



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA
ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE DEL SECTOR
COMERCIO RUBRO ABARROTES DEL DISTRITO DE
BELLAVISTA – SULLANA, 2019**

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

AUTORA

ROBLES QUISPE, JHELEN GISELA

ORCID: 0000-0002-5472-8748

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Robles Quispe, Jhelen Gisela

ORCID: 0000-0002-5472-8748

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

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

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

JURADO

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios por la vida, y permitirme estar bien de salud para continuar con cada uno de mis proyectos. A mis padres, por cada uno de sus sacrificios y sus buenas enseñanzas que son la base de mi desarrollo personal. Al docente de la asignatura Taller de Investigación, por compartir sus conocimientos y ser guía en la elaboración del presente trabajo de investigación.

JHELEN G. ROBLES QUISPE.

DEDICATORIA

A mis padres por cada uno de sus consejos y por su confianza que me permiten estar segura en cada una de las etapas de mi vida. A toda mi familia, amistades, y personas que de alguna manera en todo momento me están apoyando y demostrando gestos de sincera compañía.

JHELEN G. ROBLES QUISPE.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019. Para su desarrollo se utilizó la metodología de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal. La población y muestra estuvo constituida por 42 MYPES del rubro abarrotes del distrito de Bellavista, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado por 27 preguntas. Los principales resultados obtenidos fueron: los representantes en un 59.52% tienen entre 31 a 50 años, el 92.86% es dueño del negocio, y el 57.14% desempeña actividades desde hace 4 a 6 años. Respecto a la gestión de calidad el 100% tiene como prioridad al cliente, el 50% responde que el personal es poco participativo, y el 73.81% lleva a cabo un control en la calidad de los productos. En cuanto a la atención al cliente: el 69.05% responde que se ofrece información relevante, el 73.81% la atención es oportuna, el 83.33% el personal es flexible mientras atiende. Finalmente se concluye que, las MYPES están llevando a cabo una buena gestión de calidad y atención al cliente, sin embargo, necesitan mejorar con el fin de alcanzar la satisfacción plena del cliente.

Palabras clave: Atención al cliente. Comercio. Gestión de calidad. MYPES.

ABSTRACT

The present research had the general objective: To determine the characteristics of quality management and customer service in the MYPES of the grocery business sector of the Bellavista - Sullana district, 2019. For its development, the quantitative methodology was used, level descriptive, non-experimental design - cross-sectional. The population and sample consisted of 42 MYPES from the grocery sector of the Bellavista district, to whom a questionnaire structured by 27 questions was applied. The main results obtained were: 59.52% of the representatives are between 31 and 50 years old, 92.86% are business owners, and 57.14% have been working for 4 to 6 years. Regarding quality management, 100% have the customer as a priority, 50% respond that the staff is not very participatory, and 73.81% carry out a control on the quality of the products. Regarding customer service: 69.05% respond that relevant information is offered, 73.81% the service is timely, 83.33% the staff is flexible while attending. Finally, it is concluded that the MYPES are carrying out good quality management and customer service, however, they need to improve in order to achieve full customer satisfaction.

Keywords: Customer service. Trade. Quality management. MYPES.

CONTENIDO

TÍTULO	i
EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
HOJA DE AGRADECIMIENTO Y/O DEDICATORIA	iv
RESUMEN Y ABSTRACT.....	vi
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS, FIGURAS Y CUADROS	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISION DE LITERATURA.....	5
2.1. Antecedentes	5
2.2. Bases teóricas de la investigación	14
2.2.1. Teorías que fundamentan el estudio	14
2.2.2. Gestión de calidad.....	16
2.2.3. Atención al cliente	23
2.2.4. La Micro y pequeña empresa (MYPE)	27
2.3. Hipótesis.....	28
2.4. Variables	28
III. METODOLOGÍA	29
3.1. El tipo y el nivel de la investigación	29
3.2. Diseño de investigación	29
3.3. Población y muestra	30
3.4. Definición y operacionalización de variables	32
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	33
3.6. Plan de análisis	33
3.7. Matriz de consistencia.....	34
3.8. Principios éticos	35
IV. RESULTADOS	36
4.1. Resultados	36
4.2. Análisis de resultados.....	40
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	49

5.1. Conclusiones	49
5.2. Recomendaciones.....	52
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	53
ANEXOS	59
Anexo 01 Cronograma de actividades	59
Anexo 02: Presupuesto.....	60
Anexo 03: Cuadro de sondeo de las micro y pequeñas empresas.....	61
Anexo 04: Instrumento de recolección de datos	63
Anexo 05: Solicitud.....	67
Anexo 06: Consentimiento informado	68
Anexo 07: Hoja de tabulación.....	69
Anexo 08: Análisis de fiabilidad.....	73
Anexo 09: Validación de instrumento de recolección de datos	75
Anexo 10: Figuras	87
Anexo 11: Libro de códigos	101

ÍNDICE DE TABLAS, FIGURAS Y CUADROS

Índice de tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2020.....	36
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2020.....	37
Tabla 3. Características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2020.....	38
Tabla 4. Características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2020.....	39

Índice de figuras

Figura 1. Edad.....	87
Figura 2. Género	87
Figura 3. Grado de instrucción	88
Figura 4. Cargo que desempeño	88
Figura 5. Tiempo que desempeña el cargo	89
Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro	89
Figura 7. Número de trabajadores.....	90
Figura 8. Las personas que trabajan en la empresa son	90
Figura 9. Objetivo de creación.....	91
Figura 10. Enfoque al cliente.....	91
Figura 11. Liderazgo.....	92
Figura 12. Participación del personal	92
Figura 13. Enfoque basado en procesos.....	93
Figura 14. Mejora continua.....	93
Figura 15. Toma de decisiones basada en hechos	94
Figura 16. Relación con los proveedores.....	94
Figura 17. Control de la calidad.....	95
Figura 18. Aseguramiento de la calidad	95
Figura 19. Calidad total	96
Figura 20. Información relevante.....	96
Figura 21. Atención oportuna	97
Figura 22. Atención permanente.....	97
Figura 23. Flexibilidad en la atención	98
Figura 24. Eficacia y eficiencia	98
Figura 25. Motivación al personal	99
Figura 26. Practica el respeto y la movilidad.....	99
Figura 27. Empatía.....	100

Índice de cuadros

Cuadro 1: Definición y operacionalización de variables.....	32
Cuadro 2. Matriz de consistencia	34

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada: Características de la Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las MYPES del sector comercio, rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019, se enmarca en la línea de investigación gestión de calidad dentro de la carrera profesional de administración.

En el caso específico de las MYPES del sector comercio del rubro abarrotes, presentan diversos problemas que no les permite alcanzar a cubrir y superar las expectativas del cliente.

En el ámbito internacional Castillo (2017) en su investigación llevada a cabo en una empresa del rubro abarrotes de la ciudad de Guayaquil en Ecuador, obtuvo que el 61.5% de clientes manifestó que hubieron pedidos que se les facturó, pero no se realizó la entrega de los productos, lo cual es una acción que genera desconfianza y motivo para considerarlo como una mala atención. Y en el caso de Huitz (2014) encontró que en los supermercados de Guatemala también existen ciertas deficiencias entre las que se encuentra en estos negocios no se ha implementado un buzón de sugerencias que les permita mejorar el servicio que se le brinda al cliente, y no se realiza un control de atención que se le brinda al cliente.

En el ámbito nacional la gestión de calidad y atención al cliente también son temas en los cuales las MYPES presenten deficiencias. Por ejemplo: se tiene a Ramos (2019) en cuya investigación centrada en el mercado Inmaculada Concepción de Arequipa determinó que, los propietarios de estos negocios no conocen de gestión de calidad, lo cual se entiende que no están en la capacidad de responder correctamente a las necesidades del cliente. Y otro caso es el que describe Mamani (2020) en su investigación enfocada en el mercado Tupac Amaru de Juliaca donde en un 97% de

estos negocios no se ha implementado una gestión de calidad, y en su totalidad, tampoco se conoce de técnicas de gestión de calidad.

En el ámbito local, la problemática tiene que ver con un servicio al cliente que, de acuerdo a su propia manifestación no lo consideran como eficiente y eficaz, tal es el caso de las MYPES del rubro de abarrotes del distrito de Sullana, cuya investigación a cargo de Ayala (2019) determina que menos de la mitad, solo el 41.9% considera a la atención brindada como eficaz.

Por lo tanto, está claro que los negocios dedicados a la comercialización de abarrotes aún tienen deficiencias en lo que se refiere a la gestión que desarrollan y a la atención que brindan al cliente, lo que hace necesario una mayor investigación en este sector para determinar las causas, y plantear soluciones.

Por lo anterior es necesario formular la siguiente interrogante: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019? Para su respuesta se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019.

También se formularon los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las características de los representantes de las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019.
- Identificar las características de las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019.

- Describir las características de la gestión de calidad en las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019.
- Identificar las características de la atención al cliente en las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019.

Además, en el desarrollo de la presente investigación se ha utilizado la metodología fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, y diseño no experimental – transversal. La población estuvo conformada por los clientes de las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019, determinándose como muestra a 68 clientes. En la recolección de datos se aplicó la técnica de encuesta y como instrumento de investigación el cuestionario estructurado con 27 preguntas.

La presente investigación se justificó por tratarse de un tema de interés social porque, beneficiará directamente a los propietarios de MYPES del rubro abarrotes ya que se dará a conocer las características de gestión de calidad y atención al cliente en sus negocios, siendo esta una información que les permitirá tomar las decisiones correctas que signifiquen una oportunidad de mejora. También se verán beneficiados los trabajadores y las familias de los mismos, al representar su fuente de empleo. Se justifica de manera teórica, porque su contenido proviene de fuentes confiables que en su conjunto significa la base para futuras investigaciones relacionadas con las variables de estudio. En lo metodológico se justifica porque en su desarrollo se ha utilizado un método de estudio y se ha aplicado un instrumento de recolección de datos a través del cual se han podido obtener los resultados. Y, en lo institucional, porque su realización se encuentra establecido por la normativa de la universidad.

Los principales resultados obtenidos fueron: los representantes en un 59.52% tienen entre 31 a 50 años, el 92.86% es dueño del negocio, y el 57.14% desempeña actividades desde hace 4 a 6 años. Respecto a la gestión de calidad el 100% tiene como prioridad al cliente, el 50% responde que el personal es poco participativo, y el 73.81% lleva a cabo un control en la calidad de los productos. En cuanto a la atención al cliente: el 69.05% responde que se ofrece información relevante, el 73.81% la atención es oportuna, el 83.33% el personal es flexible mientras atiende.

Finalmente se concluyó que, las MYPES están llevando a cabo una buena gestión de calidad y atención al cliente, sin embargo, necesitan mejorar con el fin de alcanzar la satisfacción plena del cliente. Es de considerar que, cuando se logra satisfacer las necesidades y exigencia del cliente, los efectos en favor de la empresa se reflejarán en incremento del nivel de ventas, y por supuesto, mayores ganancias.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Castillo (2017) presentó su investigación: *Sistema de información (SCM) para reducir las quejas de clientes de ABINBEV en Guayaquil Sur*, para la obtención del grado de magister en administración de empresas mención en logística y transporte en la Universidad de Guayaquil. Tuvo como objetivo general: Proponer el diseño de un sistema de información (SCM) para reducir la cantidad de quejas relacionadas con las entregas de los clientes de ABINBEV en el sur de Guayaquil. La metodología utilizada fue de enfoque cualitativo y cuantitativo. La muestra estuvo conformada por 135 clientes, a quienes se les aplicó la técnica de encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: el 49.6% indico que no es peligroso el sector donde se ubica la empresa, el 88.9% califica de amable la actitud de las personas que le entregan sus pedidos, el 77.8% señaló que el Call center llamó voluntariamente, el 92.6% no ha presentados inconformidades al realizar el pago de los productos recibidos. Finalmente concluye que, la mayor cantidad de quejas de los clientes se deben a que las tripulaciones no fueron a entregarles sus pedidos.

Huitz (2014) en su investigación: *Servicio al cliente en los supermercados Quetzaltecos*”, tesis de grado en la Universidad Rafael Landívar, se propuso como objetivo general: Determinar cómo se presta el servicio al cliente en los supermercados Quetzaltecos. Se utilizó la metodología descriptiva. La muestra estuvo conformada por los siguientes: el 22% ofrece exactitud, rapidez, calidad y excelencia al cliente, el 100% cree que brinda un buen servicio al cliente, el 100% considera que es confiable la calidad que ofrece, el 33% utiliza como estrategias la promoción y el buen precio,

el 100% considera que el cliente queda satisfecho con el servicio que brinda. Concluye que, existen necesidades del cliente que no son plenamente satisfechas como contar con un parqueo protegido, con guardia de seguridad y la mejora de los servicios actuales.

Antecedentes Nacionales

Ramos (2019) en su tesis: *Gestión de calidad con el uso del marketing en las MYPES del sector comercio rubro de venta al detalle de abarrotes, del mercado Inmaculada Concepción Arequipa, 2019*, para optar el título profesional de licenciado en administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, se propuso como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso del marketing en las MYPE del sector comercio, rubro venta al detalle de abarrotes, del mercado Inmaculada Concepción, Arequipa, 2019. Utilizó la metodología de tipo descriptiva, de diseño transversal no experimental. La muestra estuvo conformada por 12 MYPES a cuyos representantes aplicó la técnica de entrevista para la recolección de datos. Entre los principales resultados obtenidos fueron: El 100% de representantes son de género femenino, el 75% tuvieron edad entre 31 a 50 años, el 67% tuvo como instrucción básica, el 97% no ha implementado la gestión de calidad, el 100% no conoce las técnicas de gestión de calidad, el 75% indica que la gestión de calidad mejoraría el rendimiento de su negocio. Finalmente concluye que, los representantes de las MYPE han implementado la gestión de calidad con el uso del marketing, porque sus productos satisfacen las necesidades de los clientes, dan a conocer sus productos y fidelizan a sus clientes.

Quispe (2020) presentó su tesis: *Propuesta de mejora en la gerencia estratégica para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector*

comercio, rubro abarrotes, caso: “Bodega Sueng”, Cañete – 2019, para optar el título profesional de licenciado en administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Tuvo como objetivo general: Elaborar la propuesta de mejora de la gerencia estratégica para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro abarrotes, caso: “Bodega Sueng”, San Vicente de Cañete – 2019. Utilizó la metodología de tipo: cuantitativa, nivel descriptivo, y diseño transversal – no experimental. La población estuvo constituida por 90 micro y pequeñas empresas, y como muestra se tomó a 9 trabajadores de la bodega Sueng. En la recolección de datos se aplicó la técnica de encuesta mediante el instrumento el cuestionario. Obteniéndose los siguientes resultados: el 80% estuvo en desacuerdo con que existan planes para fomentar la participación de las personas en las mejoras de los procesos, el 100% estuvo de acuerdo con que los trabajadores poseen capacidades extraordinarias para realizar sus tareas encomendadas, el 60% estuvo de acuerdo con la existencia del dominio, mando y preponderancia en la delegación de funciones. Concluye que se debe crear un plan operativo para poder encaminar al desarrollo gerencial de la bodega, de no hacerlo, se considera que han de seguir las falencias.

Infantes (2018) en su tesis: *Gestión de calidad con uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro distribuidora de abarrotes del distrito de Nepeña, provincia del Santa, año 2017. Caso Minimarket MEGATAC*, para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, se propuso como objetivo general: Describir las características de la gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro distribuidora de abarrotes, distrito Nepeña, provincia del Santa, año 2017. Caso Minimarket Megatac. La

metodología desarrollada fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental – transversal. La muestra estuvo conformada por 10 microempresas, a cuyos representantes se les aplicó la técnica de encuesta a través del cuestionario como instrumento. Obteniéndose como principales resultados los siguientes: el 60% tuvo de 31 a 50 años de edad, el 70% tuvo como grado de instrucción el superior universitario, el 100% planifica sus objetivos, el 80% estuvo satisfecho con la atención al cliente que brindan los trabajadores. Concluye que, los representantes son los propietarios del Minimarket, en su mayoría los trabajadores no son familiares del propietario, y el 100% no elabora documentos de gestión.

Castillo (2019) realizó su tesis: *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes entre cuadras 13 – 16 de la Av. Perú del distrito de San Martín de Porres, 2018*, para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes entre las cuadras 13 – 16 del distrito de San Martín de Porres, 2018. Utilizó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, de diseño no experimental. La muestra estuvo conformada por 15 MYPES. En la recolección de datos se aplicó la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario. Encontrándose los siguientes resultados: el 53% siempre establece objetivos claros y concisos, el 33% siempre se rige a sus políticas, el 27% siempre cuenta con estrategias para alcanzar los objetivos de calidad, el 33% controla la gestión de procesos para una buena gestión de calidad, el 40% algunas veces establece condiciones para mejorar el clima laboral. Concluye que, existe un

gran porcentaje de MYPES que establecen objetivos claros y concisos, y un menor porcentaje las que establecen metas y cuentan con estrategias para lograr sus objetivos.

Mamani (2020) presentó su tesis: *Gestión de la calidad con el uso del marketing en las MYPE del sector comercio rubro venta al detalle de abarrotes, del mercado Tupac Amaru Juliaca, 2019*, para optar e título profesional de licenciado en administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso de marketing en las MYPE del sector comercio, rubro venta al detalle de abarrotes, del mercado Tupac Amaru, Juliaca, 2019. La metodología utilizada fue de tipo descriptiva, diseño transversal-no experimental. La muestra estuvo constituida por 12 MYPES. En la recolección de datos se aplicó la técnica de entrevista, y como entrevista, el cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados: el 97% no ha implementado la gestión de calidad, el 100% no conoce las técnicas de gestión de calidad, el 75% indica que la gestión de calidad mejoraría el rendimiento de su negocio. Finalmente concluye que, las MYPE satisfacen al cliente con sus productos, dan a conocer sus productos y fidelizan a sus clientes, sin embargo, no han pedido definir sus estrategias y objetivos en consecuencia sus ventas han disminuido.

Romero (2019) en su tesis: *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas, PP.JJ Pueblo Libre, distrito de Chimbote, 2018*, para optar el título profesional de licenciado en administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, se propuso como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas, P.J.

Pueblo Libre, distrito de Chimbote, 2018. Desarrolló la metodología de diseño no experimental – transversal. La muestra estuvo conformada por 10 micro y pequeñas empresas a cuyos representantes les aplicó la técnica de encuesta para la recolección de datos. Obteniendo los siguientes resultados: el 100% no conoce el término gestión de calidad, el 100% utiliza la técnica lluvia de ideas, el 70% tiene cierto conocimiento sobre atención al cliente, el 60% considera como importante la rapidez en el servicio, el 70% ha logrado fidelizar al cliente. Finalmente concluye que, la mayoría de MYPES aplican gestión de calidad en atención al cliente, considerando que la rapidez en el servicio al cliente es lo principal para lograr la fidelización de clientes.

Bernal (2019) presentó su tesis: *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de alimentos, bebidas y tabaco en la H.U.P. Las Brisas II Etapa, distrito de Nuevo Chimbote, 2016*, para optar el título profesional de licenciado en administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de alimentos, bebidas y tabaco en el a H.U.P. Las Brisas II etapa, distrito de Nuevo Chimbote, 2016. La metodología utilizada fue de diseño no experimental – transversal. En la recolección de datos se aplicó la técnica de encuesta a través de un cuestionario aplicado a 7 MYPES. Obteniéndose los siguientes resultados: el 100% no conoce el término de gestión de calidad, el 100% mide el rendimiento del personal a través de la observación, el 57.14% aplica la comunicación como herramienta de atención al cliente, el 71.43% considera que el factor para la calidad en el servicio es la rapidez del servicio.

Salazar (2016) en sus tesis: *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de promoción de ventas en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco (bodegas) del distrito de Huaráz, 2016*, para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, se propuso como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de promoción de ventas en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco (bodegas) en el distrito de Huaraz, 2016. La metodología utilizada fue de tipo y nivel descriptiva – cuantitativa y diseño transaccional. La población estuvo conformada por 26 negocios, a cuyos representantes se les aplicó un cuestionario de 27 preguntas. Obteniéndose los siguientes resultados: el 88.5% participa en eventos especiales para darse a conocer y relacionarse con los clientes, el 80.8% nunca realiza concursos para sus clientes, el 65.4% nunca entrega premios, el 57.7% nunca ofrece descuentos. Concluye que, en las bodegas del distrito de Huaraz existe ausencia sobre las herramientas de promoción para comunicarse con los consumidores debido a la falta de información.

Antecedentes Locales

Ayala (2019) presentó su tesis: *Gestión de calidad y su incidencia en la competitividad de las mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana, año 2018*, para optar el grado académico de maestro en administración en la Universidad católica Los Ángeles de Chimbote. Tuvo como objetivo general: Determinar la incidencia de la gestión de calidad en la competitividad de las MYPES

del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana, año 2018. Utilizó el método inductivo – deductivo, de tipo correlacional, nivel aplicativo, y diseño no experimental. La muestra estuvo conformada por 291 organizaciones del rubro abarrotes, a cuyos representantes se les aplicó un cuestionario en la recolección de datos. Obteniéndose como principales resultados los siguientes: el 41.9% considera como muy eficiente y eficaz para evaluar periódicamente al personal, el 41.9% solo considera como eficaz el contar con un plan que permita mitigar riesgos en el trabajo, y el 40.2% considera como eficaz respecto a mecanismos para anticipar, identificar y reaccionar a los eventos o actividades que afectan los objetos generales y particulares de la MYPE. Finalmente concluye que, se debió considerar la planificación como ente rector para generar calidad en sus negocios, de tal manera que superen a sus competidores reales y potenciales.

Morocho (2015) en su tesis: *Calidad de atención y satisfacción de los clientes en las MYPES comerciales – rubro abarrotes en el distrito 26 de Octubre de Piura, periodo 2012*, para optar el título profesional de licenciado en administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, se propuso como objetivo general: Conocer qué características tiene la calidad de atención al cliente y la satisfacción de los clientes en las MYPE rubro abarrotes en el distrito 26 de Octubre, periodo 2012. Utilizó la metodología de diseño no experimental y de tipo descriptivo. La muestra estuvo conformada por 80 trabajadores y 73 clientes. En la recolección de datos se aplicó la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario. Obteniéndose los siguientes resultados: el 50% ha implementado como estrategia la rapidez, el 100% conoce el concepto de calidad de atención, el 100% mide la calidad de atención por la frecuencia de compra, el 90% conoce el tipo de clientes, el 88% indicó que el personal

conoce sus funciones, el 77% considera que el personal está capacitado. Concluye que, el nivel de calidad en la atención al cliente en las MYPE rubro abarrotes en el distrito 26 de Octubre, es el aseguramiento de calidad, el cual lo buscan ofreciendo compromisos serios.

Flores (2019) presentó su tesis: *Gestión de calidad y fidelización del cliente en las MYPE rubro abarrotes del mercado Las Capullanas de Piura, año 2019*, para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Tuvo como objetivo general: Determinar las características que tiene la gestión de calidad y fidelización del cliente en las MYPE rubro abarrotes del mercado Las Capullanas de Piura, año 2019. Utilizó la metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativa, diseño no experimental y de corte transversal. La población estuvo constituida por 384 clientes, a quienes se les aplicó como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento el cuestionario. Obteniéndose los siguientes resultados: el 38.28% estuvo de acuerdo con que se tomaron las medidas adecuadas para mejorar la satisfacción al cliente, el 53.65% no cree que las MYPES de abarrotes del mercado las Capullanas realizan una buena homogenización de los productos que ofrece, el 42.97% estuvo de acuerdo con que hubo un aumento en la atención eficiente y oportunidad. Concluye que, el valor orientado por el cliente es: la calidad percibida por el servicio prestado y el valor percibido por las MYPES abarrotes del cual ambos han sido calificados como buenos.

Erazo (2019) en su investigación: *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro bodegas de urbanización Los Titanes, Piura año 2019*, para optar el título profesional de licenciada administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, se propuso como objetivo general: Determinar las

características que tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES rubro bodegas de la Urbanización Los Titanes, Piura año 2019. La metodología que desarrolló fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. La muestra estuvo constituida 384 clientes. E la recolección de información se aplicó la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario. Obteniendo como principales resultados los siguientes: el 93.23% de clientes consideró que los productos adquiridos satisfacen sus necesidades, el 93.49% de cliente manifiesta que las la bodega ha tenido un crecimiento en los últimos años, y el 93.75% de clientes consideran que los trabajadores de la bodega demuestran respeto al atender.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Teorías que fundamentan el estudio

2.2.1.1. Teoría de la administración

De acuerdo con Prieto & Therán (2018) nos dicen que en su totalidad, las ciencias se relacionan en algún momento con el arte y la ciencia de la administración, por lo cual resulta importante conocer sus aspectos fundamentales, tal es el caso del proceso administrativo, que comprende las fases de: planeación, organización, ejecución y control.

Los más grandes representantes de la administración fueron Frederick Taylor y Henry Fayol, ambos motivados por incrementar la productividad, enfocándose en los recursos humanos y la manera cómo deberían de manejar la empresa los directivos. Por otro lado, en las teorías clásicas se explican los siguientes principios:

Principio de jerarquía estricta: Establece que debe ser repartida de arriba abajo la responsabilidad y autoridad. Es decir, cuanto mayor sea el nivel jerárquico, mayor es la autoridad, y por consiguiente, mayor la responsabilidad. **Principio de unidad de mando:** Determina que para cualquier tarea un agente recibe órdenes de un solo jefe.

Principio de excepción: señala que se delega poder en lo ordinario, sin embargo, lo extraordinario debe hacerlo el jefe. Está relacionado con el principio de centralización, por el que la autoridad se reserva a los directivos superiores.

Principio de ámbito de control: refiere que nadie tiene la capacidad para tomar a cargo la dirección de más de cinco o seis personas.

Principio de división del trabajo y especialización: señala que, cuando una tarea es compleja se divide en varias tareas simples, que se llevan a cabo de forma repetitiva por un trabajador (Físico, 2020. p-274).

2.2.1.2. Teoría de empresa

Para García (2020) define a la empresa como una forma de organización económica que cumple una doble función: la primera es producir bienes y servicios que los distribuye, y como segunda función, es la contratar trabajo, comprar o alquilar otros factores como almacenes, maquinaria, etc., que le permitan producir bienes y servicio para su venta.

Según Físico (2020) son componentes de la empresa los siguientes:

Grupo humano: Se refiere a los trabajadores, pero también a clientes y proveedores que se encuentran relacionados con la empresa, asimismo, a los socios, y directivos.

Patrimonio: Son los bienes y recursos que tiene la empresa. En cuanto a los bienes, algunos de ellos han de durar largo periodos, en tanto otros serán gastados en el día a día, es decir, existe patrimonio no corriente y patrimonio corriente.

Organización: Se trata de la estructura de la empresa, los recursos, los procesos, y la manera en que se gestión para logra unos objetivos; aquello que conlleva a jerarquizar las tareas, distribuir las entre los trabajadores, establecer las responsabilidades de cada uno, etc.

Entorno: Lo que rodea a la empresa (p.9).

2.2.2. Gestión de calidad

2.2.2.1. Definición de gestión de calidad

Según Cortes (2017) la gestión de calidad se trata del conjunto de actividades relacionadas con la función general de la dirección, la misma que tiene como responsabilidad la definición de la política de calidad, objetivos y responsabilidades que se implantan a través de la planificación, el control de la calidad, el aseguramiento de calidad y la mejora de la calidad.

González (2016) define a la gestión de calidad como la forma o estrategia en que una empresa u organización lleva a cabo la gestión empresarial en todo lo que se relaciona con la calidad de sus productos y/o servicios, y los procesos que implica para producirlos. Para este autor, la gestión de calidad comprende la estructura organizacional, documentación del sistema, procesos, y recursos que permitan lograr los objetivos de calidad, en función de los requerimientos del cliente.

2.2.2.2. Principios de la gestión de calidad

De acuerdo a la Norma ISO 9000:2015, los principios de la gestión de calidad son los siguientes:

1. Enfoque al cliente

Sánchez (2017) considera que las organizaciones dependen de sus cliente, por lo cual estos deberían identificar y comprender sus necesidades actuales y futuras para satisfacerlas, junto con sus requisitos y procurar exceder las expectativas de los clientes.

2. Liderazgo

Cortes (2017) señala que, la función del líder dentro de una organización se trata de establecer la unidad de propósito, la visión, la misión y los objetivos generales, sin embargo, lo que considera más importante es el hecho de motivar, guiar y dirigir a los trabajadores hacia el logro de las metas establecidas. El resultado favorable de un líder se mide por la capacidad que demuestra para generar y mantener un ambiente interno en el cual se pueda estar del todo comprometido.

3. Participación del personal

González & Arciniegas (2016) considera que es vital involucrar ya hacer partícipe al personal en lo que se refiere al diseño, desarrollo e implementación del sistema de gestión de calidad, y en términos generales, en el funcionamiento de toda organización, propiciando su sentido de pertenencia hacia la empresa, comprometiéndose en el alcance de sus metas.

4. Enfoque basado en procesos

Un resultado deseado se logra con mayor eficiencia cuando las actividades y los recursos que comprende la gestión se entiende como un proceso (Sánchez, 2017, p.23).

Por su parte Oviedo (2018) indica que se trata de una herramienta importante en la gestión y organización de las actividades de una organización, que permite además de generar valor para el cliente y otras partes interesadas.

5. La mejora continua

Es la parte de la gestión de calidad que se centra en lograr aumentar la capacidad de cumplir con lo que exige la calidad (...) cuando se trata de una mejora continua, esta incide en el carácter recurrente de la mejora más que en el nivel de mejora logrado (Cortés, 2017).

6. Toma de decisiones basada en hechos

Respecto a este principio Novillo, Parra, Ramón & López (2017) mencionan que se basa en la recolección de información que permita la toma acertada de las decisiones dentro de una empresa. Lo considera como un principio importante, porque en las empresas pueden darse muchas ideas, algunas de las cuales pueden asegurar el éxito o llevar al fracaso. Además, sostiene que este principio consiste en desarrollar los siguientes pasos: identificar el problema, analizar la información, seleccionar la solución, e implementar la solución.

7. Relaciones mutuamente benéficas con los proveedores

La gestión de las relaciones con aquellas partes consideradas como las partes interesadas, por ejemplo, con los proveedores, vuelve más fácil el logro del éxito sostenido de la empresa (Burckhardt, Gisbert & Pérez, 2016).

2.2.2.3. Herramientas de gestión de calidad

Novillo et al (2017) explican sobre las herramientas del control de la calidad, y mencionan a las siguientes:

Diagrama de Pareto: Se trata de un gráfico de barras que comprende datos categóricos. En este diagrama se dan a conocer los problemas y sus causas. Los datos son distribuidos en frecuencias lo que permite identificar de manera más oportuna los problemas con mayor nivel de importancia para su respectiva corrección.

Histograma: Se utiliza por lo general en la economía y en la estadística, el cual mediante un gráfico de barras en forma vertical presentan la frecuencia dada entre diversas observaciones de un grupo de datos. Con esta herramienta se puede examinar la muestra desde una perspectiva general, a través de la síntesis de la información recolectada.

Diagrama Causa - efecto: Se le conoce también como la espina de pescado. Se presentan las causas del problema con el fin de proponer posibles soluciones. A través de una gráfica permite conocer y comprender las causas relacionadas con el problema, sin que se tenga en cuenta el porcentaje de cada una de dichas causas.

Diagrama de dispersión: Consiste en la relación de dos variables. Tiene como objetivo el de determinar si al ingreso de una variable, es sinónimo de algún cambio en la otra variable.

Gráficos de control: Muestra los datos del comportamiento de los procesos en secuencia y orden. La función principal que cumplen es la de identificar los

procesos que no demuestran estar cumpliendo con los estándares establecidos por la empresa.

Diagrama de flujo: Representa de forma gráfica situaciones, hechos o movimientos de todo tipo, valiéndose de símbolos que significan actividades realizadas dentro de una organización. A través de esta herramienta, la empresa se permite visualizar un proceso de forma precisa y clara, identificando actividades básicas, materiales e información.

Lista de verificación: Se le conoce también como check list, y se utiliza con el fin de tomar en consideración diferentes aspectos que deberán asegurar que sean realizables, y que no pasen desapercibidos. Estas listas contienen ítems que facilitan la realización de mediciones o el análisis del cumplimiento de requisitos relacionados con la calidad.

Estratificación: Se trata de la organización en segmentos de una población o una serie de datos obtenidos de un caso o una situación. Esta herramienta separa los datos que se tienen con el propósito de que los esquemas de distribución de dos o más grupos puedan diferenciarse (p.51).

2.2.2.4. Fases de la gestión de calidad

De acuerdo a la evolución de la gestión de la calidad, actualmente se habla de al menos tres fases, las que son: control de calidad, aseguramiento de la calidad y calidad total:

1. Control de la calidad:

Aplicación de medios y de técnicas que tiene como finalidad alcanzar, mantener y mejorar la calidad de un producto y/o servicio. Se considera las siguientes técnicas y actividades: especificación de necesidades del producto o servicio; diseño

del producto o servicio de tal modo que cumpla con las especificaciones; producción o instalación; inspección; y revisión mientras se utilice con el fin de recoger información para luego modificar especificaciones (Cortés, 2017).

Novillo et al (2017) explican que, con el control de la calidad se busca hallar las posibles desviaciones, considerando los estándares planificados para el producto o servicio en relación con los productos realizados.

2. Aseguramiento de la calidad

Esta fase se fundamenta en que el proceso de manufactura necesita de servicios de soporte de calidad, por lo que se tienen que realizar esfuerzos coordinados entre las diversas áreas de la empresa, es decir, de diseño y de producción del producto, ingeniería del proceso, abastecimiento o compras, etc (González & Arciniegas, 2016).

Para Cortes (2017) el aseguramiento de la calidad para las empresas significa lo siguiente:

- Tener un sistema formal de calidad.
- Prevenir previo a la identificación de errores.
- Actuar de manera eficaz y eficiente, anulando la causa básica de las no conformidades y no sobre los síntomas.
- Evidenciar con documentos las acciones que permitan establecer confianza.

3. Calidad total

En esta fase se considera que el problema debe ser abordado como un todo, teniendo en cuenta, no solo la totalidad de parámetros y variables que son parte en la producción de los bienes y servicios, sino, considerando que el problema de la calidad debe ser tratado como un sistema en cadena, es decir, entre todas las etapas de lo que

se le denomina como “cadena de suministro” o “cadena del valor agregado” (González & Arciniegas, 2016).

2.2.2.5. Beneficios de implementar la gestión de calidad

López (2016) menciona a los siguientes como beneficios directos e indirectos al implementar la gestión de calidad en las empresas:

Mejora en la gestión y dirección de la organización: La gestión de calidad descrita en la Norma ISO 9001 indica que se debe comprometer a todo el equipo directivo en la implementación de la gestión de calidad y la mejora continua en la misma, además de la revisión sistemática de los datos, el establecimiento de objetivos y la toma de decisiones orientada al logro de dichos objetivos.

Aumento de la productividad: la gestión de calidad demanda la revisión profunda de todos los procesos y, muchas veces ello conlleva a su rediseño, lo cual permite a la organización establecer medidas correctoras que redundan de forma directa en un aumento de la eficiencia de los procesos, reducción del consumo de recursos, y por consiguiente, un aumento de la productividad.

Clientes satisfechos: el enfoque principal de la implantación de la gestión de calidad en las empresas es el enfoque a los clientes y grupos que interesan a la compañía. Las acciones que conllevan al aumento del nivel de satisfacción de los clientes son: evaluar su grado de satisfacción, identificar expectativas, contar con la opinión del desarrollo del producto o del servicio, gestionar correctamente las propuestas, inquietudes o quejas.

Mejora de la imagen: La Norma ISO 9001 destaca que la gestión de calidad es una excelente carta de presentación para las empresas. Por lo general es la

forma de entrar a determinados mercados u optar a proyectos específicos donde se exige la calidad como primer requisito para ser proveedor de productos o servicios.

2.2.3. Atención al cliente

2.2.3.1. Definición de atención al cliente

Gil (2020) entiende por atención al cliente como la relación de actividades que llevan a cabo las organizaciones partiendo de la identificación de necesidades básicas de los clientes haciendo uso de diversas estrategias de marketing de tal forma que puedan cubrir las expectativas que los clientes pudieran tener y que, sin duda alguna, van a estar relacionadas con la satisfacción que se espera alcanzar.

Según Escudero (2015) dice que es el conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas para ofrecer un suministrador para que el cliente obtenga el producto en el lugar y momento adecuados, se asegure el uso correcto del mismo, y satisfaga las necesidades y/o expectativas, como consecuencia del precio y la imagen de la empresa.

2.2.3.2. Manejo de quejas y reclamos

De acuerdo con Gil (2020) algunos principios básicos a llevarse a cabo en la resolución de quejas y reclamos son los siguientes:

Saber escuchar: Se considera que, a través de la escucha se puede entender cuál es la preocupación principal del cliente, y de esa manera poder resolver de la mejor forma su problema.

Saber disculparse: La humildad representa una clave que brinda buenos resultados en la atención al cliente y permite replantear la conversación en la línea de lo deseado.

Saber preguntar correctamente: Muchas veces no es fácil preguntar para lograr la información requerida, por lo cual mediante una pregunta abierta y activando la buena escucha se puede llegar a un nivel de conocimiento que nos permite entender la preocupación principal del cliente; todo esto ayuda a mostrar interés y demostrar que nos preocupamos por la otra persona.

Saber centrarse en el cliente: Se logra con la empatía y escuchando con atención todo cuanto el cliente está manifestando, haciéndolo sentir comprendido y que se le presta una plena atención. Se debe adoptar una postura perceptiva, es decir, mostrarse realmente conmovido.

Saber discriminar posibilidades: En ocasiones resulta de gran utilidad preguntar directamente al cliente cuál le parece la solución que más llama su atención.

Saber ofrecer una solución justa: La solución que se ofrece debe satisfacer los deseos del cliente y de esa manera mantenerlo, ya sea a través del cambio del producto o servicio que haya adquirido o devolviéndole el importe (p.28).

2.2.3.3. Características de la atención al cliente

Salas (2020) señala que, con el propósito de que la atención al cliente sea satisfactoria para ambas partes, resulta necesario que el servicio cumpla con las siguientes características:

Relevante: Se debe dar respuesta concreta a los problemas que se presenten durante el desarrollo de la actividad. Esto quiere decir que debe responderse de manera exacta y concreta a las demandas planteadas, sin caer en excesos de contenido o de forma.

Oportuna: Se debe responder de inmediato al problema que se pudiera presentar. Si el servicio no es el adecuado en relación con el tiempo, la espera poder ser motivo de una mayor insatisfacción, y traerá consigo mayores costes futuros para la empresa o institución. Una respuesta que no se da de forma rápida, puede causar una mala imagen y efectos contrarios y no deseados.

Permanente: La atención al cliente debe estar siempre preparada para todo tipo de consulta, queja o duda que se reciba. El servicio al cliente debe estar siempre activo para no caer en pérdidas de tiempo derivadas de la inactividad del mismo o de un funcionamiento que no es continuo. Además, debe tener sus propio personal, material y recursos, que permitan una atención ajustada a lo que demandan los clientes.

Flexible: La gestión realizada con el cliente debe adaptarse a cada problema para resolver de forma oportuna y relevante.

Eficaz y eficiente: Se requiere que la atención al cliente tenga como objetivo la satisfacción de los clientes. Para lo cual debe utilizar recursos disponibles que le permitan conseguir este objetivo y no para otros intereses (p.9).

2.2.3.4. Principios en la atención al cliente

De Pablo (2020) sostiene que, a pesar de no existir pautas que aseguren el éxito al momento de ofrecer una atención de calidad al cliente, muchos expertos están de acuerdo en señalar la importancia de lo siguientes principios:

Disposición previa: Se debe tener en cuenta que para brindar una calidad excelente, las empresas deben generar y mantener un ambiente de trabajo que motive, de tal forma que los trabajadores hallarán razones para invertir su energía máxima en beneficio del cliente; por lo tanto, la motivación se vuelve

en un elemento a través del cual se puede canalizar el esfuerzo, la energía y la conducta del trabajador hacia el logro de objetivos que preocupan a las empresas y a la propia persona.

Respeto y amabilidad: En el mundo actual que se torna muy cambiante en lo que se refiere a las relaciones comerciales, es necesario tener una gran cantidad de destrezas y cualidades que permitan desarrollar de forma eficaz la atención al cliente. Una de las actitudes que más destaca cuando se recibe un trato exquisito por parte del trabajador es la amabilidad. Asimismo, las empresas tienen presente que la atención al cliente es la manera más rentable, y eficaz de modificar la percepción positiva y, por lo cual, el nivel de la satisfacción de los cliente; en ese sentido, consideran que el principal activo de toda empresa es el cliente, y por tal motivo, merece el máximo respeto.

Implicación en la respuesta: Una de las formas más avanzadas de escucha que una persona puede demostrar a otra es la empatía, la misma que es entendida como el nivel máximo de escucha, en el cual una persona se coloca en el lugar de otra para comprenderla mejor.

Servicio al cliente: La atención al cliente debe estar orientada a satisfacer al cliente, por lo que se debe tener en cuenta de recepcionar al cliente con una sonrisa, escucharlo de forma activa para identificar los motivos de compra, deseos y necesidades, y brindarle información correcta en todo momento.

Vocabulario adecuado: Considerando que la atención al cliente está basado en la comunicación permanente, un requisito fundamental es la adaptación al interlocutor, es decir, se debe comprender que lo relevante en la comunicación

es que el cliente nos entienda, por lo que se requiere de una expresión no tan compleja, es decir sin tecnicismos (p.15).

2.2.4. La Micro y pequeña empresa (MYPE)

Son importantes actores en el desarrollo productivo en Latinoamérica debido a que contribuyen en la generación de empleo, y su representatividad en la totalidad de empresas, y además, por su participación en el PBI. Como principal diferencia con los países desarrollados es que su participación en las exportaciones es reducida debido a un bajo nivel de competitividad (Tello, 2016).

Avolio, Mesones & Roca (2017) considera que estos negocios son la fuerza impulsora del crecimiento económico, la reducción de la pobreza en los países en el desarrollo, y la generación de empleo. Sin embargo, estas empresas enfrentan a problemas que complican su supervivencia a largo plazo como el difícil acceso al financiamiento y el bajo nivel competitivo.

2.2.4.1. Las MYPE en el Perú

En el Perú las MYPE también tienen significativa importancia, por ello el estado peruano la ha dotado de normas que le permitan fortalecer su crecimiento. Su importancia, al igual en la mayoría de países de Latinoamérica, se basa en los puestos de trabajo que generan y su representatividad en el total de empresas. Como principal problemática de estos negocios en el Perú es la informalidad (Tello, 2016).

Según cifras de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) las MYPE representan el 95% del total de empresas peruanas, y además, generan hasta el 47.7% del empleo, lo cual significa el 4% del crecimiento en cuanto a la generación de puestos

de trabajo. Y en el PBI, al año 2019 tuvieron una participación del 19.3% (Comex Perú, 2019).

2.3. Hipótesis

En la presente investigación no corresponde la formulación de hipótesis porque el estudio solo se ha limitado en describir las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019. Galán (2014) indica que se formulan hipótesis cuando la investigación requiere probar una suposición, y no simplemente mostrar rasgos característicos de una situación.

2.4. Variables

Las variables de la presente investigación son gestión de calidad y atención al cliente.

III. METODOLOGÍA

3.1. El tipo y el nivel de la investigación

Tipo de investigación

Cuantitativo, porque los datos recopilados son cuantificables y de tal modo en la presentación de resultados se han utilizado números. Hernández, Fernández & Batista (2017) señalan que la investigación cuantitativa representa a un conjunto de procesos, y es secuencial y probatorio. Este tipo de investigación tiene como principal característica la necesidad de medir y estimar magnitudes de los problemas de investigación.

Nivel de investigación

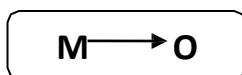
Descriptivo, porque el estudio se limitó en determinar solamente las características de las variables gestión de calidad y atención al cliente. Marroquín (2015) señala que, a la investigación descriptiva también se le conoce como investigación estadística, y consiste en identificar características de una población. Por lo general responde a las siguientes interrogantes: ¿qué? ¿quién? ¿cómo? ¿dónde? ¿cuándo?...

3.2. Diseño de investigación

No experimental, porque no existió manipulación alguna de las variables, sino que se mostró tal como se encontró el problema. Según Dzul (2015) la investigación de diseño no experimental se realiza sin que se manipule de forma deliberada las variables. Está basado principalmente en la observación del fenómeno tal como se viene dando en su contexto para luego analizarlos.

Transversal, porque la recolección de datos se dio en un único momento Hernández, Fernández & Batista (2017) refieren que, el diseño transeccional o transversal describe variables y analiza su incidencia o relación en un momento dado.

Se utilizó el diseño no experimental- transversal – descriptivo.



Dónde:

M = Muestra conformada por los representantes de las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019.

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

→ Es la relación o asociación de las variables gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES del sector comercio rubro abarrotes en el distrito de Bellavista – Sullana 2019.

3.3. Población y muestra

Población

En la presente investigación la población estuvo conformada por 42 representantes de las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019, de acuerdo con el registro que se tiene en la municipalidad de dicho distrito.

De acuerdo con D'Angelo (2015) la población es el conjunto de objetos, individuos, elementos o fenómenos en los cuales puede presentarse alguna característica que debe ser estudiada. Asimismo, respecto a la población infinita señala

que es aquella de la que no se conoce el tamaño y tampoco existe la posibilidad de contar.

Muestra

La muestra estuvo conformada por la totalidad de la población, es decir, 42 representantes de las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019.

Como criterios de inclusión se tomarán:

- ✓ Ser representante de MYPE del sector comercio rubro abarrotes.
- ✓ Ser mayores de 18 años
- ✓ Querer participar en el estudio

Como criterios de exclusión se tomarán:

- ✓ Ser menores de 18 años
- ✓ No ser representante de MYPE del sector comercio rubro abarrotes.
- ✓ No querer participar de la encuesta

3.4. Definición y operacionalización de variables

Cuadro 1: Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de calidad	Conjunto de actividades relacionadas con la función general de la dirección, la misma que tiene como responsabilidad la definición de la política de calidad, objetivos y responsabilidades (Cortes, 2017).	Forma o estrategia en que una empresa u organización lleva a cabo la gestión empresarial en todo lo que se relaciona con la calidad de sus productos y/o servicios (González, 2016)	Enfoque al cliente	-Si -No	Nominal
			Liderazgo	-Correcto -Incorrecto	Nominal
			Participación del personal	- Muy participativo -Poco participativo -No es participativo	Escala
			Enfoque basado en procesos	-Si -No	Nominal
			Mejora continua	-Si -No	Nominal
			Toma de decisiones basada en hechos	-Si -No	Nominal
			Relación con los proveedores	-Buena -Regular -Mala	Escala
			Control de la calidad	-Si -No	Nominal
Aseguramiento de la calidad	-Si -No	Nominal			
Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
			Calidad total	-Si -No	Nominal
Atención al cliente	Relación de actividades que llevan a cabo las organizaciones partiendo de la identificación de necesidades básicas de los clientes (Gil, 2020)	Conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas para ofrecer un suministrador para que el cliente obtenga el producto en el lugar y momento adecuados (Escudero, 2015).	Información relevante	-Si -No	Nominal
			Atención oportuna	-Si -No	Nominal
			Atención permanente	-Si -No	Nominal
			Flexibilidad en la atención	-Si -No	Nominal
			Eficacia y eficiencia	-Si -No	Nominal
			Motivación al personal	-Si -No	Nominal
			Práctica del respeto y la amabilidad	-Si -No	Nominal
			Empatía	-Si -No	Nominal

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

En la presente investigación se aplicó la técnica de encuesta, respecto de la cual Alelú & Cantín (s/f) señalan que consiste en obtener información de personas encuestadas a través del uso de cuestionarios elaborados en forma previa para lograr datos específicos.

Instrumento

Para el presente estudios se utilizó como instrumento de investigación el cuestionario, estructurado con 27 preguntas. García (2003) indica que el cuestionario se trata de un conjunto de preguntas, por lo general de varios tipos, elaborado de forma sistemática y cuidadosa, respecto de los hechos y aspectos que son de interés en una investigación.

3.6. Plan de análisis

Los datos recopilados a través de la aplicación del cuestionario aplicado a los representante, han sido ingresados y procesados en el programa estadístico IBM Spss Statistics v25., y luego se realizó el análisis descriptivo correspondiente. Asimismo, en el programa seleccionado fueron elaboradas las tablas y gráficos mediante los cuales se presentaron los resultados, acompañados de su interpretación y análisis. Por otro lado, en la elaboración de la presente investigación también han sido utilizadas hojas de cálculo Excel para la elaboración del libro de códigos y hojas Word para mostrar el presente informe.

3.7. Matriz de consistencia

Cuadro 2. *Matriz de consistencia*

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN	TÉCNICAS E INSTRUMENTO
<p>¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019?</p>	<p>O. General: Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar las características de los representantes de las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019. • Identificar las características de las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019. • Describir las características de la gestión de calidad en las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019. • Identificar las características de la atención al cliente en las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019. 	<p>GESTIÓN DE CALIDAD</p> <p>Y</p> <p>ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Tipo de investigación: Cuantitativa</p> <p>Nivel de investigación: Descriptiva</p> <p>Diseño de investigación: No experimental</p>	<p>Universo población: 42 representantes de MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana.</p> <p>Muestra: 42 representantes de las MYPES del sector comercio, rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana.</p>	<p>Técnicas; Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

3.8. Principios éticos

El desarrollo de la presente investigación se ha regido por los principios éticos establecidos por la universidad de acuerdo a lo siguiente:

Protección a las personas: Tal como lo establece este principio, en todo momento se ha protegido y respetado la dignidad, identidad, diversidad socio-cultural, creencia, religión, de la persona. Es decir, los clientes los encuestados no se han visto dañados ni física ni psicológicamente durante su participación.

Libre participación y derecho a estar informado: Este principio contempla que toda persona que participa de la investigación debe conocer los fines que persigue la misma, y queda a su voluntad participar o no. Para ello, previo a la aplicación del instrumento de recolección de datos, se entregó el consentimiento informado, dando a conocer el propósito de la investigación, asimismo, para que por voluntad propia decidan participar.

Beneficencia y no maleficencia: Considerando que este principio indica que en toda investigación se debe asegurar el cuidado de la vida y bienes de los participantes, en la presente investigación se tomaron todas las medidas de seguridad para minimizar el riesgo de contagio por la actual pandemia mundial el Covid-19; es así que, tanto el investigador como el participante en todo momento tuvieron colocada la mascarilla correctamente, se desinfectaron las manos con alcohol, y respetaron la distancia recomendada.

Justicia: En la presente investigación se ha practicado la justicia en el momento de mostrar los resultados, es decir, en ningún momento la persona investigadora ha manipulado o ha forzado algún dato para orientar los hallazgos según su preferencia (Uladech, 2020).

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

Tabla 1.

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019.

DATOS DE LOS REPRESENTANTES	N	%
Edad		
18 a 30 años	7	16.67
31 a 50 años	25	59.52
51 a más años	10	23.81
Total	42	100.00
Género		
Masculino	29	69.05
Femenino	13	30.95
Total	42	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	1	2.38
Primaria	3	7.14
Secundaria	8	19.05
Superior no universitaria	22	52.38
Superior universitaria	8	19.05
Total	42	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	39	92.86
Administrador	3	7.14
Total	42	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	11	26.19
4 a 6 años	24	57.14
7 a más años	7	16.67
Total	42	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019.

Tabla 2.

Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019.

DATOS DE LA EMPRESA	N	%
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 a 3 años	11	26.19
4 a 6 años	24	57.14
7 a más años	7	16.67
Total	42	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	26	61.91
6 a 10 trabajadores	11	26.19
11 a más trabajadores	5	11.90
Total	42	100.00
Las personas que trabajan en su empresa son		
Familiares	17	40.48
Personas no familiares	25	59.52
Total	42	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	42	100.00
Subsistencia	0	0.00
Total	42	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019.

Tabla 3.

Características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019.

DATOS DE LA EMPRESA	N	%
Enfoque al cliente		
Si	42	100.00
No	0	0.00
Total	42	100.00
Liderazgo		
Correcto	35	83.33
Incorrecto	7	16.67
Total	42	100.00
Participación del personal		
Muy participativo	15	35.71
Poco participativo	21	50.00
No es participativo	6	14.29
Total	42	100.00
Enfoque basado en procesos		
Si	14	33.33
No	28	66.67
Total	42	100.00
Mejora continua		
Si	34	80.95
No	8	19.05
Total	42	100.00
Toma de decisiones basada en hechos		
Si	13	30.95
No	29	69.05
Total	42	100.00
Relación con los proveedores		
Buena	21	50.00
Regular	16	38.10
Mala	5	11.90
Total	42	100.00
Control de la calidad		
Si	31	73.81
No	11	26.19
Total	42	100.00
Aseguramiento de la calidad		
Si	18	42.86
No	24	57.14
Total	42	100.00
Calidad total		
Si	27	64.29
No	15	35.71
Total	42	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019.

Tabla 4.

Características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019.

DATOS DE LA EMPRESA	N	%
Información relevante		
Si	29	69.05
No	13	30.95
Total	42	100.00
Atención oportuna		
Si	31	73.81
No	11	26.19
Total	42	100.00
Atención permanente		
Si	8	19.05
No	34	80.95
Total	42	100.00
Flexibilidad en la atención		
Si	35	83.33
No	7	16.67
Total	42	100.00
Eficacia y eficiencia		
Si	36	85.71
No	6	14.29
Total	42	100.00
Motivación al personal		
Si	29	69.05
No	13	30.95
Total	42	100.00
Practica del respeto y la amabilidad		
Si	38	90.48
No	4	9.52
Total	42	100.00
Empatía		
Si	37	88.10
No	5	11.90
Total	42	100

Fuente: *Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019.*

4.2. Análisis de resultados

Tabla1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro abarrotes de Bellavista – Sullana 2019.

Edad: El 59.52% tiene edades que oscilan entre los 31 a 50 años, lo cual coincide con Ramos (2019) en cuya investigación obtuvo que el 75% de representantes tiene entre 31 a 50 años de edad. En esa misma línea se presenta Infantes (2018) cuyo resultado respecto a la edad fue que el 80% de representantes tiene entre 31 a 50 años. También coincide con Castillo (2019) quien obtuvo que el 67% representantes tiene edades entre 31 a 50 años. Es decir, en su mayoría los comercios del rubro abarrotes son representados por personas adultas.

Género: El 69.05% de representantes son del género masculino, lo que coincide con Bernal (2019) en cuyo resultado indica que el 57.14% de representantes son del género masculino. No coincide con Infantes (2018) donde el género femenino es el que está presente en un 60% en las MYPES del rubro abarrotes. Lo que permite deducir que no siempre es el género masculino el que predomina en la clase empresarial, sino que, la mujer también tiene representatividad.

Grado de instrucción: Más de la mitad de representantes, el 52.38% tienen como grado de instrucción el nivel superior no universitaria; dato que coincide con el de Infantes (2018) quien obtuvo que el 70% de representantes tiene el nivel superior universitario. Asimismo coincide con Castillo (2019) cuyo resultado fue que el 47% de representantes ha alcanzado el nivel superior universitario. No coincide con Ramos (2019) porque el resultado obtenido en lo que se refiere al nivel de instrucción fue que el 67% de representantes tiene nivel de educación básica. Es decir, se trata de personas preparadas que han logrado alcanzar el nivel superior y tienen el conocimiento necesario para llevar adelante proyectos como el de constituir su propia empresa.

Cargo que desempeña: El 92.86% es dueño del negocio; dicho dato coincide con el de Ramos (2019) donde el 100% indico ser el propietario del negocio. También coincide con Castillo (2019) en cuya investigación obtuvo que el 100% se desempeña como dueño de la empresa. Determinándose entonces que, los representantes de las MYPES por lo general son los mismos propietarios del negocio.

Tiempo que desempeña en el cargo: El 57.14% desempeña labores en las MYPES dedicadas a la venta de abarrotes de entre 4 a 6 años. No coincide con Infantes (2018) cuyo resultado fue que el 60% de representantes desempeña labores entre 0 a 3 años.

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019.

Tiempo de permanencia en el rubro: El 57.14% de MYPES del rubro abarrotes desarrolla actividades desde 4 a 6 años, lo cual difiere con el resultado obtenido por Infantes (2018) donde el 60% de MYPES tiene hasta un máximo de 3 años. Lo que permite inferir que la MYPES son negocios con pocos años en el mercado, sin embargo, su representación en la economía del Perú es importante.

Número de trabajadores: En un 61.91% indicó que sus negocios tienen a su cargo desde 1 a 5 trabajadores; coincidiendo de esta manera con Infantes (2018) en cuya investigación obtuvo que el 70% de MYPES brindan trabajo hasta a un máximo de 5 personas. Asimismo, coincide con Castillo (2019) cuyo resultado fue que, el 69% de MYPES tiene a su cargo desde 1 hasta 5 trabajadores. Lo que permite establecer que las MYPES se trata de negocios cuya importancia también se relaciona con el hecho de ser fuentes generadoras de empleo que, beneficios al desarrollo de la comunidad.

Vínculo de las personas que trabajan en la empresa: El 59.52% de trabajadores no son familiares de los representantes de las MYPES, lo cual coincide con Castillo (2019) cuyo resultado obtenido fue que, el 73% de trabajadores son personas no familiares del

representante. Ello indica que los puestos de trabajo generados por las MYPES no precisamente son disponibles para los familiares de sus representantes, sino para terceros.

Objeto de creación: El 100% de MYPES del rubro abarrotes ha sido constituida con el objetivo de generar ganancias; coincidiendo de esta manera con Infantes (2018) en cuya investigación obtuvo que el 50% ha sido constituida con el propósito de generar ganancias. También coincide con Castillo (2019) quien obtuvo que el 87% indicó como objetivo de las MYPE la generación de ganancias. No coincide con el resultado obtenido por Ramos (2019) donde un poco mas de la mitad, el 58% de MYPES se constituyeron con el objetivo de subsistir. Es decir, en su mayoría los negocios se constituyen con el propósito de obtener ganancias.

Tabla 3. Características de las gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019.

Enfoque al cliente: El 100% responde que en la empresa se tiene como prioridad al cliente; dicho dato coincide con el de Infantes (2018) en cuya investigación obtuvo que el 80% tiene como prioridad satisfacer al cliente con productos de calidad. De acuerdo con Sánchez (2017) las empresas dependen de sus clientes, por lo que deberían identificar sus necesidades para satisfacerlas. En este caso sí se tiene el enfoque de satisfacer al cliente.

Liderazgo: El 83.33% se autocalifica e indica que el liderazgo que desarrolla es el correcto, coincidiendo con Quispe (2020) donde el 60% de encuestados estuvo de acuerdo con que en las MYPES existe el dominio, mando y preponderancia en la delegación de las funciones. Según Cortes (2017) el líder es quien motiva, guía y dirige a trabajadores hacia el logro de las metas establecidas. Por lo tanto, en el caso de la MYPES, el desempeño de sus líderes les permitirá un mejor rendimiento.

Participación del personal: El 50% manifiesta que el personal es poco participativo; dato que guarda relación con el obtenido por Quispe (2020) quien obtuvo que el 80% estuvo

en desacuerdo con que existan planes en las MYPES para fomentar la participación de las personas en las mejoras de los procesos. Para Gonzáles & Arciniegas (2016) es vital que se haga partícipe al personal en la gestión de calidad y en el funcionamiento de toda la empresa para que asuma también el compromiso en lo que se refiere al logro de metas. En ese sentido, en las comerciales de abarrotes se debe enfatizar en la participación de sus trabajadores.

Enfoque basado en procesos: El 66.67% confiesa que en sus negocios no existe un enfoque basado en procesos, al igual que en las MYPES de Arequipa, de las cuales Ramos (2019) obtuvo como resultado que, el 92% no ha implementado la gestión de calidad. También coincide con Quispe (2020) en cuya investigación el 100% estuvo en desacuerdo con que estos negocios tengan un plan operativo. No coincide con Castillo (2019) cuyo resultado obtenido fue que el 33% casi siempre la empresa supervisa los procesos y actividades realizadas por el personal. Por su parte Sánchez (2017) considera que un resultado se logra con mayor eficiencia si la gestión de actividades y recursos es entendida como un proceso. Lo que quiere decir que, las MYPES del rubro abarrotes, en su mayoría, les falta tener este enfoque que va a permitirles mejores resultados.

Mejora continua: El 80.95% señala que siempre se están tomando decisiones orientadas a establecer una mejora continua en la empresa, lo cual coincide con el resultado obtenido por Flores (2019) donde el 38.28% estuvo de acuerdo con que se tomaron las medidas adecuadas para mejorar la satisfacción al cliente. Según Cortes (2017) es la parte de la gestión de calidad centrada en aumentar la capacidad de cumplir con lo que exige la calidad. Por esa parte, los pequeños negocios también están comprometido con mejorar de forma permanente.

Toma de decisiones basada en hechos: El 69.5% no analiza documentos como los estados financieros previo a la toma de decisiones; dicho dato difiere del obtenido por Erazo (2019), lo que no coincide con el resultado de Erazo (2019) en cuya investigación obtuvo

que el 65.10% considera las propuestas de los clientes para mejorar la gestión de calidad. Respecto a la toma de decisiones basada en hechos Novillo, Parra, Ramón & López (2017) dicho principio consiste en la recolección de información que haga posible la toma acertada de las decisiones dentro de una empresa. En el caso específico de las MYPES del rubro abarrotes, se podrían no estar tomando las decisiones correctas debido a que no analizan documentos como los estados financieros para corroborar la situación actual de la empresa.

Relación con los proveedores: El 50% mantiene una buena relación con sus proveedores, lo que no coincide con Castillo (2019) quien obtuvo como resultado que, el 33% indicó que las MYPES no cuentan con estrategias para alcanzar los objetivos de calidad. Por su parte Burckhardt, Gisbert & Pérez (2016) indica que la gestión de las relaciones con partes interesadas como por ejemplo los proveedores, facilita el logro del éxito de la empresa. Por lo tanto, las MYPES deben considerar en todo momento establecer las buenas relaciones con quienes los abastecen de mercadería para de alguna manera obtener beneficios como precios exclusivos o atención preferencial.

Control de la calidad: El 73.81% controla la calidad de los productos que ofrece; lo cual coincide con Infantes (2018) quien obtuvo entre sus resultados que el 80% de clientes se han sentido satisfechos con los productos que ofrecen las MYPES. También coincide con Castillo (2019) cuyo resultado fue que el 33% siempre controla la gestión de calidad. Cortes (2017) señala que, consiste en la aplicación de medios y de técnicas cuyo fin es el de alcanzar, mantener y mejorar la calidad de un producto y/o servicio. En el caso de las MYPES, en su mayoría si lleva a cabo acciones de control que les permita brindar productos de calidad.

Aseguramiento de la calidad: El 57.14% confiesa que no lleva a cabo acciones que le permitan asegurar la calidad en la empresa. No coincide con Ayala (2019) en cuya investigación obtuvo que, el 41.9% consideró como muy eficaz la evaluación periódica al

personal con el fin de establecer si entiende y cumple con las normas internas y procedimientos. Por su parte, Gonzáles & Arciniegas (2016) explican que el asegurar la calidad está fundamentado en que el proceso de manufactura requiere de ciertos servicios de calidad, por lo que se necesita de esfuerzos coordinados entre las diferentes áreas de la empresa. De los resultados obtenidos, se puede inferir que las MYPES, a pesar de tratarse de negocios pequeños también requieren de tomar acciones que les permita asegurar la calidad de los productos que comercializan.

Calidad total: El 64.29% considera que la calidad está presente en todas las actividades que se desarrollan en la empresa, coincidiendo con Mamani (2020) en cuya investigación obtuvo que, el 75% de representantes considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de su negocio. Gonzáles & Arciniegas (2016) indican que en esta fase el problema debe ser abordado como un todo, considerando, no solo la totalidad de parámetros y variables que forman parte en la producción de bienes y servicio, sino que, el problema de la calidad también debe ser tratado como un sistema en cadena, es decir, que comprenda todas las etapas. Este enfoque sí se tiene en las MYPES del rubro abarrotes.

Tabla 4. Características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019.

Información relevante: El 69.05% menciona que el personal que atiende en sus negocios brinda al cliente información relevante respecto a los productos que ofrece, coincidiendo de esta manera con Bernal (2019) quien obtuvo que el 57.14% aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes. De acuerdo con Salas (2020) en la atención al cliente se debe dar una respuesta concreta a los problemas presentados durante el desarrollo de la actividad, es decir, responder de manera concreta y exacta, sin exagerar en el contenido

o en la forma. Respecto a las MYPES del rubro abarrotes, en su mayoría sí responden de forma adecuada.

Atención oportuna: El 73.81% indica que el cliente es atendido de forma oportuna; coincidiendo con el resultado obtenido por Mamani (2020) donde el 92% consideró como buena la atención que brinda a sus clientes. También coincide con Flores (2019) quien obtuvo como resultado que, el 42.97% estuvo de acuerdo con que la atención brindada al cliente es eficiente y oportuna. Para Salas (2020) la espera en la atención podría ser motivo de una mayor satisfacción en el cliente que traerá consigo mayores costes para la empresa.

Atención permanente: El 80.95% reconoce que no existe una persona exclusiva para desempeñar funciones en el área de atención al cliente de forma permanente, coincidiendo con Bernal (2019) en cuya investigación obtuvo que el 57.14% considera como regular la atención que brinda al cliente. De acuerdo con Salas (2020) la atención al cliente debe ser permanente, contar con su propio personal, material y recursos, y además estar en todo momento preparada para todo tipo de consulta o queja del cliente. En este caso, las MYPES deberían asignar funciones específicas de atención al cliente a una persona, para que esta, responda correctamente a las diferentes situaciones que se presentan.

Flexibilidad en la atención: El 83.33% considera que el personal es flexible en el trato que le brinda al cliente, coincide con Quispe (2020) quien entre sus resultados obtuvo que el 100% estuvo de acuerdo con que los clientes se sienten satisfechos con la atención que les brindan las MYPES. Respecto a la flexibilidad en la atención al cliente, Salas (2020) considera que la relación con el cliente debe ajustarse a lo que demandan precisamente los clientes. Esto quiere decir que, en las MYPES, el personal está actuando correctamente toda vez que se muestra flexible en el trato que brinda.

Eficacia y eficiencia: El 85.71% indica que los trabajadores de sus empresas realizan sus labores demostrando eficacia y eficiencia, lo cual coincide con Quispe (2020) en cuya

investigación obtuvo que el 100% de su muestra estuvo de acuerdo con que los trabajadores poseen capacidades extraordinarias para realizar las tareas encomendadas. También coincide con Romero (2019) en cuya investigación el 60% ofrece rapidez en el servicio como factor de calidad. Por su parte, Salas (2020) es claro al decir que la atención al cliente debe plantearse como objetivo la satisfacción del cliente, para lo cual sugiere que se deben utilizar los recursos disponibles que permitan lograr dicho objetivo.

Motivación al personal: El 69.05% asegura que sí motiva al personal con el fin de que atienda correctamente al cliente, lo cual coincide con Castillo (2019) en cuya investigación obtuvo que el 31% indica que algunas veces brinda retroalimentación a los colaboradores. Por su parte De Pablo (2020) refiere sobre la disposición previa como uno de los principios de la atención al cliente, e indica que la motivación se vuelve en un elemento a través del cual se puede canalizar el esfuerzo, la energía y la conducta del trabajador hacia el logro de objetivos.

Práctica del respeto y la amabilidad: El 90.48% señala que el personal demuestra atender al cliente con respeto y amabilidad, coincidiendo de esta manera con Morocho (2015) cuyo resultado obtenido fue que el 82% indicó que el personal de las MYPES sí es amable en la atención. Asimismo, coincide con Erazo (2019) quien obtuvo que el 83.33% indicó que el personal de las MYPE brindan un trato amable. Según De Pablo (2020) en la actualidad es necesario que el personal, sobre todo quienes tienen trato directo con los clientes, tengan una gran cantidad de destrezas y cualidades que les permita llevar a cabo de forma eficaz la atención al cliente, siendo el respeto y la amabilidad, los valores fundamentales.

Empatía: En un 88.10% manifiesta que el personal practica la empatía en la atención al cliente. coincidiendo con Erazo (2019) cuyo resultado fue que el 77.60% se siente a gusto con e personal que lo atiende. Para De Pablo (2020) la empatía es entendida como el nivel

máximo de escucha, la que consiste en que una persona se coloca en el lugar de la otra para comprenderla mejor.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Se concluyen las siguientes:

Conclusión General: Las MYPES están representadas por personas adultas cuyas edades oscilan entre los 31 a 50 años, con nivel de instrucción el superior no universitario, cuyas labores en estos negocios las realizan desde hace 4 a 6 años. Estos negocios en su mayoría han sido creados con el objetivo de generar ganancias. Asimismo, son fuentes de empleo por lo general para personas no familiares de los representantes. En cuanto a la gestión de calidad, se requiere tomar medidas que permitan asegurar la calidad en toda la gestión realizada, y motivar al personal para que participe con mayor frecuencia. Respecto a la atención al cliente, esta se caracteriza por ser relevante, oportuna y flexible, además de evidenciarse una actitud positiva de parte del personal, quienes tratan con respeto, amabilidad y empatía al cliente.

Con respecto al objetivo específico 1: Los representantes de las MYPES del rubro abarrotes ubicadas en el distrito de Bellavista, se caracterizan por ser personas adultas cuyas edades oscilan entre los 31 a 50 años, y predomina en ellos el género masculino. En su mayoría han alcanzado el nivel superior no universitaria, y son dueños del negocio desde 4 hasta 6 años. Por lo tanto, estos negocios están representados por personas maduras y con los estudios suficientes que garantizarán la continuidad de sus negocios para beneficio del desarrollo económico peruano.

Con respecto al objetivo específico 2: Las MYPES del rubro abarrotes en el distrito de Bellavista se caracterizan por tener en el mercado una antigüedad de entre 4 hasta los 6 años, generando empleo hasta un máximo de 5 trabajadores los que por lo general no son familiares del representante. Asimismo, estos negocios tienen en común que, han sido constituidos con el objetivo de generar ganancias. Lo que permite asegurar que las MYPE

cumplen más de un rol importante no solo para beneficio de sus ejecutores sino también de la comunidad.

Con respecto al objetivo específico 3: La gestión de calidad en las MYPES del rubro abarrotes del distrito de Bellavista se caracteriza por estar enfocada en el cliente, al cual se le considera como prioridad. También se ejerce un correcto liderazgo lo que significa que el equipo estará dispuesto a cumplir con las metas propuestas. Respecto la mejora continua, se manifiesta que toda decisión tomada está orientada en lograr una mejora continua para el negocio. Asimismo, con los proveedores se ha logrado establecer una buena relación siendo muy beneficioso porque garantiza una atención exclusiva con descuentos y promociones especiales. Por otro lado, respecto a las acciones realizadas para alcanzar la calidad, tan solo se controla la calidad de los productos, sin embargo, no se implementan otras acciones que permitan asegurar la calidad en toda la gestión a pesar de considerar los representantes que en sus negocios está presente la calidad en todas las áreas y sus actividades. Además de ello, se han encontrado como deficiencias que, el personal es poco participativo y las decisiones tomadas no se basan en hechos concretos como el contenido de estados financieros. Es decir, aún no podemos decir que en las MYPE del rubro abarrotes del distrito de Sullana exista una gestión de calidad porque aún hay deficiencias por resolver.

Con respecto al objetivo específico 4: La atención que se le brinda al cliente se caracteriza por ser una atención relevante, oportuna y flexible, porque el personal proporciona información precisa, en el momento adecuado y además adopta actitudes de acuerdo al tipo de cliente que tiene al frente. También se trata de una atención eficaz y eficiente por la rapidez y calidad demostrada por los trabajadores; a estos últimos, se les motiva para que atiendan de la mejor manera al cliente. Por otro lado también hay actitudes que resaltan mientras se atiende, y son el respeto, la amabilidad y la empatía. Como deficiencia encontrada, es que la atención no es permanente debido a que no existe una

persona que se dedique exclusivamente a desempeñar funciones en el área de atención al cliente.

5.2. Recomendaciones

En base a los resultados obtenidos se recomiendan las siguientes:

- Respecto a la gestión de calidad: Establecer procedimientos de control que permitan asegurar la calidad de los productos que ofrecen para evitar la molestia del cliente por productos vencidos o en mal estado. Además, elaborar un plan de reuniones periódicas con el personal con el fin de que estos puedan dar sus ideas y de esa manera se sientan comprometidos con lo que busca la empresa.
- Asignar funciones específicas e atención al cliente a una persona, para que permanezca atento y pueda resolver las inquietudes o reclamos de los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alelú, M. &. (s/f). *Estudio de encuestas*. Obtenido de <https://docplayer.es/2983730-Estudio-de-encuestas-marta-alelu-hernandez-sandra-cantin-garcia.html>
- Avolio, B. M. (2017). *Factores que limitan el crecimiento de las Micro y Pequeñas empresas en el Perú (MYPES)*. Lima. [file:///C:/Users/USER/Downloads/4126-Texto%20del%20art%C3%ADculo-15740-1-10-20130120%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/4126-Texto%20del%20art%C3%ADculo-15740-1-10-20130120%20(3).pdf)
- Ayala, C. (2019). *Gestión de calidad y su incidencia en la competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana, año 2018*. Uladech, Chimbote.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11778/GESTION_DE_LA_CALIDAD_AYALA_RAMOS_CARLO_ERICK.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Banco Mundial. (2020). *Perú Panorama General*. Lima.
<https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>
- Bernal, J. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de alimentos, bebidas y tabaco en la H.U.P. Las Brisas II Etapa, distrito de Nuevo Chimbote, 2016*. Uladech, Chimbote.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10576/ATENCION_CALIDAD_BERNAL_VASQUEZ_JOSE_LUIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Burckhardt, V. G. (2016). *Estrategia y desarrollo de una guía de implantación de la norma ISO 9001: 2015. Aplicación pymes de la Comunidad Valenciana*. Ciencias.
<https://books.google.com.pe/books?id=aGV8DAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2015&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj5feSuf3tAhUmp1kKHbNqBbk4ChDoATAAegQIABAC#v=onepage&q&f=false>
- Castillo, E. (2017). *Sistema de información (SCM) para reducir las quejas de clientes de ABINBEV en Guayaquil Sur*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/22902/1/SISTEMA%20DE%20INFORMACI%C3%93N%20%28SCM%29%20PARA%20REDUCIR%20LAS%20QUEJAS%20DE%20CLIENTES%20DE%20ABINBEV%20EN%20GUAYAQUIL%20SUR.pdf>
- Castillo, V. (2019). *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes entre cuadras 13*

- 16 de la Av. Perú del distrito de San Martín de Porres, 2018. Uladech, Lima.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16842/GESTION_CALIDAD_BENEFICIOS_CASTILLO_VELASQUEZ_VICTOR_HUGO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Comex Perú. (2019). *Las Micro y Pequeñas empresas en el Perú*. Lima.
<https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mype-001.pdf>
- Cortés, J. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. Málaga.
https://books.google.com.pe/books?id=RhkwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2015&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiU8ITW4_btAhVEx1kKHfLFA7UQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q&f=false
- De Pablo, M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*. Málaga: IC Editorial.
<https://books.google.com.pe/books?id=TTLADwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=atenci%C3%B3n+al+cliente+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiZqYmUmZztAhXQt1kKHWCpChI4ChDoATAEegQIBBAC#v=onepage&q&f=false>
- Dzul, M. (2015). *Aplicación básica de los métodos científicos*.
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf
- Erazo, G. (2019). *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES comerciales rubro bodegas de urbanización Los Titanes, Piura Año 2019*. Piura.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15750/ATENCION_AL_CLIENTE_MYPE_ERAZO_CASTILLO_GLADYS.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Escudero, M. (2015). *Servicio de atención comercial*. Editex.
https://books.google.com.pe/books?id=ue7JCQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=atenci%C3%B3n+al+cliente+2015&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiG5Jn4o_7tAhUmv1kKHUdcCdGQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q=atenci%C3%B3n%20al%20cliente%202015&f=false
- Físico, G. (2020). *Economía de la empresa 2º Bachilolerato*. Ediex.
<https://books.google.com.pe/books?id=7-ftDwAAQBAJ&pg=PA273&dq=teor%C3%ADa+de+la+administraci%C3%B3n+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjZad0PbtAhXCtlkKHfeLA0IQ6AEwBHoECAQQAQAg#v=onepage&q&f=false>
- Flores, L. (2019). *Gestión de calidad y fidelización del cliente en las MYPE rubro abarrotes del mercado Las Capullanas de Piura, año 2019*. Uladech, Piura.

- http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16908/CALIDAD_FIDELIZACION_Y_GESTION_FLORES_GARCIA_TATIANA_LUCERITO_DE_L_PILAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Galán, M. (2014). *Hipótesis de la investigación*. Obtenido de <http://manuelgalan.blogspot.com/2014/06/hipotesis.html>
- García, E. (2020). *Empresa y administración*. Madrid: Paraninfo. <https://books.google.com.pe/books?id=8cznDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=la+administraci%C3%B3n+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwilsqiW0PbtAhUJmVkKHbm3BnwQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q&f=false>
- Gil, J. (2020). *Fundamentos de atención al cliente*. España: Elearning S.L. https://books.google.com.pe/books?id=VGzoDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=atenci%C3%B3n+al+cliente+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiwiq_4kJztAhXFzVkkHQRiBXUQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q&f=false
- Gonzáles, O. &. (2016). *Sistema de gestión de calidad: Teoría y práctica bajo la norma ISO 2015*. Bogotá: ECOE Ediciones. https://books.google.com.pe/books?id=baUwDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2015&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiU8ITW4_btAhVEx1kKHfLFA7UQ6AEwAnoECAIQAg#v=onepage&q&f=false
- Hernández, R. F. (2017). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Huits, L. (2014). *Servicio al cliente en los supermercados Quetzaltecos*. Quetzaltenango. <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2014/01/01/Huitz-Leticia.pdf>
- Infantes, N. (2018). *Gestión de calidad con uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector comercio - rubro distribuidora de abarrotes del distrito de Nepeña, provincia del Santa, año 2017. Caso Minimarket Megatac*. Chimbote. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16733/ABARROTES_ATENCION_CALIDAD_CLIENTE_INFANTES_RODRIGUEZ_NOELIA_DE_L_CARMEN.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mamani, Y. (2020). *Gestión de la calidad con el uso del marketing en las MYPE del sector comercio rubro venta al detalle de abarrotes, del mercado Tupac Amaru Juliaca, 2019*. Uladech, Juliaca. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/18787/GESTION_DE_CALIDAD_MAMANI_%20QUISPE_%20YONY_%20HITLER.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Marroquín. (2015). R. Lima. http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Ministerio del Ambiente. (2009). *Política Nacional del Ambiente*. Lima. file:///C:/Users/User/Downloads/1633%20(1).pdf
- Morocho, J. (2015). *Calidad de atención y satisfacción de los clientes en las MYPES comerciales - rubro abarrotes en el distrito 26 de Octubre de Piura, periodo 2012*. Piura. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6050/CALIDAD_DE_ATENCION_SATISFACCION_DE_LOS_CLIENTES_MOROCHO_RIOS_JORGE_LUIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Novillo, P. R. (2017). *Gestión de la calidad: Un enfoque práctico*. Guayaquil. file:///C:/Users/User/Downloads/LIBRO%20GESTION%20libro%20(7).pdf
- Oviedo, A. (2018). *Análisis para la interpretación de la NOM 9001:2015*. México. <https://books.google.com.pe/books?id=ffdTDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2015&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjhtomJuf3tAhUy01kKHx0RAiMQ6AEwA3oECAMQA#v=onepage&q&f=false>
- P., L. (2016). *Novedades ISO 9001:2015*. España: Fundación Confemetal. <https://books.google.com.pe/books?id=9-MmDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2015&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj5feSuf3tAhUmp1kKHbNqBbk4ChDoATACegQIAhAC#v=onepage&q&f=false>
- Prieto, J. &. (2018). *Administración*. Colombia: Ediciones de la U. <https://books.google.com.pe/books?id=DzSjDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=teor%C3%ADas+de+la+administraci%C3%B3n+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjZad0PbtAhXctkKHfeLA0IQ6AEwCHoECAgQA#v=onepage&q&f=false>
- Quispe, J. (2020). *Propuesta de mejora en la gerencia estratégica para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro abarrotes, caso: "Bodega Suen", Cañete - 2019*. Uladech, Cañete. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/17124/BODEGA_GERENCIA_ESTRAT%20GICA_GESTI%20DE%20CALIDAD%20QUISPE%20CHUCHON%20JOSSY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramos, H. (2019). *Gestión de la calidad con el uso del marketing en las MYPE del sector comercio rubro venta al detalle de abarrotes, del mercado Inmaculada Concepción*

- Arequipa, 2019. Uladech, Juliaca.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/13534/MYPE_GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING_RAMOS_CASILLA_HILARIO_GUMERCINDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Romero, H. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas, PP.JJ Pueblo Libre, distrito de Chimbote, 2018.* Chimbote.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10612/ATENCION_CALIDAD_ROMERO_PALOMINO_HEBERT_DANIEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Roura, A. (2020). *Crisis en Perú: 3 claves que explican la inestabilidad política en el país.* BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-54916840>
- Salas, S. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario.* Madrid: Paraninfo.
https://books.google.com.pe/books?id=jpzODwAAQBAJ&pg=PR4&dq=atenci%C3%B3n+al+cliente+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiwiq_4kJztAhXFzVkJHQRiBXUQ6AEwAnoECAIQAg#v=onepage&q&f=false
- Salazar, D. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de promoción de ventas en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor en comercios.* Uladech, Huaraz.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/840/MYPE_PROMOCION%20DE%20VENTAS_%20SALAZAR_SANTILLAN_%20DELIA_MARIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sánchez, S. (2017). *Gestión de la calidad ISO 9001/2015 en comercio.* España: Elearning.
https://books.google.com.pe/books?id=izZWDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2015&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiU8ITW4_btAhVEx1kKHfLFA7UQ6AEwAXoECAEQAg#v=onepage&q&f=false
- Tello, S. (2016). *Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país.* [file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-ImportanciaDeLaMicroPequeñasYMedianasEmpresasEnEID-5157875%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-ImportanciaDeLaMicroPequeñasYMedianasEmpresasEnEID-5157875%20(2).pdf)
- Uladech. (2020). *Código de ética para la investigación.* Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote.
<https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2020/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v003.pdf>

Universidad de Lima. (2020). *Dura caída de la bolsa de valores de Lima tras la vacancia presidencial*. Lima. O <https://www.ulima.edu.pe/pregrado/economia/noticias/dura-caida-de-la-bolsa-de-valores-de-lima-tras-la-vacancia-presidencial>

ANEXOS

Anexo 01 Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2018 - 2019								Año 2019 – 2020							
		Semestre II				Semestre I				Semestre II				Semestre I			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X	X													
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de investigación			X	X												
5	Mejora del marco teórico y metodológico					X	X										
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de información						X										
7	Elaboración del consentimiento informado (*)						X	X									
8	Recolección de datos							X	X								
9	Presentación de resultados								X	X	X						
10	Análisis e interpretación de los resultados										X	X					
11	Redacción de informe preliminar										X	X	X				
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de investigación												X	X			
	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de investigación													X	X		
13	Presentación de ponencia en jornadas de investigación														X	X	
14	Redacción de artículo científico															X	X

Anexo 02: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.05	160	8.00
• Fotocopias	0.05	160	8.00
• Empastado	4	1.00	4.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	10	1 millar	10.00
• Lapiceros	1.00	5	5.00
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			135.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	5	5	25.00
Sub total			25.00
Total de presupuesto desembolsable			160.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			812.00

Anexo 03: Cuadro de sondeo de las micro y pequeñas empresas

Población

Nº	Razón social	Dirección	Punto de venta
01	Manuel Nole Portocarrero	Calle Porvenir #403 - Sta. Teresita	Mcdto Bellavista
02	Juana Cunya Llacsahuangaa	Ricardo Palma	Mcdto Bellavista
03	Juan Tomas Vera Garabito	Trans. Tarapaca nº 1673 - Buenos Aires	Mcdto Bellavista
04	Elena Dioses Lozada	Jose Maria Raygada #610 - el obrero	Mcdto Bellavista
05	Juan Manuel Dioses Lozada	Porvenir San Isidro #326 - Bellavista	Mcdto Bellavista
06	Jorge Francisco Romero Gamboa	Urb. Popular José Carlos Mariategui Mz. C lt. -19	Mcdto Bellavista
07	Flor Angelica Yanayaco Criollo	Amotape #393 - AH 9 de octubre	Mcdto Bellavista
08	Carmen Emilia Siancas Adanaque	Cuzco 457	Mcdto Bellavista
09	Yanela Carolina Berru Siancas	Cuzco 461	Mcdto Bellavista
10	Luis Farfán García	Calle Vichayal 850 9 de octubre	Mcdto Bellavista
11	Juaquin rolando Mendoza Crisanto	Castilla 243	Mcdto Bellavista
12	Jhan Paulo Suarez Pulache	Zarumilla 104	Mcdto Bellavista
13	Juana Rosa Arrunátegui Rivas	Calle Máncora 616-sta teresita	Mcdto Bellavista
14	Rosa Amanda Deza de Estrada	Manuel Coloma 207 - AH El obrero	Mcdto Bellavista
15	Graciela Alejandrina Echeandía Vilchez		Mcdto Bellavista
16	Javier Arcángel Veliz Almestar	Calle los ángeles 1335 - 6 de octubre	Mcdto Bellavista
17	Jose Santos Colmenares Sánchez	Sta. Cruz 415 - 9 de octubre	Mcdto Bellavista
18	Maruja Silva Zeta	puno 648	Mcdto Bellavista
19	Asterio Jaramillo Castro	Madre de Dios 545 -bellavista	Mcdto Bellavista
20	Rolando Ruiz Castro	Cajamarca 774	Mcdto Bellavista
21	Digna Estrada de la Cruz	Manuel Coloma 207 - AH El obrero	Mcdto Bellavista

Población

Nº	Razón social	Dirección	Punto de venta
22	Maibe Ortiz Castillo	San isidro 313 - sta. Teresita	Mcdo Bellavista
23	Jose Jaramillo Castro	Huancavelica 542	Mcdo Bellavista
24	Adolfo Tomas Ordinola Ortiz	mancora 107 sta. Teresita	Mcdo Bellavista
25	José Esteban Cardoza Peña	jovino arambulo 241	Mcdo Bellavista
26	Sergio Randú Silva Seminario	cajamarca 645	Mcdo Bellavista
27	Maria Luisa Vilchez Viera	Call 3 #275 barrio buenos aires	Mcdo Bellavista
28	Jaime Martin Siancas Fuentes	Jorge Chavez mz. D lt. 35 Jorge basadre	Mcdo Bellavista
29	Irma Lupú Barco	Anchas 350	Mcdo Bellavista
30	Santos Ricardo Merino Tocto	13 de diciembre 223 - el obrero	Mcdo Bellavista
31	Témpora Tomasa Zapata de Castro	Calle Castilla 222 bellavista	Mcdo Bellavista
32	Natividad Panta Vilchez	Catacaos 383	Mcdo Bellavista
33	Seferino Castro Juárez	Catacaos 103	Mcdo Bellavista
34	Carlos Palacios Távara	Los Angeles 130 9 de octubre	Mcdo Bellavista
35	Digna Paico Castillo	Catacaos 362 El porvenir	Mcdo Bellavista
36	Roberto Carmen Pulache	Cuzco 461	Mcdo Bellavista
37	Isabel Pintado Rocio	San Jose 685 - 9 de octubre	Mcdo Bellavista
38	Alejandro Castillo Viera	Amotape 885 - 9 de octubre	Mcdo Bellavista
39	Cesar Zapata Sánchez	Loreto 320 - bellavista	Mcdo Bellavista
40	Mayra Alejandra Prieto Tieno	Pilar Nores Mz. C Lt 17	Mcdo Bellavista
41	Juana Ortensia Flores Gonzales Vda. De Astudillo	Apurimac 392	Mcdo Bellavista
42	Roberto Carmen Pulache	cuzco 461	Mcdo Bellavista

Anexo 04: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: “Características de la gestión de calidad y la atención al cliente de las MYPES del sector comercio rubro abarrotos del distrito de Bellavista – Sullana 2020.

Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

1.1. Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas.

1. Edad

- a) 18 – 30 años b)
- 31 – 50 años c)
- 51 a más años

2. Género

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no universitaria
- e) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña el cargo

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

1.2. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

7. Número de trabajadores

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 11 a más trabajadores

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Considera al cliente como prioridad para la empresa?

- a) Si
- b) No

11. ¿Cómo se autocalifica ejerciendo el liderazgo en su negocio?

- a) Correcto
- b) Incorrecto

12. ¿El personal se muestra participativo?

- a) Muy participativo
- b) Poco participativo
- c) No es participativo

13. ¿Existe un enfoque basado en procesos?

- a) Si

b) No

14. ¿Siempre se están tomando decisiones con el fin de mejorar el servicio al cliente?

a) Si

b) No

15. ¿Para tomar decisiones primero analiza documentos como los estados financieros de la empresa?

a) Si

b) No

16. ¿Cómo es la relación con sus proveedores?

a) Buena

b) Regular

c) Mala

17. ¿Controla la calidad de los productos que ofrece?

a) Sí

b) No

18. ¿Lleva a cabo acciones que le permiten asegurar la calidad en la empresa?

a) Sí

b) No

19. ¿Considera que la calidad está presente en todas las actividades que se realizan en su negocio?

a) Sí

b) No

III. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

20. ¿El personal brinda al cliente información relevante sobre los productos que ofrece?

a) Sí

b) No

21. ¿Se le atiende al cliente de forma oportuna?

a) Sí

b) No

22. ¿Existe una persona para realizar exclusivamente la función de atención al cliente?

a) Sí

b) No

23. ¿El personal es flexible en el trato que le brinda al cliente?

a) Sí

b) No

24. ¿Los trabajadores demuestran ser eficaces y eficientes?

a) Sí

b) No

25. ¿Motiva al personal con el fin de que atienda correctamente al cliente?

a) Sí

b) No

26. ¿El personal es respetuoso y amable mientras atiende al cliente?

a) Sí

b) No

27. ¿Se practica la empatía con el cliente en la empresa?

a) Sí

b) No

Anexo 05: Solicitud



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN

“Año de la Universalización de la Salud”

Chimbote, 08 de Octubre 2020

OFICIO N° 219-2020-EPE-ULADECH CATÓLICA

Sr. (a)

Elena Dioses Lozada

Comerciante

Presente.-

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar nuestro cordial saludo en nombre de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentar a la estudiante **Robles Quispe, Jhelen Gisela**, con código de matrícula N° 0411171104, de la Carrera Profesional de Administración, quien ejecutará de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado: **“Características de la gestión de calidad y la atención al cliente de las MYPE del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019”** durante los meses de setiembre, octubre y noviembre del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré brindar las facilidades a la estudiante en mención a culminar satisfactoriamente su investigación el mismo que redundará en beneficio de las MYPE del rubro abarrotes del distrito de Bellavista.

En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,

Cc:
Archivo



Urb. Buenos Aires La Zona Semirurbana Mz
V L 1a. Td - Nueva Chimbote, Perú
Caf: 950064289
www.uladech.edu.pe

Anexo 06: Consentimiento informado

Consentimiento Informado

Investigador principal del proyecto: Jhelen Gisela, Robles Quispe

Consentimiento informado

Estimado participante,

El presente estudio tiene el objetivo: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES del sector comercio rubro comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019.

La presente investigación informará sobre las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019, para lo cual se aplicará una encuesta.

Toda la información que se obtenga de las encuestas será confidencial y solo los investigadores y el comité de ética podrán tener acceso a esta información. Será guardada en una base de datos protegidas con contraseñas. Tu nombre no será utilizado en ningún informe. Si decides no participar, no se le tratará de forma distinta ni habrá prejuicio alguno. Si decides participar, eres libre de retirarte del estudio en cualquier momento.

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con el investigador principal de Chimbote, Perú Dr. Jorge Luis Diaz Ortega al celular: 944897194, o al correo: jdiaor@uladech.edu.pe

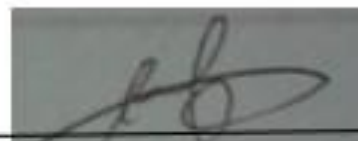
Si tienes dudas acerca de tus derechos como participante de un estudio de investigación, puedes llamar a la Mg. Zoila Rosa Limay Herrera presidente del Comité Institucional de Etica en Investigación de la Universidad Católica los Angeles de Chimbote, Cel: (+51043) 327-933, E-mail: zlimayh@uladech.edu.pe

Obtención del Consentimiento Informado

Me ha sido leído el procedimiento de este estudio y estoy completamente informado de los objetivos del estudio. El investigador me ha explicado el estudio y absuelto mis dudas. Voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio.



Nombres y apellidos del participante



Nombres y apellidos del encuestador

Anexo 07: Hoja de tabulación

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Edad	18 a 30 años	IIII-II	7	16.67
	31 a 50 años	IIII- IIII- IIII- IIII	25	59.52
	51 a más años	IIII- IIII	10	23.81
	Total	IIII-III-III-III- III-III- IIII-III-II	42	100.00
Género	Masculino	IIII- IIII- IIII- IIII- III	29	69.05
	Femenino	IIII- IIII-III	13	30.95
	Total	III-III-III-III- III-III- IIII-III-II	42	100.00
Grado de instrucción	Sin instrucción	I	1	2.38
	Primaria	III	3	7.14
	Secundaria	IIII-III	8	19.05
	Superior no universitaria	IIII- IIII- IIII- IIII-II	22	52.38
	Superior universitaria	IIII- III	8	19.05
	Total	III-III-III-III- III-III- IIII-III-II	42	100.00
Cargo que desempeña	Dueño	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- III	39	92.86
	Administrador	III	3	7.14
	Total	III-III-III-III- III-III- IIII-III-II	42	100.00
Tiempo que desempeña	0 a 3 años	IIII- IIII-I	11	26.19
	4 a 6 años	IIII- IIII- IIII- IIII- III	24	57.14
	7 a más años	IIII-II	7	16.67
	Total	III-III-III-III- III-III- IIII-III-II	42	100.00

*Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro
abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019.*

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Tiempo de permanencia en el rubro	0 a 3 años	III	11	26.19
	4 a 6 años	IIII- IIII- IIII- IIII- III	24	57.14
	7 a más años	IIII- II	7	16.67
	Total	IIII-IIIII-IIIII-III- IIII-IIIII- IIII-III-II	42	100.00
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII-I	26	61.91
	6 a 10 trabajadores	IIII- IIII-I	11	26.19
	11 a más trabajadores	IIII	5	11.90
	Total	IIII-IIIII-IIIII-III- IIII-IIIII- IIII-III-II	42	100.00
Las personas que trabajan en la empresa son	Familiares	IIII- IIII- IIII-II	17	40.48
	Personas no familiares	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII	25	59.52
	Total	IIII-IIIII-IIIII-III- IIII-IIIII- IIII-III-II	42	100.00
Objetivo de creación	Generar ganancia	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII-II	42	100.00
	Subsistencia		0	0.00
	Total	IIII-IIIII-IIIII-III- IIII-IIIII- IIII-III-II	42	100.00

Características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Enfoque al cliente	Si	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII-II	42	100.00
	No		0	0.00
	Total	IIII-III-III-III- IIII-III-III-III-II	42	100.00
Liderazgo	Correcto	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII	35	83.33
	Incorrecto	IIII-II	7	16.67
	Total	IIII-III-III-III- IIII-III-III-III-II	42	100.00
Participación del personal	Muy participativo	IIII- IIII- IIII	15	35.71
	Poco participativo	IIII- IIII- IIII- IIII-I	21	50.00
	No es participativo	IIII-I	6	14.29
	Total	IIII-III-III-III- IIII-III-III-III-II	42	100.00
Enfoque basado en procesos	Si	IIII- IIII- IIII	14	33.33
	No	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII-III	28	66.67
	Total	IIII-III-III-III- IIII-III-III-III-II	42	100.00
Mejora continua	Si	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII	34	80.95
	No	IIII-III	8	19.05
	Total	IIII-III-III-III- IIII-III-III-III-II	42	100.00
Toma de decisiones basada en hechos	Si	IIII- IIII-III	13	30.95
	No	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII	29	69.05
	Total	IIII-III-III-III- IIII-III-III-III-II	42	100.00
Relación con los proveedores	Buena	IIII- IIII- IIII- IIII-I	21	50.00
	Regular	IIII- IIII- IIII-I	16	38.10
	Mala	IIII	5	11.90
	Total	IIII-III-III-III- IIII-III-III-III-II	42	100.00
Control de la calidad	Si	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII-I	31	73.81
	No	IIII- IIII-I	11	26.19
	Total	IIII-III-III-III- IIII-III-III-III-II	42	100.00
Aseguramiento de la calidad	Si	IIII- IIII- IIII-III	18	42.86
	No	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII	24	57.14
	Total	IIII-III-III-III- IIII-III-III-III-II	42	100.00
Calidad total	Si	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII-II	27	64.29
	No	IIII- IIII- IIII	15	35.71
	Total	IIII-III-III-III- IIII-III-III-III-II	42	100.00

Características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Información relevante	Si	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII	29	69.05
	No	IIII- IIII-III	13	30.95
	Total	IIII-III-III-III-III- IIII-III-III-III-III-II	42	100.00
Atención permanente	Si	IIII-III	8	19.05
	No	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII	34	80.95
	Total	III-III-III-III- III-III-III-III-III-II	42	100.00
Flexibilidad en la atención	Si	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII	35	83.33
	No	IIII-II	7	16.67
	Total	III-III-III-III- III-III-III-III-III-II	42	100.00
Eficacia y eficiencia	Si	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII-I	36	85.71
	No	IIII-I	6	14.29
	Total	III-III-III-III- III-III-III-III-III-II	42	100.00
Motivación al personal	Si	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII	29	69.05
	No	IIII- IIII-III	13	30.95
	Total	III-III-III-III- III-III-III-III-III-II	42	100.00
Práctica del respeto y la amabilidad	Si	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- III	38	90.48
	No	III	4	9.52
	Total	III-III-III-III- III-III-III-III-III-II	42	100.00
Empatía	Si	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII-II	37	88.10
	No	IIII	5	11.90
	Total	III-III-III-III- III-III-III-III-III-II	42	100.00

Anexo 08: Análisis de fiabilidad

MGTR. LIC.

ESPECIALIZACIÓN: Administración de empresas

COLEGIATURA:

Validez y Confiabilidad:

Para evaluar el instrumento en su validez y confiabilidad se realizó una prueba piloto a fin de garantizar la calidad de los datos. El instrumento se aplicó a 42 personas con el fin de explorar sobre la gestión de calidad y la atención al cliente.

Validez: El instrumento que midió la “Caracterización de la Gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019” fue validado por expertos que acreditan experiencia en el área, para emitir los juicios y modificar la redacción del texto para que sea comprensible por el encuestado.

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

ESTADÍSTICO DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO RUBRO ABARROTES DEL DISTRITO DE BELLAVISTA – SULLANA, 2019.

VARIABLE CALIDAD DE LOS SERVICIOS

Estadística de fiabilidad	
Nº de Preguntas	Alfa de Cronbach
27	.997

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
Edad	2,07	,640	42
Género	1,31	,468	42
Grado de instrucción	3,79	,925	42
Cargo que desempeña	1,07	,261	42
Tiempo que desempeña en el cargo	1,90	,656	42
Tiempo de permanencia en el rubro	1,90	,656	42
Número de trabajadores	1,50	,707	42
Las personas que trabajan en su empresa son	1,60	,497	42
Liderazgo	1,17	,377	42
Participación del personal	1,79	,682	42
Enfoque basado en procesos	1,67	,477	42
Mejora continua	1,19	,397	42
Toma de decisiones basada en hechos	1,69	,468	42
Relación con los proveedores	1,62	,697	42
Control de la calidad	1,26	,445	42
Aseguramiento de la calidad	1,57	,501	42
Calidad total	1,36	,485	42
Información relevante	1,31	,468	42
Atención oportuna	1,26	,445	42
Atención permanente	1,81	,397	42
Flexibilidad en la atención	1,17	,377	42
Eficacia y eficiencia	1,14	,354	42
Motivación al personal	1,31	,468	42
Práctica del respeto y la amabilidad	1,10	,297	42
Empatía	1,12	,328	42

Se puede determinar que el instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 99.7% de confiabilidad con respecto a 27 preguntas (42 encuestados) de la gestión de calidad y atención al cliente.

Anexo 09: Validación de instrumento de recolección de datos

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Elizabeth Diamina Zapata Castro, identificado con DNI 03561030, con el grado de Magíster en Administración.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: **CUESTIONARIO**, elaborado por la estudiante **ROBLES QUISPE JHELEN GISELA**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO RUBRO ABARROTES DEL DISTRITO DE BELLAVISTA – SULLANA, 2019** que se encuentra realizando.

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

Sullana, 15 de Enero 2021.



Ítems relacionados GESTIÓN DE CALIDAD	¿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
1º OE Determinar las características de los representantes de las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019.							
1. ¿Cuál es su edad?							SI () NO()
2. ¿Cuál es el género del representante?							SI () NO()
3. ¿Cuál es su grado de instrucción?							SI () NO()
4. ¿Qué cargo desempeña en la empresa?							SI () NO()
5. ¿Cuánto tiempo lleva desempeñando el cargo?							SI () NO()
2º OE. Identificar las características de las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019?							
6. ¿Cuánto tiempo tiene de permanencia la empresa en el mercado?							SI () NO()
7. ¿Cuántos trabajadores desempeñan labores en la empresa?							SI () NO()
8. ¿Las personas que trabajan en la empresa son sus familiares?							SI () NO()
9. ¿Con qué objetivo se ha constituido la empresa?							SI () NO()


 INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SULLANA
 CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO
 Mgr. Elizabeth Zapata Castañeda
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN

Ítems relacionados MARKETING	¿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
3° OE. Describir las características de la gestión de calidad en las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019,							
10. ¿Considera al cliente como prioridad para la empresa?							SI () NO()
11. ¿Cómo se autocalifica el liderazgo en su negocio?							SI () NO()
12. ¿El personal se muestra participativo?							SI () NO()
13. ¿Existe un enfoque basado en procesos?							SI () NO()
14. ¿Siempre se están tomando decisiones con el fin de mejorar el servicio al cliente?							SI () NO()
15. ¿Para tomar decisiones primero analiza documentos como los estados financieros de la empresa?							SI () NO()
16. ¿Cómo es la relación con sus proveedores?							SI () NO()
17. ¿Controla la calidad de los productos que ofrece?							
18. ¿Lleva a cabo acciones que le permiten asegurar la calidad en la empresa?							
19. ¿Considera que la calidad está presente en todas las actividades que se realizan en su negocio?							
4° OE. Identificar las características de la atención al cliente en las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019.							
20. ¿El personal brinda al cliente información relevante sobre los productos que ofrece?							SI () NO()

21. ¿Se le atiende al cliente de forma oportuna?							SI () NO()
22. ¿Existe una persona para realizar exclusivamente la función de atención al cliente?							SI () NO()
23. ¿El personal es flexible en el trato que le brinda al cliente?							SI () NO()
24. ¿Los trabajadores demuestran ser eficaces y eficientes?							SI () NO()
25. ¿Motiva al personal con el fin de que atienda correctamente al cliente?							SI () NO()
26. ¿El personal es respetuoso y amable mientras atiende al cliente?							SI () NO()
27. ¿Se practica la empatía con el cliente en la empresa?							<u>SI</u> () NO()


 INSTITUCIÓN EDUCATIVA LOS ANGELES DE CHIMBOTE
 CENTRO DE ADICIÓN CATEGORÍA VII (LARA)
 Mgr. Elizabeth Zapata Cárdena
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, *Héctor Orlando Arica Clavijo*, identificado con cédula de colegiatura **CLAD 0624**, con el grado de *Lic. en ciencias administrativas*, ejerciendo actualmente como experto.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: **CUESTIONARIO**, elaborado por la estudiante **ROBLES QUISPE JHELEN GISELA**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO RUBRO ABARROTES DEL DISTRITO DE BELLAVISTA – SULLANA, 2019** que se encuentra realizando.

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

Sullana, 15 de Enero 2021.



Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

GESTIÓN DE CALIDAD	pertinente con el concepto?		mejorar la redacción?		tendencioso, aquiescente?		mas items para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
1º OE Determinar las características de los representantes de las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019.							
1. ¿Cuál es su edad?							SI () NO()
2. ¿Cuál es el género del representante?							SI () NO()
3. ¿Cuál es su grado de instrucción?							SI () NO()
4. ¿Qué cargo desempeña en la empresa?							SI () NO()
5. ¿Cuánto tiempo lleva desempeñando el cargo?							SI () NO()
2º OE. Identificar las características de las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019?							
6. ¿Cuánto tiempo tiene de permanencia la empresa en el mercado?							SI () NO()
7. ¿Cuántos trabajadores desempeñan labores en la empresa?							SI () NO()
8. ¿Las personas que trabajan en la empresa son sus familiares?							SI () NO()
9. ¿Con qué objetivo se ha constituido la empresa?							SI () NO()


 Mg. Arlen Cheryo Hector Ochoa
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

Ítems relacionados ATENCIÓN AL CLIENTE	¿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
3° OE. Describir las características de la gestión de calidad en las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019.							
10. ¿Considera al cliente como prioridad para la empresa?							SI () NO()
11. ¿Cómo se autocalifica el liderazgo en su negocio?							SI () NO()
12. ¿El personal se muestra participativo?							SI () NO()
13. ¿Existe un enfoque basado en procesos?							SI () NO()
14. ¿Siempre se están tomando decisiones con el fin de mejorar el servicio al cliente?							SI () NO()
15. ¿Para tomar decisiones primero analiza documentos como los estados financieros de la empresa?							SI () NO()
16. ¿Cómo es la relación con sus proveedores?							SI () NO()
17. ¿Controla la calidad de los productos que ofrece?							<u>SI</u> () <u>NO</u> ()
18. ¿Lleva a cabo acciones que le permiten asegurar la calidad en la empresa?							<u>SI</u> () <u>NO</u> ()
19. ¿Considera que la calidad está presente en todas las actividades que se realizan en su negocio?							<u>SI</u> () <u>NO</u> ()
4° OE. Identificar las características de la atención al cliente en las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019.							
20. ¿El personal brinda al cliente información relevante sobre los productos que ofrece?							SI () NO()

21. ¿Se le atiende al cliente de forma oportuna?							SI () NO()
22. ¿Existe una persona para realizar exclusivamente la función de atención al cliente?							SI () NO()
23. ¿El personal es flexible en el trato que le brinda al cliente?							SI () NO()
24. ¿Los trabajadores demuestran ser eficaces y eficientes?							SI () NO()
25. ¿Motiva al personal con el fin de que atienda correctamente al cliente?							SI () NO()
26. ¿El personal es respetuoso y amable mientras atiende al cliente?							SI () NO()
27. ¿Se practica la empatía con el cliente en la empresa?							SI () NO()



Mg. Alicia Carrizo Hector Orjeda
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, *Artemiza García Arismendiz*, identificado con cédula de colegiatura CLAD 03141, con el grado de *Lic. en ciencias administrativas*, ejerciendo actualmente como experto.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por la estudiante ROBLES QUISPE JHELEN GISELA, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO RUBRO ABARROTES DEL DISTRITO DE BELLAVISTA – SULLANA, 2019** que se encuentra realizando.

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

Sullana, 15 de Enero 2021.



Firma del evaluador

Ms. Lic. Adm. Artemiza García Arismendiz
CLAD 03141

Items relacionados GESTIÓN DE CALIDAD	¿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
1º OE Determinar las características de los representantes de las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019.							
1. ¿Cuál es su edad?							SI () NO()
2. ¿Cuál es el género del representante?							SI () NO()
3. ¿Cuál es su grado de instrucción?							SI () NO()
4. ¿Qué cargo desempeña en la empresa?							SI () NO()
5. ¿Cuánto tiempo lleva desempeñando el cargo?							SI () NO()
2º OE. Identificar las características de las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana 2019?							
6. ¿Cuánto tiempo tiene de permanencia la empresa en el mercado?							SI () NO()
7. ¿Cuántos trabajadores desempeñan labores en la empresa?							SI () NO()
8. ¿Las personas que trabajan en la empresa son sus familiares?							SI () NO()
9. ¿Con qué objetivo se ha constituido la empresa?							SI () NO()


 Lic. Adm. Arlenza García Arismendi
 CLAD. 03141
 Firma del evaluador

Activar Windows

Items relacionados ATENCION AL CLIENTE	¿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
3° OE. Describir las características de la gestión de calidad en las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019,							
10. ¿Considera al cliente como prioridad para la empresa?							SI () NO()
11. ¿Cómo se autocalifica el liderazgo en su negocio?							SI () NO()
12. ¿El personal se muestra participativo?							SI () NO()
13. ¿Existe un enfoque basado en procesos?							SI () NO()
14. ¿Siempre se están tomando decisiones con el fin de mejorar el servicio al cliente?							SI () NO()
15. ¿Para tomar decisiones primero analiza documentos como los estados financieros de la empresa?							SI () NO()
16. ¿Cómo es la relación con sus proveedores?							SI () NO()
17. ¿Controla la calidad de los productos que ofrece?							SI () NO()
18. ¿Lleva a cabo acciones que le permiten asegurar la calidad en la empresa?							SI () NO()
19. ¿Considera que la calidad está presente en todas las actividades que se realizan en su negocio?							SI () NO()
4° OE. Identificar las características de la atención al cliente en las MYPES del sector comercio rubro abarrotes del distrito de Bellavista – Sullana, 2019.							
20. ¿El personal brinda al cliente información relevante sobre los productos que ofrece?							SI () NO()

21. ¿Se le atiende al cliente de forma oportuna?						SI () NO()
22. ¿Existe una persona para realizar exclusivamente la función de atención al cliente?						SI () NO()
23. ¿El personal es flexible en el trato que le brinda al cliente?						SI () NO()
24. ¿Los trabajadores demuestran ser eficaces y eficientes?						SI () NO()
25. ¿Motiva al personal con el fin de que atienda correctamente al cliente?						SI () NO()
26. ¿El personal es respetuoso y amable mientras atiende al cliente?						SI () NO()
27. ¿Se practica la empatía con el cliente en la empresa?						SI () NO()


 Lic. Adm. Aracelis García Arzuaga
 CLAD: 03141
 Firma del evaluador

Anexo 10: Figuras

Edad

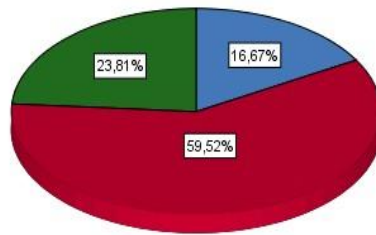
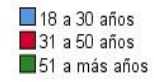


Figura 1. Edad
Fuente: Tabla 1

Género

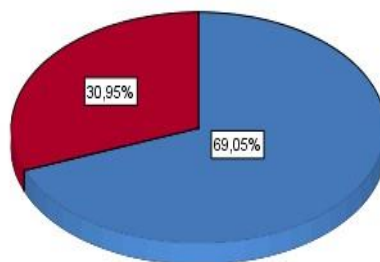


Figura 2. Género
Fuente: Tabla 1

Grado de instrucción

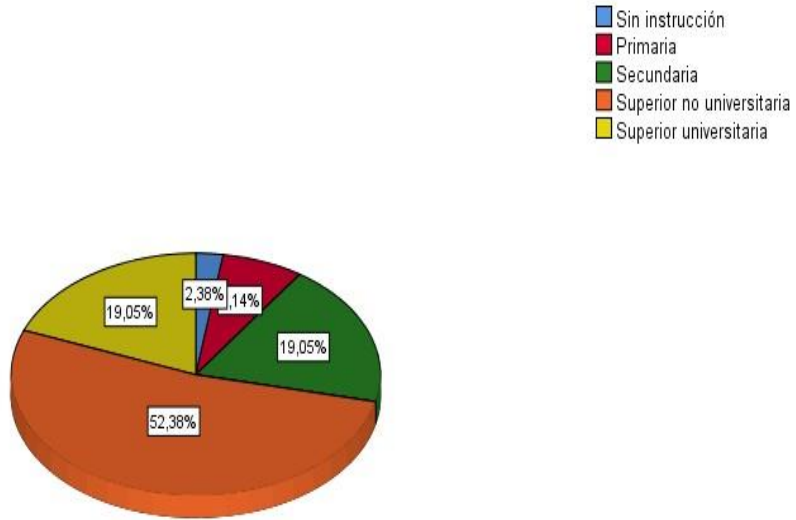


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

Cargo que desempeña

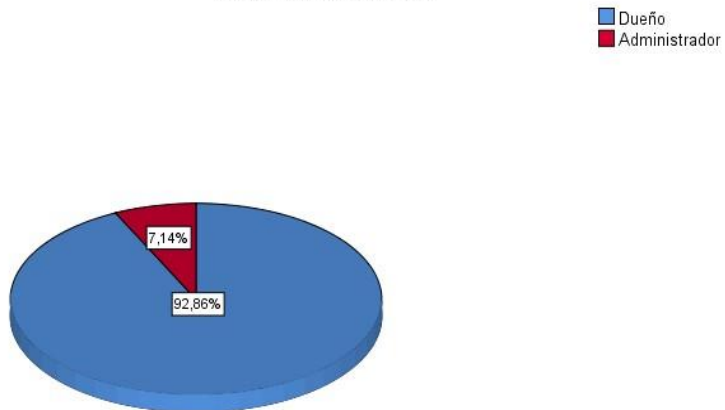


Figura 4. Cargo que desempeño

Fuente: Tabla 1

Tiempo que desempeña en el cargo

- 0 a 3 años
- 4 a 6 años
- 7 a más años

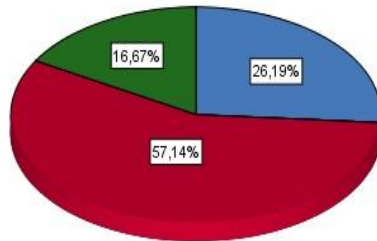


Figura 5. Tiempo que desempeña el cargo

Fuente: Tabla 1

Tiempo de permanencia en el rubro

- 0 a 3 años
- 4 a 6 años
- 7 a más años

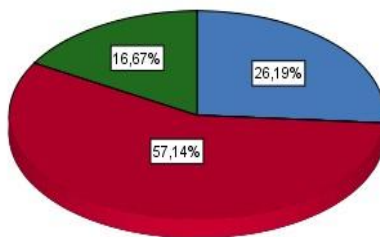


Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro

Fuente: Tabla 1

Número de trabajadores

- 1 a 5 trabajadores
- 6 a 10 trabajadores
- 11 a más trabajadores

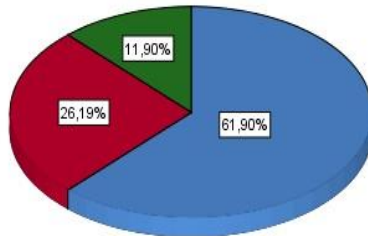


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente: Tabla 2

Las personas que trabajan en su empresa son

- Familiares
- Personas no familiares

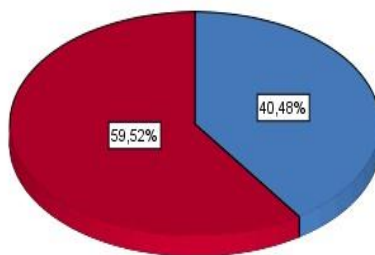


Figura 8. Las personas que trabajan en la empresa son

Fuente: Tabla 2

Objetivo de creación

■ Generar ganancia

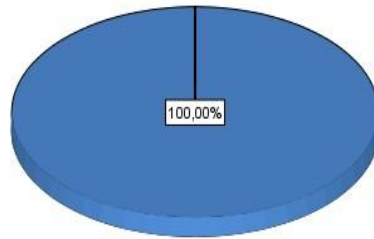


Figura 9. Objetivo de creación

Fuente: Tabla 2

Enfoque al cliente

■ Si



Figura 10. Enfoque al cliente

Fuente: Tabla 3

Liderazgo

Correcto
Incorrecto

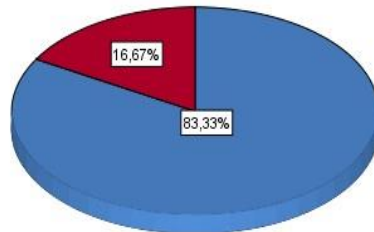


Figura 11. Liderazgo

Fuente: Tabla 3

Participación del personal

Muy participativo
Poco participativo
No es participativo

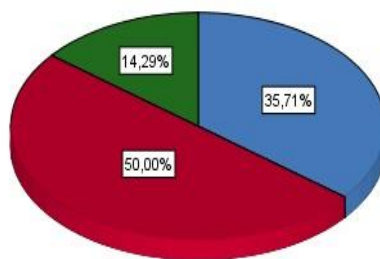


Figura 12. Participación del personal

Fuente: Tabla 3

Enfoque basado en procesos

Si
No

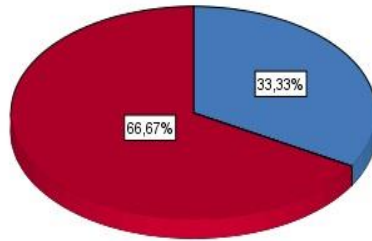


Figura 13. Enfoque basado en procesos

Fuente: Tabla 3

Mejora continua

Si
No

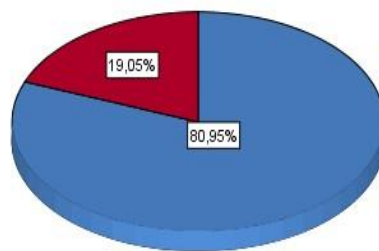


Figura 14. Mejora continua

Fuente: Tabla 3

Toma de decisiones basada en hechos

Si
No

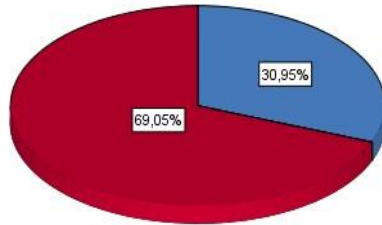


Figura 15. Toma de decisiones basada en hechos

Fuente: Tabla 3

Relación con los proveedores

Buena
Regular
Mala

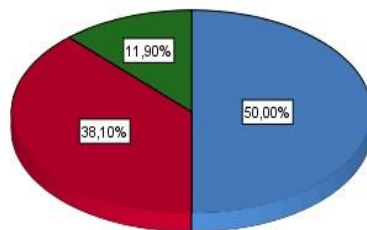


Figura 16. Relación con los proveedores

Fuente: Tabla 3

Control de la calidad

Si
No

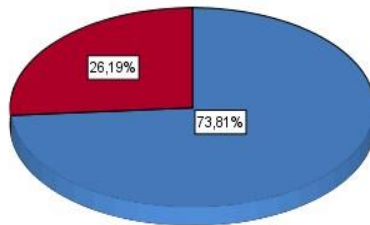


Figura 17. Control de la calidad

Fuente: Tabla 3

Aseguramiento de la calidad

Si
No

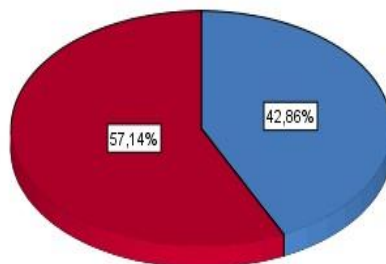


Figura 18. Aseguramiento de la calidad

Fuente: Tabla 3

Calidad total

■ Si
■ No

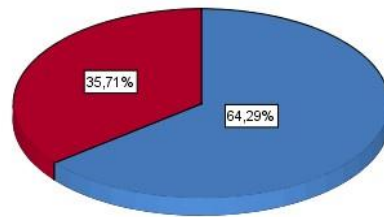


Figura 19. Calidad total

Fuente: Tabla 3

Información relevante

■ Si
■ No

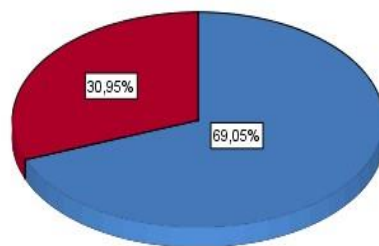


Figura 20. Información relevante

Fuente: Tabla 4

Atención oportuna

Si
No

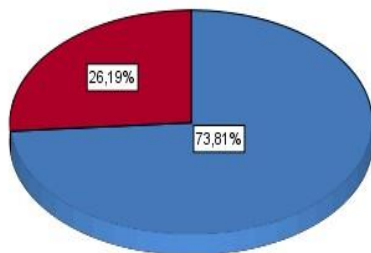


Figura 21. Atención oportuna

Fuente: Tabla 4

Atención permanente

Si
No

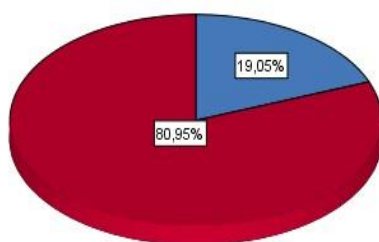


Figura 22. Atención permanente

Fuente: Tabla 4

Flexibilidad en la atención

Si
No

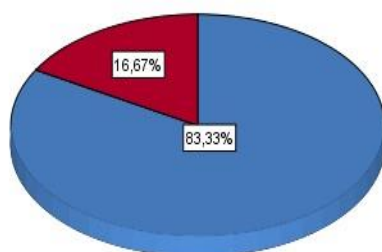


Figura 23. Flexibilidad en la atención

Fuente: Tabla 4

Eficacia y eficiencia

Si
No

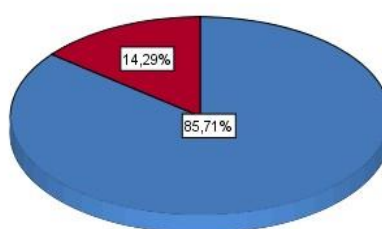


Figura 24. Eficacia y eficiencia

Fuente: Tabla 4

Motivación al personal

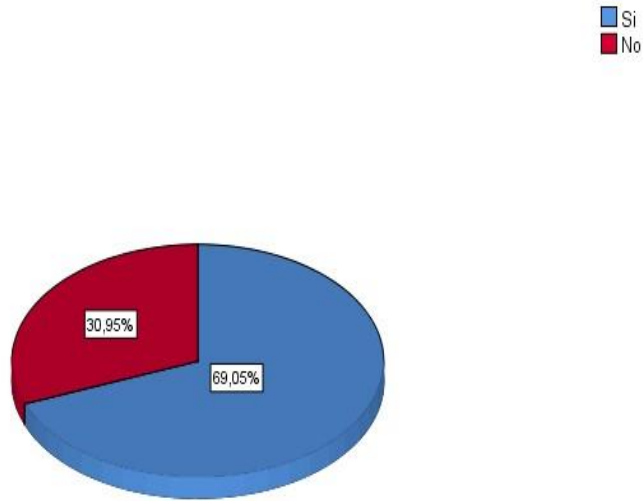


Figura 25. Motivación al personal

Fuente: Tabla 4

Práctica del respeto y la amabilidad

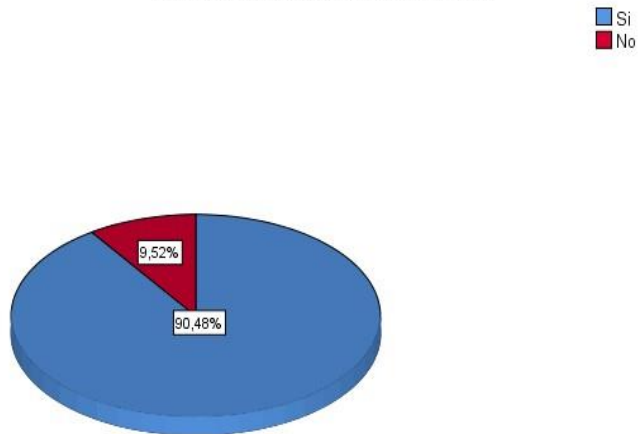


Figura 26. Practica el respeto y la movilidad

Fuente: Tabla 4

Empatía

Si
No



Figura 27. Empatía

Fuente: Tabla 4

Anexo 11: Libro de códigos

	GESTION DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE																										
	CARACTERÍSTICAS REPRESENTANTES					CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPE					CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD										CARACTERÍSTICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE						
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27
E1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
E2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
E3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
E4	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
E5	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
E6	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
E7	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
E8	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
E9	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	
E10	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	
E11	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
E12	2	1	3	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
E13	2	1	4	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
E14	2	1	4	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
E15	2	1	4	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
E16	2	1	4	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
E17	2	1	4	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
E18	2	1	4	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
E19	2	1	4	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
E20	2	1	4	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
E21	2	1	4	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
E22	2	1	4	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	
E23	2	1	4	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	
E24	2	1	4	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	
E25	2	1	4	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	
E26	2	1	4	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	
E27	2	1	4	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	
E28	2	1	4	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	
E29	2	1	4	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	
E30	2	2	4	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	
E31	2	2	4	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	
E32	2	2	4	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	
E33	3	2	4	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	
E34	3	2	4	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	
E35	3	2	5	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	
E36	3	2	5	1	2	3	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	
E37	3	2	5	1	2	3	2	2	1	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	
E38	3	2	5	1	3	3	3	2	1	1	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	
E39	3	2	5	1	3	3	3	2	1	1	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
E40	3	2	5	2	3	3	3	2	1	1	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
E41	3	2	5	2	3	3	3	2	1	1	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
E42	3	2	5	2	3	3	3	2	1	1	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	

