todo tipo, entre ellas la Mype El Mundo del juguete, aquí se desconoce si el propietario de esta empresa se han instruido antes de abrir su negocio, así como si instruyen o no a sus trabajadores, y si tienen algún tipo de conocimiento en gestión de calidad y atención al cliente, ya que algunas Mypes desaparecen al corto tiempo de su creación y otros permanecen en el tiempo y se van desarrollando en el mercado desconociendo, si este fenómeno es en efecto de la aplicación de una gestión de calidad en sus distintas actividades, que conciernen a la empresa, es necesaria la investigación porque la mayoría de las Mypes no cuentan con una gestión de calidad de alta gama, y esta juguetería es una de ellas, por tanto esto la perjudica frente a las otras Mypes de su competencia. Es por ello, que es de vital importancia la investigación ya que ayudara a que la Mype en estudio pueda comprender lo importante que es

contar con una excelente gestión de calidad en sus negocios, para generar mayor competencia en el mercado en el que se encuentra y logre una buena atención a los clientes.

En el análisis del entorno que rodea a la juguetería en estudio, los factores que intervienen se relacionan con la técnica PESTEL. Pues tenemos en el factor político, esta dimensión está relacionada con la estabilidad gubernamental y las políticas generales que lleven a cabo las administraciones públicas en aspectos como fiscalidad, así como integrar los factores administrativos, legales y reguladores dentro de los cuales la empresa debe operar. Debido a los juguetes que provienen del mercado asiático, en los últimos años se ha endurecido y se ha establecido una política de control de calidad muy exhaustiva, debiendo llevar insertado en el propio juguete o en su envase e instrucciones el símbolo “CE”. Aunque esto pueda suponer un aumento en sus costes, es beneficioso, de este modo, se aseguran que deban cumplir unos requisitos y pasar unos controles que le añadirían un coste superior al producto, con este símbolo, los padres tienen la garantía y seguridad de que el juguete no tiene ningún peligro para los menores de edad, garantizando el paso de todos los controles de seguridad.

Con respecto al Factor Social: Contribuye las relaciones entre personas en este tipo están los juguetes que colaboran con el juego simbólico tales como; las muñecas, cocinas, tiendas, disfraces y los juegos de mesa tales como los deportivos, monopolios, ajedrez, ludo, damas, etcétera (parr.10)

En lo tecnológico: La empresa juguetera que compone el sector posee una tecnología muy avanzada en lo que son los juguetes que ofrece para captar la atención de los niños, sin riesgo alguno para ellos, es por ello que se considera una empresa innovadora.

En el factor ecológico: Cabe la posibilidad de que en uno o en otro caso existan juguetes que dentro de su composición han sido identificadas con sustancias nocivas, ya sea por su mala elaboración o exceso de uso en su composición, que pueden afectar la integridad del que lo utilice y afecte de manera global el medio ambiente.

Y por último el factor legal pues actualmente el Perú ofrece un ambiente atractivo de negocios tanto para inversión nacional como internacional. “Tiene un marco legal propicio para inversiones, así como un trato no discriminatorio del inversor extranjero, acceso sin restricciones a la mayoría de los sectores económicos y gratuita transferencia de capital” (El peruano, 2008, p. 12); así mismo, detalla el documento que algunos productos suelen ser declarados en comiso administrativo o abandono legal, dicha denominación es dada por la SUNAT y los cuales son puestas a cargo de autoridades de salud correspondiente, quién tendrá como principal función decidir el destino final pero bajo ninguna circunstancia podría ser impuesta nuevamente a la venta. (El peruano, 2008, p.12).

Por otro parte, la juguetería se ve influenciada por factores internos, para ello se realizó la aplicación de las 5 fuerzas de Porter, éste es un modelo simplificado del entorno microeconómico que rodea a una empresa determinada, así como una representación gráfica del análisis de la estrategia empresarial.

Teniendo como primera fuerza el poder de negociación del cliente, esta fuerza se relaciona a la presión que ejercen los consumidores en este caso los clientes en la empresa en estudio para conseguir que se les ofrezca productos de mayor calidad, mejor servicio y sobre todo precios más bajos, para poder así, tomarla como una empresa favorita y recomendarla a más personas, ya que de los clientes se rige la empresa. En la Mype en estudio, existen por llamarlo

así los “Clientes fuertes” Un cliente fuerte tiene el poder de presionar a los vendedores a bajar los precios, mejorar la calidad de los productos, y ofrecer más y mejores servicios, puesto que el cliente, así como genera altas ganancias, puede disminuirlas también. Todos estos factores representan costos para esta empresa.

Como segunda fuerza, está el Poder de negociación del proveedor, esta empresa, requiere de materias primas para producir sus bienes y esto crea necesariamente relaciones entre sus compradores y vendedores entre el mercado y los proveedores. La distribución del poder dentro de estas relaciones varía, pero en algunas oportunidades esta Mype ha solido encontrarse con un proveedor dominante, entonces esto dificultad en algún punto a ésta, ya que se puede utilizar esta influencia para imponer los precios y disponibilidad, el grado de poder que tiene un proveedor, es que son capaces de aumentar sus precios sin que esto tenga un efecto perjudicial sobre el volumen de ventas. Otra es la capacidad de crear acuerdos informales o incluso formales que controlan los precios y la oferta. Otra manera en que el proveedor puede dominar es cuando incluye costos imponentes o sanciones a sus clientes si deciden cambiarse de proveedor y esto de alguna u otra manera afecta a la empresa.

En la tercera fuerza de Porter se encuentra la Amenaza de nuevos competidores, la cual nos dice que tan difícil es entrar en un mercado y más aun siendo una “Juguetería” Hay menos opciones de triunfar hoy en día, ya que, existen barreras de entrada fuertes en la industria como estrictas regulaciones, conocimientos y tecnologías específicas o alto requerimientos de inversión. Michael Porter creía que la amenaza de nuevos entrantes jugaba un rol fundamental en cualquier empresa y en el ambiente cambiante de las industrias en el día de hoy. Esta visión de Porter permitió a muchas empresas visualizar amenazas antes que se transformaran en una

situación real y no fue la excepción con esta, ya que esta MYPE antes de ejecutar su negocio considero estrictamente fundamental elaborar un estudio de mercado para el éxito de ésta.

Entrando a la cuarta fuerza tenemos la Amenaza de productos o servicios sustitutos, esta fuerza afecta a la empresa en estudio, puesto que un juguete tradicional, puede ser sustituido por los juguetes tecnológicos, pues pasar de un peluche a una Tablet representa un cambio tanto generacional como en la forma de entretenimiento. Entonces para la juguetería “El Mundo del Juguete”, el principal enemigo de éstos, es la tecnología. A medida que aparecen más sustitutos, tanto la demanda y el precio de los productos se hace más elástica. Como el precio de los sustitutos cae, los fabricantes pueden asegurarse subiendo los precios o la propia empresa, y esta se ve forzada a bajar sus propios precios.

Y por último la quinta fuerza Rivalidad entre los competidores existentes, se refiere al punto donde la empresa, en este caso “El Mundo del Juguete” lucha por una posición utilizando diversas tácticas (por ejemplo, la competencia de precios, lanzamientos de productos novedosos). Esta rivalidad tiende a aumentar en intensidad cuando la empresa en estudio comienza a sentir la presión competitiva o ve una oportunidad para mejorar su posición. (por ejemplo, la competencia de precios) son muy inestables e influyen negativamente en la juguetería.

Por lo ya antes mencionado se ha planteado el enunciado del problema ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019?

En base a ello, se formuló el siguiente Objetivo General: Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019 y propuesta de mejora.

Así como, los Objetivos específicos:

1. Determinar las ventajas de la gestión de calidad de la micro empresa el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019
2. Describir los principios de la gestión de calidad de la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019
3. Detallar el impacto de la atención al cliente de la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019
4. Describir las técnicas de atención al cliente de la Juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019
5. Plantear un plan de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en la Mype el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019.

La ejecución de la tesis es viable, porque es un tema de interés nacional, regional y local; y porque nos permitió conocer sobre la situación actual de la Mype en estudio y cuáles son los problemas más comunes que está pasando; y que la limita a perdurar en el mercado o seguir desarrollándose. Todo ello, ya que es de suma importancia saber si una empresa está logrando conseguir la gestión de calidad haciendo buen uso de los recursos por medio de los requisitos estipulados en la Ley de Registro Sanitario N° 28376. Así mismo permitirá a las personas a cargo de la juguetería ser empáticos y tomar conciencia sobre el tipo de productos que ofrecen a sus clientes, de tal manera que estos puedan saber cómo identificar las principales características y atributos que debe tener un juguete para ser de calidad, y así lograr la satisfacción de los clientes, y como consecuencia fidelizarlos, ya que no tendrán dudas de poder obtener un mal producto; así

mismo, cabe mencionar que el presente trabajo de investigación puede ser tomado como referencia para investigaciones futuras, ya que los conocimientos deben de ser compartidos para que puedan profundizarse más y lograr nuevos hallazgos para mejorar las ventas y/o crear nuevas pequeñas y micro empresas, puesto que como es conocimiento de muchos estas son elementales en la economía de nuestros país y el mundo.

Aunado a ello, la presente investigación se justifica ya que permitió conocer a nivel descriptivo las características de la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE del sector comercio rubro jugueterías, de la ciudad de Sullana, 2019.

Justificación social: Es muy importante y de mucha relevancia ya que el estudio trasciende en la Mype, ya que esta cuenta con una gran capacidad para generar empleo de manera directa, ya que con esta investigación de acuerdo a los resultados y conclusiones se podrá dar una información correcta al dueño de la juguetería, el cual podrá hacer el uso correcto y mejorar en los aspectos de gestión de calidad y atención al cliente, el mismo que podrá realizar gestiones eficaces como buscar innovación para su empresa y sobre todo tener a sus clientes satisfechos

Justificación metodológica: Se justifica en cuanto a metodología por que aportó un instrumento de recolección de datos, un cuestionario, válido y confiable, con respecto a la gestión de calidad y atención al cliente y programas especiales de cómputo.

Justificación institucional: Esta investigación es un gran aporte a la Universidad ya que podrá ser utilizada en investigaciones similares en otras filiales; además aportará información que permitirá plantear estrategias para mejorar la gestión de calidad y la atención al cliente.

Justificación profesional: La investigación justifica su importancia ya que permitió obtener ideas más concretas y prácticas que servirá como aporte en la vida profesional logrando el título de licenciada en administración de empresas y además poder atribuir conocimientos a los emprendedores del grupo empresarial.

Por otro lado, la metodología a investigación que se utilizó, fue de tipo descriptiva ya que trabaja sobre la realidad de los hechos, de nivel cuantitativo puesto que utilizó un instrumento que mide las variables de interés, aunque también podría contener un elemento cualitativo y de diseño no experimental, ya que no se manipuló las variables.

Dentro de este marco, la presente investigación se refiere al tema de la gestión de calidad y la atención al cliente en la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019 y plan de mejora. Se visualiza como una investigación muy alentadora y sumamente beneficiosa, teniéndose en cuenta que a lo largo del año existen por lo menos tres grandes temporadas (Fiestas Navideñas, Día del Niño y Fiestas Patrias) en donde la comercialización de los productos alcanza altos picos de ventas, es por eso que es fundamental estudiar dichas variables, gestión de calidad y atención al cliente.

La investigación en cuanto a la metodología empleada, fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, de corte transversal y de diseño no experimental, ello permitió conocer cuáles son las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en la Mypes el mundo del juguete del distrito de Sullana, asimismo, la investigación fue técnicamente factible y profesional ya que la información recolectada fue obtenida mediante fuentes de información confiables; así como también para obtener los resultados se hizo uso de un instrumento de recolección de datos

con el cual se empleó la técnica de la encuesta, se recopiló y analizó la información obtenida de los trabajadores y clientes de la Mype “El Mundo del Juguete”, ubicada en el distrito de Sullana.

Entre los principales resultados con respecto a la variable de Gestión de Calidad tenemos en la tabla 1 se observa que de los 8 trabajadores encuestados el 100,0 % dice que siempre se generan mejoras en los procesos según los requerimientos que pide el consumidor; el 75,0% considera que siempre la organización es flexible y tiene ventajas competitivas con rapidez de respuesta, mientras que el 25,0 % algunas veces; el 100,0% nos dice que siempre la rentabilidad también crece por la fiabilidad que la empresa produce; en la tabla 2 se observa que de los 8 trabajadores encuestados todo el 100,0% piensa que siempre suelen tener una buena relación con sus clientes; el 75,0% respondieron con siempre estando de acuerdo a que la mejora constante del producto es importante para el crecimiento de la empresa, mientras que el 25,0% con casi siempre y con respecto a la variable Atención al Cliente, en la tabla 3 el 73,5% respondieron que la empresa siempre valora y recompensa su lealtad, 10,3% casi siempre, 10,3% algunas veces y el 5,9% con nunca; el 86,8% consideraron que la empresa siempre se preocupa por su satisfacción, 11,8% casi siempre y el 1,5% algunas veces la empresa lo hace; el 88,2% respondieron que la empresa siempre resuelve satisfactoriamente sus consultas acerca de los productos ofrecidos, el 2,9% casi siempre y el 8,8% nunca; el 86,8% consideraron que la calidad del personal siempre forma parte de la imagen de la empresa, el 8,8% casi siempre es así el 1,5% algunas veces y el 2,9 nunca.

Finalmente, como conclusiones tenemos que se determinaron las ventajas de la gestión de calidad de la micro empresa el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, las cuales son en el proceso porque siempre se generan mejoras en los procesos según los requerimientos que pide el consumidor; en la Organización porque consideran que la organización siempre es flexible y

tiene ventajas competitivas; se describieron los principios de la gestión de calidad de la juguetería, en la que los empleados manifestaron son: enfoque al cliente: porque siempre suelen tener una buena relación con sus clientes; liderazgo porque siempre piensan que ser un líder es muy complicado y difícil ello porque están de acuerdo que un buen líder debe estar motivado para contagiar ese ánimo y laborar en armonía en la juguetería; se detalló el impacto de la atención al cliente de la juguetería, en la que los clientes sostuvieron que la lealtad porque la empresa si valora y recompensa su lealtad; en las ventas porque aseguran que el producto que le vende la juguetería es accesible para ellos como consumidores; se describió las técnicas de atención al cliente de la Juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, en la responsabilidad porque los clientes indicaron que la empresa aplica adecuadamente la técnica de la responsabilidad, porque toma en cuenta la parte social corporativa, es decir el personal se muestra empático y asertivo; finalmente se elaboró el plan de mejora en base a los resultados de la investigación, con la finalidad de establecer las estrategias que permitan aplicar una adecuada gestión de calidad.

II. Revisión de literatura

2.1 Antecedentes

2.1.1 Internacionales

Jerí (2017) en su trabajo de investigación titulado *Nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de farmacia del centro materno infantil “Juan Pablo II”, villa el salvador, durante el mes de julio del año 2017*. Tesis para optar el título profesional de Químico Farmacéutico.

Tuvo como objetivo general determinar el nivel de satisfacción de los usuarios que asistieron al servicio de farmacia del Centro Materno Infantil Juan Pablo II, en Villa el Salvador durante el mes de julio del año 2017, Este estudio es descriptivo, prospectivo, de diseño observacional y de corte transversal, se consideró como población a 2063 usuarios y como muestra de estudio a 324 usuarios que se seleccionaron aleatoriamente según los criterios de inclusión y exclusión que recomienda el MINSA, mediante la técnica de encuesta se aplicó el cuestionario de satisfacción del usuario externo de modelo SERVPERF, constituido por 22 preguntas, con siete categorías de respuesta basado en la escala Likert, en donde se divide la respuesta de 1.00 a 3.00 como insatisfactorio, de 3.01 a 5.00 parcialmente satisfactorio y de 5.01 a 7.00 como satisfactorio. Para los resultados se evaluó cada dimensión de la calidad de servicio por estar estrechamente ligado a la satisfacción y son: fiabilidad la calidad de servicio fue media con un promedio de 4.72% en la capacidad de respuesta la calidad fue también media con un promedio de 4.25%, en seguridad la calidad de servicio fue alta con un promedio de 5.25%, en empatía la calidad de servicio fue media con un promedio de 4.86, y en aspectos tangibles la calidad de servicio fue media con un promedio de 4.50%. Por consiguiente, se concluye que el servicio de farmacia no cumple con la necesidad total del usuario externo ofreciendo un nivel medio de calidad del servicio, mostrando solamente la dimensión de seguridad con calidad alta, valorando en total un nivel parcialmente

satisfactorio en las dimensiones de fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y tangibilidad al brindar el servicio.

Albán (2014) en su trabajo titulado *Propuesta de un modelo de gestión en calidad de servicio, basado en la norma internacional ISO 9001: 2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo, caso: almacenes la rebaja*. Tesis para la obtención del título de ingenieros en negocios internacionales determina la situación actual de las empresas de comercialización de productos de consumo masivo en la ciudad de Quito, Ecuador, tomando como caso de estudio a Almacenes La Rebaja. Teniendo como objetivo General plantear un modelo de gestión de calidad de servicio. El estudio se enfoca en los procesos internos de la empresa y, a través de estos, a lograr la gestión de calidad, la satisfacción del cliente y el manejo de las quejas y sugerencias. El estudio realizado se clasifica en el tipo descriptivo y explicativo y se basa en métodos de análisis y síntesis, de inducción y deducción. En virtud de lo señalado, se aplicaron entrevistas y observación directa como principales técnicas investigativas que sirvieron para la determinación del diagnóstico situacional y, posteriormente, al desarrollo de la propuesta final del trabajo, se ha considerado como tasa de descuento la TMAR. En el caso de Almacenes la Rebaja, debido a que ya cuenta con un flujo constante de efectivo y una posición moderadamente estable, no se considerará en el cálculo de la TMAR el premio por riesgo. En este sentido, la TMAR es igual a la inflación más el riesgo país, cuyos valores, presentados previamente, son: 2,7% y 6,3%, respectivamente. De esta forma se determina que la tasa de descuento a ser usada será de 9%. Llegando a la conclusión que actualmente el establecimiento se mantiene con ventas regulares que aún son rentables, pero en comparación con años pasados las ventas han sido bajas y se ha determinado que eso se basa en la falta de fidelidad de los clientes a la empresa.

Alvarado, Luyando, & Picazzo (2015) en su estudio *Percepción de los estudiantes sobre la calidad de las universidades privadas en Monterrey, México*. Se determinó como objetivo determinar la caracterización y percepción de los estudiantes de las universidades privadas en el municipio de Monterrey, Para llevar a cabo este estudio se diseñó una encuesta semiestructurada, aplicando la técnica de entrevista directa a los alumnos que conforman la región objeto de estudio durante el segundo trimestre del año 2012, y se realizó un muestreo no probabilístico que combina el muestreo por cuotas y el casual o incidental. Se realizaron 487 encuestas en 18 universidades privadas durante las horas de receso, cambios de turno o entre clase, en las salidas de las escuelas, en canchas deportivas o de esparcimiento, en bibliotecas y principalmente en las cafeterías. El cuestionario que se aplicó está constituido por 40 preguntas. Entre los principales resultados se encontró que los estudiantes dan mayor peso a la formación y desarrollo integral que reciben por parte de la plana docente. Asimismo, valoran que sus universidades cuenten con instalaciones y equipo tecnológico de primer nivel.

Borunda (2017) en su trabajo de investigación denominado *Calidad del Servicio y su Relación con la satisfacción del cliente en la veterinaria San Roque - Huánuco 2017*. Tesis para optar el título de licenciada en Administración de Empresas, se planteó como objetivo general determinar la relación de la calidad de servicio con la satisfacción del cliente de la veterinaria San Roque - Huánuco 2017. Las pequeñas empresas de la Ciudad de Huánuco consideraron como problema la forma tradicional de la calidad de servicio, los estudios se enfocaron en la satisfacción del cliente, tomando como referencia a la VETERINARIA “SAN ROQUE” - Huánuco. La investigación es de tipo descriptivo y correlacional, porque tiene como propósito medir el grado de relación entre las variables: Calidad de servicio y Satisfacción del cliente. Se obtuvo los resultados: 1) Es evidente que la satisfacción de la calidad del servicio es aceptable en

los aspectos de: Instalaciones 79%, limpieza general 75%, capacitación del personal 68%, e información adecuada 60%., mientras que hay insatisfacción en parqueo con el 77% y así el cliente se siente satisfecho. 2). De acuerdo con los resultados, la cual afirma que: La capacidad de respuesta se relaciona sustancialmente con la satisfacción del cliente de la veterinaria “San Roque” de la Ciudad de Huánuco, en el año 2017, lo cual ayuda al crecimiento integral de la misma, ya que genera que el colaborador esté atento y brinde un servicio excepcional para que el cliente quede satisfecho. 3). Se estableció que el 73% indica que la veterinaria “San Roque” capacita a su personal cada 6 meses en otros temas sobre uso bienes (Intangibles) que no son relacionados a la calidad del servicio. 4). La veterinaria “San Roque” para garantizar un servicio de calidad hacia sus clientes visualiza confiabilidad como características una buena atención, amabilidad, calidez, lo cual le ha permitido mantener una satisfacción del cliente aceptable. Finalmente concluye que el servicio al cliente no resuelve los problemas sociales y los clientes se encuentran descontentos.

2.1.2. Nacionales

Chinchay (2015) en su trabajo de investigación titulado *Caracterización de la gestión de calidad bajo el cumplimiento de la Ley N° 28376 en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro otros tipos de venta al por menor (juguetes) en el distrito de Huaraz, 2015.*

Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración. Tuvo como objetivo general describir las principales características de la gestión de calidad bajo el cumplimiento de la Ley No 28376 en el sector comercio – rubro otros tipos de venta al por menor (juguetes) en el distrito de Huaraz, 2015; fue de tipo y nivel de investigación descriptiva – cuantitativa y con diseño transeccional. se determinó que el universo de este rubro asciende a 34 jugueterías la cual se identificó según la lista de la Municipalidad Provincial de Huaraz, se resolvió trabajar con el

100% de negocios por ser un número pequeño, se les administró un cuestionario de 16 preguntas cerradas (3 de datos generales y 13 respecto a la Ley N° 28376); del cual se obtuvo como resultados globales, que en promedio más del 80% de los gerentes no toman en cuenta los indicadores mencionados en la Ley N° 28367, no asisten con voluntad de aprender a las capacitaciones brindadas por la municipalidad y DIGESA, ni preparan a su personal sobre lo que deben de tener en cuenta para comercializar sus productos. Finalmente se llegó a la conclusión que además de no brindar una buena atención en estos establecimientos muchos de los juguetes que comercializan son insalubres y altamente nocivos a la salud en caso de ingesta o contacto físico, tanto para el niño como a los que le rodean, por ello los gerentes de las jugueterías deben cumplir con lo estipulado en la Ley ya mencionada.

Rodríguez (2017) en su tesis denominada *Caracterización de la gestión de calidad y el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro bodegas de la urbanización los granados del distrito de Trujillo, año 2016*. Tesis para obtener el título profesional de licenciada en administración. Su objetivo de investigación fue determinar las principales características de la Gestión de calidad y el Financiamiento de las Micro y pequeñas empresas del sector 10 comercio - rubro Bodegas de la Urbanización Los Granados del Distrito de Trujillo, año 2016. La investigación es de tipo descriptivo y correlacional, Obtuvo los siguientes resultados: El 60% de los representantes de las MYPES tienen de 31 a 43 años de edad y son de sexo femenino, el 70% tienen grado de instrucción de secundaria, el 70% de las MYPES son formales, el 80% del tiempo de permanencia de la MYPE en el sector y rubro es de 0 a 3 años, el 100% en su totalidad tienen de 0 a 3 trabajadores y se creó por motivos de generar ganancias, el 70% respondieron que casi a la totalidad conocen a sus clientes, el 50% casi siempre satisfacen las necesidades de sus clientes. En las conclusiones se logró comprobar que la

mayoría de los representantes tienen de 31 a 43 años de edad y son mujeres las que están al frente de estos, pero solo tienen secundaria del cual se deberían prepararse más para poder llevar una mejor administración y este siga creciendo ya que la finalidad que tuvieron al momento de abrirlo fue para obtener ganancias.

Salas (2017) en su tesis denominada *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las MYPES del sector comercial boutique de damas, provincia de Satipo, año 2017*. Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración. La metodología que se utilizó para obtener los datos del análisis, consistió en el método de investigación de campo aplicándose un cuestionario a representantes y clientes. Su objetivo de investigación fue determinar si la del sector comercial, Boutique para Damas de la Provincia de Satipo año 2017, se gestionan con un enfoque de atención al cliente. Obtuvo los siguientes resultados con respecto a los representantes: El 50 % de los representantes de las MYPES tienen de 29 a 39 años de edad, el 81,8% son de sexo femenino, el 40,9% de los representantes tienen grado de instrucción técnico, con respecto a las MYPES: El 81,8% de las Mypes son formales, el 45,5% tienen de 1 a 2 años su empresa en el mercado, el 81,8% tienen de 1 a 2 trabajadores, Respecto a la gestión de calidad: El 63,6% dicen que no conocen cuales son los alcances de una gestión de calidad, el 59,1% respondieron que la gestión si está enfocada con las acciones de atención al cliente, 63,6% respondieron que si recogen las sugerencias y reclamos del cliente para mejorar su nivel de servicio, el 63,6% respondieron que las mejoras en el servicio al cliente si ha contribuido en los resultados del negocio, el 59,1% respondieron que los clientes si valoran el servicio y genera fidelización. En las conclusiones se logró comprobar que los representantes son jóvenes e empíricos, como también se puede observar que hoy en día la gran mayoría se están formalizando, teniendo todos sus documentos de acuerdo a ley, pero estas desconocen sobre los

alcances que brinda una gestión de calidad del cual ocasiona un comportamiento negativo a la hora de brindar un servicio de atención al cliente.

Rubio (2016) en su estudio titulado *La gestión de calidad, relacionado con el servicio de atención al cliente en la consulta de la clínica Robles S.A.C. Chimbote, 2016*. Tesis para optar el grado de magister en administración. Tuvo como objetivo general: Determinar la relación que existe entre Gestión de Calidad y los Factores Demográficos en la Consulta Externa de la Clínica Robles S.A.C., Chimbote, 2016. Para el desarrollo del trabajo se utilizó una investigación de nivel relacional, con un enfoque cuantitativo y de diseño no experimental transversal. Para la recolección se trabajó con una muestra de 185 pacientes atendidos en la Consulta Externa de la Clínica Robles S.A.C., durante los meses de julio, agosto y setiembre del presente año, a quienes se les aplicó dos cuestionarios uno referente a los factores demográficos más las expectativas que tiene el paciente, y el segundo referente a la percepción de la atención recibida, la técnica utilizada fue la encuesta; de lo cual se obtuvo los siguientes resultados: la mayoría de los pacientes son de sexo masculino (63.8%); el 43.2% registran una edad de 37 a 50 años; más de la mitad (53.5%) indica tener estudio superior universitario; la mayoría de ellos (67%) son trabajadores; el 62.2% son casados y más de la tercera parte (33.4%) indican tener un ingreso mensual mayor a 4000 soles; el 53.5% de los pacientes atendidos indican estar insatisfechos con el servicio recibido. Las dimensiones de la Calidad de atención que muestran o presentan mayor satisfacción son: Aspectos tangibles (66.5%) y capacidad de respuesta (60%), y las dimensiones que presentan mayor insatisfacción son: Fiabilidad (56.8%) y Seguridad (56.8%). Entre la variable Calidad de atención y los factores sexo, edad, grado de instrucción, ocupación, estado civil e ingreso mensual familiar del paciente existe una relación altamente significativa.

Reyes (2017) en su trabajo de investigación titulado *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017*. Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración. El motivo de esta investigación se generó para saber cómo se está manejando actualmente la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas en estudio. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPES del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017. Para el desarrollo del trabajo se utilizó el diseño No experimental, transversal, descriptivo. Para la recolección de datos se trabajó con 16 MYPES, a quienes se aplicó un cuestionario de 22 preguntas, del que se obtuvo los siguientes resultados: El 62,5% tienen entre 31 a 50 años, el 68,8% son mujeres, el 75% se desempeñan como dueños, el 43,8% de las MYPES tienen más de 7 años en el rubro, el 68,8% tienen de 1 a 5 trabajadores, 68,8% se creó para generar ganancias, el 75% no aplican la gestión de calidad, el 50% utilizan atención al cliente como técnica moderna de gestión de calidad, el 37,5% de las dificultades que tienen para implantar la gestión de calidad es la poca iniciativa, el 75% utilizan la observación como técnica para medir el rendimiento de su personal, el 100% conocen el termino atención al cliente, el 62,5% consideran regular la atención que brindan a sus clientes, el 50% consideran que es fundamental la atención al cliente para que este regrese a su establecimiento.

Barrera (2016) en su trabajo titulado *Modelo de Gestión Operativa LEAN y su impacto en la satisfacción de los clientes en la agencia BCP Mercado Mayorista 2013-2014*. Tesis para optar el título de economista. En su tesis realiza un análisis sobre el uso del modelo de gestión LEAN y de cómo ha influido en la satisfacción de los clientes y usuarios del BCP Agencia

Mercado Mayorista, tuvo como objetivo general conocer que elementos influyen en la mejora del desarrollo de la calidad de atención para la satisfacción de los clientes. Se conoce que el Banco de Crédito del Perú aplica la técnica de medición de la calidad a través de encuestas a sus clientes desde el año 2013, para medir el nivel de satisfacción con la calidad de atención del cliente en todos los segmentos comerciales del banco. En lo referente a los resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del Banco de Crédito del Perú (BCP) en la agencia BCP Mercado Mayorista, se ha obtenido como valor general de 85% (de 100), que nos indica una mayor satisfacción del cliente en términos de satisfacción como agencia. También es gerenciada con éxito actualmente a través de los 4 ejes establecidos por el banco, teniendo un crecimiento eficiente de 93.8%, es decir la atención al cliente mejoró notablemente en todos los canales de atención, pasando la meta y superando la nota mínima de calidad. La implementación de modelo de gestión ha mejorado la eficiencia del BCP Agencia Mercado Mayorista ya que se aumentó la productividad entre un 34%, con relación a los resultados obtenidos en el año anterior, también en la reducción de los tiempos de espera del cliente en más de un 63% con respecto al 2011.

Cruz (2017) en su tesis titulada *Importación de juguetes y productos para niños*. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración de negocios internacionales. Su objetivo principal es evaluar la factibilidad de un plan de importación de juguetes y productos para niños. El mercado elegido para efectuar la comercialización de los productos importados es el mercado nacional peruano, del cual el mercado objetivo a mediano plazo (segmentación) se centra solo en el 5% del mercado nacional (personas trabajadoras que cuentan con la capacidad adquisitiva suficiente, pero que no disponen de tiempo suficiente para comprar los juguetes). A largo plazo (>10 años) se orientará los esfuerzos para poder aumentar el mercado objetivo a un porcentaje ascendente al 10% del mercado nacional. Para la obtención de un resultado óptimo se

realizaron investigaciones utilizando fuentes confiables y datos estadísticos, los cuales sirvieron para obtener información en cuanto a organización y aspectos legales, plan de marketing internacional, plan de logística internacional, plan de comercio internacional y plan económico financiero. Se puede concluir que el plan de negocio es viable. La inversión requerida para el plan de negocio es de S/. 348 670.00 soles, lo que correspondería una barrera de entrada debido a que los cuatros socios aportaran de manera equitativa. Además, en el noveno mes se realizará un aumento de capital de dos socios por el monto ascendiente a S/. 31 500.00 soles para realizar la compra de productos para las fiestas navideñas del 2017. Este aumento de capital variará el porcentaje de capital social de cada socio, lo que permitirá que exista una mayor fluidez en la toma de decisiones que se tome en la empresa.

2.1.3. Locales

Chunga (2018) en su investigación titulada *Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollerías del Distrito de Vice – Sechura Año 2018*. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración, tuvo como objetivo Conocer qué características tiene la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro Pollería, Distrito de Vice – Sechura, año 2018, es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal. Para la recolección de datos se seleccionó como técnica el cuestionario y el instrumento la encuesta, obteniendo así como alguno de sus resultados en la Expectativa elevada al cliente, según resultados de la encuesta el 75% de los datos recolectados informó que Sí consideran al cliente como una expectativa elevada respecto al servicio, mientras que el 25% No lo consideran como una expectativa elevada respecto al servicio al cliente, en el Liderazgo ejercido prioriza el servicio al cliente”, según datos obtenidos el 75% de los trabajadores sostuvieron que Sí consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza

el servicio al cliente, mientras que el 25% restante de los trabajadores encuestados en las MYPE en investigación afirmaron que No, el liderazgo no prioriza el servicio con el cliente. Respecto a: gestión de calidad, en cuanto a principios consideran importante el enfoque al cliente, el liderazgo, participación del personal, el enfoque basado en procesos, en cuanto a mejora continua: consideran importante en su totalidad la planeación para lograr los objetivos, por otro lado, respecto a atención al cliente: se destacó la importancia a través de la fidelización y valoración de los clientes, y se identificó estrategias para mejorar el servicio, implementando canales de atención, comunicación, y satisfacer las necesidades de los clientes. Por lo que se concluyó que, en los trabajadores, así como los clientes debe existir una estrecha relación en el producto ofrecido y servicio brindado, y la gestión de los recursos utilizados.

Vílchez (2016) en su tesis titulada *Formalización y Gestión de calidad de las MYPE comerciales, rubro ropa del mercado central de Talara (Piura), año 2016*. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración. La investigación tuvo como objetivo general identificar los factores que caracterizan a la formalización y gestión de calidad en las MYPE comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara (Piura), año 2016. El tipo de la investigación fue Descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental transversal. Se acudió a las unidades de análisis constituidas por las MYPE del rubro comercio de ropa. Para la variable Formalización la población fue de 15 y una muestra de 28 personas encuestadas; siendo los principales resultados: el 85.7% su régimen de constitución es simplificado, el 85.7% utilizan las boletas, el 53.6% cuentan con una licencia municipal provisional, el 100% no cuentan con registros de contabilidad, el 32.1% su razón de formalizar es de contar con un registro legal de su empresa, el 100% no están registradas en SUNARP. Para la variable Gestión de Calidad la población fue de 47 clientes, siendo los principales resultados: El 74.5% de clientes no tienen

conocimiento de gestión de calidad, el 87.2% si recibieron del personal un trato amable y respetuoso, el 46.8% prefieren encontrar buena atención en una tienda, el 42.6% la calidad del producto les motivó realizar su compra, el 80.85% si recomendarían la empresa a otras personas.

Orozco (2016) en su tesis titulada *Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE rubro Boticas, ubicadas en el distrito de Sullana – Piura año 2016*. Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración. Para la presente investigación se planteó como objetivo general: Determinar las características de la capacitación y la competitividad de las micro y pequeñas empresas – MYPE, rubro boticas en el distrito de Sullana – Piura. Año 2016; esta investigación llevada a cabo fue de naturaleza cuantitativa, no experimental de corte transversal y descriptiva. Para la recopilación de datos se escogió en forma dirigida una muestra de 43 microempresas dedicadas al rubro de las boticas y 59 de sus trabajadores así mismo se incluyó también a 76 clientes; a los que se aplicó un cuestionario conformado de 22 preguntas de formato cerrado en escala nominal y ordinal. Esta investigación permitió obtener los siguientes resultados: el 35% de las boticas son representadas por personas mayores de 26 años, mientras que el 26 % la representan jóvenes de 18 a 25 años; el 60% de los empresarios pertenecen al género masculino; el 84% de los encuestados manifiestan que las MYPE son representadas por profesionales; los encuestado manifiestan que el 81% casi siempre realizan promociones de ventas; además solo el 32% si dispone de indicadores de gestión de manera constante y continua; asimismo el 100% implementaron un programa de capacitación para sus colaboradores y por último también el 100% de los encuestados manifestaron obtener alto volumen de ventas, mayor clientela e incremento de la productividad y rentabilidad luego que su personal fue capacitado. En conclusión; la mayoría de los negocios implementaron programas de capacitación para su personal, lo que ha originado en consecuencia buenos resultados traducidos en un mayor

volumen de ventas, por lo que todos manifiestan que la capacitación es un factor de éxito para su competitividad, es por ello que el 80% de las mismas enfoca sus capacitaciones en perfeccionar las técnicas de atención al cliente.

Huamán (2018) en su tesis titulada *Caracterización de la atención al cliente y el financiamiento en las MYPE del rubro librerías del mercado modelo central de Piura, año 2018*.

Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración. Tiene como objetivo establecer las características de la atención al cliente y el financiamiento de las MYPE del rubro librerías del mercado central de Piura, año 2018. Se empleó la metodología de investigación de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo y con diseño no experimental de corte transversal, siendo los resultados agrupados de acuerdo a los objetivos. La población estuvo conformada por 07 MYPE, basado en una muestra para la variable atención al cliente por 196 clientes y para la variable financiamiento 07 representantes legales, se empleó la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento un cuestionario de 11 ítems para la variable atención al cliente y 11 ítems para la variable financiamiento. Se obtuvo como resultados que los representantes señalaron que el financiamiento proviene de instituciones bancarias en un 28,6%, y el 71,4% proviene de cajas municipales teniendo la mayor representatividad y en lo que es la atención al cliente, los clientes en un 56,12% se muestra en desacuerdo sobre el personal que atiende en las MYPE del rubro librería, además se determinó que un 60,71% de los clientes se considera en desacuerdo con que las actividades de las MYPE rubro librerías del mercado central de Piura, están enfocadas al cliente. Como conclusiones se presenta que los factores de atención a los clientes más relevantes es la capacidad de respuesta y la satisfacción con los productos; en relación a las estrategias de atención al cliente son las promociones y descuentos. Asimismo, respecto a las fuentes de financiamiento que utilizan las MYPE del rubro librerías en su gran mayoría son cajas

municipales; y finalmente los montos de financiamiento de las MYPE, en su gran mayoría son mayores a S/. 10000 soles.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Gestión de Calidad

2.2.1.1. Calidad.

“La gestión de calidad no solo se centra en la calidad del servicio o producto, sino también ayuda al aseguramiento del control de los procesos de la organización para un mejor rendimiento y el cumplimiento de las metas trazadas” (Alayo, 2017). Así como también lo menciona Aguilar (2012) el término gestión de calidad tiene significados específicos dentro de cada sector del negocio. Esta definición, que no apunta al aseguramiento de la buena calidad por la definición más general sino a garantizar que una organización o un producto sea consistente.

Juran y Gryna (1993) definen a la calidad como una adecuación al uso, esta definición implica una adecuación del diseño del producto o servicio (calidad de diseño) y la medición del grado en que el producto es conforme con dicho diseño (calidad de fabricación o conformidad). La calidad de diseño se refiere a las características que potencialmente debe tener un producto para satisfacer las necesidades de los clientes y la calidad de conformidad apunta a cómo el producto final adopta las especificaciones diseñadas.

La idea principal que aporta Crosby (1987) es que la calidad no cuesta, lo que cuesta son las cosas que no tienen calidad. Crosby define calidad como conformidad con las especificaciones o cumplimiento de los requisitos y entiende que la principal motivación de la empresa es el alcanzar la cifra de cero defectos. Su lema es "Hacerlo bien a la primera vez y conseguir cero defectos".

2.2.1.2. Características de la gestión de calidad.

- Identificar quienes son los clientes: Un cliente es una persona o grupo de personas que recibe el trabajo que hacemos. Este trabajo puede ser un producto o un servicio. El cliente que recibe el producto o servicio puede ser "interno" o "externo". El cliente interno es alguien que trabaja en la empresa y que depende del trabajo de otros empleados para hacer su propio trabajo y un cliente externo es aquel que no trabaja para la organización, pero que recibe o es impactado por sus productos o servicio.

- Determinar las necesidades de esos clientes: Coello (s.f) la definición de la calidad se relaciona directamente con la satisfacción de las necesidades establecidas e implícitas de los clientes. Por ello, es fundamental identificar cuáles son las necesidades de los clientes para producir o prestar productos o servicios dirigidos a satisfacer dichas necesidades.

- Traducir las necesidades a nuestro lenguaje (el de la compañía): El lenguaje es el eje fundamental a partir del cual todas las decisiones empresariales tienen su sustento. Por ello encontramos que el trabajador del conocimiento tiene como una de sus tareas más importantes, el entendimiento y capacidad de proposición frente a aspectos de misión crítica en su respectiva área de influencia organizacional.

- Desarrollar productos con características que respondan en forma óptima a las necesidades de los clientes: Invertir en la calidad es un excelente negocio, por los magníficos resultados que trae consigo, como son: ser competitivos, aumentar las ganancias, satisfacer al cliente, reducir los desechos, etc.

- Desarrollar un proceso que sea capaz de producir las características del producto:
Como en todo Sistema de Gestión de la Calidad, la particularidad de realización del producto o

servicio no es una característica aislada. En el proceso completo, desde su entrada hasta la salida transformada en un producto o un servicio, se han dado numerosas influencias y cambios. En cada una de esas transformaciones, como partes del proceso general (por lo que se denominan como subprocesos) intervienen numerosas partes. Estas partes interrelacionan entre sí y van influyendo de modo decisivo en la calidad del producto y servicio.

- Transferir el producto a la operación: La gestión de calidad se centra no solo en la calidad de un producto, servicio o la satisfacción de sus clientes, sino en los medios para obtenerla. Por lo tanto, la gestión de calidad utiliza al aseguramiento de la calidad y el control de los procesos para obtener una calidad más consistente.

2.2.1.3. Ventajas de la gestión de calidad.

Según Tarí (s.f) destacó en su libro Calidad total: fuente de ventaja competitiva que las distintas ventajas que puede seguir la empresa respecto a la calidad serían:

- Se generan mejoras en los procesos: Roldán (2012) la calidad de diseño es básicamente la adecuación del producto y/o servicio a las necesidades y requerimientos del consumidor.

- Se mejora la organización interna: hay que conseguir una adecuación de la empresa haciéndola mucho más flexible y operando con recursos mínimos para la manufactura, logrando ventajas competitivas en rapidez de respuesta y costos reducidos, con lo que se satisface al cliente.

- Incremento de la rentabilidad: Alzueta (2012) la rentabilidad se incrementa por la mejora de la fiabilidad y la conformidad de los productos, dado que la productividad es mayor, disminuyen los costes de re trabajos y desechos y disminuyen los costes derivados de garantías e indemnizaciones.

- Mejora la capacidad de respuesta y flexibilidad ante las oportunidades cambiantes del mercado.

- Mejora la motivación y el trabajo en equipo (La motivación se puede conseguir a través de la participación (equipos de trabajo, sistemas de sugerencias, autocontrol y ampliación horizontal y vertical del puesto), la formación y el reconocimiento).

2.2.1.4. Principios de la Gestión de Calidad.

Según Navarro (2007) nos menciona que: tomándose como base la experiencia de organizaciones con éxito, para la elaboración de la nueva versión ISO 9000:2000, se han identificado 8 principios los cuales se identifica la nueva versión de la norma. Aquí se detallan los 8 principios de la gestión de la calidad:

- Enfoque al cliente: La norma quiere asegurarse de que la organización, cualquiera que esta sea, debe tener en cuenta a sus clientes, sus requisitos y exigencias.

- Liderazgo: Esta constatado que sin un líder es muy complicado y muy difícil, por no decir imposible la implantación y mantenimiento de un SGC. Los líderes formales o informales actúan fundamentalmente en dos sentidos pues creando el clima y la opinión adecuada, dentro del municipio para implantar y alcanzar la calidad y el otro es que el líder asegura la unidad de propósito y mantiene claro el rumbo hacia los objetivos que el municipio de esta materia tenga establecidos.

- Participación del personal: Sin conseguir el compromiso del personal, al igual que en el segundo principio, resulta prácticamente imposible conseguir la gestión de la calidad. Hasta ahora al personal se le ha considerado un recurso. Se hablaba de recursos humanos, junto a los

recursos materiales, hoy existe el convencimiento que el personal no es un recurso, sino la esencia misma de la organización.

- Enfoque basado en procesos: El criterio de la ISO 9000:2000 es que la gestión debe estar basada en procesos. Según se indica en la norma, la forma más certera de obtener en una organización los resultados que se busca es por medio del trabajo por procesos.

- Enfoque de sistema para la Gestión: En la ISO 9000:2000 se define “Sistema” como un “conjunto de elementos relacionados e interactuantes”. Las organizaciones pueden ser consideradas sistemas que están formadas por grupos de personas que trabajan conjuntamente para lograr un objetivo común, aplicando para ello una serie de conocimientos y recursos técnicos (Sistema Técnico) apropiados para tal fin.

- Mejora continua: La mejora continua comprende todas las acciones que se toman para incrementar la calidad de los servicios que prestamos y la eficacia y eficiencia de los procesos utilizados producirlos y entregarlos a los ciudadanos.

- Toma de decisiones objetiva: Las decisiones en un sistema de gestión de calidad tal y como sea descrito, pueden tomarse con datos en la mano. El SGC que se ha implantado en el municipio pondrá a disposición los datos suficientes como para no implantar políticas de servicios amparadas únicamente en el prisma de la intuición.

- Relaciones mutuamente beneficiosas para el proveedor: Este principio que tan solo unos años no tenía vigencia alguna para la Administración, en este momento tiene ya una gran importancia debido a la externalización de los servicios y la frecuencia cada vez mayor en las administraciones publicas de prestar los servicios mediante una figura.

2.2.2. Atención al cliente

2.2.2.1. Definición de Atención al cliente.

Gómez (2006) define que el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

Por otro parte, la mayoría de las empresas no comprenden que el servicio al cliente es realmente una acción de ventas Servicio es “vender” puesto que estimula a los clientes a regresar a la empresa con mayor frecuencia y a comprar más de acuerdo con un estudio realizado por American Management Association, las compras realizadas por clientes leales, quienes recurren una y otra vez a una organización porque están satisfechos con los servicios recibidos representan 65 por ciento de volumen de ventas promedio de una empresa. (Tschohl, 2008).

2.2.2.2. Impacto de la atención al cliente.

Al respecto, Reyes (2018) menciona que “realizar una buena atención al cliente permite que estos puedan adquirir más rápido su producto y en otros casos se animan a llevar más, sin la necesidad de ir a otros establecimientos, como también estos puedan nuevamente regresar y captar nuevos clientes”. Así como lo manifiesta Alcaide (2011) la preocupación por la calidad de la atención al cliente no constituye una actitud “romántica”, sino que la misma está estrechamente vinculada a la mayor o menor capacidad de las empresas para generar rentabilidad. Si produce una buena calidad en la atención se dan los siguientes resultados:

- Mayor lealtad de los consumidores, clientes y usuarios.
- Incremento de las ventas y la rentabilidad (la alta calidad permite, entre otras cosas, fijar precios más altos que la competencia).

- Más ventas, ya que los clientes satisfechos se muestran más dispuestos a comprar los otros servicios o productos de la empresa.

- Más clientes nuevos captados a través de la comunicación boca-a-boca, las referencias de los clientes satisfechos, etcétera.

- Mejor imagen y reputación de la empresa.

- Una mayor participación de mercado (Alcaide, 2011).

2.2.2.3. Técnica de la atención al cliente

En cualquier empresa es muy esencial aplicar técnicas para brindar un mejor servicio al cliente y este pueda sentirse satisfecho, ya que la productividad depende de esto, y para poder seguir creciendo en el mercado, así como lo menciona Feruglio (2017) que las técnicas de atención al cliente nunca han sido más importantes para las empresas que se encuentran tratando no sólo con competencia en el mundo real. “Los consumidores de hoy tienen muchas opciones para elegir, lo que significa que las empresas que desean tener más éxito deben centrarse en proporcionar un servicio excepcional para que dicha empresa sea de preferencia para los clientes” (Feruglio, 2017). Es por ello que se debe tener en cuenta y utilizar los siguientes:

- Responsabilidad: Identificar la responsabilidad que tiene toda persona en contacto con los clientes de actuar con asertividad y empatía en la búsqueda de la satisfacción total de los clientes es importante, para así poder lograr los objetivos que se traza toda empresa y generar más ingresos.

- Oídos abiertos y mentes abiertas: Es importante prestar atención al cliente y observar el tipo de lenguaje que utiliza para describir su problema, también es importante observar sus

reacciones ante lo que le dices o la solución que le ofreces, además, se trata de escuchar al cliente y analizar detalladamente las razones y justificaciones que este argumenta. La clave se encuentra en evitar la implementación de un mecanismo de autodefensa y sólo escuchar sin interrumpir y hasta que el cliente finalice.

- **Cumplir con las necesidades del cliente:** Se trata de conocer al cliente y saber qué ofertas se le pueden hacer para mantenerlo. Si el cliente estima que un producto o servicio tiene un costo elevado, existe un claro indicio de que el cliente no aprecia el costo de lo recibido en relación a la necesidad planteada. Este es un evidente problema de “valorización” en la mente del cliente que el proceso de venta debe indagar y resolver. Por lo tanto, cuando un cliente comenta que un producto o servicio determinado “es caro”, lo que nos está queriendo decir, en forma indirecta, es “no lo valoro en forma suficiente como para pagar el dinero que cuesta”.

- **Desarrollo de las relaciones:** La naturaleza cambiante de los clientes hace que la forma como deben ser tratados sea mucho más compleja. Cada vez que un cliente llega a una empresa trae consigo expectativas, necesidades e intereses, que espera satisfacer a través de los productos y servicios de esa empresa. De la experiencia que el cliente tenga durante el proceso, dependerá su comportamiento futuro.

2.2.3 La Mype

Según Sunat (s.f) la micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción comercialización de bienes o prestación de servicios. Una

juguetería hace referencia a la MYPE dedicada a la comercialización de juguetes, que pueden venderse según clasificación de edad, situación económica o según el género de la persona.

2.2. 3.1. Características de la micro y pequeñas empresas

Las MYPES deben reunir las siguientes características recurrentes:

Microempresa

- Número de trabajadores: de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.
- ventas anuales. Hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)

Pequeña empresa

- Número de trabajadores: de uno (1) hasta diez (100) trabajadores inclusive.
- ventas anuales. Hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)

III. Hipótesis

Según los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014) en su libro metodología de la investigación, nos menciona que en “no todas las investigaciones cuantitativas se deben plantear hipótesis; el hecho de que formulemos o no hipótesis depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio” (p.92).

En ese orden de ideas, la tesis “La gestión de calidad y la atención al cliente en la juguetería el mundo del juguete del distrito de Sullana, año 2019 y plan de mejora”, no se ha formulado hipótesis.

IV. Metodología

Según Lizardo Carvajal en su libro Metodología de la Investigación, dice que Metodología es una ciencia del conocimiento, subordinada a la tecnología y cuyo objeto de estudio es el como del conocimiento, trata una serie de conceptos y técnicas que hacen expedito el camino del descubrimiento y de la invención

4.1. Diseño de la investigación

La presente investigación fue de tipo cuantitativo ya que se basa en estudios que miden de manera cuantitativa los resultados, lo cual se basa en lo mencionado por Stevens (Como se citó en Hernández, Fernández & Sampieri, 2003) “en un estudio de tipo cuantitativo casi siempre se utiliza un instrumento que mida las variables de interés, aunque también podría contener un elemento cualitativo”. Bajo la perspectiva cuantitativa, recolectar datos es equivalente a medir que significa “asignar números a objeto y eventos de acuerdo con reglas (Stevens 2001, citado en Hernández et al., 2003, p. 345).

Según Sabino (1986) la investigación de nivel descriptivo trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se afirma que la investigación fue de tipo descriptivo con lo cual se pudo obtener las notas necesarias para dar solución a la problemática planteada. (p. 51)

El diseño de la investigación fue no experimental, debido a que las variables no se manipulan intencionalmente, sino que sólo se observa y se analiza el fenómeno tal y como es en su contexto natural y a su vez es un estudio transversal.

4.2 Población y muestra

4.2.1 Población

La población es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. Según Tamayo (1997), la población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación (p.114).

P1: Para la variable gestión de calidad la población estuvo conformada por los trabajadores de la juguetería el “Mundo del Juguete” del distrito de Sullana año 2019. Por lo tanto, se considera una población finita, siendo el número de 8 trabajadores.

P2: Para la variable atención al cliente la población para este estudio fue infinita, ya que estuvo conformada por el total de clientes de la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019 y propuesta de mejora.

4.2.2 Muestra

Subgrupo de la población en que todos los elementos de ésta tienen la misma posibilidad de ser elegidos (Hernández, et al, (2003, p. 305). Este tipo de muestra puede ser: simples, estratificadas, sistemáticas y por racimos. Y requiere de 2 pasos: determinar el tamaño de la muestra y seleccionar a los elementos en forma aleatoria.

M1: La muestra para la variable gestión de calidad se consideró exclusivamente a los trabajadores de la Juguetería el “Mundo del Juguete”, siendo una muestra igual a la población; es decir, $N = n$, ya que según (Hernández, Fernández y Batista 2010) manifiestan que, para poblaciones menores de 50 individuos, se considera que la muestra es igual a la población. Por lo tanto, la muestra es de 08 trabajadores.

M2: Para poder determinar la muestra a utilizar se empleó el uso de una fórmula estadística, con la que se obtuvo el número exacto de clientes a encuestar, la cual es la siguiente:

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

Dónde:

Z= Nivel de confianza considerado (para 90% de confianza Z= 1.645) p= Probabilidad de concurrencia: (0.50)

q= Probabilidad de no concurrencia: (0.50) e= Error permitido (10%)

n= Tamaño de la muestra a ser estudiada

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{(1.645)^2 (0.5) (0.5)}{(0.10)^2}$$

$$n = \frac{0.67650625}{0.01}$$

$$n = 67.650625$$

$$n = 68 \text{ clientes}$$

M2: 68 clientes de la Juguetería “El mundo del Juguete”

Criterios de inclusión:

-Para la variable gestión de calidad se incluyó a la totalidad de trabajadores, de ambos sexos, mayores de edad y con más de un año laborando.

-Para la variable atención al cliente las características de la población de carácter exterior son los clientes, por lo tanto, se consideró sujetos de inclusión a clientes de ambos sexos, con un rango de edad entre 15 a 60 años, que se muestren participes de colaborar en la investigación a realizar.

Criterios de exclusión:

- Para la variable gestión de calidad se excluyó a trabajadores que tengan menos de 1 año laborando.

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

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Cuadro 1. Definición y operacionalización de las variables

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
Gestión de calidad	Aguilar (2012) dice que el término gestión de calidad tiene significados específicos dentro de cada sector del negocio. definición, que no apunta al aseguramiento de la buena calidad por la definición más general sino a garantizar que una organización o un producto sea consistente	Ventajas de Gestión de Calidad	Proceso	¿Se generan mejoras en los procesos según los requerimientos que pide el consumidor?	C
				¿Es importante que la empresa cuente con proceso de gestión de calidad total?	U
			Organización	¿La organización es flexible y tiene ventajas competitivas con rapidez de respuesta?	E
				¿Son positivas las relaciones entre jefe y trabajador dentro de la organización?	S
			Flexibilidad	¿Si hay mayor flexibilidad en la empresa disminuye el absentismo laboral?	T
				¿La empresa flexibiliza los horarios de entrada y de salida del trabajo?	I
			Motivación	¿Ponen en práctica la motivación y el trabajo en equipo en la juguetería?	O
				¿Consideras que el reconocimiento es importante para tu motivación?	N
					A
					R
		I			
		O			

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
Gestión de calidad		Principios de Gestión de Calidad	Clientes	¿Considera que tiene una buena relación con sus clientes?	C
				¿Le informan la importancia de satisfacer los requisitos del cliente?	U
			Liderazgo	¿Piensas que ser un líder es muy complicado y difícil?	E
			Personal	¿Consideras que el personal es la esencia misma de la organización?	S
				¿El compromiso por parte del personal ayuda a conseguir un buen SGC?	T
			Procesos	¿Crees que es importante la buena relación dentro de la empresa para lograr el éxito?	I
			Gestión	¿La empresa tiene y aplica un plan de gestión medioambiental?	O
			Mejora	¿la mejora constante del producto es importante para el crecimiento de la empresa?	N
			Decisión	¿Crees tú que las decisiones en un SGC se toman con datos exactos para así alcanzar un resultado positivo?	A
Proveedores	¿En la actualidad, su empresa trabaja con proveedores externos?	R			
					I
					O

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
Atención Al Cliente	Gómez (2006) define que el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos	Impacto de la atención al cliente	Lealtad	¿En la empresa valoran y recompensan su lealtad?	C
				¿Le brindan un servicio de excelente calidad lo que origina su lealtad?	U
			Ventas	¿El producto que le vende la juguetería es accesible para usted?	E
				¿Desde su perspectiva cree que hay fechas especiales donde incrementan más las ventas?	S
			Satisfacción	¿Considera que la empresa se preocupa por su satisfacción?	T
				¿Se resuelven satisfactoriamente sus consultas acerca de los productos ofrecidos?	I
			Comunicación	¿Piensa usted que la empresa tiene buena comunicación con sus trabajadores?	O
				¿Crees tú que la empresa cuenta con medios de comunicación para promocionar su empresa?	N
			Imagen	¿Consideras que la calidad del personal forma parte de la imagen de la empresa?	A
				¿Crees que la competencia puede afectar de una u otra manera la imagen de la empresa?	R
				I	
				O	

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
Atención Al Cliente		Técnicas de la atención al cliente	Responsabilidad	¿El personal que lo atiende es responsable asertivo y empático?	C
				¿Cree que es de gran responsabilidad que el trabajador conozca acerca de sus derechos?	U
			Mentes y Oídos abiertos	¿Consideras que te prestan la atención suficiente al escuchar tu justificación y argumento al querer adquirir un producto?	E
				¿La empresa es comprensible cuando realiza algún reclamo?	S
			Necesidad	¿La empresa realiza con frecuencia ofertas con productos que satisfacen su necesidad?	T
				¿Valoras el costo de los productos de necesidad que ofrece la Juguetería?	I
			Desarrollo Y Relaciones	¿El trabajador debe ser un buen motivador para ayudarlo a satisfacer su necesidad?	O
				¿Crees que la buena atención es importante para el desarrollo de tus próximas compras?	N
				¿Tienes buena relación con el personal que te atiende?	A
				¿El personal que te atiende se desarrolla de buena manera frente a tus actitudes cambiantes?	R
	Plan de mejora		Plantear un plan de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en la MYPE el Mundo del Jugete del distrito de Sullana, año 2019	I O	

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1. Técnicas:

Para el desarrollo del estudio de investigación se utilizó la técnica de la encuesta, para cumplir con los objetivos de la investigación planteados, tal encuesta fue aplicada tanto a los trabajadores como a los clientes de la Juguetería “El Mundo del Juguete”, año 2019.

4.4.2. Instrumentos

Para el recojo de la información de la investigación se aplicó un cuestionario, el cual estuvo formado por 38 preguntas distribuidas en dos partes para las 2 variables, el cuestionario posee más de dos alternativas de respuesta (escala de Likert). Este instrumento nos permitió obtener y recolectar la información necesaria para determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente, de la Juguetería el Mundo del Juguete del Distrito de Sullana, año 2019.

4.5 Plan de análisis

Para el análisis de los datos de la tesis, se tomó un cuestionario conformado por 38 preguntas, respecto a gestión de calidad y atención al cliente los cuales se lograron formular por los objetivos específicos de la investigación, donde se aplicó una encuesta dirigida a los trabajadores y clientes de Mype juguetería “El mundo del Juguete”; luego de la recolección de la información, se procedió a procesar los datos en el programa SPSS que permitió tabular, analizar e interpretar dicha información logrando obtener resultados exactos para nuestra investigación.

4.6 Matriz de consistencia

Cuadro 2: Matriz de consistencia

Enunciado del problema	Objetivos	Variables	Población y muestra	Diseño	Instrumento
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y la atención al cliente en la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019?	<p>Objetivo General: Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019 y propuesta de mejora.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar las ventajas de la gestión de calidad de la micro empresa el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019 2. Describir los principios de la gestión de calidad de la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019 3. Detallar el impacto de la atención al cliente de la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019 4. Describir las técnicas de atención al cliente de la Juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019 5. Plantear un plan de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en la MYPE el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019. 	Gestión de calidad y Atención al cliente	<p>Población: La población estuvo conformada por el total de clientes de la Juguetería El Mundo del Juguete, del distrito de Sullana, año 2019.</p> <p>Muestra: Estuvo constituido por 68 clientes de la juguetería El Mundo del Juguete</p>	<p>Tipo: Cuantitativa</p> <p>Nivel: Descriptiva</p> <p>Diseño: No experimental</p>	C U E S T I O N A R I O

4.7 Principios éticos

Durante el desarrollo de la investigación, fue necesario aplicar la ética en todas las etapas de la tesis, de acuerdo a ello se tuvo en cuenta el Código Ético de Investigación de la ULADECH, 2019, destacándose los siguientes:

Protección a las personas: A las personas que participaron en la investigación, se les protegió en su bienestar y seguridad, así como su identidad y su confidencialidad de sus datos personales.

Libre participación y derecho a estar informado. A todos los encuestados en la investigación, se les informo sobre los propósitos y fines de la investigación, por tanto, participaron de forma voluntaria.

Beneficencia y no maleficencia: Se aseguró el bienestar de las personas que participaron en la investigación. No se les causo daño y se maximizo los beneficios.

Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad. En la investigación no se realizó algún experimento con respeto animales y plantas.

Justicia: Se ejerció un juicio razonable, ponderable y se tomó las precauciones necesarias para asegurarse los sesgos, y las limitaciones de las capacidades y conocimiento, no dando lugar a prácticas injustas.

Integridad científica: por parte del investigador se garantizó la veracidad de todo el proceso de investigación, desde su formulación, desarrollo, análisis, y comunicación de los resultados.

V. Resultados

5.1. Resultados

Tabla 1

Ventajas de la gestión de calidad de la juguetería el Mundo del Juguete

<i>Ventajas de la gestión de calidad</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Se generan mejoras en los procesos según los requerimientos que pide el consumidor</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	0	0,0
Casi siempre	0	0,0
Siempre	8	100,0
Total	8	100,0
<i>Es importante que la empresa cuente con proceso de gestión de calidad total</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	1	12,5
Casi siempre	4	50,0
Siempre	3	37,5
Total	8	100,0
<i>La organización es flexible y tiene ventajas competitivas con rapidez de respuesta</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	1	12,5
Casi siempre	3	37,5
Siempre	4	50,0
Total	8	100,0

Continúa...

Tabla 1*Ventajas de la gestión de calidad de la juguetería el Mundo del Juguete*

<i>Ventajas de la gestión de calidad</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Son positivas las relaciones entre jefe y trabajador dentro de la organización</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	1	12,5
Casi siempre	2	25,0
Siempre	5	62,5
Total	8	100,0
<i>Si hay mayor flexibilidad en la empresa disminuye el absentismo laboral</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	1	12,5
Casi siempre	3	37,5
Siempre	4	50,0
Total	8	100,0
<i>La empresa flexibiliza los horarios de entrada y de salida del trabajo</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	0	0,0
Casi siempre	4	50,0
Siempre	4	50,0
Total	8	100,0

Continúa

Tabla 1*Ventajas de la gestión de calidad de la juguetería el Mundo del Juguete*

<i>Ventajas de la gestión de calidad</i>	Frecuencia	Porcentaje	Concluye
<i>Ponen en práctica la motivación y el trabajo en equipo en la juguetería</i>			
Nunca	0	0,0	
Casi nunca	0	0,0	
Algunas veces	0	0,0	
Casi siempre	5	62,5	
Siempre	3	37,5	
Total	8	100,0	
<i>Consideras que el reconocimiento es importante para tu motivación</i>			
Nunca	0	0,0	
Casi nunca	0	0,0	
Algunas veces	0	0,0	
Casi siempre	0	0,0	
Siempre	8	100,0	
Total	8	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019.

Tabla 2*Principios de la gestión de calidad de la juguetería el Mundo del Juguete*

<i>Principios de la gestión de calidad</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Considera que tiene una buena relación con sus clientes</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	0	0,0
Casi siempre	0	0,0
Siempre	8	100,0
Total	8	100,0
<i>Le informan la importancia de satisfacer los requisitos del cliente</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	0	0,0
Casi siempre	4	50,0
Siempre	4	50,0
Total	8	100,0
<i>Piensas que ser un líder es muy complicado y difícil</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	3	37,5
Casi siempre	3	37,5
Siempre	2	25,0
Total	8	100,0
<i>Consideras que el personal es la esencia misma de la organización</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	1	12,5
Casi siempre	1	12,5
Siempre	6	75,0
Total	8	100,0

Continúa...

Tabla 2

Principios de la gestión de calidad de la juguetería el Mundo del Juguete

<i>Ventajas de la gestión de calidad</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>El compromiso por parte del personal ayuda a conseguir un buen SGC</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	0	0,0
Casi siempre	3	37,5
Siempre	5	62,5
Total	8	100,0
<i>La buena relación dentro de la empresa para lograr el éxito</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	0	0,0
Casi siempre	4	50,0
Siempre	4	50,0
Total	8	100,0
<i>La empresa tiene y aplica un plan de gestión medioambiental</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	1	12,5
Casi siempre	4	50,0
Siempre	3	37,5
Total	8	100,0
<i>La mejora constante del producto es importante para el crecimiento de la empresa</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	0	0,0
Casi siempre	2	25,0
Siempre	6	75,0
Total	8	100,0

Continúa...

Tabla 2

Principios de la gestión de calidad de la juguetería el Mundo del Juguete.

Concluye

<i>Ventajas de la gestión de calidad</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Las decisiones en un SGC se toman con datos exactos para así alcanzar un resultado positivo</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	0	0,0
Casi siempre	5	62,5
Siempre	3	37,5
Total	8	100,0
<i>La empresa trabaja con proveedores externos</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	0	0,0
Casi siempre	4	50,0
Siempre	4	50,0
Total	8	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019.

Tabla 3***Impacto de la atención al cliente de la juguetería el Mundo del Juguete***

<i>Impacto de la atención al cliente</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>La empresa valora y recompensa su lealtad</i>		
Nunca	4	5,9
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	7	10,3
Casi siempre	7	10,3
Siempre	50	73,5
Total	68	100,0
<i>Le brindan un servicio de excelente calidad lo que origina su lealtad</i>		
Nunca	4	5,9
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	0	0,0
Casi siempre	23	33,8
Siempre	41	60,3
Total	68	100,0
<i>El producto que le vende la juguetería es accesible para usted como consumidor</i>		
Nunca	5	7,4
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	11	16,2
Casi siempre	17	25,0
Siempre	35	51,5
Total	68	100,0
<i>Existencia de fechas especiales donde se incrementa más las ventas</i>		
Nunca	3	4,4
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	0	0,0
Casi siempre	19	27,9
Siempre	46	67,6
Total	68	100,0

Continúa ...

Tabla 3*Impacto de la atención al cliente de la juguetería el Mundo del Juguete*

<i>Impacto de la atención al cliente</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>La empresa se preocupa por su satisfacción</i>		
Nunca	1	1,5
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	0	0,0
Casi siempre	8	11,8
Siempre	59	86,8
Total	68	100,0
<i>Resuelven satisfactoriamente sus consultas acerca de los productos ofrecidos</i>		
Nunca	6	8,8
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	0	0,0
Casi siempre	2	2,9
Siempre	60	88,2
Total	68	100,0
<i>La empresa tiene buena comunicación con sus trabajadores</i>		
Nunca	3	4,4
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	0	0,0
Casi siempre	13	19,1
Siempre	52	76,5
Total	68	100,0
<i>La empresa cuenta con medios de comunicación para promocionar su empresa</i>		
Nunca	4	5,9
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	13	19,1
Casi siempre	20	29,4
Siempre	31	45,6
Total	68	100,0

Continúa ...

Tabla 3*Impacto de la atención al cliente de la juguetería el Mundo del Juguete*

Concluye

<i>Impacto de la atención al cliente</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>La calidad del personal forma parte de la imagen de la empresa</i>		
Nunca	2	2,9
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	1	1,5
Casi siempre	6	8,8
Siempre	59	86,8
Total	68	100,0
<i>La competencia puede afectar de una u otra manera la imagen de la empresa</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	0	0,0
Casi siempre	12	17,6
Siempre	56	82,4
Total	68	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019.

Tabla 4*Técnicas de atención al cliente de la Juguetería el Mundo*

<i>Técnicas de atención al cliente</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>El personal que lo atiende es responsable asertivo y empático</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	13	19,1
Casi siempre	24	35,3
Siempre	31	45,6
Total	68	100,0
<i>Es de gran responsabilidad que el trabajador conozca acerca de sus derechos</i>		
Nunca	4	5,9
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	0	0,0
Casi siempre	20	29,4
Siempre	44	64,7
Total	68	100,0
<i>Te prestan la atención suficiente al escuchar tu justificación y argumento al querer adquirir un producto</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	20	29,4
Casi siempre	32	47,1
Siempre	16	23,5
Total	68	100,0
<i>La empresa es comprensible cuando realiza algún reclamo</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	23	33,8
Casi siempre	9	13,2
Siempre	36	52,9
Total	68	100,0

Continúa ...

Tabla 4*Técnicas de atención al cliente de la Juguetería el Mundo del Juguete*

<i>Técnicas de atención al cliente</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>La empresa realiza con frecuencia ofertas con productos que satisfacen su necesidad</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	24	35,3
Casi siempre	28	41,2
Siempre	16	23,5
Total	68	100,0
<i>Valoras el costo de los productos de necesidad que ofrece la Juguetería</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	24	35,3
Casi siempre	28	41,2
Siempre	16	23,5
Total	68	100,0
<i>El trabajador debe ser un buen motivador para ayudarlo a satisfacer su necesidad</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	5	7,4
Casi siempre	7	10,3
Siempre	56	82,4
Total	68	100,0
<i>La buena atención es importante para el desarrollo de tus próximas compras</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	22	32,4
Casi siempre	32	47,1
Siempre	14	20,6
Total	68	100,0

Continúa

Tabla 4.*Técnicas de atención al cliente de la Juguetería el Mundo del Juguete*

Concluye

<i>Técnicas de atención al cliente</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Buena relación con él personal que te atiende</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	18	26,5
Casi siempre	34	50,0
Siempre	16	23,5
Total	68	100,0
<i>El personal que te atiende se desarrolla de buena manera frente a tus actitudes cambiantes</i>		
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	19	27,9
Casi siempre	28	41,2
Siempre	21	30,9
Total	68	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019.

5.2. Análisis de resultados.

5.2.1. Respecto a la gestión de calidad

En la tabla 1 se observa que de los 8 trabajadores encuestados el 100,0% dice que siempre se generan mejoras en los procesos según los requerimientos que pide el consumidor. Este resultado se contrasta con Roldan (2012) el cual menciona que “la calidad de diseño es básicamente la adecuación del producto y/o servicio, ello contribuye mejoras en los procesos administrativos”. De los 8 trabajadores encuestados el 37,5% siempre considera importante que la empresa cuente con un proceso de gestión de calidad total, el 50,0% casi siempre, mientras que el 12,5% algunas veces. Este resultado se contrasta con Roldan (2012) el cual menciona que “la calidad de diseño es básicamente la adecuación del producto y/o servicio a las necesidades y requerimientos del consumidor”. El 75,0% considera que la organización siempre es flexible y tiene ventajas competitivas con una capacidad de respuesta rápida, mientras que el 25,0% respondió que solo algunas veces. Este resultado se contrasta con Roldan (2012) quien menciona que “para mejora la organización interna hay que conseguir una adecuación de la empresa haciéndola mucho más flexible”. El 50,0% considera que siempre son positivas las relaciones entre el jefe y el trabajador dentro de la organización, el 37,5% menciona que casi siempre, mientras que el 12,5% algunas veces. Este resultado se contrasta con Roldan (2012) quien menciona que “para mejora la organización interna hay que conseguir una adecuación de la empresa haciéndola mucho más flexible”. El 50,0% siempre piensa que, si hay mayor flexibilidad en la empresa, el absentismo laboral disminuye, el 37,5% considera que casi siempre, mientras que el 12,5% algunas veces. Este resultado hace contraste con Tarí (s.f) “ante las oportunidades cambiantes del mercado mejora la capacidad de respuesta y flexibilidad”. El 50,0% piensa que la empresa siempre flexibiliza los horarios de entrada y de salida del trabajo mientras que el otro 50,0% considera que casi siempre. Este resultado no concuerda con Tarí (s.f) “ante las oportunidades cambiantes del mercado mejora la capacidad de respuesta y flexibilidad”. El 37,50% siempre ponen en práctica la motivación y el

trabajo en equipo en la juguetería y el otro 62,50% asegura que casi siempre. Este resultado hace contraste con Tarí (s.f) “la motivación se puede conseguir a través de equipos de trabajo, sistemas de sugerencias, autocontrol y ampliación horizontal y vertical del puesto”. El 38,0% está de acuerdo con que siempre consideran que el reconocimiento es importante para su motivación, el 32,0% respondió que casi siempre y el 30,0% algunas veces. Este resultado concuerda con Tarí (s.f) “la motivación se puede conseguir a través de la participación, la formación y el reconocimiento”.

En la tabla 2 se observa que de los 8 trabajadores encuestados todo el 100,0% piensa, que siempre suelen tener una buena relación con sus clientes. Este resultado contrasta con Navarro (2007) “el enfoque al cliente es una norma que quiere asegurarse de que la organización, cualquiera que esta sea, debe tener en cuenta a sus clientes”. El 50,0% considera que siempre se les informa la importancia de satisfacer los requisitos de sus clientes, mientras que el otro 50,0% casi siempre. Este resultado concuerda con el encontrado por Rodríguez (2017) quien observo que “el 50% de los trabajadores casi siempre satisfacen las necesidades de sus clientes”. El 25,0% siempre piensas que ser un líder es muy complicado y difícil, mientras que el 37,50% casi siempre y 37,50%. Este resultado contrasta con Navarro (2007) el cual hace mención que “esta constatado que ser un líder es muy complicado y muy difícil, por no es imposible”. El 48,0% está de acuerdo con siempre consideras que el personal es la esencia misma de la organización, el 18,0% casi siempre y el 34,0% algunas veces. Este resultado guarda contraste con Orozco (2016) quien observo que en su investigación se tuvo que implementar un programa de capacitación para sus colaboradores”. El 62,50% piensa que el compromiso por parte del personal siempre ayuda a conseguir un buen SGC, el 36,0% casi siempre lo hacen. Este resultado difiere con Navarro (2007) “la participación del personal sin conseguir el compromiso del personal, al igual que en el segundo principio, resulta prácticamente imposible conseguir la gestión de la calidad”. El 75,0% respondieron que siempre estaban de acuerdo en que la mejora constante del producto es importante para el crecimiento de la empresa, mientras que el 25,0% casi siempre. Este resultado difiere con Orozco (2016) quien

observo que “solo el 32% si dispone de indicadores de gestión de manera constante y continua”. El 37,50% siempre la empresa tiene y aplica un plan de gestión medioambiental, mientras que el otro 50,0% casi siempre lo considera así y el 12,50% algunas veces. Este resultado contrasta con Navarro (2007) “las decisiones en un sistema de gestión de calidad tal y como sea descrito, pueden tomarse con datos en la mano”. El 37,50% piensa que siempre creen que las decisiones en un SGC se toman con datos exactos para así alcanzar un resultado positivo, el 62,50 casi siempre. Al respecto Aguilar (2012) nos dice que “el término gestión de calidad tiene significados específicos dentro de cada sector del negocio” por tanto se debe aplicar en todos los aspectos incluido el medio ambiente. El 50,0% está de acuerdo con que siempre es importante la buena relación dentro de la empresa para lograr el éxito y el otro 50,0% con casi siempre es importante la buena relación. Al respecto Navarro (20017) “se indica en la norma versión ISO 9000:2000, la forma más certera de obtener en una organización los resultados que se busca es por medio del trabajo por procesos”. El 50,0% considera con la alternativa siempre qué en la actualidad, su empresa trabaja con proveedores externos y el otro 50,0% de los otros, piensa que casi siempre lo hace. Este resultado hace contraste con Navarro (2016) “las relaciones mutuamente beneficiosas para el proveedor tienen ya una gran importancia debido a la externalización de los servicios y la frecuencia cada vez mayor en las administraciones públicas”.

5.2.2. Respecto a la atención al cliente

En la tabla 3 se observa que de los 68 clientes encuestados el 73,5% respondieron con la alternativa siempre opinando que la empresa si valora y recompensa su lealtad, 10,3% casi siempre, 10,3% algunas veces y el 5,9% con nunca. Este resultado guarda contraste con Salas (2017) quien observo que “el 59,1% respondieron que los clientes si valoran el servicio y genera fidelización”. El 60,3% respondieron con la alternativa siempre considerando que si le brindan un servicio de excelente calidad originara su lealtad, 33,8% casi siempre y el 5,9% nunca. Este resultado coincide con Reyes (2018) “si produce una buena calidad en la atención se dan los siguientes resultados,

mayor lealtad de los consumidores, clientes y usuarios”. El 51,5% respondieron con la alternativa siempre asegurando que el producto que le vende la juguetería es accesible para ellos como consumidores, 25,0% casi siempre lo es, 16,2% algunas veces lo es y el 7,4% nunca lo es. Este resultado contrasta con Reyes (2018) “realizar una buena atención al cliente permite que estos puedan obtener más ventas, ya que los clientes satisfechos se muestran más dispuestos a comprar”. El 67,6% optaron por la alternativa siempre, dando a saber desde su perspectiva de que si hay fechas especiales donde incrementan más las ventas, el 27,9% opto por casi siempre y el 4,4% por nunca. Esto difiere de Albán (2014) “quien concluyo que actualmente el establecimiento se mantiene con ventas regulares que aún son rentables, pero en comparación con años pasados las ventas han sido bajas y se ha determinado que eso se basa en la falta de fidelidad de los clientes a la empresa”. El 86,8% optaron por la alternativa siempre considerando que la empresa si se preocupa por su satisfacción, 11,8% casi siempre y el 1,5% algunas veces la empresa lo hace. Este resultado concuerda con Chunga (2108) “el 75% de los datos recolectados informó que sí consideran al cliente como una expectativa elevada respecto al servicio”. El 88,2% respondieron con la alternativa siempre opinando que la empresa si resuelve satisfactoriamente sus consultas acerca de los productos ofrecidos, el 2,9% casi siempre y el 8,8% nunca. Este resultado difiere de Salas (2017) quien concluyo que se “desconocen sobre los alcances que brinda una gestión de calidad el cual ocasiona un comportamiento negativo a la hora de brindar un servicio de atención al cliente”. El 76,5% seleccionaron la alternativa siempre opinando que la empresa si tiene buena comunicación con sus trabajadores de sus puntos de vista, el 19,1% algunas veces la tienen y el 4,4% opinaron que nunca la tienen. Este resultado se contrasta con Roldan (2012) “para mejora la organización interna hay que conseguir una adecuación de la empresa haciéndola mucho más flexible”. El 45,6% respondieron con la alternativa siempre opinando que la empresa si cuenta con medios de comunicación para promocionar su empresa, 29,4% casi siempre, 19,1% algunas veces y el 5,9% con nunca. Este resultado se contrasta con Borunda (2017) “quien obtuvo como resultado

que el 73% de los directivos capacita a su personal cada 6 meses en otros temas sobre uso bienes (Intangibles) que no son relacionados a la calidad del servicio”. El 86,8% optaron por la alternativa siempre al considerar que la calidad del personal forma parte de la imagen de la empresa, el 8,8% casi siempre es así el 1,5% algunas veces y el 2,9 nunca. Al respecto Reyes (2007) “el impacto de la atención al cliente es la mejor imagen y reputación de la empresa”. El 46,0% respondieron con la alternativa siempre el personal que lo atiende es responsable asertivo y empático, el 34,0% opina que casi siempre y el 20,0% algunas veces. Este resultado hace contraste con Reyes (2007) quien observó que “el 50% consideran que es fundamental la atención al cliente para que este regrese a su establecimiento”.

En la tabla 4 se observa que de los 68 clientes encuestados el 44,93% respondieron con la alternativa siempre el personal que lo atiende es responsable asertivo y empático, el 34,78% opina que casi siempre y el 20,29% algunas veces. Este resultado se asemeja al encontrado por Rodríguez (2017) “el 70% de las MYPES son formales”. El 64,7% respondieron con la alternativa siempre creyendo que es de gran responsabilidad que el trabajador conozca acerca de sus derechos, el 29,4% casi siempre y el 5,9% nunca. Este resultado no coincide con Vélchez (2016) quien observo que “los empleados manifestaron en 32.1% su razón de formalizar es de contar con un registro legal de su empresa”. El 21,74% respondieron con la alternativa siempre consideras que te prestan la atención suficiente al escuchar tu justificación y argumento al querer adquirir un producto, el 49,28% casi siempre y el 28,99% algunas veces. Este resultado se aproxima a Salas (2017) “el 59,1% respondieron que la gestión si está enfocado con las acciones de atención al cliente”. El 58,0% respondieron con la alternativa siempre la empresa es comprensible cuando realiza algún reclamo, 16,0% casi siempre, 26,0% algunas veces. Este resultado difiere con Salas (2017) quien concluyo “que los empresarios desconocen sobre los alcances que brinda una gestión de calidad del cual ocasiona un comportamiento negativo a la hora de brindar un servicio de atención al cliente”. El 32,0% respondieron que siempre la empresa realiza con frecuencia ofertas con productos que

satisfacen su necesidad, el 42,0% casi siempre lo hace y el 26,0% algunas veces. Este resultado se diferencia de Chinchay (2015) quien concluyo que “la conclusión que además de no brindar una buena atención en estos establecimientos muchos de los juguetes que comercializan son insalubres y altamente nocivos a la salud en caso de ingesta o contacto físico”. El 24,54% piensa que siempre valoras el costo de los productos de necesidad que ofrece la Juguetería, el 40,58% casi siempre lo es y el 34,78% algunas veces suele hacerlo. Al respecto Huamán (2018) concluyo “que los factores de atención a los clientes más relevantes es la capacidad de respuesta y la satisfacción con los productos”. El 28,0% respondieron con la alternativa siempre cree que la buena atención es importante para el desarrollo de tus próximas compras, 48,0% casi siempre, 24,0% algunas veces. Este resultado no coincide con Borunda (2017) “pues solo toma en cuenta las instalaciones, limpieza general, capacitación del personal, información adecuada”. El 20,29% respondieron con la alternativa siempre cree que la buena atención es importante para el desarrollo de tus próximas compras, 46,38% casi siempre, 33,33% algunas veces. Este resultado concuerda con Chunga (2018) “según resultados de la encuesta el 75% de los datos recolectados informó que sí consideran al cliente como una expectativa elevada respecto al servicio”. El 23,19% siempre tienes buena relación con el personal que te atiende, 50,72% casi siempre. 26,09% algunas veces. Este resultado concuerda con Salas (2017) “el 63,6% respondieron que si recogen las sugerencias y reclamos del cliente para mejorar su nivel de servicio”. El 44,0% optaron por la opción siempre el personal que te atiende se desarrolla de buena manera frente a tus actitudes cambiantes, el 36,0% casi siempre lo hacen y el 20,0% que algunas veces lo hacen. Este resultado no coincide con Orozco (2016) “quien observo que los trabajadores en un 80% enfocan sus capacitaciones en perfeccionar las técnicas de atención al cliente”.

VI. Conclusiones

Se determinó las ventajas de la gestión de calidad de la micro empresa el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, las cuales son: en el proceso porque siempre se generan mejoras en los procesos según los requerimientos que pide el consumidor, en la organización porque consideran que la organización siempre es flexible y tiene ventajas competitivas con una capacidad de respuesta rápida, en la flexibilidad porque al tener una mayor flexibilidad en la organización, disminuye el ausentismos de sus trabajadores; en la motivación porque siempre ponen en práctica la motivación y el trabajo en equipo en la juguetería.

Se describió los principios de la gestión de calidad de la juguetería 'El mundo del Juguete' del distrito de Sullana, en la que los empleados manifestaron: enfoque al cliente: porque siempre suelen tener una buena relación con sus clientes, liderazgo porque siempre piensan que ser un líder es muy complicado y difícil ello porque están de acuerdo que un buen líder debe estar motivado para contagiar ese ánimo y laborar en armonía en la juguetería, en la participación del personal porque están de acuerdo que el personal es la esencia misma de la organización, procesos porque están de acuerdo que siempre es importante la buena relación dentro de la empresa para lograr el éxito, en gestión porque consideran que siempre la empresa tiene y aplica un plan de gestión medioambiental, en la mejora porque siempre estaban de acuerdo en que la mejora constante del producto es importante para el crecimiento de la empresa, en las decisiones, porque consideran que las decisiones en un SGC se toman con datos exactos para así alcanzar un resultado positivo, finalmente con los proveedores, porque en la actualidad, la empresa trabaja con proveedores externos manteniendo una relación sólida entre sus proveedores.

Se detalló el impacto de la atención al cliente de la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, en la que los clientes sostuvieron: en la lealtad porque la empresa si valora y recompensa su lealtad, en las ventas porque aseguran que el producto que le vende la juguetería es accesible para ellos como consumidores, satisfacción porque consideran que la empresa si se preocupa por satisfacer sus requerimientos, comunicación porque la empresa si tiene buena comunicación con sus trabajadores de acuerdo a sus puntos de vista, finalmente en la imagen porque consideran que la calidad del personal forma parte de la imagen de la empresa.

Se describió las técnicas de atención al cliente de la Juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana: en la responsabilidad porque los clientes indicaron que la empresa aplica adecuadamente la técnica de la responsabilidad y porque toma en cuenta la parte social corporativa, es decir el personal se muestra empático y asertivo; en cuanto a mantener mentes y oídos abiertos porque consideran que les prestan la atención suficiente al escuchar tu justificación y argumento al querer adquirir un producto, en cuanto a la necesidad porque la empresa realiza con frecuencia ofertas con productos que satisfacen su necesidad, finalmente en desarrollo y relaciones porque siempre creen que la buena atención es importante para el desarrollo de sus próximas compras, así mismo tienen buena relación con el personal que los atiende.

Se planteó un plan de mejora, en base a los resultados de la investigación, con la finalidad de establecer las estrategias que permitan aplicar una adecuada gestión de calidad y atención al cliente en la Juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, pues incentiva al dueño, trabajadores y clientes interactuar con sus clientes para conocer sus necesidades y recomendaciones.

Aspectos complementarios

Recomendaciones

Se recomienda al dueño de la juguetería mejorar la gestión de calidad, pues el éxito de la Mype depende de una adecuada gestión, así mismo se le sugiere delegar autoridad a los jefes de cada área para poder realizar un mejor desempeño de las labores, de esa manera se asegura tener una buena atención al cliente, así mismo, mantener la línea de variedad de artículos y precios accesibles a todo tipo de cliente, pues ello hará que se conozca el negocio y sea recomendado por los clientes bajo el efecto boca a boca, puesto que podría ser un ahorro en gastos de publicidad.

Finalmente se recomienda al dueño de la juguetería, no descuidar la parte de la responsabilidad social sobre todo en cuanto a los derechos de los trabajadores, así como aplicar mejores estrategias de venta, porque ello hará fidelizar y aumentar el número de clientes. para el beneficio de la empresa y de los clientes mismos.

Se recomienda implementar las estrategias del plan de mejora ya que se elaboró en base a los resultados obtenidos en la investigación.

Plan de Mejora

1. Datos generales:

Nombre o razón social: El mundo del Jugete

Dirección: Interior del Mercadillo de Bellavista – Sullana (Plataforma puesto N°86)

Nombre del Representante: Jean Paul Buenaventura Peña

DNI: 46232209

1.1. Propuesta de Misión:

Ser una juguetería que busca la felicidad en los niños proporcionando a los clientes los mejores productos de primera calidad, a los mejores precios del mercado, diferenciándonos siempre por brindar una excelente atención al cliente.

1.2. Propuesta de Visión:

El mundo del Jugete, tiene como visión ser la juguetería líder en el distrito de Sullana, dedicada al rubro de venta de juguetes reconocida en el norte del país, abarcando una gran variedad de juguetes para todo tipo de clientes, con los más altos estándares de calidad, y buena atención hacia los clientes.

1.3. Servicios

La Juguetería, comercializa juguetes al por mayor y menor, para lo cual ofrece una amplia selección de todo tipo (Juguetes físicos, Juguetes manipulativos y de construcción, Juguetes simbólicos, Juegos y juguetes de reglas, Juguetes educativos y Juguetes de grupo o cooperativos).

1.4. Organización de la Mype:

Administrador: Jean Paul Buenaventura Peña

*Licenciado en administración de empresas

*Con experiencia y conocimiento en el rubro.

Contador: Es una mype familiar, la encargada es hermana del administrador; no es contadora, pero es profesora de profesión, está a cargo de la contabilidad de la juguetería: Rosa Maribel buenaventura peña.

Trabajadores:

Fátima del Rosario Hurtado Calderón DNI: 75845837

Lorena Chero Aquino DNI: 75460915

María José Robledo Camino DNI: 75460925

Estefany De los Milagros Morales Barranzuela DNI: 76084720

Dayana Briggith Andrade Guevara DNI: 72489663

Julissa De los Milagros Juárez Castillo DNI: 75545448

Juan Eduardo Esquerre Butuna DNI: 70033588

Waldir Flores Crisanto DNI: 03582144

2. Justificación

Esta propuesta de mejora se justifica porque será de ayuda para la juguetería el mundo del juguete ubicada en Sullana, ya que se determinarán acciones correctivas ante las debilidades encontradas durante el desarrollo de la investigación respecto a la gestión de calidad y la atención al cliente

3. Objetivos

- Mejorar y aumentar la presencia en el mercado
- Mejorar la satisfacción del cliente para fidelizar a los mismos
- Utilizar mejor los recursos de la organización y evitar el uso excesivo de productos contaminantes

4. Responsable: Para el desarrollo de las acciones correctivas se determina como responsable al empresario y trabajadores.

5. Plazo de implementación: Se estima para la implementación de las acciones correctivas el mediano plazo.

Cuadro plan de mejora

DEBILIDAD	ACCIÓN CORRECTIVA	ESTRATEGIA	RESPONSABLE	PLAZO
No siempre aplica un plan de gestión medioambiental	Implementar un plan de gestión medioambiental en la mype	Desarrollar un plan de gestión medioambiental en la mype	Empresario Colaboradores	Mediano plazo
Tiene problemas en atención al cliente	Mejorar la atención al cliente	Capacitar a los trabajadores en atención al cliente	Empresario Colaboradores	Mediano plazo
No siempre ofrece un buen servicio	Mejorar el servicio al cliente	Realizar capacitaciones al personal con la finalidad de brindar un buen servicio al cliente	Empresario Colaboradores	Mediano plazo
Algunas veces comprenden al cliente cuando realizan algún reclamo	Mejorar la comunicación y el buen trato a los clientes frente a los reclamos	Capacitar a los trabajadores en comunicación asertiva frente a reclamos de los clientes	Empresario Colaboradores	Mediano plazo

Referencias Bibliográficas

- Alayo Reyes, A. B. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017*. Tesis de licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5765/ATENCION_AL_CLIENTE_GESTION_DE_CALIDAD_ALAYO_REYES_ANTHONY_BREDYS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Aldana Huamán, K. V. (2018). *Caracterización de la atención al cliente y el financiamiento en las Mype del rubro librerías del mercado modelo central de Piura, año 2018*. tesis de licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3574/ATENCION_AL_CLIENTE_FINANCIAMIENTO_ALDANA_HUAMAN_KARLA_VANESSA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Almestar Adrianzén, P. R. (2017). *Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las mype del rubro pollerías en la urbanización Ignacio Merino – Piura, año 2017*. tesis de licenciatura, Piura.
- Amaya, L., Berrío Acosta, G. M., & Herrera, W. (Agosto de 2015). *Principios Éticos*. Obtenido de [Ética Psicológica.org](http://etica-psicologica.org).
- Arias Coello, A. (s.f.). *La gestión de la calidad: conceptos básicos*. Facultad de Ciencias de la documentación. Obtenido de <http://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento10123.pdf>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos del Marketing*. México:

Decimoprimer edición.

Baena, G. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Grupo Editorial Patria.

Barrón, V., & D'Aquino, M. (2004). *Proyecto y metodología de la Investigación*. Buenos Aires: Editorial Maipue.

- Bisquerra, R. (2009). *Metodología de la investigación educativa*. Madrid: La Muralla S.A.
- Burga, J. (2017). *Plan de Marketing 360° para posicionar la marca Tavitos en la Ciudad de Chiclayo*. Chiclayo.
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestión de Calidad: conceptos, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson Educación, S.A.
- Castillo Orozco, L. (2016). *Caracterización de la capacitación y competitividad de las Mype rubro boticas, ubicadas en el distrito de Sullana – Piura. Año 2016*. tesis de licenciatura, Sullana.
- Ccarhuas Huaman, I. (2015). *Calidad de Servicios en los Recreos campestres del Valle del Chumbao, Andahuaylas - 2015*. Andahuaylas.
- Cenobio Méndez García, J. C., Jaramillo Viguera, D., & Serrano Crespo, I. (2009). *Gestión de Calidad en Procesos de Servicios y Productivos*. México: Instituto Politécnico Nacional.
- Cuatrecasas Arbós, L. (2010). *Gestión de Calidad Total*. Sunny Isles Beach: Ediciones Diaz De Santos.
- Fontalvo Herrera, T. J. (2006). *La Gestión Avanzada de la Calidad: metodologías eficaces para el diseño, implementación y mejoramiento de un sistema de gestión de calidad*. Bogotá: Corporación para la Gestión del Conocimiento ASD 2000.
- Gana Otárola, D. A., Ibañez Collío, M. C., & Toledo Letelier, F. J. (2015). *La Influencia del Marketing Moderno en las Empresas Sociales: Una Mirada hacia Chile*. Santiago: Universidad de Chile.
- García Castillo, P. L. (2017). *Optimización de procesos para mejorar la calidad en el servicio de atención al cliente en el Complejo Comercial Unicachi S.A, Lima 2017*. Tesis de licenciatura, Lima.

- Goicochea Flores, K. R. (2016). *La Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del Boulevard Gastronómico del Distrito de Villa María del Triunfo, Provincia de Lima, Departamento de Lima, periodo 2015*. Cañete: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Gómez, M. (2009). *Introducción a la metodología de la Investigación Científica (2da. ed.)*. Editorial Brujas.
- Guerrero, D., & Villaseca, M. (2014). *La Calidad de Servicio en las Discotecas en la Ciudad de Chiclayo, 2014*. Chiclayo.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1991). *Metodología de la Investigación*. México: MCGRAW-HILL.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Coello, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Gram Hill.
- Irurita Alzueta, J. (2012). *Sistemas de gestión de la calidad*. Tesis de licenciatura, Pamplona.
- Jijón Albán, J. (2014). *Propuesta de un modelo de gestión en calidad de servicio, basado en la norma internacional ISO 9001: 2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo, caso: almacenes La Rebaja*. Universidad Internacional del Ecuador, Ecuador.
- Jiménez, M. (2014). *Caracterización de competitividad y calidad de servicio en las MYPE rubro boticas AA.HH Santa Rosa, Piura 2013*. Piura: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Lerma González, H. (2009). *Metodología de la investigación: propuesta, anteproyecto y proyecto (4ta ed.)*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Limas Suárez, S. (2012). *Marketing empresarial: Dirección como estrategia competitiva*. Bogotá: CO: Ediciones de la U.
- López, B., & Pinto Ruiz. (2001). *La Esencia del Marketing*. Barcelona: Ediciones Universitat Politècnica Catalunya SL.

- López Gumucio, R. (2005). *La calidad total en la empresa moderna*. Bolivia.
- Marin Borunda, D. Y. (2017). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la veterinaria “San Roque” de la ciudad de Huánuco -2017*. Tesis de licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Huánuco. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2853/CALIDAD_DE_SERVICIO_CLIENTE_MARIN_BORUNDA_DALLANARA_YSABEL.pdf?sequence=1
- Marketing Publishing. (1990). *La estrategia básica de marketing*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Martínez Sánchez, J. M., & Jiménez, E. (2011). *Marketing*. Washington D. C: FIRMAS Press.
- Martínez, J., & Jiménez, E. (2001). *Marketing*. Washington: FIRMAS Press.
- Masías Vélchez, M. E. (2016). *Formalización y gestión de calidad de las mype comerciales, rubro ropa del mercado central de Talara (Piura), Año 2016*. tesis de licenciatura, Piura.
- Medina Chunga, M. E. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro pollería del distrito de Vice – Sechura año 2018*. Tesis de licenciatura, Sechura. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5932/CLIENTES_CALIDAD_MEDINA_CHUNGA_MARY_ESTEFANY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mendoza, M. (2015). *Análisis de la Calidad del servicio de empresas de muebles y la satisfacción del cliente para diseñar una propuesta de mejora*. Piura.
- Molina, A. (2014). *Plan de Marketing para la empresa COLREST S.A (Restaurante Columbia)*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito.
- Monferrer Tirado, D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Castellón de la Plana: Universitat Jaume, Servei de Comunicació I Publicacions.

- Niño, V. (2011). *Metodología de la investigación: diseño y ejecución*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Noriega Barrera, S. V. (2015). *Gestión de calidad de servicio para la mejora de atención al cliente y la correcta utilización de los atm en la agencia del BCP de Chimpu Ocllo de Carabayllo – Lima 2015*. Tesis de licenciatura, Trujillo.
- Noriega Barrera, S. V. (2016). *Modelo de gestión operativa lean y su impacto en la satisfacción de los clientes en la agencia BCP mercado mayorista 2013-2014*. Tesis de licenciatura, Trujillo. Obtenido de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5155/noriegabarrera_sissy.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Palacios de Briceño, M. R. (2016). *Caracterización de la capacitación y competitividad de las Mype rubro boticas, ubicadas en el distrito de Sullana– Piura. Año 2016*. Título de licenciatura, Piura.
- Paredes Jerí, E. J. (2017). *Nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de farmacia del centro materno infantil “Juan Pablo II”, Villa El Salvador, durante el mes de julio del año 2017*. Villa el Salvador. Obtenido de <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/923/TITULO%20-%20Reyes%20Paucarima%2C%20Javier%20Arturo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pola Maseda, Á. (1988). *Gestión de Calidad*. Barcelona: Marcombo.
- Publicaciones Vértice. (2008). *La Gestión del marketing, producción y calidad en las Pymes*. Málaga: Vertice.
- Quesada Madriz, G. (02 de setiembre de 2005). *Los 8 Principios de la Calidad*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/los-8-principios-de-gestión-de-la-calidad/>
- Quiroga, E. (2008). *Diagnóstico para la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2000 al interior de la empresa Yumbo Itda*. Bogotá.

- Rodríguez Ardura, I. (2006). *Principios y estrategias de Marketing*. Barcelona: UOC.
- Roque Bonilla, J. A. (2016). *Estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la mype comercial "San Martín" – Chiclayo*. Tesis de licenciatura, Chiclayo.
- Rubio. (2011). *Caracterización del financiamiento y la gestión de calidad en las mype del sector comercio - rubro venta de productos agropecuarios, equipos e insumos del distrito de Chimbote, año 2011*. Chimbote.
- Sarabia Meza, K. M. (2016). *Sistema de Gestión de Servicios en la Panificadora SAN*. Quevedo - Chile: Universidad Regional Autónoma de los Andes.
- Sarmiento, J. (2015). *Marketing de relaciones: aproximación a las relaciones virtuales*. Madrid: Dykinson.
- Sevilla Siglo XXI, S. (2009). *Cuaderno para emprendedores y empresarios: Gestión de Calidad*. Córdoba: El Cid Editor.
- Sotomayor Valdivia, O. E. (2013). *Marketing para Mypes Emprendedoras*. Lima: Ediciones Gráfica del Sur EIRL.
- Suárez Iñiguez, E. (2005). *¿Es realmente necesaria la hipótesis al inicio de la investigación?* México: Estudios Políticos. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/ep/n5/0185-1616-ep-05-43.pdf>
- Tschohl, J. (2008). *El arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia "servicio al cliente"*. tesis de licenciatura, EE.UU.
- Udaondo Duran, M. (1991). *Gestión de Calidad*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos S.A.
- Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Código de ética para la investigación. , Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH Católica, de fecha 16 de agosto del 2019 § (2019).
- Vía de la Cruz, C. E. (2017). *Importación de juguetes y productos para niños*. Tesis de licenciatura, Lima. Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3032/1/via_cc_e.pdf

Villanueva Roldán, P. M. (2012). *Sistemas de gestión de la calidad*. tesis de licenciatura, Escuela Técnica Superior De Ingenieros Técnicos, Pamplona.

Villanueva Salinas, C. T. (2016). *Gestión de Calidad bajo el enfoque de la cultura de colaboradores y su clima laboral en mypes del sector comercio, rubro materiales de construcción, en el Distrito de Chimbote, año 2016*. Chimbote.

Anexo 2. Presupuesto de la investigación

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.30	200	60.00
• Fotocopias	0.20	200	40.00
• Empastado	30	2	60.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	10.00	5	50.00
• Lapiceros	2.00	5	10.00
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			320.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar Información	4.00	50	200.00
Sub total			200.00
Total de presupuesto desembolsable			520.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Equipo de enuestadores	45.00	5	225.00
Sub total			477.00
Total de presupuesto no desembolsable			877.00
Total (S/.)			1397.00

Anexo 3. Fórmula de la muestra

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

Dónde:

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

p= Probabilidad de concurrencia: (0.50)

q= Probabilidad de no concurrencia: (0.50)

e= Error permitido (10%)

n= Tamaño de la muestra a ser estudiada

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{(1.645)^2 (0.5) (0.5)}{(0.10)^2}$$

$$n = \frac{0.67650625}{0.01}$$

$$n = 67.650625$$

$$n = 68 \text{ clientes}$$

Anexo 4. Consentimiento informado

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE (ULADECH
CATÓLICA)

Instituto de Investigación (IIU)

La gestión de calidad y la atención al cliente en la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019 y plan de mejora.

Investigador principal: Jennifer Jasmyn Villaseca Gómez (Universidad Católica los Ángeles de Chimbote)

Mgtr. Carlos David Ramos Rosas (Universidad Católica los Ángeles de Chimbote) Fecha de Versión: 09 de setiembre, 2018 (Versión 1.0)

Detalles e indicaciones:
Estimado estudiante,

Estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Caracterizar la Gestión de Calidad y la atención al cliente en la Juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019 y plan de mejora. 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 solo debe llenar los cuadros vacíos y marcar la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación.

INVERSIONES BUENAVENTURA PEÑA E.I.R.L.

Jean Paul Buenaventura Peña Espinoza
GERENTE GENERAL
46232209

Consentimiento Informado

Propósito del proyecto de investigación

El propósito de este estudio es caracterizar la gestión de calidad y la atención al cliente en la Juguetería el Mundo del Juguete del Distrito de Sullana, año 2019 y plan de mejora.

¿Por qué le pedimos participar?

Estamos solicitando su participación como voluntario en un estudio de investigación que tiene gran importancia por cuanto llenara el vacío de conocimiento debido a que no existe reporte de las características de la gestión de la calidad y la atención al cliente en la Juguetería el Mundo del Juguete del Distrito de Sullana.

Procedimientos

Si Ud. accede participar, le pediremos que complete un cuestionario estructurado de gestión de calidad y la 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.

Beneficios

El estudio no presenta ningún beneficio para usted, pero podría beneficiar a la ciencia ya que reportará un panorama de la Gestión de Calidad, la atención al cliente y un plan de Mejora en la Juguetería el Mundo del Juguete del Distrito de Sullana, año 2019.

Pago por participación

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Nosotros no pagamos por su participación. Protegiendo la confidencialidad de los datos Toda la información recogida en este estudio será manejada con rigurosa confidencialidad. Aunque se colectará su nombre y de la MYPE para propósitos del estudio, no los usaremos rutinariamente. Y toda la información recolectada será

guardada en bases de datos protegidas con contraseñas. Usted no será identificable ya que solo números serán usados en vez de nombres en las bases de datos.

Compartiendo su información con otros

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

¿A quién debo llamar si tengo dudas o problemas?

•Llame al investigador principal, Mgtr. Carlos David Ramos Rosas al teléfono 955943115 sobre cualquier pregunta, duda o queja que crea se relacione al estudio.

•Llame o contacte a la oficina del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica. Contacte al Comité Institucional de Ética si siente que no ha sido tratado justamente o si tiene alguna otra preocupación. La información del Comité Institucional de Ética es la siguiente:

Dra. Carmen Gorriti Siappo

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

E-mail: cgorritis@gmail.com

Declaración del participante

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

Doy permiso a los investigadores para:

• Usar la información colectada en este estudio

Si – No

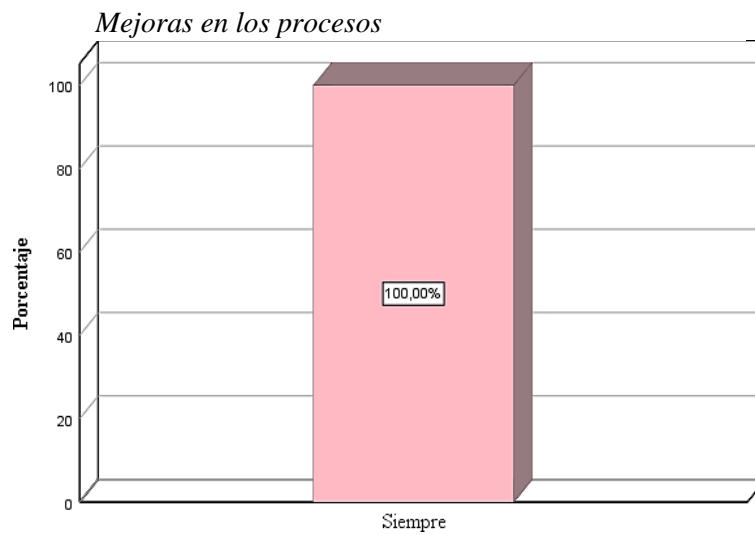
INVERSIONES BUENAVENTURA PEÑA E.I.R.L.
RUC 20103

Jean Paul Buenaventura Peña Espinoza
GERENTE GENERAL
46232109

Anexo 5. Figuras

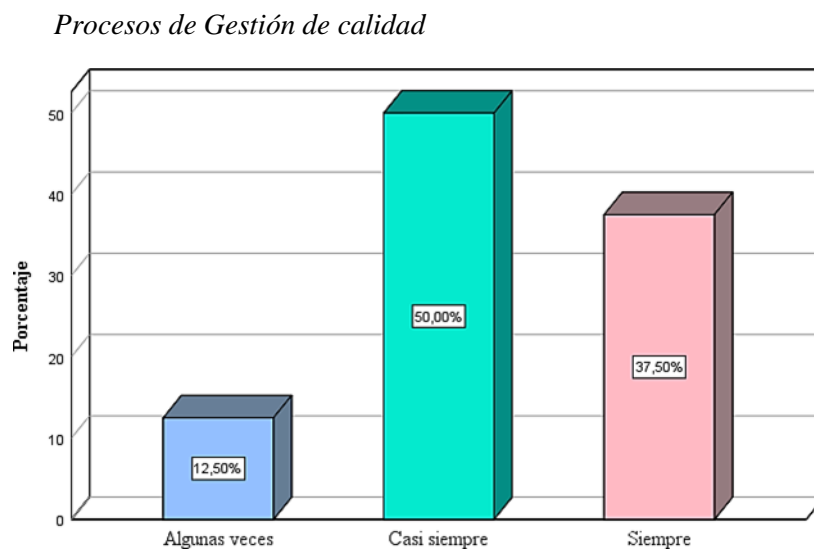
Gestión de calidad

Figura 1



Nota. Tabla 1

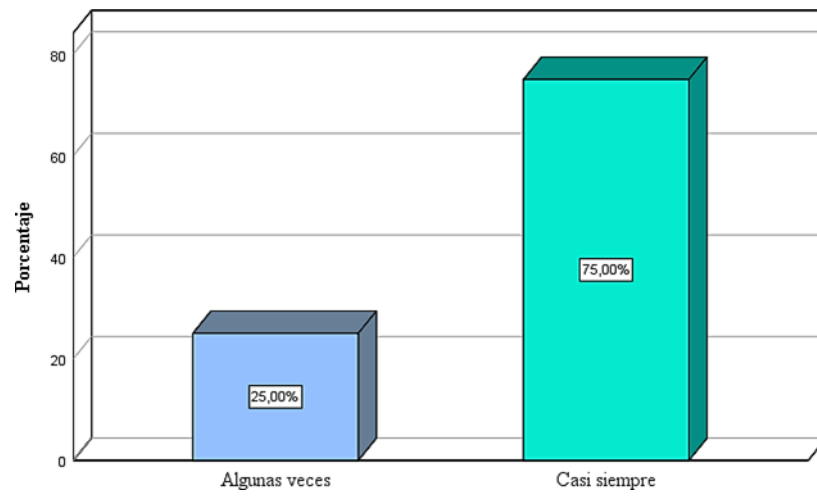
Figura 2



Nota. Tabla 1

Figura 3

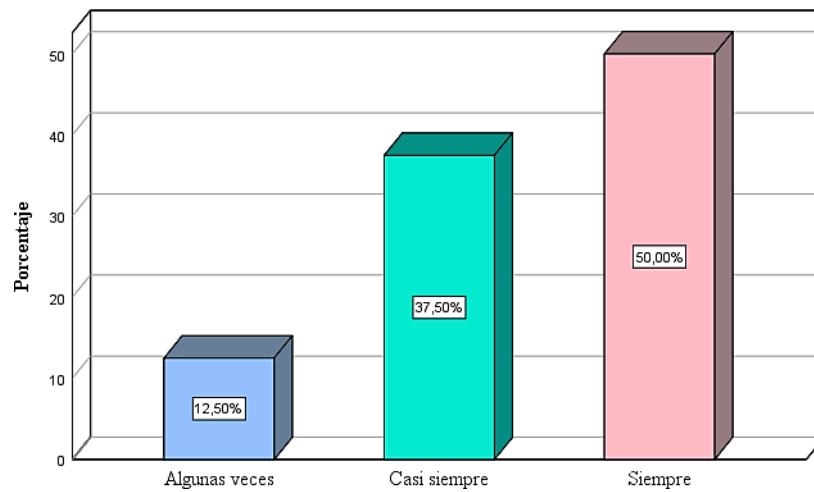
La organización es flexible y tiene ventajas competitivas



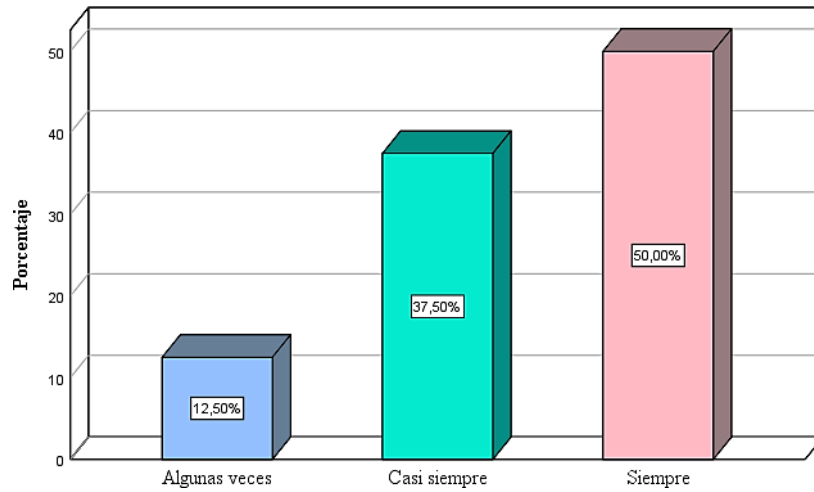
Nota. Tabla 1

Figura 4

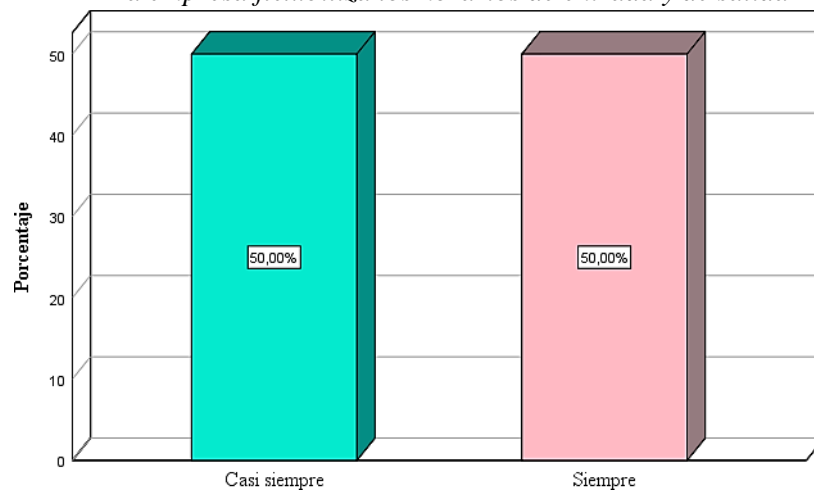
Relaciones entre jefe y trabajador dentro de la organización



Nota. Tabla 1

Figura 5*Mayor flexibilidad en la empresa*

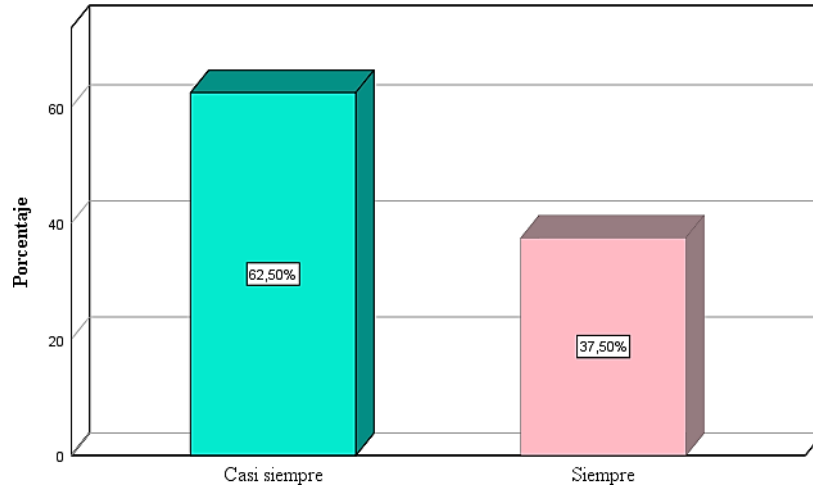
Nota. Tabla 1

Figura 6*La empresa flexibiliza los horarios de entrada y de salida*

Nota. Tabla 1

Figura 7

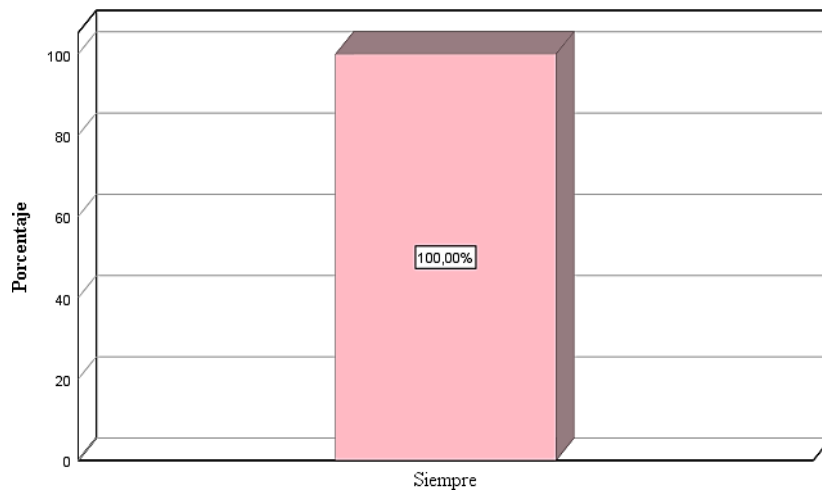
Ponen en práctica la motivación y el trabajo en equipo en la juguetería



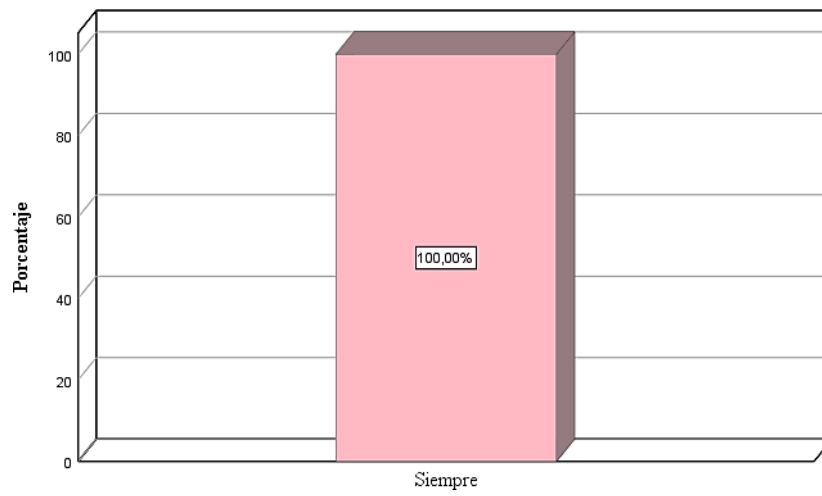
Nota. Tabla 1

Figura 8

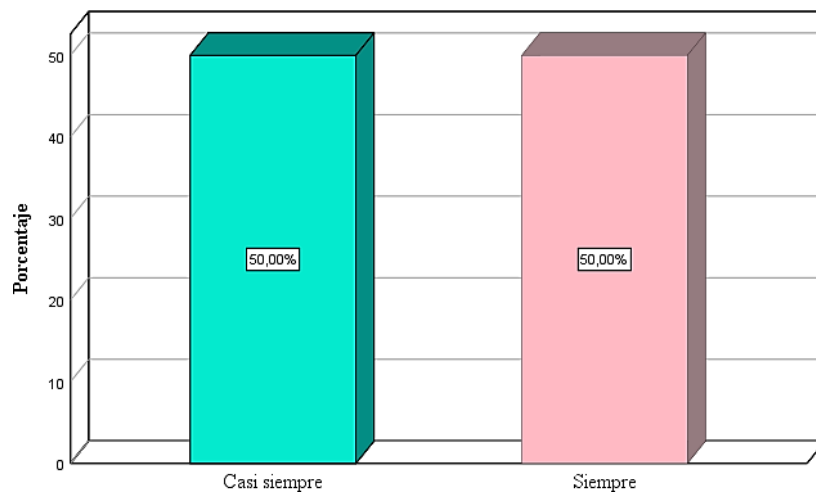
El reconocimiento es importante para tu motivación



Nota. Tabla 1

Figura 9*Buena relación con sus clientes*

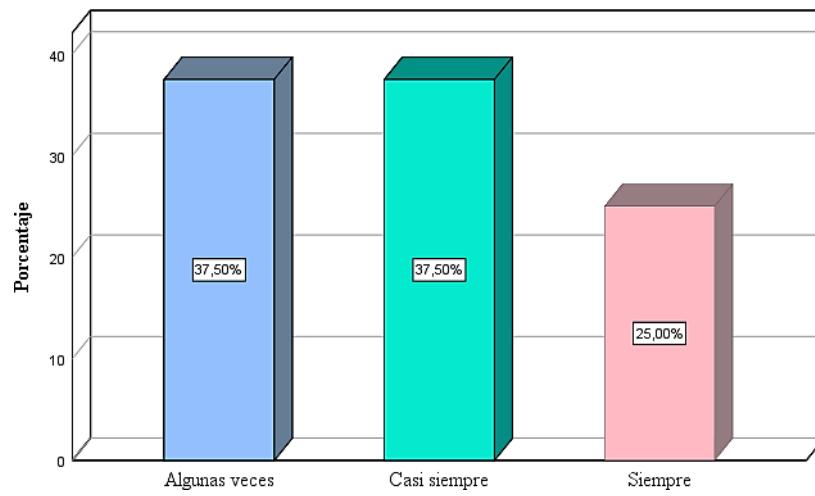
Nota. Tabla 2

Figura 10*Importancia de satisfacer los requisitos del cliente*

Nota. Tabla 2

Figura 11

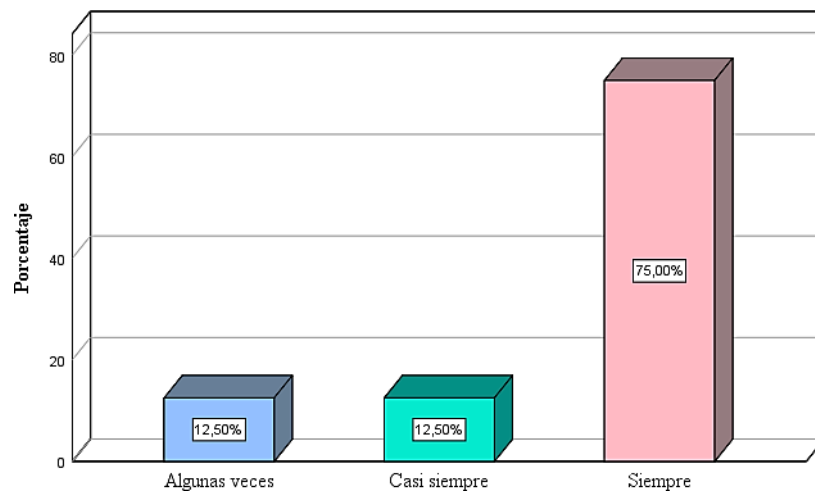
Ser un líder es muy complicado y difícil



Nota. Tabla 2

Figura 12

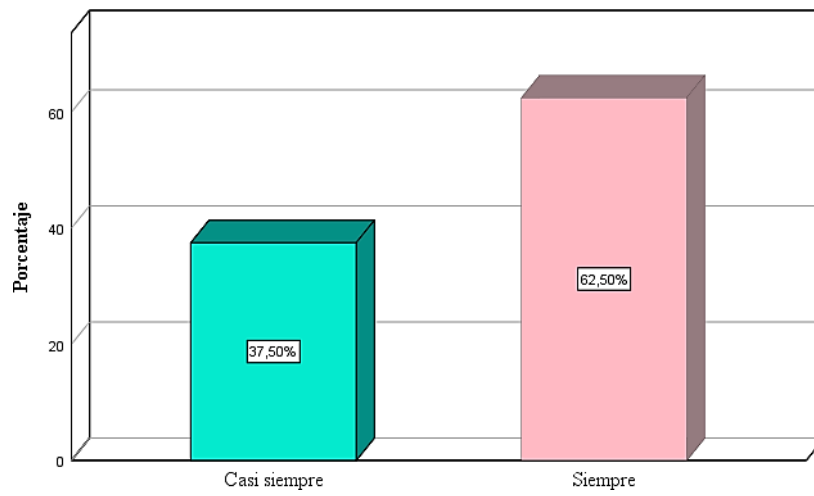
El personal es la esencia misma de la organización



Nota. Tabla 2

Figura 13

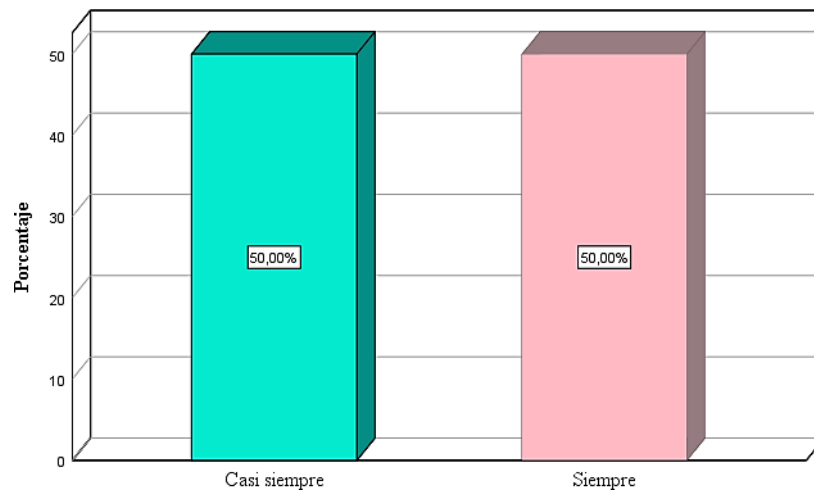
El compromiso por parte del personal



Nota. Tabla 2

Figura 14

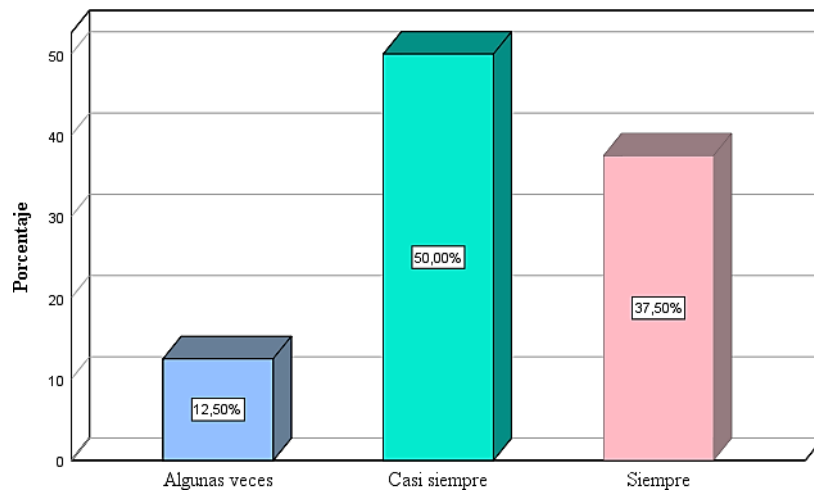
La buena relación en la empresa para lograr el éxito



Nota. Tabla 2

Figura 15

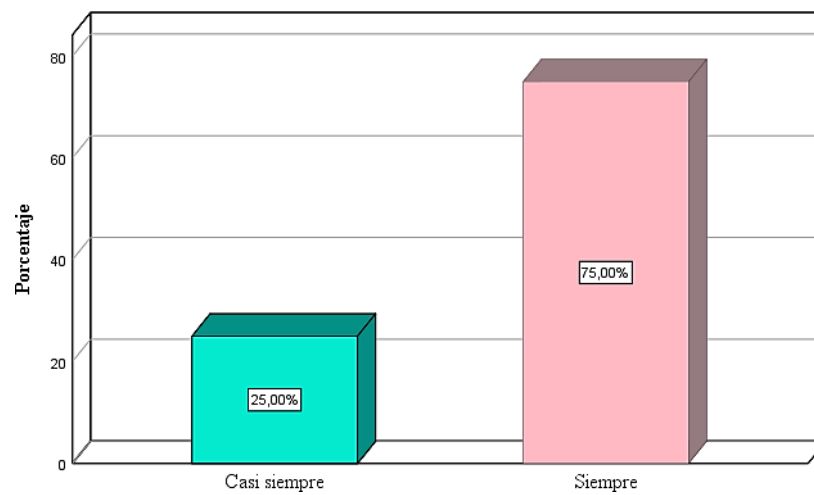
La empresa tiene y aplica un plan de gestión medioambiental



Nota. Tabla 2

Figura 16

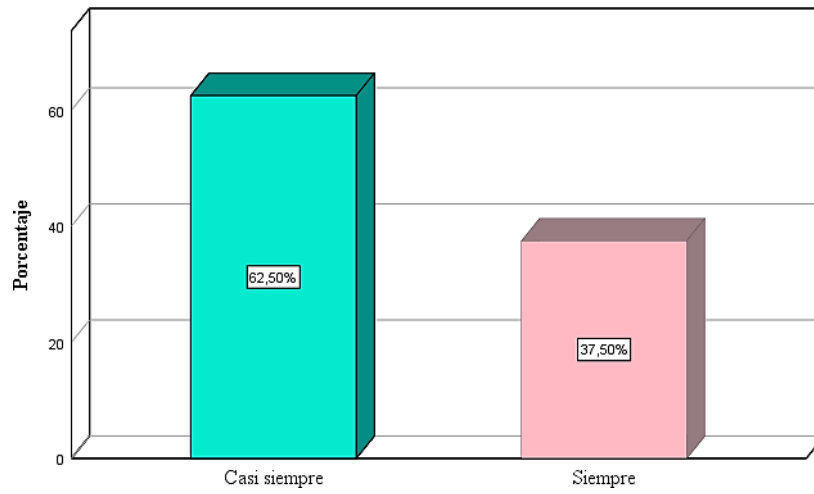
La mejora constante del producto es importante para la



Nota. Tabla 2

Figura 17

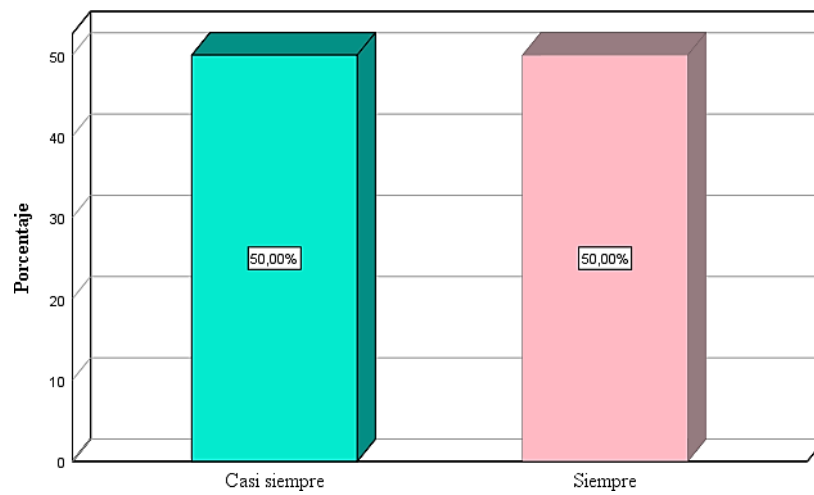
Las decisiones en un SGC se toman con datos exactos



Nota. Tabla 2

Figura 18

La empresa trabaja con proveedores externos

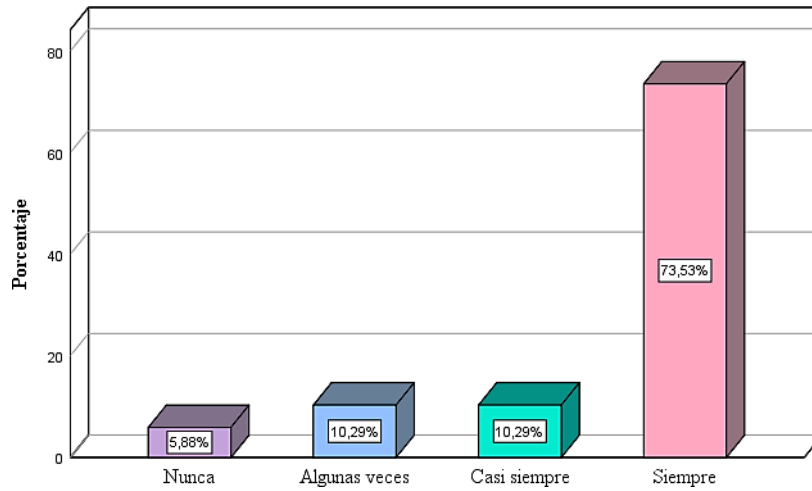


Nota. Tabla 2

Atención al Cliente

Figura 19

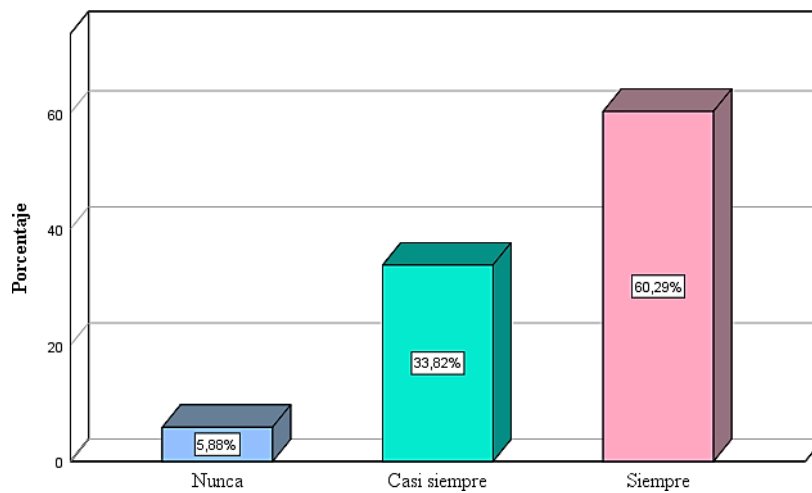
La empresa valora y recompensa su lealtad



Nota. Tabla 3

Figura 20

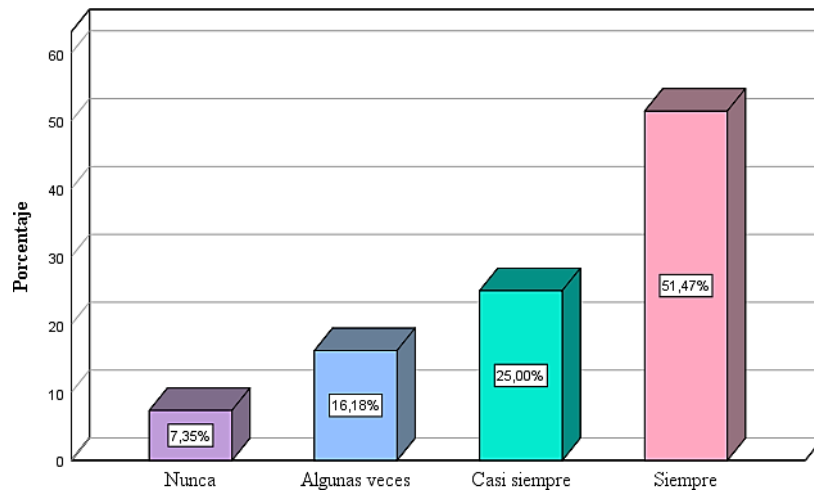
Servicio de excelente calidad lo que origina su lealtad



Nota. Tabla 3

Figura 21

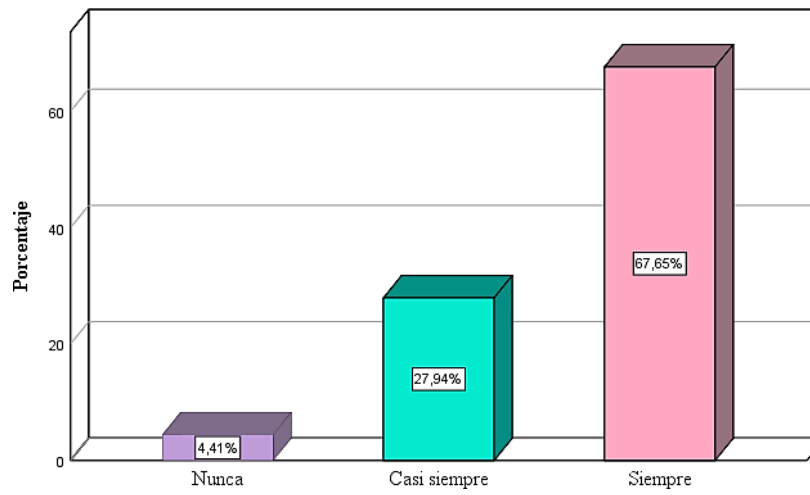
El producto que le vende la juguetería es accesible



Nota. Tabla 3

Figura 22

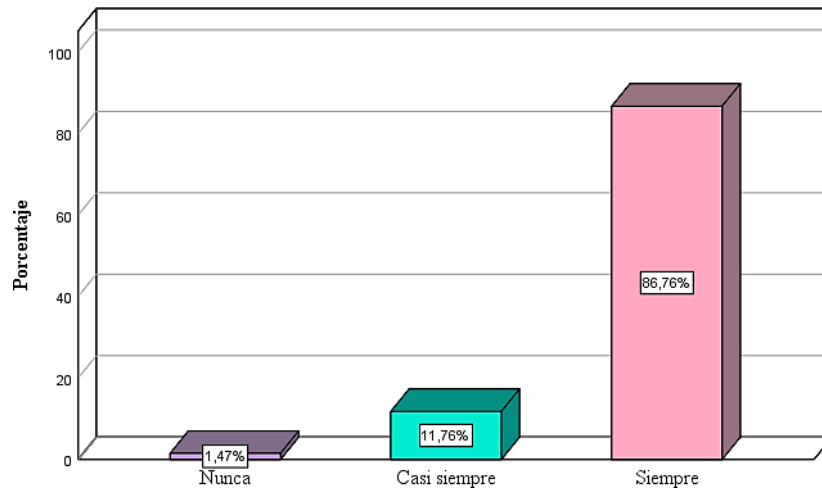
Fechas especiales donde incrementan las ventas



Nota. Tabla 3

Figura 23

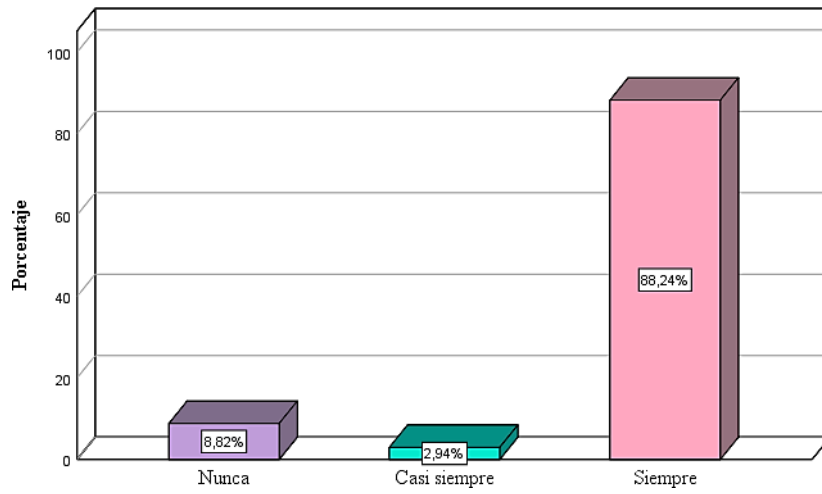
La empresa se preocupa por su satisfacción



Nota. Tabla 3

Figura 24

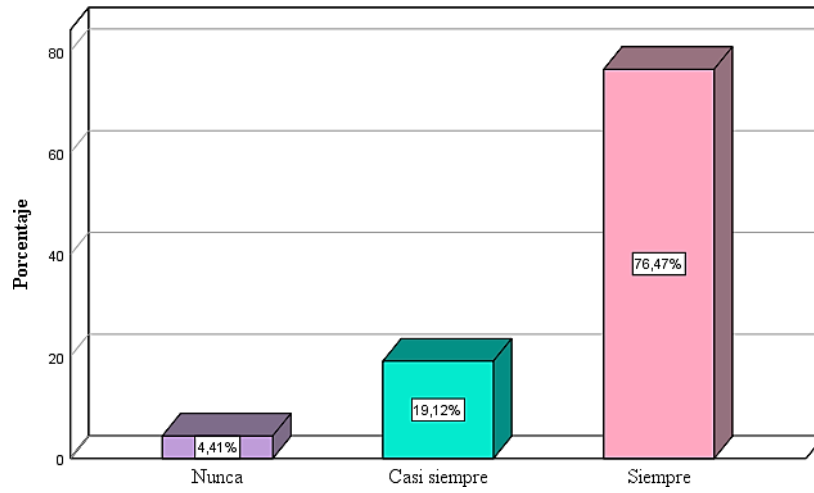
Resuelven satisfactoriamente sus consultas



Nota. Tabla 3

Figura 25

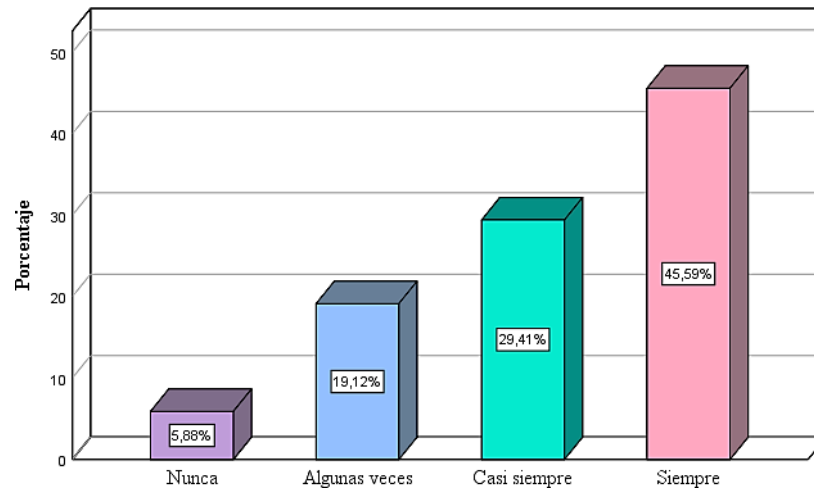
La empresa tiene buena comunicación con sus trabajadores



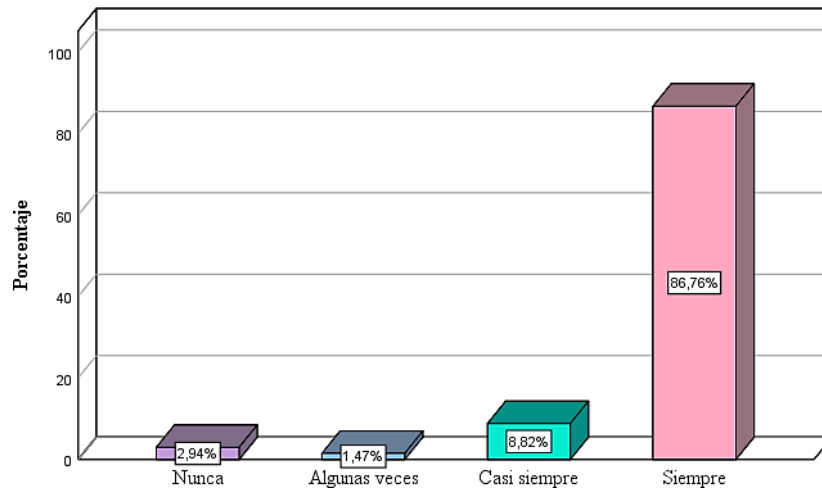
Nota. Tabla 3

Figura 26

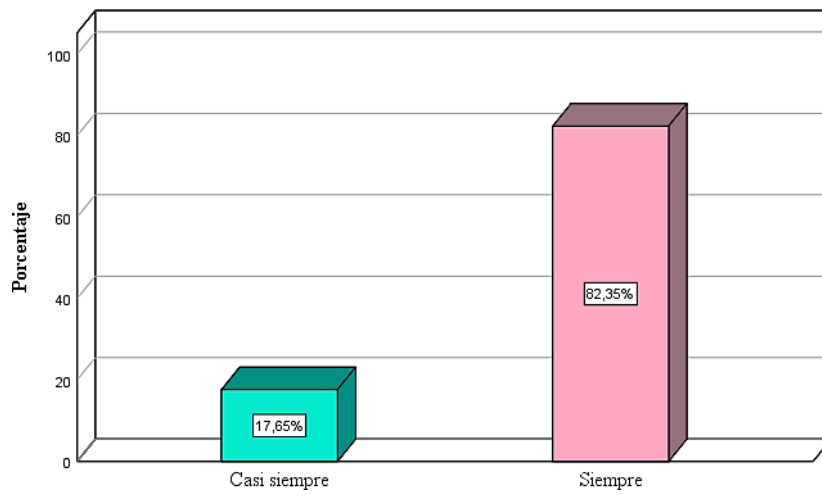
La empresa cuenta con medios de comunicación



Nota. Tabla 3

Figura 27*La calidad del personal forma parte de la imagen de la empresa*

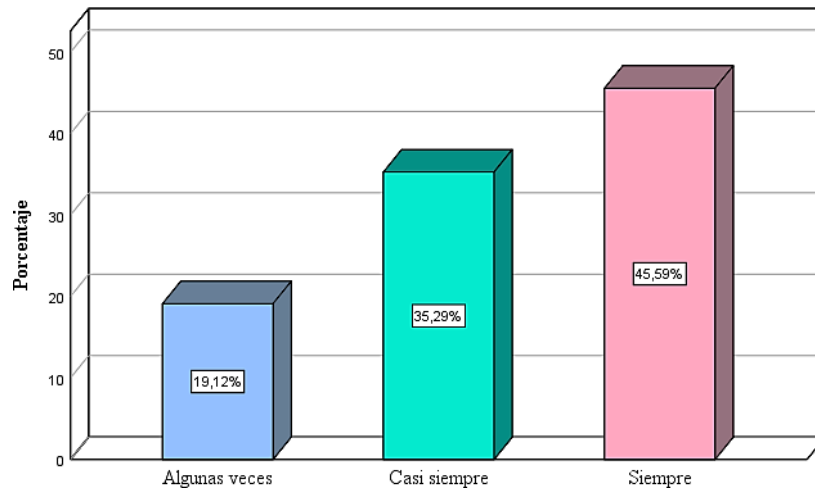
Nota. Tabla 3

Figura 28*La competencia puede afectar la imagen de la empresa*

Nota. Tabla 3

Figura 29

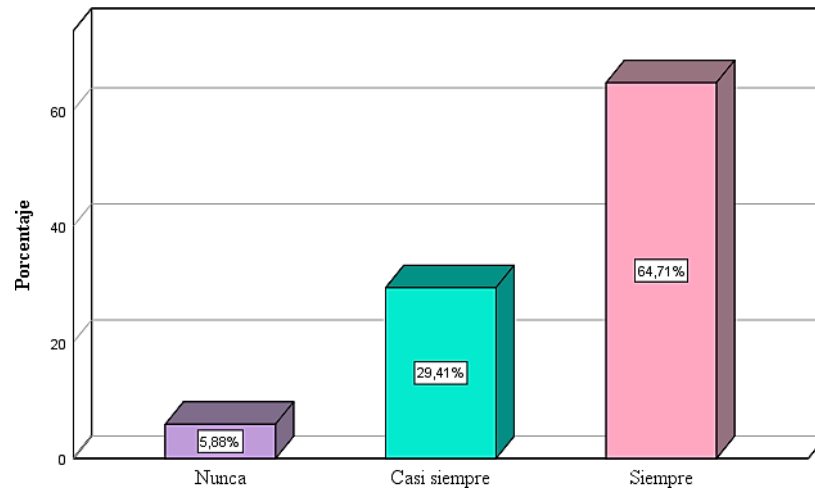
El personal que lo atiende es responsable asertivo y empático



Nota. Tabla 4

Figura 30

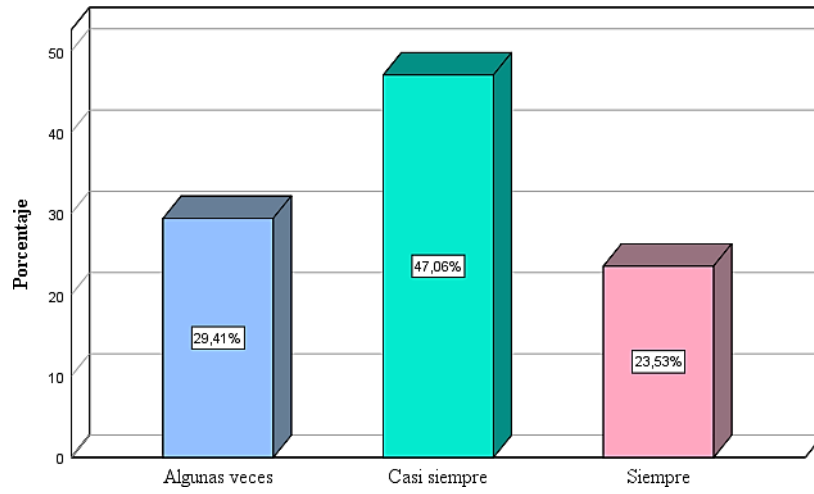
Es responsabilidad que el trabajador conozca acerca de sus



Nota. Tabla 4

Figura 31

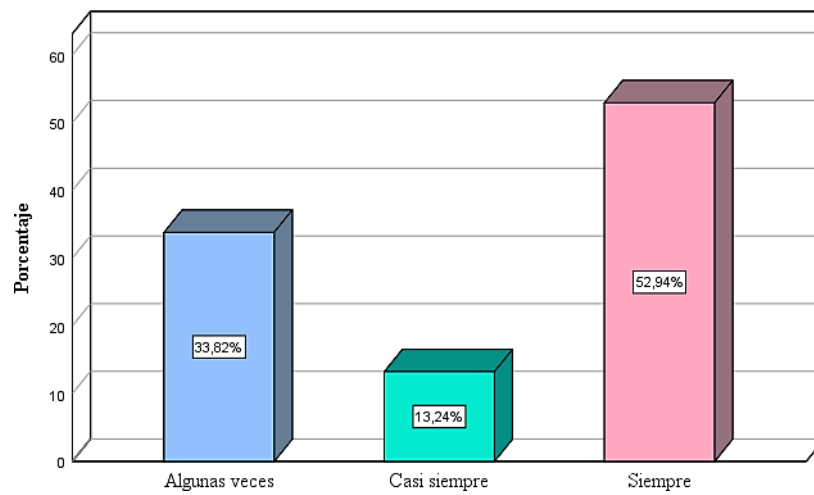
Prestan atención al escuchar tu argumento para adquirir un producto



Nota. Tabla 4

Figura 32

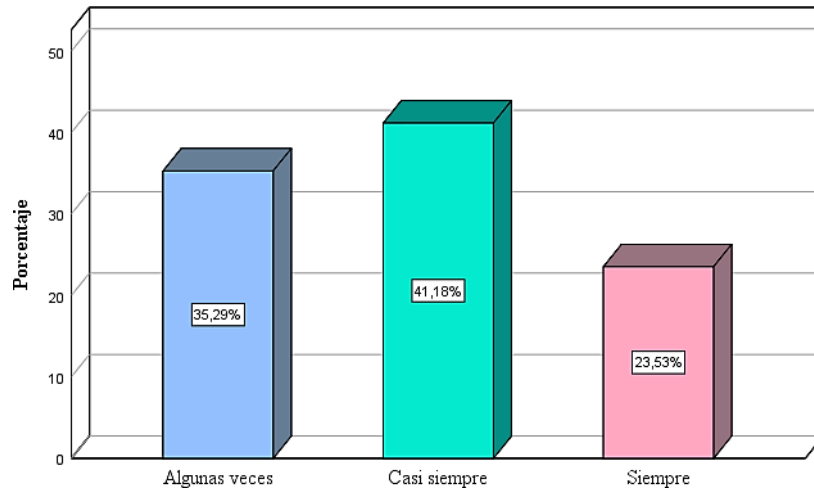
La empresa es comprensible cuando realiza algún reclamo



Nota. Tabla 4

Figura 33

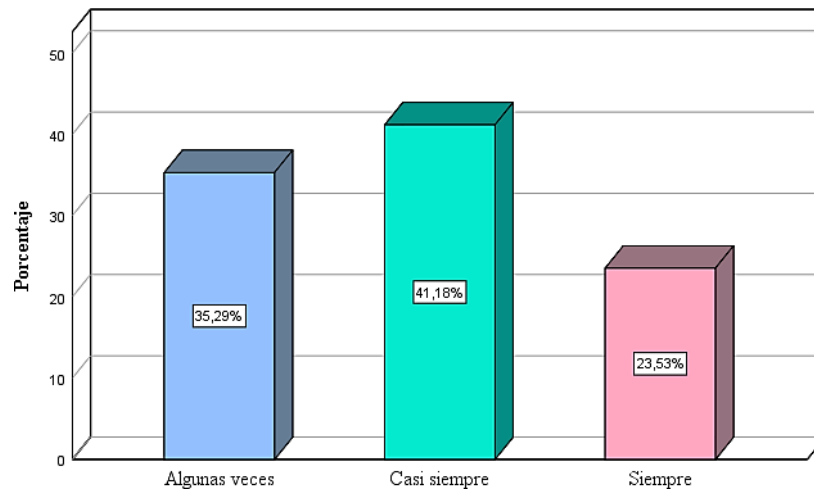
La empresa realiza con frecuencia ofertas



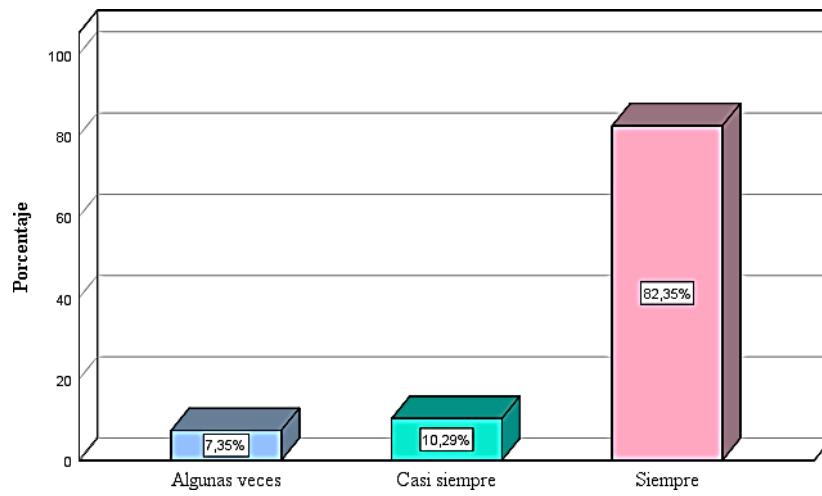
Nota. Tabla 4

Figura 34

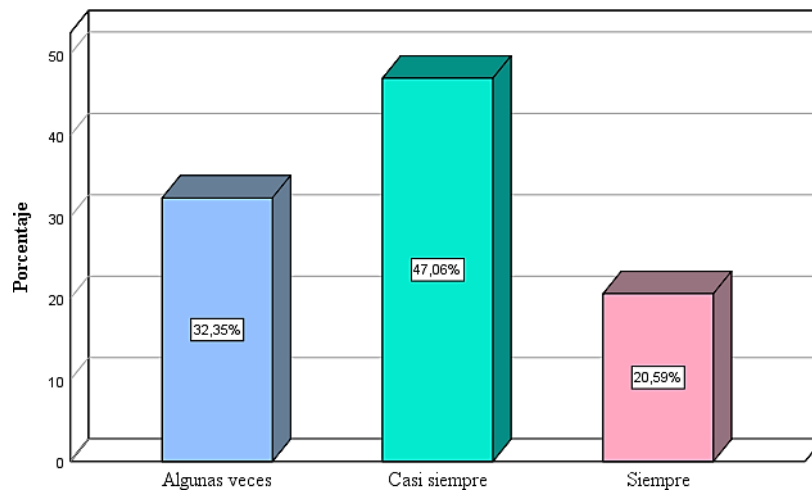
Valoras el costo de los productos que ofrece la Juguetería



Nota. Tabla 4

Figura 35*El trabajador debe ser un buen motivador*

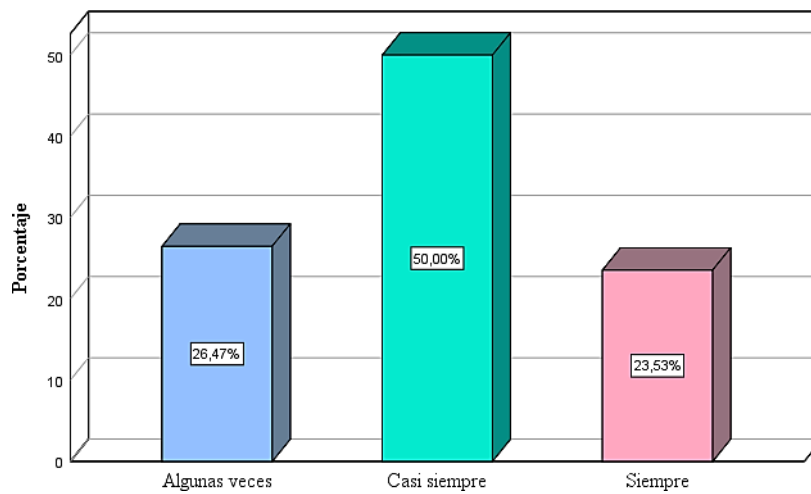
Nota. Tabla 4

Figura 36*La buena atención es importante para tus próximas*

Nota. Tabla 4

Figura 37

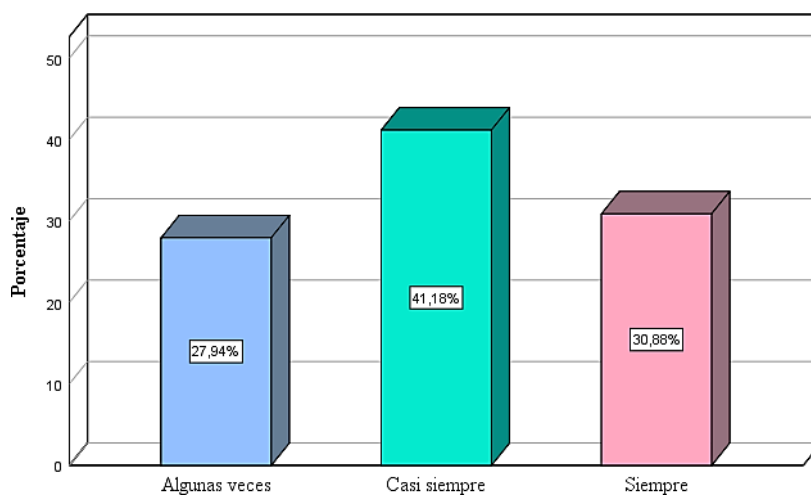
Tienes buena atención con el personal que te atiende



Nota. Tabla 4

Figura 38

El personal que te atiende se desarrolla de buena manera



Nota. Tabla 4

Anexo 6. Cuestionario

CUESTIONARIO DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La presente entrevista tiene como fin recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado: La gestión de calidad y la atención al cliente en la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2018 y plan de mejora.

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

Marque con una “X” según sea el caso:

GESTIÓN DE CALIDAD

1. ¿Se generan mejoras en los procesos según los requerimientos que pide el consumidor?
2. ¿Es importante que la empresa cuente con proceso de gestión de calidad total?
3. ¿La organización es flexible y tiene ventajas competitivas con rapidez de respuesta?
4. ¿Son positivas las relaciones entre jefe y trabajador dentro de la organización?
5. ¿Si hay mayor flexibilidad en la empresa disminuye el absentismo laboral?
6. ¿La empresa flexibiliza los horarios de entrada y de salida del trabajo?
7. ¿Ponen en práctica la motivación y el trabajo en equipo en la juguetería?
8. ¿Consideras que el reconocimiento es importante para tu motivación?
9. ¿Considera que tiene una buena relación con sus clientes?

10. ¿Le informan la importancia de satisfacer los requisitos del cliente?
11. ¿Piensas que ser un líder es muy complicado y difícil?
12. ¿Consideras que el personal es la esencia misma de la organización?
13. ¿El compromiso por parte del personal ayuda a conseguir un buen SGC?
14. ¿Crees que es importante la buena relación dentro de la empresa para lograr el éxito?
15. ¿La empresa tiene y aplica un plan de gestión medioambiental?
16. ¿La mejora constante del producto es importante para el crecimiento de la empresa?
17. ¿Crees tú que las decisiones en un SGC se toman con datos exactos para así alcanzar un resultado positivo?
18. ¿En la actualidad, su empresa trabaja con proveedores externos?

ATENCIÓN AL CLIENTE

1. ¿En la empresa valoran y recompensan su lealtad?
2. ¿Le brindan un servicio de excelente calidad lo que origina su lealtad?
3. ¿El producto que le vende la juguetería es accesible para usted?
4. ¿Desde su perspectiva cree que hay fechas especiales donde incrementan más las ventas?
5. ¿Considera que la empresa se preocupa por su satisfacción?
6. ¿Se resuelven satisfactoriamente sus consultas acerca de los productos ofrecidos?
7. ¿Piensa usted que la empresa tiene buena comunicación con sus trabajadores?
8. ¿Crees tú que la empresa cuenta con medios de comunicación para promocionar su empresa?
9. ¿Consideras que la calidad del personal forma parte de la imagen de la empresa?
10. ¿Crees que la competencia puede afectar de una u otra manera la imagen de la empresa?
11. ¿El personal que lo atiende es responsable asertivo y empático?
12. ¿Cree que es de gran responsabilidad que el trabajador conozca acerca de sus derechos?
13. ¿Consideras que te prestan la atención suficiente al escuchar tu justificación y argumento al querer adquirir un producto?
14. ¿La empresa es comprensible cuando realiza algún reclamo?

15. ¿La empresa realiza con frecuencia ofertas con productos que satisfacen su necesidad?
16. ¿Valoras el costo de los productos de necesidad que ofrece la Juguetería?
17. ¿El trabajador debe ser un buen motivador para ayudarlo a satisfacer su necesidad?
18. ¿Crees que la buena atención es importante para el desarrollo de tus próximas compras?
19. ¿Tienes buena relación con el personal que te atiende?
20. ¿El personal que te atiende se desarrolla de buena manera frente a tus actitudes cambiantes?

Anexo 7. Juicio de expertos

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Wilmer Fermín Castillo Márquez, con cédula de colegiatura 1846, con profesión Lic. Ciencias Administrativas, 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:

“La gestión de calidad y la atención al cliente en la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019 y propuesta de mejora”, presentado por la estudiante universitaria Villaseca Gomez, Jennifer Jasmyn 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:



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
REG. SUP. DE COLG. N° 1946

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	a) Determinar las ventajas de la gestión de calidad de la micro empresa el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019								
1	¿Se generan mejoras en los procesos según los requerimientos que pide el consumidor?	X			X		X		X
2	¿Es importante que la empresa cuente con proceso de gestión de calidad total?	X			X		X		X
3	¿Los productos que ofreces son conformes para incrementar la rentabilidad?	X			X		X		X
4	¿La organización es flexible y tiene ventajas competitivas con rapidez de respuesta?	X			X		X		X
5	¿Son positivas las relaciones entre jefe y trabajador dentro de la organización?	X			X		X		X
6	¿La rentabilidad también crece por la fiabilidad que la empresa produce?	X			X		X		X
7	¿Si hay mayor flexibilidad en la empresa disminuye el absentismo laboral?	X			X		X		X
8	¿La empresa flexibiliza los horarios de entrada y de salida del trabajo?	X			X		X		X
9	¿Ponen en práctica la motivación y el trabajo en equipo en la juguetería?	X			X		X		X

10	¿Consideras que el reconocimiento es importante para tu motivación?	X			X		X		X
2º OE	b) Describir los principios de la gestión de calidad de la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019								
11	¿Considera que tiene una buena relación con sus clientes?	X			X		X		X
12	¿Le informan la importancia de satisfacer los requisitos del cliente?	X			X		X		X
13	¿Piensas que ser un líder es muy complicado y difícil?	X			X		X		X
14	¿Consideras que el personal es la esencia misma de la organización?	X			X		X		X
15	¿El compromiso por parte del personal ayuda a conseguir un buen SGC?	X			X		X		X
16	¿La buena relación dentro de la empresa para lograr el éxito?	X			X		X		X
17	¿La empresa tiene y aplica un plan de gestión medioambiental?	X			X		X		X
18	¿La mejora constante del producto es importante para el crecimiento de la empresa?	X			X		X		X
19	¿Las decisiones en un SGC se toman con datos exactos para así alcanzar un resultado positivo?	X			X		X		X
20	¿La empresa trabaja con proveedores externos?	X			X		X		X

W. Castro

 UG. DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CAJAMARCA
 REG. UNIC. DE COLAB. N° 1346

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
3º OE	c) Detallar el impacto de la atención al cliente de la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019								
21	¿La empresa valora y recompensa su lealtad?	X			X		X		X
22	¿Le brindan un servicio de excelente calidad lo que origina su lealtad?	X			X		X		X
23	¿El producto que le vende la juguetería es accesible para usted como consumidor?	X			X		X		X
24	¿Existen fechas especiales donde se incrementa más las ventas?	X			X		X		X
25	¿La empresa se preocupa por su satisfacción?	X			X		X		X
26	¿Resuelven satisfactoriamente sus consultas acerca de los productos ofrecidos?	X			X		X		X
27	¿La empresa tiene buena comunicación con sus trabajadores?	X			X		X		X

28	¿La empresa cuenta con medios de comunicación para promocionar su Empresa?	X			X	X	X
29	¿La calidad del personal forma parte de la imagen de la empresa?	X			X	X	X
30	¿La competencia puede afectar de una u otra manera la imagen de la empresa?	X			X	X	X
4° OE	d) Describir las técnicas de atención al cliente de la Juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019						
31	¿El personal que lo atiende es responsable asertivo y empático?	X			X	X	X
32	¿Es de gran responsabilidad que el trabajador conozca acerca de sus derechos?	X			X	X	X
33	¿Te prestan la atención suficiente al escuchar tu justificación y argumento al querer adquirir un producto?	X			X	X	X
34	¿La empresa es comprensible cuando realiza algún reclamo?	X			X	X	X
35	¿La empresa realiza con frecuencia ofertas con productos que satisfacen su necesidad?	X			X	X	X
36	¿Valoras el costo de los productos de necesidad que ofrece la Juguetería?	X			X	X	X



 INSTITUCIÓN EDUCATIVA "EL MUNDO DEL JUGUETE"
 2019, ABRE. DE OJEEB. Nº 1043

37	¿El trabajador debe ser un buen motivador para ayudarlo a satisfacer su necesidad?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
38	¿La buena atención es importante para el desarrollo de tus próximas compras?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
39	¿Buena relación con el personal que te atiende?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
40	¿El personal que te atiende se desarrolla de buena manera frente a tus actitudes cambiantes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>



 Dr. CC. Ana María Ferrer-Dagoberto
 REG. EDUC. DE COLOM. N° 1049

FIRMA DEL EVALUADOR

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS


Yo, Raquel Silva Juárez, con cédula de colegiatura 01899, con profesión Licenciada en Ciencias Administrativas con Maestría en Gerencia Empresarial 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:

“La gestión de calidad y la atención al cliente en la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019 y propuesta de mejora”, presentado por la estudiante universitaria Villaseca Gomez, Jennifer Jasmyn 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:

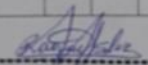


Mg. Raquel Silva Juárez
LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD-01899

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	a) Determinar las ventajas de la gestión de calidad de la micro empresa el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019									
1	¿Se generan mejoras en los procesos según los requerimientos que pide el consumidor?	X			X		X		X	
2	¿Es importante que la empresa cuente con proceso de gestión de calidad total?	X			X		X		X	
3	¿Los productos que ofrece son conformes para incrementar la rentabilidad?	X			X		X		X	
4	¿La organización es flexible y tiene ventajas competitivas con rapidez de respuesta?	X			X		X		X	
5	¿Son positivas las relaciones entre jefe y trabajador dentro de la organización?	X			X		X		X	
6	¿La rentabilidad también crece por la fiabilidad que la empresa produce?	X			X		X		X	
7	¿Si hay mayor flexibilidad en la empresa disminuye el absentismo laboral?	X			X		X		X	
8	¿La empresa flexibiliza los horarios de entrada y de salida del trabajo?	X			X		X		X	
9	¿Ponen en práctica la motivación y el trabajo en equipo en la juguetería?	X			X		X		X	


 Mg Raquel Silva Juárez
 LICENCIADA ADMINISTRATIVA
 CLAD-01899

10	¿Consideras que el reconocimiento es importante para tu motivación?	X			X		X		X
2° OE	b) Describir los principios de la gestión de calidad de la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019								
11	¿Considera que tiene una buena relación con sus clientes?	X			X		X		X
12	¿Le informan la importancia de satisfacer los requisitos del cliente?	X			X		X		X
13	¿Piensas que ser un líder es muy complicado y difícil?	X			X		X		X
14	¿Consideras que el personal es la esencia misma de la organización?	X			X		X		X
15	¿El compromiso por parte del personal ayuda a conseguir un buen SGC?	X			X		X		X
16	¿La buena relación dentro de la empresa para lograr el éxito?	X			X		X		X
17	¿La empresa tiene y aplica un plan de gestión medioambiental?	X			X		X		X
18	¿La mejora constante del producto es importante para el crecimiento de la empresa?	X			X		X		X
19	¿Las decisiones en un SGC se toman con datos exactos para así alcanzar un resultado positivo?	X			X		X		X
20	¿La empresa trabaja con proveedores externos?	X			X		X		X


 Mg. Raquel Silva Juárez
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01899

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 PROCESO DE ORGANIZACIÓN								
3º OE	c) Detallar el impacto de la atención al cliente de la juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019								
21	¿La empresa valora y recompensa su lealtad?	X			X		X		X
22	¿Le brindan un servicio de excelente calidad lo que origina su lealtad?	X			X		X		X
23	¿El producto que le vende la juguetería es accesible para usted como consumidor?	X			X		X		X
24	¿Existen fechas especiales donde se incrementa más las ventas?	X			X		X		X
25	¿La empresa se preocupa por su satisfacción?	X			X		X		X
26	¿Resuelven satisfactoriamente sus consultas acerca de los productos ofrecidos?	X			X		X		X
27	¿La empresa tiene buena comunicación con sus trabajadores?	X			X		X		X


 Mg. Raquel Silva Juárez
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01899

28	¿La empresa cuenta con medios de comunicación para promocionar su Empresa?	X			X		X		X
29	¿La calidad del personal forma parte de la imagen de la empresa?	X			X		X		X
30	¿La competencia puede afectar de una u otra manera la imagen de la empresa?	X			X		X		X
4° OE	d) Describir las técnicas de atención al cliente de la Juguetería el Mundo del Juguete del distrito de Sullana, año 2019								
31	¿El personal que lo atiende es responsable asertivo y empático?	X			X		X		X
32	¿Es de gran responsabilidad que el trabajador conozca acerca de sus derechos?	X			X		X		X
33	¿Te prestan la atención suficiente al escuchar tu justificación y argumento al querer adquirir un producto?	X			X		X		X
34	¿La empresa es comprensible cuando realiza algún reclamo?	X			X		X		X
35	¿La empresa realiza con frecuencia ofertas con productos que satisfacen su necesidad?	X			X		X		X
36	¿Valoras el costo de los productos de necesidad que ofrece la Juguetería?	X			X		X		X


 Mg. Raquel Silva Juárez
 LC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01899

37	¿El trabajador debe ser un buen motivador para ayudarlo a satisfacer su necesidad?	X			X		X		X
38	¿La buena atención es importante para el desarrollo de tus próximas compras?	X			X		X		X
39	¿Buena relación con el personal que te atiende?	X			X		X		X
40	¿El personal que te atiende se desarrolla de buena manera frente a tus actitudes cambiantes?	X			X		X		X



Mg. Raquel Silva Juárez
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01899

 FIRMA DEL EVALUADOR

Anexo 8. Validación del instrumento

“ AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS DE INDEPENDENCIA ”

DOCENTE A CARGO: MG. DARWIN MACCOLL PRIMERO LLACSAGUACHE CALLE

ESPECIALIDAD: ESTADISTICO

COLEGIADO: COESPE N°675

Confiabilidad: La confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico SPSS versión 26. Dando el siguiente resultado:



MG. DARWIN MACCOLL PRIMERO LLACSAGUACHE CALLE
Estadístico
COESPE: 675

ANEXO N° 01

ESTADISTICOS DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA JUGUETERÍA EL MUNDO DEL JUGUETE DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2019 Y PLAN DE MEJORA

Estadísticos de los elementos

	Media	Desviación típica	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
P01	4.00	0.52	0.890
P02	3.00	0.46	0.880
P03	3.00	0.45	0.890
P04	3.00	0.52	0.856
P05	3.00	0.85	0.870
P06	3.00	0.63	0.890
P07	4.00	0.63	0.860
P08	3.00	0.64	0.860
P09	3.00	0.67	0.850
P10	3.00	0.72	0.880
P11	3.00	0.72	0.880
P12	3.00	0.82	0.880
P13	3.00	0.75	0.880
P14	3.00	0.28	0.870
P15	3.00	0.12	0.850
P16	3.00	0.39	0.880
P17	3.00	0.71	0.860
P18	3.00	0.26	0.880
P19	4.00	0.68	0.890
P20	3.00	0.50	0.850


 MSc. DANIELA MACCHI T. ALVARADO CALLE
 Estadístico
 COESPE: 675

ESTADÍSTICOS DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA JUGUETERÍA EL MUNDO DEL JUGUETE DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2019 Y PLAN DE MEJORA

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(\frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_X^2} \right)$$

Nº preguntas	Alfa de Cronbach
20	0.8723

Podemos determinar que el instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 87.23% de confiabilidad con respecto a las preguntas del cuestionario.


Estadístico
COESP: 675

“ AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS DE INDEPENDENCIA ”

DOCENTE A CARGO: MG. DARWIN MACCOLL PRIMERO LLACSAGUACHE CALLE

ESPECIALIDAD: ESTADISTICO

COLEGIADO: COESPE N°675

Confiabilidad: La confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico SPSS versión 26. Dando el siguiente resultado:



MG. DARWIN MACCOLL PRIMERO LLACSAGUACHE CALLE
Estadístico
COESPE: 675

ESTADISTICOS DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR LA ATENCION AL CLIENTE EN LA JUGUETERIA EL MUNDO DEL JUGUETE DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2019 Y PLAN DE MEJORA

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(\frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_X^2} \right)$$

Nº preguntas	Alfa de Cronbach
20	0.875

Podemos determinar que el instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 87.5% de confiabilidad con respecto a las preguntas del cuestionario.


INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA
 Estadístico
 COESPE: 675

