



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

**GESTION DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE
ATENCION AL CLIENTE EN LA FABRICA
COMERCIAL CORREA EIRL, DEL DISTRITO DE
SULLANA – AÑO 2019**

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

AUTOR

**REYES MIJA, JOSE JOEL
ORCID: 0000-0002-0767-9146**

ASESOR

**CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS
ORCID: 0000-0002-6399-5928**

SULLANA – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Reyes Mija, Jose Joel

ORCID: 0000-0002-0767-9146

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

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e
Ingeniería, Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

León Vigo, Maritza

ORCID: 0000-0002-1003-0372

Patiño Niño, Víctor Helio

ORCID: 0000-0002-4660-9490

Limo Vasquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

León Vigo, Patiño Niño, Víctor Maritza
Presidente

Patiño Niño, Víctor Helio
Miembro

Limo Vázquez, Miguel Ángel
Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías
Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios por la vida y salud que me permiten seguir adelante con cada una de mis metas. A mis padres por su incansable esfuerzo y dedicación, y los buenos consejos que han de ser mi base en mi desempeño cotidiano. Al docente de la asignatura por compartir sus conocimientos y ser guía en el desarrollo de la presente tesis. A todas las personas que de alguna manera siempre está brindándome su apoyo.

JOSE JOEL REYES MIJA.

DEDICATORIA

Dedicado a mis padres por su amor incondicional, la formación en valores, y el apoyo permanente hacia el logro de mis metas. A mis demás familiares, y personas que en todo momento me están dando muestra de sincera amistad y compañía.

JOSE JOEL REYES MIJA

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la Fabrica Comercial Correa EIRL, del distrito de Sullana, año 2019. Para su desarrollo se utilizó la metodología de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, de diseño no experimental de corte transversal. La población estuvo constituida por los trabajadores y clientes de la Fábrica Comercial Correa EIRL. Para la recolección de datos se aplicó la técnica de encuesta, mediante un cuestionario de 17 preguntas relacionadas a las variables de estudio. Los principales resultados fueron: el 58.33% respondió que siempre se esfuerza por brindar un trato especial al cliente, el 50% indicó que el personal casi siempre demuestra estar comprometido con la calidad que espera alcanzar la empresa, y el 55.88% señaló que casi siempre los empleados muestran su disposición para atender al cliente. Finalmente se concluye que, todo parte de una planificación, ya que si esta no existiera lo demás no tendría una dirección correcta, asimismo, se considera que el entorno, los equipos y recursos para la atención, y el factor humano, es lo que permite brindar un buen o un mal servicio.

Palabras clave: Atención al cliente, fábrica, gestión de calidad.

ABSTRACT

The present study had the general objective of: Determining the characteristics of quality management under the customer service approach in the Correa EIRL Commercial Factory, in the Sullana district, year 2019. For its development, the quantitative methodology was used, of descriptive level, non-experimental cross-sectional design. The population was made up of the workers and clients of the Correa EIRL Commercial Factory. For data collection, the survey technique was applied, through a questionnaire of 17 questions related to the study variables. The main results were: 58.33% responded that they always strive to provide special treatment to the client, 50% indicated that the staff almost always shows that they are committed to the quality that the company hopes to achieve, and 55.88% indicated that almost always employees show their willingness to serve the customer. Finally, it is concluded that all part of a planning, since if this did not exist, the rest would not have a correct direction, likewise, it is considered that the environment, the equipment and resources for care, and the human factor, is what allows provide good or bad service.

Keywords: Customer service, factory, quality management.

CONTENIDO

TÍTULO DE LA TESIS.....	i
EQUIPO DE TRABAJO	ii
JURADO EVALUADOR Y ASESOR.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	vi
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
2.1. Antecedentes.....	5
2.2. Bases Teóricas de la investigación	12
2.3. Marco conceptual.....	23
III. HIPÓTESIS	24
IV. METODOLOGÍA.....	25
4.1. Diseño de la investigación	25
4.2. Población y muestra	26
4.3. Definición y operacionalización de las variables	28
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	30
4.5. Plan de análisis.....	31
4.6. Matriz de Consistencia.....	32
4.7. Principios éticos.....	33
V. RESULTADOS	34
5.1. Resultados.....	34
5.2. Análisis de resultados.....	38
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	51
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	54
ANEXOS	59
Anexo 1: Instrumento de recolección de datos.....	60
Anexo 2: Validación de instrumento	64
Anexo 3: Resultado de confiabilidad.....	70

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Índice de tablas

Tabla 1. Principios de gestión de calidad en la Fábrica Comercial E.I.R.L, del distrito de Sullana, año 2019.....	34
Tabla 2. Proceso de gestión de calidad en la Fábrica Comercial E.I.R.L, del distrito de Sullana, año 2019.....	35
Tabla 3. Pautas de comportamiento de atención al cliente en la Fábrica Comercial E.I.R.L, del distrito de Sullana, año 2019.....	36
Tabla 4. Elementos de atención al cliente en la Fábrica Comercial E.I.R.L, del distrito de Sullana, año 2019.....	37
Tabla 5. Propuesta de mejora en base a los resultados de la de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la Fábrica Comercial Correa E.I.R.L, del distrito de Sullana – año 2019.....	38

Índice de figuras

Figura 1. Trato especial al cliente.....	76
Figura 2. Demuestra buen liderazgo con su equipo de trabajo.....	76
Figura 3. Todo el personal se encuentra comprometido con la calidad de la empresa.....	77
Figura 4. La empresa sigue procesos definidos.....	77
Figura 5. La empresa siempre está mejorando.....	78
Figura 6. Toma de decisiones en la empresa por hechos ocurridos en el mismo momento.....	78
Figura 7. Las empresas acceden a beneficios cuando tienen buenas relaciones con sus proveedores.....	79
Figura 8. Se visualiza en la empresa la misión y visión.....	79
Figura 9. Planifican actividades y por eso cumplen con la fecha de entrega del producto.....	80
Figura 10. Muebles que ofrece la empresa son realmente de calidad.....	80
Figura 11. Se le consultan sus requerimientos con el fin de fabricar el productor a su gusto.....	81

Figura 12. Hay un administrador que controle el desarrollo de actividades la tabla .	81
Figura 13. Antes de entregar el producto se verifica que se encuentre en óptimas condiciones	82
Figura 14. Los empleados muestran su disposición para atender al cliente	82
Figura 15. Personal atiende al cliente con respeto y amabilidad	83
Figura 16. Por casos de retraso en la entrega del producto el personal es correcto al pedir disculpas	83
Figura 17. Se tiene buena impresión del personal	84
Figura 18. Personal se expresa con palabras fáciles de entender.....	84
Figura 19. Es aceptable el entorno donde se brinda el servicio	85
Figura 20. La organización cuenta con elementos para despachar y satisfacer a los clientes	85
Figura 21. Se considera que los empleados son pieza clave en la venta del servicio	86

I. INTRODUCCIÓN

En América Latina y el Caribe, las micro y pequeñas empresas (mypes) representan el 99.5% del total de empresas, y generan hasta un 60% del empleo formal, por lo cual se les considera como los motores más importantes para el crecimiento y la inclusión social en la región, como también una prioridad clave para quienes son responsables de establecer las políticas. Asimismo, estos pequeños negocios le hacen frente a la competencia de un gran sector informal y a su baja productividad en comparación con las grandes personas (Banco de Desarrollo de América Latina, 2019).

Torres (2021) explica que los pequeños negocios le hacen frente a diferentes retos en el transcurso de los primeros años. Señala que en América Latina solo el 45% logra superar hasta dos años de existencias contra el 80% del mismo tipo de empresas pero que desarrollan sus actividades en Europa. Entre los desafíos que debe superar la empresa son: hallar clientes, contratar personal capacitado, utilizar herramientas tecnológicas, posicionar a la marca, establecer un balance entre el crecimiento y la lealtad, impulsar nuevas habilidades.

A nivel nacional, según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG), en el año 2019, las mypes significaron el 95% del total de empresas peruanas y generaron empleo hasta un 47.7% de la PEA, lo que representa un crecimiento del 4% en relación con el año anterior, siendo el departamento de Lima el departamento con mayor número de Mypes (13.4%), lo que tiene relación con la mayoría de la población del país (Comex Perú, 2020).

Asimismo, las Mypes cumplen un rol de gran importancia en la economía del Perú, ya que aportan hasta un 40% en el PBI, además de ello, son una forma de

autoemplearse; en este grupo se encuentran negocios que son fabricantes, proveedores de servicios y minoristas que se han convertido en una parte integral de la economía, tanto como vendedores como compradores (Sánchez, 2014).

Por otro lado, la investigación se centra en la gestión de calidad y la atención al cliente que desarrollan las Mypes. Guzmán (2015) precisamente explica que estos negocios no son inmunes a las dificultades y estas pueden impedir su crecimiento. Entre las causas del fracaso de las Mypes menciona a la falta de una organización interna, lo que se manifiesta en una escasa supervisión de estándares de desempeño, provocando ineficientes procedimientos, así como un incorrecto servicio al cliente. También menciona a la falta producción planificada, lo que se relaciona con la falta de un sistema que ayude a la empresa medir y controlar la calidad, por tal motivo es que presentan con frecuencia diferencias entre los productos y la falta de capacidad para surtir grandes o especiales pedidos.

De lo referido la investigación plantea como pregunta: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la Fabrica Comercial Correa Sullana EIRL, del distrito de Sullana, año 2019?

Para el desarrollo de esta investigación se plantea el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la Fabrica Comercial Correa EIRL, del distrito de Sullana, año 2019.

Para dar solución a nuestro objetivo general, planteamos los siguientes objetivos específicos:

- Identificar los principios de la gestión de calidad en la Fabrica Comercial Correa EIRL, del distrito de Sullana, año 2019.

- Determinar el proceso de gestión de calidad en la Fabrica Comercial Correa EIRL, del distrito de Sullana, año 2019.
- Determinar las pautas de comportamiento en atención al cliente en la Fabrica Comercial Correa EIRL, del distrito de Sullana, año 2019.
- Identificar los elementos de la atención al cliente en la Fabrica Comercial Correa EIRL, del distrito de Sullana, año 2019.
- Elaborar una propuesta de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la Fábrica Comercial Correa E.I.R.L, del distrito de Sullana – año 2019.

El desarrollo de la presente investigación se justificó porque ha beneficiado directamente a la empresa Comercial Correo EIRL, a quien se le dio a conocer sobre las principales características de gestión de calidad y atención al cliente que se desarrolla en su negocio, información relevante que le permitirá identificar las deficiencias y evaluar las medidas pertinentes que le ayuden a tener mejores resultados. Asimismo, de manera indirecta beneficia a los trabajadores de la empresa, ya que al tener esta, mejores resultados, le garantiza al personal puestos de trabajo seguros y la posibilidad de incremento de sueldos y beneficios. En lo social, podemos decir que la elaboración del presente estudio es de interés social, toda vez que mejorando las empresas representa desarrollo y más oportunidades de trabajo en beneficio de la comunidad. En lo metodológico, se justifica porque para su desarrollo se ha seguido un diseño de investigación considerado en el método científico.

Además se justifica en lo profesional, porque en su realización el estudiante de la carrera profesional va a fortalecer sus conocimientos y habilidad, como también va a poner en práctica lo aprendide en su carrera profesional. Finalmente, en lo

institucional tenemos que decir que, el presente informe se ha elaborado siguiendo las normativas y principios éticos establecidos por la universidad.

Con respecto al tipo de investigación fue cuantitativa, no experimental y de corte transversal, con un nivel de investigación descriptiva y se utilizó una muestra infinita de clientes del rubro antes mencionado. Hoy en día en una empresa u organización que ofrece y vende un servicio busca siempre la satisfacción del cliente lo cual cada empresa de este rubro busca marcar la diferencia acaparando así la atención de muchos clientes ofreciendo y prestando un servicio de Calidad, ya que esta empresa desea mantenerlo conforme permitiendo reflejar una excelente imagen de calidad de esta empresa, como podemos observar la exigencia de un cliente va hacer masiva puesto que existen estándares para mejorar como son: gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente.

Los principales resultados fueron: el 60.29% indicó que casi siempre el personal realiza su mayor esfuerzo por satisfacer sus necesidades, el 47.06% respondió que casi siempre los empleados cuentan con los medios necesarios para proporcionar una atención de calidad, el 55.88% respondió que casi siempre los empleados muestran su disposición para atender al cliente, y el 66.18% señaló que casi siempre se considera que los empleados son pieza clave en la venta del servicio.

Finalmente se concluyó que, todo parte de una planificación, ya que si esta no existiera lo demás no tendría una dirección correcta, asimismo, se considera que el entorno, los equipos y recursos para la atención, y el factor humano, es lo que permite brindar un buen o un mal servicio.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Pincay y Parra (2020) en su investigación denominada *Gestión de calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador*.

Tuvo como objetivo general: Analizar la gestión de calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras en Ecuador, a través de una revisión documental.

La metodología utilizada fue la cualitativa, de método inductivo, utilizado para llevar a cabo la revisión documental-descriptiva. La muestra estuvo conformada por 13 estudios. Los resultados obtenidos fueron: se pudo conocer que en estas empresas no se emplean sistemas de gestión de calidad y los métodos de evaluación del servicio son poco fidedignos. Asimismo, se desconoce el alcance y objetivos de la gestión de calidad. Concluyendo que, las PYMES son piezas fundamentales para el crecimiento económico que deben estar acompañadas de un proceso de formación constante que apunte hacia las mejoras de los factores internos.

García (2019) en su tesis: Diseño de proyecto previo a la obtención del título en tecnólogo en administración de empresas en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, se propuso como objetivo general: Elaborar un plan de mejora al servicio al cliente, para lograr la satisfacción de los mismo, en la filial sur del Comercial Cevallos. Utilizó el método cualitativo, de diseño bibliográfico – no experimental, tipo descriptivo, explicativo, y correlacional. La muestra estuvo conformada por 12 colaboradores y 50 clientes de la empresa en estudio, a quienes se les aplicó la técnica de encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: el 56% indicó que cuando tiene algún problema con el producto la empresa ayuda a resolverlo, el 36% dice que de manera mensual se lanzan promociones, el 32%

consideró como regular el servicio de atención al cliente, y el 42% manifestó que los empleados de Comercial Cevallos le brindan un asesoramiento adecuado de los productos. Concluyó con la propuesta de un plan de mejoras para el servicio de atención al cliente, que garantice la satisfacción de los mismos.

Zambrano (2019) en su tesis: Diseño organizacional y su incidencia en la gestión administrativa de Mueblería Toledo, Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2017, trabajo para la obtención de título de ingeniería en administración de empresas de la Universidad Estatal península de Santa Elena, se propuso como objetivo general: Elaborar un diseño organizacional en la gestión administrativa, mediante un análisis que permita fortalecimiento y desarrollo de la Mueblería Toledo, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2017. Desarrolló el tipo de investigación descriptivo – correlacional con enfoque cuantitativo. La muestra estuvo conformada por 382 clientes a quienes se les aplicó la técnica de encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: el 46.7% consideró como importante el análisis FODA para el logro del posicionamiento en el mercado, el 53.3% estuvo totalmente de acuerdo con que es importante que se aplique correctamente la filosofía empresarial, y el 60% considera como importante la innovación de las estrategias administrativas para mejorar el desempeño de la empresa. Finalmente concluye que, el diseño de la estructura organizacional plateada en este trabajo de investigación, es adecuada para el cumplimiento efectivo de las funciones y desarrollo de las actividades que ejecuta el talento humano de la empresa.

Antecedentes Nacionales

Oviedo (2018) en su tesis *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro venta de muebles, del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, Año 2017*, para optar el grado

académico de bachiller en ciencias administrativas en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, se propuso como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector: comercio – rubro: Venta de muebles. Utilizó la metodología de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, y diseño no experimental transversal. La población muestral estuvo conformada por 10 micro empresas. En la recolección de datos se aplicó la técnica de encuesta, y como instrumento, el cuestionario. Los principales resultados fueron: el 80% cuenta con una misión y visión en su empresa, el 70% sí conoce la gestión de calidad, y el 60% sí lleva a cabo una gestión de calidad. Concluyendo que, en su mayoría conocen del término gestión de calidad y tienen claras las tareas y responsabilidades a llevar a cabo.

Arestegui (2019) presentó su tesis *Gestión de calidad bajo el enfoque de la mejora continua en las MYPES del sector comercio. rubro venta de muebles de madera de la plataforma comercial Santa Celedonia del distrito de Juliaca, 2018*. Se propuso como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la mejora continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de muebles de madera de la plataforma comercial Santa Celedonia del distrito de Juliaca, 2018. La metodología utilizada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, de corte transversal correlacional. La población estuvo constituida por 12 micro y pequeñas empresas, a cuyos propietarios se les aplicó un cuestionario como instrumento de recolección de datos. Obteniéndose los siguientes resultados: el 67% de encuestado es del género femenino, el 42% estuvo en desacuerdo con la planificación de sus actividades, el 58% estuvo en desacuerdo con la implementación de nuevos procesos de mejora, y el 58% en lo que se refiere a la asignación de actividades y funciones. Concluyendo

que, en su mayoría no se planifican las actividades al no plantear los objetivos de la empresa lo que hace que se dupliquen las acciones.

Principe (2018) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque Kaizen en las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro fabricación de muebles (carpintería) en el distrito de Independencia, 2016*, 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 bajo el enfoque Kaizen, en las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro Fabricación de muebles (carpintería) en el distrito de Independencia, 2016. Utilizó la metodología de diseño no experimental, de tipo cuantitativa. En la recolección de datos aplicó la técnica de encuesta, y como instrumento de investigación fue el cuestionario. La población y muestra estuvo conformada por 12 MYPES y 24 trabajadores. Obteniéndose los siguientes resultados: el 29.2% estuvo de acuerdo con la adecuada instalación de las maquinarias en la carpintería, el 54.2% en desacuerdo en lo que se refiere a separar equipos y herramientas, y el 54.2% en desacuerdo respecto a la limpieza en el lugar de trabajo. Concluyéndose que, en la actualidad las Mypes que desean establecer un cambio en la estructuración de calidad, su mayor problema es con sus colaboradores, quienes se resisten al cambio.

Muñoz (2016) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de Lean Manufacturing en las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro fabricación de muebles para el hogar del distrito de Huaraz, 2015*, 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 Lean Manufacturing en las micro y pequeñas empresas de sector

industrial – rubro fabricación de muebles para el hogar del distrito de Huaraz, 2015. La metodología utilizada fue la de tipo descriptivo, cuantitativo, y diseño transaccional. La muestra estuvo conformada por 15 empresas, a cuyos representantes se les aplicó un cuestionario de 12 preguntas como instrumento de recolección de datos. Obteniéndose los siguientes resultados: el 33.3% siempre se identifican los problemas laborales y técnicos en la carpintería, el 60% indicó que casi siempre se toman decisiones de manera oportuna, y el 40% respondió que siempre se tienen políticas de mejora continua en la empresa. Concluye que, las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de Lean Manufacturing consiste en la eliminación de toda acción que no agregue valor al producto.

Moreno (2017) llevó a cabo su tesis *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de las 5s en las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro fabricación de muebles de uso doméstico del distrito de Huaraz, 2015*, para optar el título profesional de licenciada en administración, se propuso como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de las 5s en las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro fabricación de muebles de uso doméstico del distrito de Huaraz, 2015. La metodología utilizada fue la de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, y diseño no experimental transeccional. La técnica utilizada en la recolección de datos fue la encuesta, y como instrumento, el cuestionario. La muestra estuvo conformada por 16 carpinterías. Los principales resultados fueron: el 30.8% a veces eliminan los elementos innecesarios del área de trabajo, el 46.2% manifiesta que siempre al terminar la jornada la boral el área de trabajo queda sucia, el 38.5% manifestó que nunca se dan instrucciones para alcanzar los estándares de calidad, y el 46.2%

respondió que casi nunca la organización realiza capacitaciones. Concluyendo que, existe carencia en el lugar del establecimiento ya que no realizan limpieza, tampoco se tiene orden de los materiales, además no hay procedimientos o reglas que permitan tener el área de trabajo de forma ordenada.

Antecedentes Locales

Surita (2019) en su tesis: Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, año 2018, 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 y competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, año 2018. Utilizó la metodología de tipo descriptivo, diseño no experimental de corte transversal. La población estuvo conformada por gerentes y clientes. La técnica recolección de datos fue la encuesta, y como instrumento, el cuestionario. Obteniéndose los siguientes resultados: el 100% define sus objetivos de acuerdo a las políticas de calidad y el 100% cuenta con una persona responsable que tiene la capacidad para la toma de decisiones. Concluye que, las mypes dedicadas a la venta de muebles cuentan con políticas de calidad establecidas en relación al producto que ofrecen, entregando un producto de buena calidad.

Ipanaqué (2018) en su tesis: Características de la gestión de calidad y atención al cliente en la ferretería y negocios generales Arcadio SAC del distrito de Sullana, año 2018, para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, se propuso

como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la ferretería y negocios generales Arcadio SAC del distrito de Sullana, año 2018. Utilizó la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 68 clientes y 5 trabajadores a quienes se les aplicó como técnica la encuesta.

Obteniéndose los siguientes resultados: el 60% indicó que siempre la empresa tiene sus metas definidas, el 60% siempre se realizan inspecciones; por su parte los clientes respondieron: el 72.1% considera que el servicio es apropiado, y el 38.2% señaló que casi nunca se considera como un cliente leal. Finalmente concluye que, la empresa tiene sus metas definidas, ejecuta de manera permanente inspecciones de los productos, y los clientes a pesar de considerar al servicio como apropiado, no se consideran leales.

Pérez (2019) en su tesis: Caracterización de la formalización y la gestión de calidad en las mype comerciales rubro productos para el hogar del distrito de Huancabamba – Piura, año 2017, para optar el grado de bachiller en ciencias administrativas en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, se propuso como objetivo general: Describir las características la formalización y la gestión de calidad en las Mype comerciales rubro productos para el hogar del distrito de Huancabamba – Piura, año 2017. Utilizó la metodología cuantitativa, de diseño no experimental – transversal. Con el fin de recopilar información que le permita alcanzar los objetivos planteados aplicó la técnica de encuesta a través de su instrumento el cuestionario. Los Principales resultados obtenidos fueron: el 100% desarrolla planes frente a posibles contingencias, el 100% considera que la gestión de calidad permite brindar productos de calidad, y el 100% confiesa que no realiza ofertas que beneficien a la venta de los productos. Finalmente concluye que los

elementos de gestión de calidad son de gran importancia, pues, permite planificar el desarrollo de las actividades, dando consigo, un buen desarrollo organizacional.

2.2. Bases Teóricas de la investigación

Variable: Gestión de Calidad

Definición de gestión de calidad

Según Cosme y Arciniegas (2020) el término “gestión de calidad” comprende el conjunto de actividades de la organización, la misma que determina las políticas, objetivos y responsabilidades relacionadas con la calidad de tal manera que el proyecto satisfaga las necesidades por las cuales se emprendió.

González (2016) se refiere respecto al modelo de gestión de calidad comprendido de la norma ISO 2015, sobre la cual señala que representa los diferentes requisitos del sistema de calidad, con el fin de que una organización muestre la capacidad que tiene en la producción y suministre un producto o servicio de calidad, es decir que las características del mismo estén relacionadas con las expectativas, necesidades y deseos (pag. 33).

Por su parte Cortés (2017) indica que la gestión de calidad pone en marcha un sistema que motiva a las organizaciones a la identificación y análisis de los requerimientos del cliente, para lo cual es necesario definir procesos que proporcionen productos de aceptación por el cliente e implica mantener dichos procesos bajo control, posibilitando la confianza tanto a la misma organización como a los clientes.

Otro aporte es el de Sirvent, Gisbert & Pérez (2017) quienes sostienen que se trata del proceso de cambio que ha sufrido el término “calidad” y lo que implica.

Importancia de la Gestión de calidad

Según Cortés (2017) los Sistemas de Gestión de la Calidad se pueden definir como: el conjunto de actividades de la función general de la dirección que determinan la política de la calidad, los objetivos y las responsabilidades y se implantan por medios tales como la planificación, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y la mejora de la calidad en el marco del sistema de la calidad.

Busca analizar e identificar los requisitos del cliente mediante diversos sistemas, esto permite ofrecerle al cliente productos o servicios aceptables y poder tener el control de dichos procesos, proporcionando así mayor confianza tanto a sus clientes (antiguo aseguramiento externo) como a la organización (antiguo aseguramiento interno) teniendo en cuenta su capacidad para suministrar productos que permitan la satisfacción total de nuestros clientes que son el principal objetivo (Cortés, 2017).

Diversos autores nos dicen que es fundamental, de tal manera que nos permite alcanzar beneficios como:

Según Rajadell (2019) la mejora continua significa siempre intentar mejorar el estatus operacional, sin gastar dinero. Los gerentes normalmente piensan que, para generar mejoras, se necesita más presupuesto, ya sea para contratar a más personal o para adquirir maquinaria. Pero este enfoque propone generar mejoras sin invertir dinero, cambiando la percepción de la gente sobre la manera en la que realiza su trabajo. La idea es que, cada vez que la gente comete errores o algo malo sucede, nuestra responsabilidad es encontrar la raíz, por que sucede. Luego, revisar la manera de operar y reformularla para continuar con un nuevo método.

Las principales características de la Gestión de Calidad.

➤ **Sistemas ISO 9001**, el objetivo de la presente no es implantar algo nuevo en la empresa. Más bien lograr un sistema bastante eficaz y de calidad buscando ser más atentos a las consultas de nuestros clientes. Existe el sistema ISO 9001:2008, que es una ley que ha incrementado algunos cambios (ISO 2013).

➤ **Gestiona y controla los procesos**, gestionar permite tener previamente organizado nuestro lugar y espacio de trabajo, la función actual del control de calidad se orienta totalmente a satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores en base a una adecuación al uso de los productos o servicios (Pola, 1988).

➤ **Garantiza el cumplimiento de los requisitos de los clientes**, Adaptarse al cliente en cuanto a sus planes es especialmente importante cuando un negocio ha experimentado problemas con el producto o servicio. Garantizar el cumplimiento, llenar las expectativas del cliente es una característica esencial y primordial (Pola, 1988)

➤ **Aumenta la relación y control de proveedores**, Algunas empresas están haciendo las cosas correctas al ayudar a sus clientes a decidir quién trabaja con quién. Con el objetivo de garantizar la correcta prestación del servicio (Pola, 1988).

➤ **Seguimiento y medición de los procesos**, para realizar un correcto análisis existen indicadores básicos los cuales son: la Eficacia se define como 'Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera. Y la Eficiencia es la Capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado. (González, 2009).

➤ **Integrable con otros sistemas**, esta característica refleja el compromiso que tiene la organización para con el medio donde vende u ofrece su servicio. La Norma ISO 14001 define sistema de gestión ambiental como: parte del sistema de

gestión usada para gestionar aspectos ambientales, cumplir los requisitos legales y otros requisitos, y abordar los riesgos y oportunidades (Calso & Pardo, 2018)

Proceso de la gestión de calidad

De acuerdo con Cosme (2020) el proceso de la gestión de calidad comprende lo siguiente:

- **Planificación de calidad:** Se identifican las normas de calidad relevantes para el proyecto y, se determina cómo se llevará a cabo.
- **Aseguramiento de calidad:** Son aplicadas las actividades comprendidas en la planificación y relacionadas con la calidad, con el fin de asegurar que en el proyecto se utilicen todos los procesos que permitan cumplir con todos los requisitos.
- **Control de la calidad:** Se supervisan los resultados específicos del proyecto, que permita determinar si se está cumpliendo con las normas de calidad más importantes, además de identificar las formas de eliminar el origen de un rendimiento insatisfactorio (pag.35).

Características de la Calidad

Según Benavides & Quintana (2003) entendemos por ellas aquellos rasgos diferenciadores inherentes de un producto, proceso, sistema o servicio relacionados con un requisito.

Clases de características de la calidad:

- **Físicas:** incluye diversas propiedades dentro de su entorno donde se desarrolle.
- **Sensoriales:** Va estar basada en la percepción del cliente a través de sus sentidos.

- **De comportamiento:** relacionadas con el trato al cliente como es atendido principalmente con amabilidad y respeto.
- **De tiempo:** está basada en la puntualidad y disponibilidad del personal que brinda la atención.
- **Ergonómicas:** basados en las características físicas de las personas, la seguridad brindada dentro de la empresa.
- **Funcionales:** permiten obtener un desarrollo dependiendo lo que ofrece la empresa.

Los principios de la gestión de Calidad

Organización orientada al cliente

Cortes (2017) considera que las organizaciones dependen de sus clientes y por ende, se le debe comprender sus necesidades tanto las presentes como futuras, cumplir sus requisitos, y esforzarse en cubrir todas sus expectativas. Además, explica que el cumplimiento de este principio conlleva a medir la satisfacción del cliente y actuar en consecuencia, y a gestionar los procesos que tengan relación con el cliente.

Liderazgo

Respecto al liderazgo Cortes (2017) indica que la persona que actúa como líder es quien establece la unidad de propósito y dirección de la organización. Son los responsables de generar y mantener un ambiente interno, en el que los colaboradores se involucren completamente con el logro de los objetivos de la organización.

Compromiso del personal

Sánchez (2017) indica que el personal de todos los niveles, son la esencia de una organización y el total compromiso de los mismos hace posible que sus habilidades se utilicen en favor de la organización.

Enfoque a procesos

Sánchez (2017) asegura que todo resultado deseado se logra más eficientemente cuando las actividades y los recursos que se le relacionan son gestionados como un proceso.

Mejora continua

En lo que se refiere a la mejora continua López (2019) argumenta que no hay límite para realizar bien las cosas, asegurando que siempre existe la oportunidad de hacerlas mejor, y de ello el encargado es el personal (pag. 19).

Enfoque objetivo hacia la toma de decisiones

Sirvent, Gisbert & Pérez (2017) mencionan que, toda decisión que de alguna forma influya en la calidad del producto debe tomarse frente a un hecho previo que garantice o reduzca la posibilidad de un error.

Relación mutuamente beneficiosa con el proveedor.

Según Sirvent, Gisbert & Pérez (2017) la empresa es interdependiente de proveedores y clientes, por lo que una relación mutuamente beneficiosa mejora la capacidad de todo y crea valor. Como ventaja, la organización fomenta la creación del valor agregado, causando un entendimiento claro de lo necesita y espera el cliente, y además logra reducir tiempos, recursos y costes, e incrementa la rentabilidad en los resultados.

Por otro lado, Cora (2018) considera que el mantener una buena relación con los proveedores trae consigo beneficios para la empresa ya que flexibiliza y agiliza el proceso en la adquisición de los recursos necesario que le permitan ofrecer un servicio de calidad.

Calidad del servicio

Díaz (2014) nos dice que para lograr una mejor satisfacción de nuestro servicio brindado al cliente debemos actuar con los siguientes criterios:

- Es principal obtener información acerca de la calidad para ofrecer una excelente atención.
- Debe saber todos los criterios para poder controlar y dirigir dicha organización.
- Concientizar a la empresa sobre la calidad y el monitoreo de la atención al cliente debido a las diferentes repercusiones que puedan derivar de la actividad de la empresa.
- Se debe conocer las consecuencias que pueden derivar de las repercusiones negativas por no lograr la satisfacción de dicha persona, por lo cual tener la medición de este problema será fundamental.
- La motivación del personal que labore en dicha empresa es fundamental ya que mediante ellos podemos lograr un sistema de calidad que es la herramienta principal.

Propiedades de los servicios

Nos dice Fontalvo & Vergara (2010) que Cuando se analizan procesos de servicios encontramos que éstos presentan una serie de características y propiedades entre las cuales podríamos mencionar:

- Deben establecerse responsabilidades concretas para satisfacer las características y expectativas del cliente.
- La prestación del servicio se caracteriza por transacciones directas.

Variable: Atención al cliente

Según Arenal (2019) la atención al cliente es el servicio brindado por la empresa con el propósito de relacionarse con el cliente y anticiparse a la satisfacción

de sus necesidades. Se trata de una herramienta eficaz que permite la interacción con los clientes, ofreciendo asesoría para asegurar el uso adecuado de un bien o servicio.

Para Gil (2020) la atención al cliente se trata de un conjunto de actividades que llevan a cabo las empresas partiendo de la identificación de las necesidades básicas de los clientes haciendo uso de diversas estrategias de marketing, de tal forma que puedan cubrir las expectativas que cada cliente pudiera tener.

Satisfacción al cliente

“De hecho, el objetivo principal de nuestra empresa debe ser conseguir la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes, mejorando cada día y actualizando qué necesitan y desean en cada momento, ya que los niveles de satisfacción pueden variar como resultado de una serie de factores cambiantes.”
(Pérez, 2011)

El grado de satisfacción de un cliente no se puede medir objetivamente, ya que suele presentar un componente subjetivo, es decir, lo que para un cliente puede ser satisfactorio, para otro puede parecer deficiente. Para que la empresa y el consumidor obtengan una relación de confianza debe existir y ofrecer un buen servicio de atención al cliente ya que estos cada vez son más exigentes, esto conllevará a un alto nivel de seguridad, lo cual pueda ser eficaz la relación entre el servicio y el producto (F. M. J. Díaz, 2014).

Pautas de comportamiento en atención al cliente

De Pablo (2019) indica que, si bien cierto que no existen pautas de comportamiento establecidas que aseguren el éxito al momento de brindar una atención de calidad al cliente, diversos autores están de acuerdo con la importancia de los siguientes aspectos:

Disposición previa: Se debe tener en cuenta que para brindar una excelente calidad en el servicio, las empresas deben propiciar y mantener un ambiente de trabajo que motive; de esta forma, el personal encontrará razones para dar todo de sí en favor del cliente, es decir, la motivación se convierte en un elemento capaz de canalizar el esfuerzo, la energía y la conducta del trabajador orientado al logro de los objetivos que interesan a las empresas y a la persona misma.

Respeto y amabilidad: Entre las actitudes que más llaman la atención del cliente es cuando en el trato que reciben está presente la amabilidad y el respeto. Actualmente las empresas son conscientes de que la atención al cliente es la manera más rápida, rentable y eficaz de modificar la percepción positiva; por lo cual consideran que el principal activo de una empresa es el cliente al que se le debe atender con respeto.

Implicación en la respuesta: Se considera que una de las maneras más avanzadas de escucha que una persona puede brindar a otra es mediante la empatía, a la cual se le entiende como el nivel máximo de escucha, lo que consiste en que una persona se pone en el lugar de otra para entenderla mejor.

Servicio al cliente: Se menciona que algunos de los elementos que generan satisfacción en el cliente son: la cortesía y amabilidad de los empleados, dedicación del tiempo oportuno para cada cliente, la eficacia en la resolución de conflictos, los tiempos de espera de recepción de los servicios, la disposición para resolver problemas, y la rapidez en la entrega de los servicios.

Vocabulario adecuado: Teniendo en cuenta que la atención está basada en la comunicación permanente, un requisito necesario de todo buen comunicador es saber adaptarse a su interlocutor, lo que quiere decir, que se debe tener presente que lo más importantes en la comunicación es que el cliente pueda comprender en todo momento, lo que implica expresarse en términos adaptados a él.

Elementos de la atención al cliente

Entorno

Es aquel que conforma a la organización o empresa como pueden ser los accesorios y elementos físicos. La opinión que puedan llevarse nuestros clientes es importante puesto que esta perspectiva se obtendrá si es aceptable nuestro entorno (Tarodo, 2014).

El componente fundamental, es donde desarrolla su actividad dicha empresa. En este proceso, la empresa puede considerarse como un sistema abierto al medio en el que se desenvuelve, en el que influye y del que recibe influencias. (Mercedes, 2017)

Organización

Es aquella que está formada por todos los elementos inmateriales o intangibles que utilizamos para despachar y satisfacer a los clientes (Tarodo, 2014).

Una organización es un sistema definido para conseguir ciertos objetivos. Estos sistemas pueden estar compuestos por otros subsistemas vinculados que desempeñan funciones concretas. También se puede definir como un grupo social integrado por personas, tareas y administración, que se relacionan entre sí dentro de

una estructura sistemática con el propósito de alcanzar unas metas. Para que estas organizaciones puedan hacer las tareas encargadas y para que logren los fines marcados, es preciso que dispongan de los suficientes recursos, ya sean tecnológicos, humanos, naturales, inmuebles o económicos (García, 2017).

Empleados

Son dichas personas que laboran en una empresa necesarias para interactuar y poder vender al cliente. Esta imagen de la empresa dependerá de la imagen que los clientes tengan de los empleados de la empresa (Tarodo, 2014).

Es aquel cuyo trabajo se caracteriza por el predominio del esfuerzo intelectual sobre el físico, o los que por el grado de su jerarquía profesional son considerados colaboradores directos de la entidad empresarial, los empleados son aquellos que realizan trabajos de servicios y perciben un salario, en cambio los obreros realizan tareas de producción de bienes y perciben un sueldo por un trabajo de naturaleza física (Derecho, 2013).

Servicios generales

A través del desarrollo de una actividad económica se busca satisfacer determinada necesidad de los clientes brindando un servicio. Los servicios son bienes intangibles y se realizan a cambio de una retribución económica. Un servicio atiende a diferentes factores, por lo cual se dice que un servicio es heterogéneo, buscando cumplir con cada cliente individualmente los servicios raramente suelen coincidir entre sí, estos son diseñados y realizados para cubrir esta expectativa. Nos podemos dar cuenta que no existe una producción en masa, como si sucede en la fabricación de bienes tangibles. Una perspectiva es que los servicios son intangibles ya que no los podemos poseer como un bien material. Nos podemos dar cuenta que los servicios de atención al cliente son un claro ejemplo (Sánchez, 2019).

2.3. Marco conceptual

Gestión de calidad: Se refiere al conjunto de herramientas y acciones que actúan entre sí con el propósito principal de evitar errores o desviaciones que pudieran afectar el proceso de producción, y por ende, en los productos que se ofrecen a la población. (Nueva ISO 9001, 2020)

Atención al cliente: referido a un área de la empresa cuyo objetivo es el dar soporte al consumidor, garantizando y velando por la satisfacción del público.

III. HIPÓTESIS

No existe hipótesis en el presenta proyecto de investigación titulado con las variables de Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente. Para Galán (2014) se formulan hipótesis en aquellas investigaciones que requieren probar el impacto que tienen ciertas variables entre sí, o el efecto que tiene una en la otra.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

El tipo de la investigación fue cuantitativo, por qué se han caracterizado las variables propuestas con el objetivo de analizar la naturaleza general de los fenómenos y describir sus características. Y es transversal, porque se han recolectado los datos en un solo momento y tiempo único (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006).

Nivel descriptivo, respecto a la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la Fabrica Comercial Correa EIRL, Su propósito es describir la realidad objeto de estudio, un aspecto de ella, sus partes, sus clases, sus categorías o las relaciones que se pueden establecer entre varios objetos, con el fin de esclarecer una verdad, corroborar un enunciado o comprobar una hipótesis. (Niño Rojas, 2001)

El diseño se puede interpretar en el sentido amplio; diseño equivale a la concepción de un plan que cubra todo el proceso de investigación, en sus diversas etapas y actividades comprendidas, desde que se delimita el tema y se formula el problema hasta cuando se determinan las técnicas, instrumentos y criterios de análisis. (Niño Rojas, 2001)

El diseño del presente trabajo en estudio es no experimental de corte transversal, debido a que no se ha manipulado ni alterado el estado real de los datos lo cual no sufrirá ningún cambio.



Donde:

M: Muestra

O: Observación de las Variables: Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente.

4.2. Población y muestra

Población:

Para la variable Gestión de la Calidad bajo el enfoque de atención al cliente, la población de estudio estuvo conformada de acuerdo a lo siguiente:

Para la variable “Gestión de calidad”, la población estuvo conformada por los trabajadores de la Empresa Fábrica Comercial Correa EIRL.

Para la variable “atención al cliente”, la población estuvo conformada por los clientes de la Empresa Fábrica Comercial Correa EIRL.

Muestra

La muestra quedó determinada de acuerdo a lo siguiente:

Para la variable “Gestión de calidad” estuvo conformada por 12 trabajadores de la empresa. Se trató de una población finita.

Para la variable “atención de calidad”, por tratarse de una población infinita, es decir, no se conoce con precisión la cantidad de personas que la conforman, se aplicó la fórmula correspondiente, determinándose una muestra de 68 clientes.

$$n = \frac{z^2 \cdot E^2}{O^2}$$

Dónde: según Arias (2006)

n: es el tamaño de la muestra que se quiere encontrar

Z= Es la desviación del valor medio que aceptamos para lograr el nivel de confianza deseado.

E= Margen de error que admitido

P= es la proporción esperada

Q= 1-P

Donde:

n= Tamaño de la muestra = 1.65

p= probabilidad de acierto = 0.5

q= 0,50 probabilidad de error

e= margen de error, 10

Z= 1.65 límite de confianza

Reemplazando:

$$n = 1.65^2 * 0.5 * 0.5.$$

$$\frac{\quad}{10\%^2}$$

$$n = 2.7225 * 0.25$$

$$\frac{\quad}{1}$$

$$n = 0.680625 = 68 \text{ Clientes}$$

El tipo de muestreo a utilizar en la investigación de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente fue probabilístico, porque en una muestra se analizan y se miden las variables con pruebas estadísticas, de la que se presupone que la probabilidad de ser elegidos todos los elementos de la población es muy concreta por lo cual es probabilística.

4.3. Definición y operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumento
Gestión de calidad	Conjunto de actividades de la organización, la misma que determina las políticas, objetivos y responsabilidades relacionadas con la calidad de tal manera que el proyecto satisfaga las necesidades por las cuales se emprendió (Cosme & Arciniegas, 2020)..	La gestión de calidad consiste en establecer objetivos claros, y una serie de actividades a desarrollar para lograrlo, involucrando para ello a todo el personal.	Principios	Enfoque al cliente	¿Se esfuerza por brindar un trato especial al cliente?	C U E S T I O N A R I O
				Liderazgo	¿El propietario demuestra ser un buen líder con su equipo de trabajo?	
				Compromiso de las personas	¿Se encuentra comprometido con la calidad que brinda la empresa?	
				Enfoque a procesos	¿En la empresa se siguen procesos definidos?	
				La mejora continua	¿La empresa siempre está mejorando?	
				Toma de decisiones basada en hechos	¿Ha observado alguna vez tomar decisiones en la empresa por hechos ocurridos en el mismo momento?	
				Relaciones mutuamente benéficas con proveedores	¿Está de acuerdo con que las empresas acceden a beneficios cuando tienen buenas relaciones con sus proveedores?	
			Proceso	Planificación	¿Visualiza en la empresa su misión y visión?	
					¿Cree que en la empresa se planifican las actividades y por eso cumplen con la fecha de entrega del producto?	
				Aseguramiento	¿Los muebles que ofrece la empresa realmente son de calidad?	
¿Se le consultan sus requerimientos con el fin de fabricar el producto a su gusto?						
Control	¿Hay un administrador (a) en la empresa que controle el desarrollo de actividades?					
	¿Antes de entregarle el producto un encargado (a) verifica que se encuentre en óptimas condiciones?					
	Es el servicio brindado por la empresa con el propósito de	Consiste en las actitudes que se practican en el trato directo al	Pautas de comportamiento	Disposición previa	¿Los empleados de la Fabrica Comercial Correa EIRL muestran su disposición para la atención?	
				Respeto y amabilidad	¿Personal atiende al cliente con respeto y amabilidad?	

ATENCIÓN AL CLIENTE	relacionarse con el cliente y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades (Arenal, 2019).	cliente, y de lo cual puede significar el éxito y fracaso de las ventas.		Respuesta	¿En caso de un retraso en el servicio el empleado es correcto al pedir disculpas?
				Impresión	¿Usted tiene una buena impresión del personal que labora en la Fabrica Comercial Correa EIRL?
				Vocabulario	¿El personal se expresa con palabras fáciles de entender?
			Elementos de atención al cliente	Entorno	¿Es aceptable el entorno de la Fabrica Comercial Correa EIRL donde se realiza el servicio?
				Organización	¿La organización cuenta con los elementos para despachar y satisfacer a los clientes?
				Empleados	¿Los empleados de la Fabrica Comercial Correa EIRL son pieza clave en la venta de dicho servicio?

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Peña, (2006) esta técnica parte del análisis de las dimensiones culturales (simbólicas y materiales) de la realidad humana sometida a investigación. Las acciones en cuestión son: seleccionar un proyecto, plantear las preguntas concernientes al proyecto elegido, recolectar los datos, elaborar los registros pertinentes, analizar los datos y escribir el informe de investigación.

Por lo cual la técnica utilizada en el presente proyecto de investigación fue la encuesta ya que brinda mayor confianza en el recojo de datos que serán parte principal para el análisis de las variables en ejecución.

Instrumentos

Peña, (2006) el cuestionario cumple varias funciones: a) asegurar que el investigador cubra todo el tema, en el mismo orden, para cada entrevistado, preservando de manera consistente el contexto conversacional de cada entrevista. b) cuidar el itinerario requerido para mantener la distancia profesional con el entrevistado. c) establecer los canales para la dirección y delimitación del discurso, d) permitir al investigador prestar toda su atención al testimonio de su entrevistado.

En esta investigación se aplicó un cuestionario, el mismo que permitió recopilar la información a partir de una serie de preguntas orientadas a la muestra representativa de la Población en estudio. El cuestionario está basado en 21 preguntas distribuidas en 2 partes, la primera respecto a la gestión de calidad y la segunda sobre atención al cliente.

4.5. Plan de análisis

Los datos que se recopilados mediante la aplicación de la encuesta han sido correctamente procesados en el programa estadístico IBM Spss, en el cual se ha realizado el análisis descriptivo. En este mismo programa se elaboraron las tablas y gráficos que permitan una fácil comprensión de la situación que se presenta. Por otro lado, el instrumento ha sido validado por tres expertos de administración, quienes establecieron que el cuestionario de preguntas es correcto en coherencia y contenido.

4.6. Matriz de Consistencia

Título: Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la Fabrica Comercial Correa E.I.R.L., del distrito de Sullana – año 2019					
Planteamiento del problema	Objetivos	Variables	Población y muestra	Diseño	Instrumento
¿Cuáles son las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la Fabrica Comercial Correa EIRL, del distrito de Sullana, año 2019?	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la Fabrica Comercial Correa EIRL, del distrito de Sullana, año 2019.</p>	GESTIÓN DE CALIDAD	<p>POBLACIÓN:</p> <p>P1 = Trabajadores de la Fábrica Comercial Correa EIRL, del distrito de Sullana.</p> <p>P2= Se considera infinita ya que no se conoce el número de clientes de la Fabrica Comercial Correa EIRL, del distrito de Sullana.</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>Cuantitativo</p>	C U E S T I O N A R I O
	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar los principios de la gestión de calidad en la Fabrica Comercial Correa EIRL, del distrito de Sullana, año 2019. - Determinar el proceso de gestión de calidad en la Fabrica Comercial Correa EIRL, del distrito de Sullana, año 2019 -Determinar las pautas de comportamiento en atención al cliente en la Fabrica Comercial Correa EIRL, del distrito de Sullana, año 2019. - Identificar los elementos de la atención al cliente en la Fabrica Comercial Correa EIRL, del Distrito de Sullana, Año 2019. - Elaborar una propuesta de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la Fábrica Comercial Correa E.I.R.L, del distrito de Sullana – año 2019. 	ATENCIÓN AL CLIENTE	<p>MUESTRA:</p> <p>M1: 12 trabajadores</p> <p>M2: 68 clientes</p>	<p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>Descriptivo</p>	
				<p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>No experimental</p>	

4.7.Principios éticos

En la presente investigación se ha dado cumplimiento a los principios éticos que señala el Código de ética de la universidad, de acuerdo a los siguiente:

Protección a las personas. – Se ha protegido a la persona no solo en el respeto por su identidad y el derecho a estar informado para ejercer su plena libertad de decidir la participación, sino que, en todo momento se ha procurado su integridad física y psicológica.

Justicia. – Los resultados son producto netamente de la aplicación del cuestionario a trabajadores y clientes, es decir, no se han ejercido prácticas injustas como es la manipulación de datos que orienten a conclusiones falsas.

Integridad científica. Para la estructura de las bases teóricas se han respetado los derechos de autor, para lo cual se cita correctamente tal como lo establece la normativa APA.

Libre participación y derecho a estar informado. - Los participantes han firmado un consentimiento informado, a través del cual se les informa sobre el objetivo principal de la investigación (Uladech, 2019).

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1. Principios de gestión de calidad en la Fábrica Comercial E.I.R.L, del distrito de Sullana, año 2019

Principios de gestión de calidad	N	%
Trato especial al cliente		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Algunas veces	1	8.33
Casi siempre	4	33.33
Siempre	7	58.33
Total	12	100.00
Demuestra liderazgo en su equipo de trabajo		
Nunca	1	8.33
Casi nunca	1	8.33
Algunas veces	3	25.00
Casi siempre	5	41.67
Siempre	2	16.67
Total	12	100.00
Personal comprometido con la calidad de la empresa		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	1	8.33
Algunas veces	3	25.00
Casi siempre	6	50.00
Siempre	2	16.67
Total	12	100.00
La empresa sigue procesos definidos		
Nunca	1	8.33
Casi nunca	2	16.67
Algunas veces	9	75.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	12	100.00
La empresa siempre está mejorando		
Nunca	1	8.33
Casi nunca	2	16.67
Algunas veces	5	41.67
Casi siempre	2	16.67
Siempre	2	16.67
Total	12	100.00
Toma de decisiones por hecho ocurridos		
Nunca	2	16.67
Casi nunca	3	25.00
Algunas veces	4	33.33
Casi siempre	3	25.00
Siempre	0	0.00
Total	12	100.00

Continúa

Tabla 1. Principios de gestión de calidad en la Fábrica Comercial E.I.R.L, del distrito de Sullana, año 2019

Principios de gestión de calidad	N	%
Acceden a beneficios de sus proveedores		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	4	33.33
Siempre	8	66.67
Total	12	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Fábrica Comercial Correa E.I.R.L del distrito de Sullana – año 2019.

Tabla 2. Proceso de gestión de calidad en la Fábrica Comercial E.I.R.L, del distrito de Sullana, año 2019

Proceso de gestión de calidad	N	%
Misión y visión		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	12	100.00
Total	12	100.00
Planificación de actividades		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Algunas veces	2	16.67
Casi siempre	7	58.33
Siempre	3	25.00
Total	12	100.00
Muebles son de calidad		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Algunas veces	2	16.67
Casi siempre	4	33.33
Siempre	6	50.00
Total	12	100.00
Consulta al cliente para fabricar a su gusto		
Nunca	1	8.33
Casi nunca	1	8.33
Algunas veces	3	25.00
Casi siempre	5	41.67
Siempre	2	16.67
Total	12	100.00
Administrador controla el desarrolla de actividades		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Algunas veces	2	16.67

Continúa

Tabla 2. *Proceso de gestión de calidad en la Fábrica Comercial E.I.R.L, del distrito de Sullana, año 2019*

Proceso de gestión de calidad	N	%
Casi siempre	4	33.33
Siempre	6	50.00
Total	12	100.00
Se verifica el producto que esté en óptimas condiciones		
Nunca	0.00	0.00
Casi nunca	0.00	0.00
Algunas veces	16.67	16.67
Casi siempre	33.33	33.33
Siempre	50.00	50.00
Total	12	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Fábrica Comercial Correa E.I.R.L del distrito de Sullana – año 2019.

Tabla 3. *Pautas de comportamiento de atención al cliente en la Fábrica Comercial E.I.R.L, del distrito de Sullana, año 2019*

Proceso de gestión de calidad	N	%
Empleados muestran su disposición para atender al cliente		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	8	11.76
Algunas veces	13	19.12
Casi siempre	38	55.88
Siempre	9	13.24
Total	68	100.00
Personal atiende con respeto y amabilidad		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	5	7.35
Algunas veces	18	26.47
Casi siempre	35	51.47
Siempre	10	14.71
Total	68	100.00
Personal pide disculpas por retraso en el servicio		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	4	5.88
Algunas veces	20	29.41
Casi siempre	35	51.47
Siempre	9	13.24
Total	68	100.00
Se tiene buena impresión del personal		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	4	5.88
Algunas veces	19	27.94
Casi siempre	38	55.88
Siempre	7	10.29
Total	68	100.00

Continúa

Tabla 3. Pautas de de atención al cliente en la Fábrica Comercial E.I.R.L, del distrito de Sullana, año 2019

Proceso de gestión de calidad	N	%
Personal se expresa con palabras fáciles de entender		
Nunca	1	1.47
Casi nunca	7	10.29
Algunas veces	19	27.94
Casi siempre	35	51.47
Siempre	6	8.82
Total	68	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la Fábrica Comercial Correa E.I.R.L del distrito de Sullana – año 2019.

Tabla 4. Elementos de atención al cliente en la Fábrica Comercial E.I.R.L, del distrito de Sullana, año 2019

Elementos de atención	N	%
Entorno		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	3	4.41
Algunas veces	23	33.82
Casi siempre	3939	57.35
Siempre	33	4.41
Total	68	100.00
Elementos para despachar y satisfacer a los clientes		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	6	8.82
Algunas veces	26	38.24
Casi siempre	34	50.00
Siempre	2	2.94
Total	68	100.00
Empleados pieza fundamental en la venta del servicio		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	1	1.47
Algunas veces	10	14.71
Casi siempre	45	66.18
Siempre	12	17.65
Total	68	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la Fábrica Comercial Correa E.I.R.L del distrito de Sullana – año 2019.

Tabla 5. Propuesta de mejora en base a los resultados de la de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la Fábrica Comercial Correa E.I.R.L, del distrito de Sullana – año 2019.

Problemas encontrados resultados	Surgimiento del problema	Acción de mejora	Responsables
No se han elaborado manuales como el de procedimientos	Poco interés por ordenar la gestión de la empresa	Diseñar y elaborar un manual de procedimientos	Propietario
Poca iniciativa para establecer mejoras en la empresa	Falta de motivación para enfocarse en el crecimiento de la empresa	Capacitaciones dirigidas a motivar al personal comprometiéndolo con los objetivos y metas de la empresa	Propietario
Poca capacidad para tomar decisiones	Falta de capacitaciones y poco interés	Capacitar al personal sobre gestión empresarial	Propietario
No se ha realizado un inventario	Falta de conocimiento en la toma de inventarios	Programar toma de inventarios cada 3 meses	Propietario

Fuente: Propuesta de mejora propuesto elaborado por el autor

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Respecto al objetivo específico 1

Tabla 1

Trato especial al cliente: El 58.33% de trabajadores responde que siempre se hace un esfuerzo por brindar un trato especial al cliente, coincidiendo con Muñoz (2016) quien entre sus resultados obtuvo que el 60% indicó que casi siempre se entrega con rapidez los productos solicitados por el cliente. Respecto al principio de organización orientada al cliente Cortés (2017) argumenta que las empresas dependen de sus clientes, por lo tanto, se debe comprender sus necesidades tanto de las presentes como futuras, cumpliendo sus requisitos, y esforzándose en cubrir todas sus expectativas.

Demuestra liderazgo en su equipo de trabajo: El 41.67% de trabajadores responde que casi siempre el propietario del negocio demuestra un buen liderazgo con su equipo de trabajo. Respecto al liderazgo Cortés (2017) señala que, la persona considerada como líder es quien establece la unidad de propósito y dirección de la organización. Es decir, se trata de los responsables de generar y mantener un ambiente interno.

Personal comprometido con la calidad de la empresa: El 50% responde que casi siempre se sienten comprometidos con la calidad de la empresa, no coincidiendo con el resultado obtenido por Principe (2018) donde el 54.2% estuvo en desacuerdo con que el trabajador considere mantener el compromiso en el lugar de su trabajo. En cuanto al compromiso del personal Sánchez (2017) señala que el personal de todos los niveles, son la esencia de la empresa, y su compromiso posibilita que sus habilidades se utilicen en favor de la organización.

La empresa sigue procesos definidos: El 75% indica que algunas veces se tienen procesos definidos, coincidiendo de esta manera con Arestegi (2019) quien obtuvo como resultado que el 42% se mostró en desacuerdo con la implementación de nuevos procesos. Sobre el enfoque a procesos Sánchez (2017) asegura que todo resultado deseado se logra de manera más eficiente cuando las actividades y recursos relacionados se gestionan como un proceso.

La empresa siempre está mejorando: El 41.67% indica que algunas veces la empresa está mejorando, coincidiendo con Arestegui (2019) en cuya investigación obtuvo que el 42% estuvo de acuerdo con que la empresa establece acciones de mejora para corregir los problemas. López (2019) manifiesta que no existe límite

para llevar a cabo de mejor manera las cosas, es decir, en todo momento hay la oportunidad de hacerlas mejor.

Toma de decisiones por hecho ocurridos: El 33.33% responde que algunas veces la toma de decisiones se da por hechos ocurridos en el mismo momento, coincidiendo con Muñoz (2016) quien obtuvo como resultado que, el 60% respondió que casi siempre está de acuerdo con la toma de decisiones de manera oportuna en la empresa. Respecto al enfoque hacia la toma de decisiones, Sirvent, Gisbert & Pérez (2017) manifiesta que toda decisión que tenga de alguna manera influencia en la calidad del producto, esta debe tomarse frente a un hecho previo que garantice o reduzca la posibilidad de un error.

Acceden a beneficios de sus proveedores: El 66.67% responde que siempre cree que las empresas acceden a beneficios manteniendo buenas relaciones con sus proveedores, coincidiendo de esta manera con Muñoz (2016) en cuya investigación obtuvo que el 60% respondió que a veces los proveedores aportan en el control de la calidad de la empresa. Sirvent, Gisbert & Pérez (2017) explican que la empresa es interdependiente de proveedores y clientes, en ese sentido, una relación mutuamente beneficiosa mejora la capacidad de todo y crea valor.

Tabla 2:

Misión y visión: El 100% responde que siempre visualiza la misión y visión en la empresa, no coincidiendo con Principe (2018) quien en su investigación obtuvo que el 37.5% estuvo en desacuerdo respecto al cumplimiento de las normas que posee la empresa.

Planificación de actividades: El 58.33% responde que casi siempre co en la empresa se planifican las actividades y por eso es que cumplen con la fecha de

entrega del producto, coincidiendo con Arestegui (2019) quien obtuvo entre sus resultados que, el 42% estuvo totalmente en desacuerdo con la planificación de actividades. Como segunda etapa en el proceso de gestión de calidad. Cosme (2020) indica sobre la planificación de calidad como la primera etapa del proceso de gestión de calidad en la cual se identifican las normas de calidad relevantes

Muebles son de calidad: El 50% de trabajadores indica que siempre los muebles que ofrece la empresa son de calidad, lo cual coincide con Yovera (2018) quien en su investigación obtuvo entre sus resultados que, el 100% considera que su empresa brinda productos de calidad.

Consulta al cliente para fabricar a su gusto: En la tabla 11 y figura 11 se muestra que el 41.67% responde que casi siempre se consultan requerimientos con el fin de fabricar el producto a su gusto. Cosme (2020) menciona al aseguramiento de calidad, en la cual son aplicadas las actividades comprendidas en la planificación, y que tienen relación con la calidad.

Administrador controla el desarrollo de actividades: El 50% responde que siempre en la empresa hay un administrador quien controla el desarrollo de las actividades, coincidiendo con Yovera (2018) cuyo resultado fue que el 89% consideró como importante el que las empresas tengan un control de calidad.

Se verifica el producto que esté en óptimas condiciones: El 50% responde que siempre antes de que se le entregue el producto al cliente existe una persona encargada de verificar que el producto se encuentre en óptimas condiciones, lo cual no coincide con el resultado obtenido por Arestegui (2019) donde el 50% se mostró en desacuerdo con las medidas de prevención en las actividades.

La tercera etapa en el proceso de gestión de calidad Cosme (2020) señala que aquí se supervisan los resultados específicos del proyecto, con el fin de poder determinar si se están cumpliendo con las normas de calidad.

Tabla 3:

Empleados muestran su disposición para atender al cliente: El 55.88% responde que casi siempre los empleados muestran su disposición para atender al cliente, lo cual coincide con el dato obtenido por Vega (2017) donde el 100% de su muestra estuvo de acuerdo con que el personal presentó cortesía e interés por atenderlo. Es decir, el personal en todo momento se mantiene activo y con ganas de atender al cliente. De Pablo (2019) señala que se debe para brindar una excelente calidad en el servicio, las empresas deben propiciar y mantener un ambiente de trabajo que motive de tal manera que el personal tenga la mejor disposición de atender al cliente.

Personal atiende con respeto y amabilidad: El 51.47% de clientes responden que casi siempre el personal atiende al cliente con respeto y amabilidad, coincidiendo con Zambrano (2019) quien obtuvo entre sus resultados que, el 70.2% estuvo de acuerdo con la calidad de servicio que se le brinda. También coincide con Oviedo (2018) en cuya investigación obtuvo que el 80% respondió que, en la atención al cliente por parte de la empresa resaltan la amabilidad que demuestra el personal. De lo cual se puede determinar que una de las formas de hacer sentir bien al cliente, además de entregarle un buen producto y a bajo precio, es el de tratarlo bien, practicando la amabilidad y la cordialidad. De Pablo (2019) señala que entre las actitudes más resaltantes que siempre son evaluadas por el cliente es la amabilidad y el respeto.

Personal pide disculpas por retraso en el servicio: El 51.47% responden que casi siempre por casos de retraso en la entrega del producto el personal es correcto al pedir disculpas, lo cual coincide con Moreno (2017) quien obtuvo entre sus resultados que el casi siempre se tiene apreciación hacia los trabajadores por la realización de un mejor trabajo. Esto quiere decir que, el personal en la realización de sus actividades es capaz de reconocer sus errores y pedir las disculpas, lo cual permitirá asegurar la buena imagen de la empresa, y la comodidad del cliente. Respecto a la manera como se responde De Pablo (2019) considera que una de las maneras más avanzadas de escucha que una persona puede brindar a otra es poniendo en práctica la empatía, es decir, poniéndose en la posición de la otra persona para entenderla.

Se tiene buena impresión del personal: El 55.86% de clientes responden que casi siempre se tiene buena impresión del personal, lo cual coincide con Zambrano (2019) en cuya investigación obtuvo que el 25.7% estuvo de acuerdo con la imagen corporativa de la empresa en estudio, lo cual demuestra que en su mayoría los negocios dedicados a la fabricación de muebles se caracterizan por causar una buena impresión al cliente. Respecto al servicio De Pablo (2019) señala que, entre los elementos que generan mayor satisfacción en el cliente son: la cortesía y la amabilidad, como también el tiempo que se les dedica y la resolución en el tiempo oportuno a sus problemas.

Personal se expresa con palabras fáciles de entender: El 51.47% de clientes responden que casi siempre el personal se expresa con palabras fáciles de entender, coincidiendo con Vásquez (2018) quien obtuvo como resultado que, el 54.8% señaló que capacita al personal que atiende al cliente. Lo cual permite inferir que el personal

está lo suficientemente preparado para atender bien al cliente, haciendo uso de un lenguaje adecuado. En cuanto al vocabulario adecuado, De Pablo (2019) indica que, teniendo en cuenta que la atención se basa en la comunicación constante, uno de los requisitos de todo buen comunicador es adaptándose al interlocutor con el fin de expresarse en término adaptados a él.

Tabla 4:

Entorno: El 57.35% de clientes encuestados responden que casi siempre es aceptable el entorno donde se brinda el servicio, coincidiendo con Oviedo (2018) en cuya investigación obtuvo que el 10% consideró que el servicio brindado en su empresa es de mejor calidad en comparación con el de la competencia. Esto quiere decir que, por lo general los empresarios siempre están evaluando el entorno que rodea al negocio, y uno de los principales factores a tener en cuenta es la competencia. Por su parte Tarodo (2014) respecto al entorno señala que es aquél que conforma a la empresa como pueden ser los accesorios y elementos físicos.

Elementos para despachar y satisfacer a los clientes: El 50% de clientes señalan que casi siempre la organización cuenta con elementos para despachar y satisfacer a los clientes, lo cual coincide con García (2018) en cuya investigación obtuvo que, el 100% indicó que la gerencia comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente. Por lo tanto, se deduce que, estos negocios no solo cuentan con el personal idóneo, sino que, son diversos los elementos que le ven a permitir satisfacer al cliente. Sobre la organización Tarodo (2014) dice que se trata de aquella que está formada por elementos inmateriales o intangibles que se utilizan para despachar y satisfacer a los clientes.

Empleados pieza fundamental en la venta del servicio: El 66.18% indican que casi siempre se considera que los empleados son pieza clave en la venta del producto, coincidiendo con Muñoz (2016) en cuya investigación obtuvo que el 60% indicó que los empleados también aportan con el control de la calidad que espera alcanzar la empresa. Esto quiere decir que, en estos negocios se tiene claro el rol que cumple el personal en la atención al cliente, considerándolo como pieza clave, y es porque este tiene relación directa con el cliente, y de él va a depender que el cliente quede satisfecho o no. Respecto a los empleados, Tarodo (2014) sostiene que se trata de las personas que laboran en una empresa y que son necesarios para interactuar y poder vender al cliente.

Tabla 5:

PLAN DE MEJORA

1. Datos generales

Nombre o razón social: Fábrica Comercial Correa E.I.R.L.

2. Misión

Fabricar con creatividad y materiales de calidad muebles y estantes en madera para el confort de las personas.

3. Visión

Ser una empresa líder en lo que se refiere a la fabricación de muebles y estantería elaborados con marea de calidad.

4. Objetivos empresariales

Como unidad económica, el principal objetivo de la empresa es generar utilidades, y puestos de trabajo.

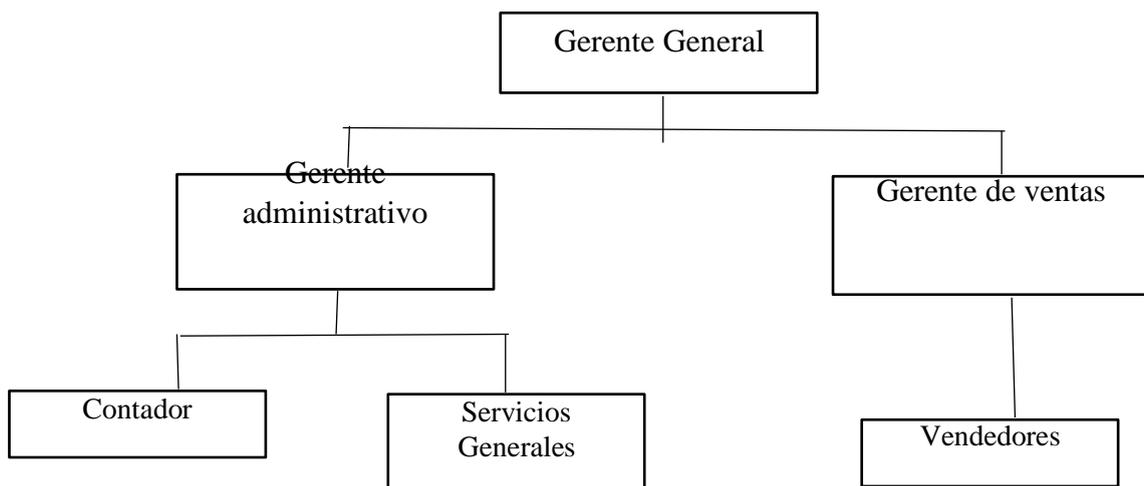
Objetivos específicos

- Mejorar el rendimiento de la empresa
- Fortalecer la capacidad competitiva de la empresa
- Brindar un buen servicio a la clientela
- Ser una opción de empleo y de desarrollo para la comunidad donde realiza sus actividades

5. Servicios

Las empresas, hogares y oficinas, tendrán los muebles y estantes elaborados en madres para comodidad de sus clientes y usuarios del servicio que brindan.

6. Organigrama de la empresa



6.1. Descripción de Funciones

Gerente general	Es el propietario de la empresa
Gerente Administrativo	Se encarga de planificar, organizar, ejecutar y controlar las actividades de la empresa
Contador	Maneja el aspecto contable financiero y contable de la empresa
Gerente de ventas	Crea estrategias y planes de ventas
Vendedores	Tienen trato directo con el cliente para concretar la venta.

6.2. Diagnóstico empresarial

FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	01: Incremento de la demanda	A1: Rebrote de la pandemia
	02: Baja calidad de la competencia	A2: Crisis política
FACTORES INTERNOS		A3: Paro de transportistas
FORTALEZAS		
F1: Personal capacitado	FI.O1. Utilizar la capacidad del personal para convencer a la demanda de comprar el producto	F1.A1. Activar el trabajo remoto en caso se de un rebrote de la pandemia
F2: Buena ubicación		
F3: Proveedores que abastecen con materiales de calidad	F3.O2. Mantener buenas relaciones con los proveedores para seguir teniendo productos de calidad.	F1.A3. El personal debe instruir a los clientes de cómo afrontar situaciones como el paro de transportistas
	F3.O1. Promocionar la ubicación del lugar	F3.A2. Gestionar adquisiciones anticipadas con los proveedores en caso de paro de transportistas
DEBILIDADES		
D1: No tiene procesos definidos	D1.O1. Aprovechar la demanda para establecer y organizar procesos	D1.A1. Implementar procedimientos en caso de rebrote de la pandemia
D2: Poca capacidad para la toma de decisiones	D2.O2. Capacitarse para tomar las decisiones correctas aprovechando la baja calidad que ofrece la competencia	D2.A2. Tomar decisiones para afrontar situaciones como la crisis política

7. INDICADORES DE GESTIÓN

INDICADORES	EVALUACIÓN DE LOS INDICADORES DENTRO DE LA MYPE
No se tienen procesos definidos	No se han elaborado manuales como el de procedimientos
No siempre se establecen mejoras	Poca iniciativa para establecer mejoras en la empresa
No se toman decisiones	Poca capacidad para tomar decisiones
No siempre se cuenta con elementos para despachar y satisfacer a los clientes	No se ha realizado un inventario

8. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
No se tienen procesos definidos	No se han elaborado manuales como el de procedimientos	Poco interés por ordenar la gestión de la empresa
No siempre se establecen mejoras	Poca iniciativa para establecer mejoras en la empresa	Falta de motivación para enfocarse en el crecimiento de la empresa
No se toman decisiones	Poca capacidad para tomar decisiones	Falta de capacitaciones y poco interés
No siempre se cuenta con elementos para despachar y satisfacer a los clientes	No se ha realizado un inventario	Falta de conocimiento en la toma de inventarios

9. Establecer soluciones

9.1. Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
No se tienen procesos definidos	No se han elaborado manuales como el de procedimientos	Diseñar y elaborar un manual de procedimientos
No siempre se establecen mejoras	Poca iniciativa para establecer mejoras en la empresa	Capacitaciones dirigidas a motivar al personal comprometiéndolo con los objetivos y metas de la empresa
No se toman decisiones	Poca capacidad para tomar decisiones	Capacitar al personal sobre gestión empresarial
No siempre se cuenta con elementos para despachar y satisfacer a los clientes	No se ha realizado un inventario	Programar toma de inventarios cada 3 meses

9.2. Estrategias que desean implementar

Nº	Acción de mejora	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
01	Diseñar y elaborar un manual de procedimientos	Falta de tiempo	3 meses	Eficacia en la atención al cliente	Explicar sobre la importancia de contar con un manual de procedimiento
02	Capacitaciones dirigidas a motivar al personal comprometiéndolo con los objetivos y metas de la empresa	Falta de compromiso	3 meses	Logro de los resultados esperados por la empresa	Tener al personal enfocado en las metas y objetivos de la empresa
03	Capacitar al personal sobre gestión empresarial	Poco interés	3 meses	Personal capaz de llevar a cabo una gestión de calidad	Tener personal capacitado y cumpliendo sus funciones correctamente
04	Programar toma de inventarios cada 3 meses	Falta de conocimiento	3 meses	Conocer los recursos que se necesita adquirir	Tener control de los recursos con los que cuenta la empresa

9.3. Recursos para la implantación de estrategias

N°	Acción de mejora	Recursos humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
01	Diseñar y elaborar un manual de procedimientos	Gerente general	S/ 1,000.00	Computadora	3 meses
02	Capacitaciones dirigidas a motivar al personal comprometiéndolo con los objetivos y metas de la empresa	Gerente general	S/ 1,500.00	Plataformas virtuales	3 meses
03	Capacitar al personal sobre gestión empresarial	Gerente general	S/ 2,000.00	Computadora / proyector	3 meses
04	Programar toma de inventarios cada 3 meses	Contador	S/ 2,000.00	Computadora	3 meses

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Según el objetivo específico 1: *Identificar los principios de la gestión de calidad en la Fábrica Comercial Correa EIRL, del distrito de Sullana, año 2019.*

En este trabajo se determinó que la gestión de calidad resulta importante porque depende de esta la satisfacción del cliente. Como parte de la gestión de calidad se cumplen principios como es la orientación hacia el cliente, el cual se demuestra en el trato especial que se ofrece y el compromiso que tiene el personal hacia la calidad que espera alcanzar la empresa. Asimismo, se percibe que de manera constante la empresa da muestra de mejora, lo que significa que sí se tiene como objetivo alcanzar mejores niveles de calidad.

Según el objetivo específico 2: *Determinar el proceso gestión de calidad en la Fábrica comercial Correa EIRL, del distrito de Sullana, año 2019.* En este trabajo se ha podido conocer que la empresa no tiene una misión y visión, o al menos, no los tiene a la vista de clientes y trabajadores tal como corresponde, aún así, los clientes consideran que sí se planifican las actividades a realizar porque siempre la empresa cumple con la entrega del producto dentro de la fecha acordada. Asimismo, con el fin de lograr la calidad u alcanzar la satisfacción del cliente, a este se le pregunta respecto a sus requerimientos. Finalmente, como última etapa del proceso de gestión de calidad, la empresa ha dispuesto de una persona para la verificar los productos, y que estos se encuentren óptimas condiciones.

Según el objetivo específico 3: *Determinar las pautas de comportamiento en atención al cliente en la Fábrica comercial Correa EIRL, del distrito de Sullana, año 2019.* En este trabajo se determinó lo siguiente que el personal tiene una aptitud positiva toda vez que siempre se muestran en la disposición de atender al cliente con

amabilidad y respeto, y cuando existe algún retraso en la entrega de pedidos son capaces de pedir disculpas. También el lenguaje utilizado en la atención es el correcto, es decir, no utiliza palabras difíciles de entender. El comportamiento demostrado por el personal de la empresa, le permitirá a la misma tener buena imagen y brindar la confianza al cliente de que siempre serán bien tratados.

Según el objetivo específico 4: ***Identificar los elementos de la atención al cliente en la Fábrica Comercial Correa EIRL, del distrito de Sullana, año 2019.*** En este trabajo se pudo identificar que, el entorno en el que se brinda el servicio es uno de los elementos que para beneficio de la empresa está siendo observado y aceptado por sus clientes. Un segundo factor son los recursos y equipos con los que se cuenta para el respectivo despacho. Otro de los elementos es el recurso humano, un factor determinante en la venta del producto. Por lo tanto, queda claro que, el entorno, los equipos y recursos para la atención, y el factor humano, es lo que permite brindar un buen o un mal servicio.

Recomendaciones

Se recomiendan las siguientes:

Capacitar al personal respecto a técnicas de gestión para mejorar la coordinación entre todos los elementos que conforman a la empresa, y mediante ello lograr brindar un buen servicio, satisfaciendo las necesidades y requerimientos del cliente. Asimismo, establecer los manuales de procedimientos, en los cuales se señale la forma de cómo llevar a cabo las principales actividades cotidianas.

Elaborar y comunicar al personal respecto del reglamento interno, dejando establecidas las responsabilidades de los trabajadores, y los actos que han de considerarse como indisciplina. Además de indicar al personal de forma de comportarse frente al cliente.

Evaluar y mejorar los recursos y equipos con los que cuenta la empresa con el fin de brindarle un mejor servicio al cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arenal, C. (2019). *Gestión de atención al cliente/ consumidor*. La Rioja. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=F2-_DwAAQBAJ&pg=PA9&dq=Plantearse+como+meta+la+atenci%C3%B3n+al+cliente+la+fidelizaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjDhYD8orbwAhVsdt8KHYWmChQQ6AEwAHoECAyQAg#v=onepage&q&f=false
- Arestegui, B. (2019). *Gestión de calidad bajo el enfoque de la mejora continua en las mypes del sector comercio - rubro venta de muebles de madera de la plataforma comercial Santa Celedonia del distrito de Juliaca, 2018*. Juliaca. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/13936/GESTION_DE_CALIDAD_MEJORA_CONTINUA_ARESTEGUI_CHALCO_BEATRIZ_ROSMERY.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Banco de Desarrollo de América Latina. (2019). *Índice de Política PYME: América Latina y el Caribe 2019*. Obtenido de <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2019/04/indice-de-politicas-pyme-america-latina-y-el-caribe-2019/>
- Benavides, V. C. A., & Quintana, G. C. (2003). *Gestión del conocimiento y calidad total*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3171416&query=gestion%2Bde%2Bcalidad>
- ComexPerú. (2020). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú resultados en 2019*. Lima. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mype-001.pdf>
- Cora, R. (2018). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo*. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=SmNWDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiNoOK5kcbAhXlt1kKHArIDtEQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q=gesti%C3%B3n%20de%20calidad%202020&f=false>
- Cortés, J. (2017). *Sistemas de Gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. España: ICB SL. Obtenido de

<https://books.google.com.pe/books?id=RhkwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2017&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiU24aGksbsAhWuo1kKHU3wBM4Q6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q&f=false>

Cosme, J. y Arciniegas (2020). *Gestión y planificación del tiempo*. España: Elearning S.L. Obtenido de

<https://books.google.com.pe/books?id=9UbiDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiNoOK5kcbsAhXlt1kKHArIDtEQ6AEwCHoECAgQAQAg#v=onepage&q&f=false>

De Pablo, M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*. Málaga: IC Editorial. Obtenido de

<https://books.google.com.pe/books?id=0VcpEAAAQBAJ&pg=PT138&dq=de+pablo+atenci%C3%B3n+al+cliente&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj9g9jxnZD5AhWSLLkGHeD1AwQQ6AF6BAGJEAI#v=onepage&q&f=false>

Galán, M. (2014). *Hipótesis de la investigación*. Obtenido de

<https://manuelgalan.blogspot.com/2014/06/hipotesis.html>

García, E. (2019). *Propuesta de mejora al servicio de atención de la filial sur del Comercial Cevallos*. Guayaquil. Obtenido de

<https://repositorio.itb.edu.ec/bitstream/123456789/1834/1/PROYECTO%20DE%20GRADO%20DE%20GARC%c3%8dA%20CASTRO.pdf>

Gil, J. (2020). *Fundamentos de atención al cliente*. España: Elearning. Obtenido de

<https://books.google.com.pe/books?id=VGzoDwAAQBAJ&pg=PA60&dq=la+diferenciaci%C3%B3n+en+la+atenci%C3%B3n+al+cliente+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjGrZnFm7bwAhUFmeAKHfGDCpEQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q&f=false>

González, O. &. (2016). *Sistemas de gestión de calidad*. Colombia: ECOE Ediciones. Obtenido de

https://books.google.com.pe/books?id=baUwDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjvxf_AkcbsAhWDtlkKHx13Cjs4ChDoATAGegQIBhAC#v=onepage&q&f=false

- Guzmán, C. (2015). *Problemas que impiden que las pymes logren el éxito*. Lima. Obtenido de <https://pqs.pe/emprendimiento/problemas-que-impiden-que-las-pymes-logren-el-exito/>
- Ipanaqué, Y. (2018). Características de la gestión de calidad y atención al cliente en la ferretería y negocios generales Arcadio SAC del distrito de Sullana, año 2018. Sullana: Uladech. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/19605/GESTION_DE_CALIDAD_CLIENTES_MYPES_ICANAQUE_CISNEROS_YESSICA_SOLEDAD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- ISO. (2013). ISO 9001 para la pequeña empresa. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3219550&query=Sistemas%2BISO%2B9001%252C>
- López, F. (2019). *Calidad Total*. España: Elearning S.L. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=BkDIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2015&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiBz5ObrMbsAhVDx1kKHdm9D9E4HhDoATABegQIARAC#v=onepage&q&f=false>
- Moreno, T. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de las 5s en las micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro Fabricación de muebles de uso doméstico del distrito de Huaraz, 2018*. Huaraz. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3718/MICRO_Y_PEQUENA_EMPRESA_FABRICACION_DE_MUEBLES_MORENO_LLIUYA_TANIA_MARLENE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Muñoz, P. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de Lean Manufacturing en las micro y pequeñas empresas del sector industrial - rubro fabricación de muebles para el hogar del distrito de Huaraz, 2015*. Uladech, Huaraz. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1068/GESTION_DE_CALIDAD_MYPE_MUNOZ_CHAVEZ_PEDRO_JESUS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Oviedo, L. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector comercio - rubro venta de muebles, del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017*. Uladech,

- Chimbote. Obtenido de
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16735/ATENCION_CALIDAD_CLIENTE_OVIEDO_MARCHAN_LENNY_MARIBEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pola, M. Á. (1988). *Gestión de la Calidad* (Marcombo). Retrieved from
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3181318&query=gestion%2Bde%2Bcalidad>
- Pérez, K. (2019). *Caracterización de la formalización y la gestión de calidad en las mype comerciales rubro productos para el hogar del distrito de Huancabamba - Piura, año 2017*. Piura. Obtenido de
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/20405/GESTION_DE_CALIDAD_PEREZ_%20GUERRERO_%20KEVIN%20.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Pincay, Y. &. (2020). *Gestión de calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador*. Ecuador. Obtenido de
[file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-GestionDeLaCalidadEnElServicioAlClienteDeLasPYMES-7539747%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-GestionDeLaCalidadEnElServicioAlClienteDeLasPYMES-7539747%20(2).pdf)
- Principe, E. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque Kaizen en las micro y pequeñas empresas del sector industrial - rubro fabricación de muebles (carpintería) en el distrito de Independencia, 2016*. Huaraz. Obtenido de
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5321/CALIDAD_KAIZEN_PRINCIPE_BLAS_ELEUTERIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rajadell, C. M. (2019). *Creatividad: emprendimiento y mejora continua*. Retrieved from
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5809940&query=mejora%2Bcontinua>
- Sánchez, B. (2014). *Las Mypes en Perú. Su importancia y propuesta tributaria*. Lima. Obtenido de

https://www.researchgate.net/publication/319655425_LAS_MYPES_EN_PERU_SU_IMPORTANCIA_Y_PROPOSTA_TRIBUTARIA

- Sánchez, S. (2017). *Gestión de la calidad ISO 9001:2015 en comercio*. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?op=lookup&id=izZWDwAAQBAJ&continue=https://books.google.com.pe/books%3Fid%3DizZWDwAAQBAJ%26printsec%3Dfrontcover%26dq%3Dgesti%25C3%25B3n%2Bde%2Bcalidad%2B2017%26hl%3Des%26sa%3DX&hl=es>
- Sirvent, S. G. (2017). *Los 7 principios de gestión de la calidad en ISO 9001*. España: 3C Empres. Obtenido de https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/01/art_2.pdf
- Surita, E. (2019). Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, año 2018. Sullana. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10594/CARACTERIZACION_COMPETITIVIDAD_SURITA_HERRERA_EMERITA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Tarodo, P. (2014). Comunicación empresarial y atención al cliente. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3229607&query=comunicacion%2Bempresarial%2By%2Batencion%2Bal%2Bcliente>
- Torres, D. (2021). *12 problemas que enfrentan las pymes y cómo superarlos*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/principales-problemas-pymes>
- Zambrano, Y. (2019). *Diseño organizacional y su incidencia en la gestión administrativa de mueblería Toledo, Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2017*. Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5386/1/UPSE-TAE-2020-0022.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES									
N°	Actividades	Semanas							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Mejoramiento de redacción	X							
2	Informe		X						
3	Mejoramiento de artículo y adecuación			X					
4	Mejora de ponencia				X				
5	Prebanca					X			
6	Levantamiento de observaciones						X		
7	Empastado							X	
8	Sustentación								X

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo 2: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	150	0.50	75.00
• Fotocopias	150	0.10	15.00
• Empastado	1	30.00	30.00
• Papel bond A-4 (500hojas)	½ millar	13.10	13.10
• Lapiceros	3	1.50	4.50
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			237.50
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	1	50.00	50.00
Sub total			50.00
Total de presupuesto desembolsable			287.50
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/.)			939.50

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

GESTION DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCION AL CLIENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario forma parte del trabajo de investigación, para determinar desarrollar el trabajo de investigación titulado: **GESTION DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCION AL CLIENTE EN LA FÁBRICA COMERCIAL CORREA EIRL, DEL DISTRITO DE SULLANA – AÑO 2019**. Por el cual le solicitamos su participación respondiendo a cada pregunta con objetiva y veraz la información a proporcionar, los resultados serán utilizados para el presente trabajo de investigación.

Por favor, lea cuidadosamente cada una de las siguientes premisas y conteste o marque con un aspa (X) la alternativa que crea conveniente. Toda la información que registre será confidencial por lo que no necesita poner algún dato (nombre) que la pueda identificar.

Siempre = 5

Casi siempre = 4

Algunas veces = 3

Casi nunca = 2

Nunca = 1

N°	I. GESTION DE CALIDAD	ITEMS				
		5	4	3	2	1
1	¿Se esfuerza por brindar un trato especial al cliente?					
2	¿El propietario demuestra ser un buen líder con su equipo de trabajo?					
3	¿Se encuentra comprometido con la calidad que brinda la empresa?					
4	¿En la empresa se siguen procesos definidos?					
5	¿La empresa siempre está mejorando?					
6	¿Ha observado alguna vez tomar decisiones en la empresa por hechos ocurridos en el mismo momento?					
7	¿Está de acuerdo con que las empresas acceden a beneficios cuando tienen buenas relaciones con sus proveedores?					
8	¿Visualiza en la empresa su misión y visión?					
9	¿Cree que en la empresa se planifican las actividades y por eso cumplen con la fecha de entrega del producto?					
10	¿Los muebles que ofrece la empresa realmente son de calidad?					
11	¿Se le consultan sus requerimientos con el fin de fabricar el producto a su gusto?					

12	¿Hay un administrador (a) en la empresa que controle el desarrollo de actividades?						
13	¿Antes de entregarle el producto un encargado (a) verifica que se encuentre en óptimas condiciones?						
II. ATENCION AL CLIENTE							
14	¿Los empleados de la Fabrica Comercial Correa EIRL muestran su disposición para la atención?						
15	¿La disposición del personal que labora en la Fabrica Comercial Correa EIRL es correcta?						
16	¿Personal atiende al cliente con respeto y amabilidad?						
17	¿En caso de un retraso en el servicio el empleado es correcto al pedir disculpas?						
18	¿Usted tiene una buena impresión del personal que labora en la Fabrica Comercial Correa EIRL?						
19	¿El personal se expresa con palabras fáciles de entender?						
20	¿Es aceptable el entorno de la Fabrica Comercial Correa EIRL donde se realiza el servicio?						
21	¿La organización cuenta con los elementos para despachar y satisfacer a los clientes?						

Anexo 4: Validación de instrumento

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Elizabeth Dinamina Zapata Castro, identificado con DN 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 el estudiante **JOSE JOEL REYES MIJA** para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE, EN LA FABRICA COMERCIAL CORREA E.I.R.L.**, 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.



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
1° OE Identificar los principios de la Gestion de Calidad en la Fabrica comercial Correa E.I.R.L. del Distrito de Sullana, año 2019.							
1. ¿Se esfuerza por brindar un trato especial al cliente?	X			X		X	SI () NO(X)
2. ¿El propietario demuestra ser un buen líder con su equipo de trabajo?	X			X		X	SI () NO(X)
3. ¿Se encuentra comprometido con la calidad que brinda la empresa?	X			X		X	SI () NO(X)
4. ¿En la empresa se siguen procesos definidos?	X			X		X	SI () NO(X)
5. ¿La empresa siempre está mejorando?	X			X		X	SI () NO(X)
6. ¿Ha observado alguna vez tomar decisiones en la empresa por hechos ocurridos en el mismo momento?	X			X		X	SI () NO(X)
7. ¿Está de acuerdo con que las empresas acceden a beneficios cuando tienen buenas relaciones con sus proveedores?	X			X		X	SI () NO(X)
2° OE Determinar el proceso de Gestion de calidad en la Fabrica Comercial Correa E.I.R.L del distrito de Sullana, año 2019.							
8. ¿Visualiza en la empresa su misión y visión?	X			X		X	SI () NO(X)
9. ¿Cree que en la empresa se planifican las actividades y por eso cumplen con la fecha de entrega del producto?	X			X		X	SI () NO(X)
10. ¿Los muebles que ofrece la empresa realmente son de calidad?	X			X		X	SI () NO(X)
11. ¿Se le consultan sus requerimientos con el fin de fabricar el producto a su gusto?	X			X		X	
12. ¿Hay un administrador (a) en la empresa que controle el desarrollo de actividades?	X			X		X	SI () NO(X)
13. ¿Antes de entregarle el producto un encargado (a) verifica que se encuentre en óptimas condiciones?	X			X		X	SI () NO(X)

Ítems 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 Determinar las pautas de comportamiento en atención al cliente en la Fabrica Comercial Correa E.I.R.L del distrito de Sullana, año 2019.							
14. ¿Los empleados de la Fabrica Comercial Correa EIRL muestran su disposición para la atención?	X			X		X	SI () NO(X)
15. ¿Personal atiende al cliente con respeto y amabilidad?	X			X		X	SI () NO(X)
16. ¿En caso de un retraso en el servicio el empleado es correcto al pedir disculpas?	X			X		X	SI () NO(X)
17. ¿Usted tiene una buena impresión del personal que labora en la Fabrica Comercial Correa EIRL?	X			X		X	SI () NO(X)
18. ¿El personal se expresa con palabras fáciles de entender?	X			X		X	SI () NO (X)
4° OE Identificar los elementos de atención al cliente en la Fabrica Comercial Correa E.I.R.L. del distrito de Sullana, año 2019.							
19. ¿Es aceptable el entorno de la Fabrica Comercial Correa EIRL donde se realiza el servicio?	X			X		X	SI () NO(X)
20. ¿La organización cuenta con los elementos para despachar y satisfacer a los clientes?	X			X		X	SI () NO (X)
21. ¿Los empleados de la Fabrica Comercial Correa EIRL son pieza clave en la venta de dicho servicio?	X			X		X	SI () NO(X)


 UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE
 CENTRO ULADECH CATOLICA SULLANA

 Mgr. Elizabeth Zapata Castro
 COORD ESC PROF ADMINISTRACION

Escaneado con CamScanner

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Raquel Silva Juárez, identificado con DN I 02846914 con el grado de Magíster en Gerencia Empresarial.

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 el estudiante **JOSE JOEL REYES MIJA** para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE, EN LA FABRICA COMERCIAL CORREA E.I.R.L.**, 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.



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

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
1° OE Identificar los principios de la Gestion de Calidad en la Fabrica comercial Correa E.I.R.L. del Distrito de Sullana, año 2019.							
1.¿Se esfuerza por brindar un trato especial al cliente?	X			X		X	SI () NO(X)
2. ¿El propietario demuestra ser un buen líder con su equipo de trabajo?	X			X		X	SI () NO(X)
3. ¿Se encuentra comprometido con la calidad que brinda la empresa?	X			X		X	SI () NO(X)
4. ¿En la empresa se siguen procesos definidos?	X			X		X	SI () NO(X)
5. ¿La empresa siempre está mejorando?	X			X		X	SI () NO(X)
6. ¿Ha observado alguna vez tomar decisiones en la empresa por hechos ocurridos en el mismo momento?	X			X		X	SI () NO(X)
7. ¿Está de acuerdo con que las empresas acceden a beneficios cuando tienen buenas relaciones con sus proveedores?	X			X		X	SI () NO(X)
2° OE Determinar el proceso de Gestion de calidad en la Fabrica Comercial Correa E.I.R.L del distrito de Sullana, año 2019.							
8. ¿Visualiza en la empresa su misión y visión?	X			X		X	SI () NO(X)
9. ¿Cree que en la empresa se planifican las actividades y por eso cumplen con la fecha de entrega del producto?	X			X		X	SI () NO(X)
10. ¿Los muebles que ofrece la empresa realmente son de calidad?	X			X		X	SI () NO(X)
11. ¿Se le consultan sus requerimientos con el fin de fabricar el producto a su gusto?	X			X		X	
12. ¿Hay un administrador (a) en la empresa que controle el desarrollo de actividades?	X			X		X	SI () NO(X)
13. ¿Antes de entregarle el producto un encargado (a) verifica que se encuentre en óptimas condiciones?	X			X		X	SI () NO(X)

Ítems 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 Determinar las pautas de comportamiento en atención al cliente en la Fabrica Comercial Correa E.I.R.L del distrito de Sullana, año 2019.							
14. ¿Los empleados de la Fabrica Comercial Correa EIRL muestran su disposición para la atención?	X			X		X	SI () NO(X)
15. ¿Personal atiende al cliente con respeto y amabilidad?	X			X		X	SI () NO(X)
16. ¿En caso de un retraso en el servicio el empleado es correcto al pedir disculpas?	X			X		X	SI () NO(X)
17. ¿Usted tiene una buena impresión del personal que labora en la Fabrica Comercial Correa EIRL?	X			X		X	SI () NO(X)
18. ¿El personal se expresa con palabras fáciles de entender?	X			X		X	SI () NO (X)
4° OE Identificar los elementos de atención al cliente en la Fabrica Comercial Correa E.I.R.L. del distrito de Sullana, año 2019.							
19. ¿Es aceptable el entorno de la Fabrica Comercial Correa EIRL donde se realiza el servicio?	X			X		X	SI () NO(X)
20. ¿La organización cuenta con los elementos para despachar y satisfacer a los clientes?	X			X		X	SI () NO (X)
21. ¿Los empleados de la Fabrica Comercial Correa EIRL son pieza clave en la venta de dicho servicio?	X			X		X	SI () NO(X)


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

Anexo 5: Resultado de confiabilidad

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

MGTR.LIC. CRISTIHIAN SOSA ORELLANA

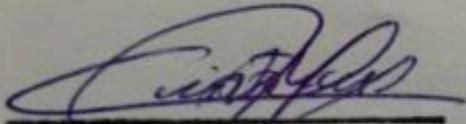
ESPECIALIZACION: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

COLEGIATURA: 007335

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 12 personas con el fin de explorar sobre la gestión de calidad.

Validez: El instrumento que midió la "Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la Fabrica Comercial Correa E.I.R.L., del Distrito de Sullana de Sullana, año 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 26. Dando el siguiente resultado:



Mgtr.Lic Adm- CRISTIHIAN SOSA ORELLANA
NÚMERO DE COLEGIATURA 007335
MAGÍSTER EN FINANZAS

**ESTADISTICO DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR GESTION
DE CALIDAD EN LA FABRICA COMERCIAL CORREA E.I.R.L., DEL
DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2019.**

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	12	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	12	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,975	,982	13

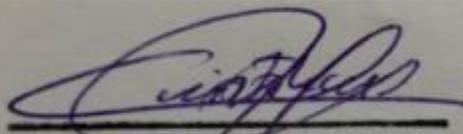
Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
Trato especial al cliente	4,50	,674	12
Demuestra buen liderazgo con su equipo de trabajo	2,92	,793	12
Todo el personal se encuentra comprometido con la calidad de la empresa	3,75	,866	12
La empresa sigue procesos definidos	2,67	,651	12
La empresa siempre está mejorando	3,17	1,193	12
Toma de decisiones en la empresa por hechos ocurridos en el mismo momento	3,25	1,138	12
Las empresas acceden a beneficios cuando tienen buenas relaciones con sus proveedores	4,67	,492	12
Planifican actividades y por eso cumplen con la fecha de entrega del producto	4,08	,669	12
Muebles que ofrece la empresa son realmente de calidad	4,33	,778	12

Antes de entregar el producto se verifica que se encuentre en óptimas condiciones	3,50	1,168	12
Los empleados muestran su disposición para atender al cliente	4,33	,778	12

Estadísticas de elemento de resumen

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N de elementos
Medias de elemento	3,742	2,667	4,667	2,000	1,750	,471	11



Mgr. Lic. Adm. CRISTIAN SOSA ORELLANA
 NÚMERO DE COLEGIATURA 007335
 MAGISTER EN FINANZAS

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

MGTR.LIC. CRISTIHIAN SOSA ORELLANA

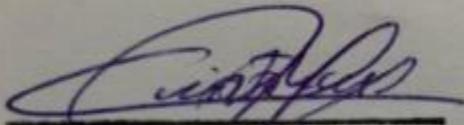
ESPECIALIZACION: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

COLEGIATURA: 007335

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 12 personas con el fin de explorar sobre la gestión de calidad.

Validez: El instrumento que midió la "Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la Fabrica Comercial Correa E.I.R.L., del Distrito de Sullana de Sullana, año 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 26. Dando el siguiente resultado:



Mgr.Lic.Adm. CRISTIHIAN SOSA ORELLANA
NÚMERO DE COLEGIATURA 007335
MAGÍSTER EN FINANZAS

**ESTADISTICO DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR LA
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA FABRICA COMERCIAL CORREA E.I.R.L.,
DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2019.**

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	68	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	68	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,980	,981	8

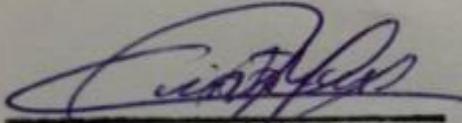
Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
Los empleados muestran su disposición para atender al cliente	3,71	,847	68
Personal atiende al cliente con respeto y amabilidad	3,74	,803	68
Por casos de reraso en la entrega del producto el personal es correcto al pedir disculpas	3,72	,770	68
Se tiene buena impresión del personal	3,71	,734	68
Personal se expresa con palabras fáciles de entender	3,56	,853	68
Es aceptable el entorno donde se brinda el servicio	3,62	,647	68
La organización cuenta con elementos para despachar y satisfacer a los clientes	3,47	,701	68

Se considera que los empleados son pieza clave en la venta del servicio	4,00	,623	68
---	------	------	----

Estadísticas de elemento de resumen

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N de elementos
Medias de elemento	3,689	3,471	4,000	,529	1,153	,024	8



Mgtr.Lic.Adm. CRISLIAR SOSA ORELLANA
 NÚMERO DE COLEGIATURA 007335,
 MAGISTER EN FINANZAS

Anexo 6: Figuras

Principios de la gestión de calidad en la Fabrica Comercial Correa EIRL, del distrito de Sullana, año 2019.

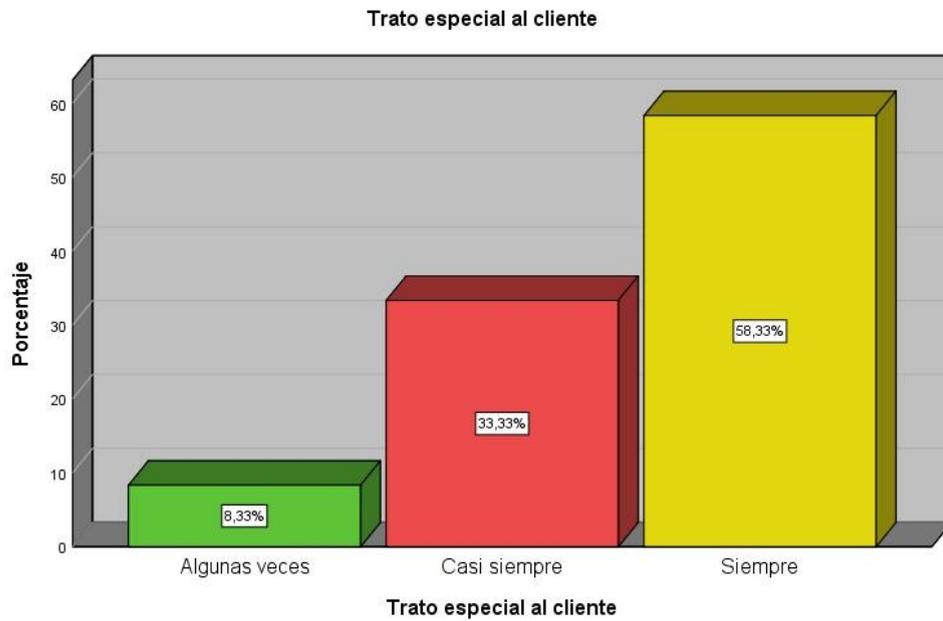


Figura 1. Trato especial al cliente

Fuente: Tabla 1

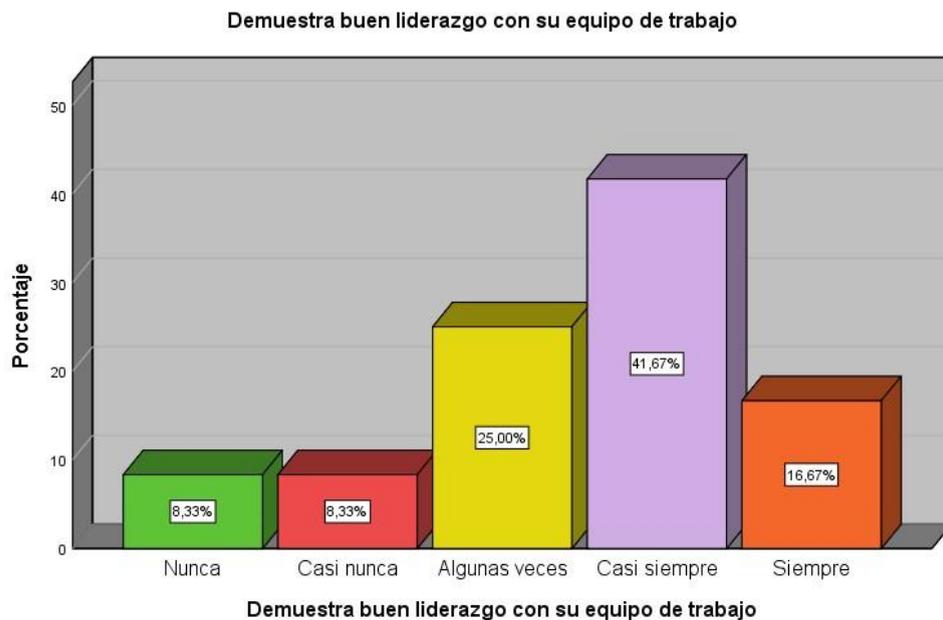


Figura 2. Demuestra buen liderazgo con su equipo de trabajo

Fuente: Tabla 1

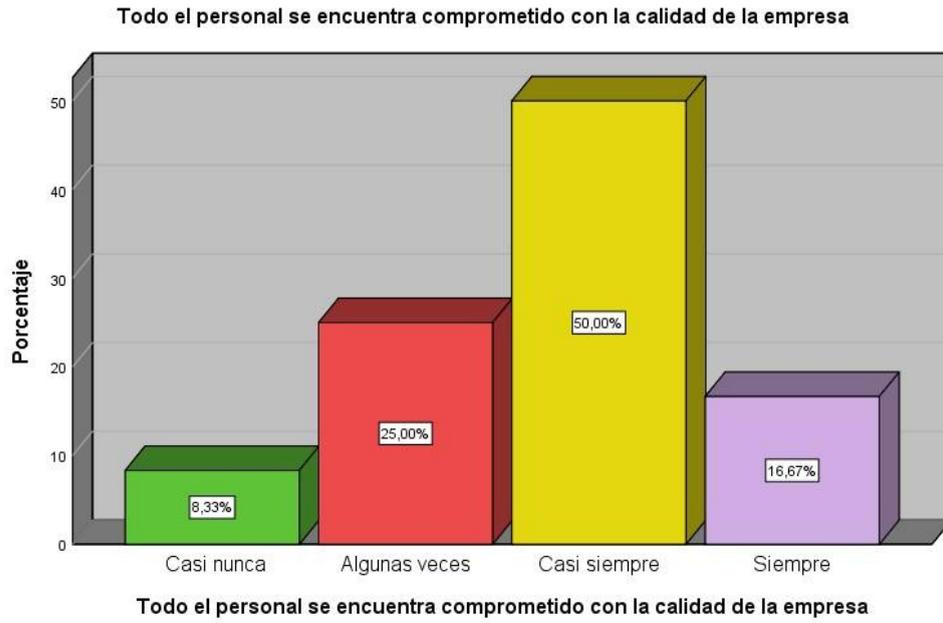


Figura 3. Todo el personal se encuentra comprometido con la calidad de la empresa

Fuente: Tabla 1

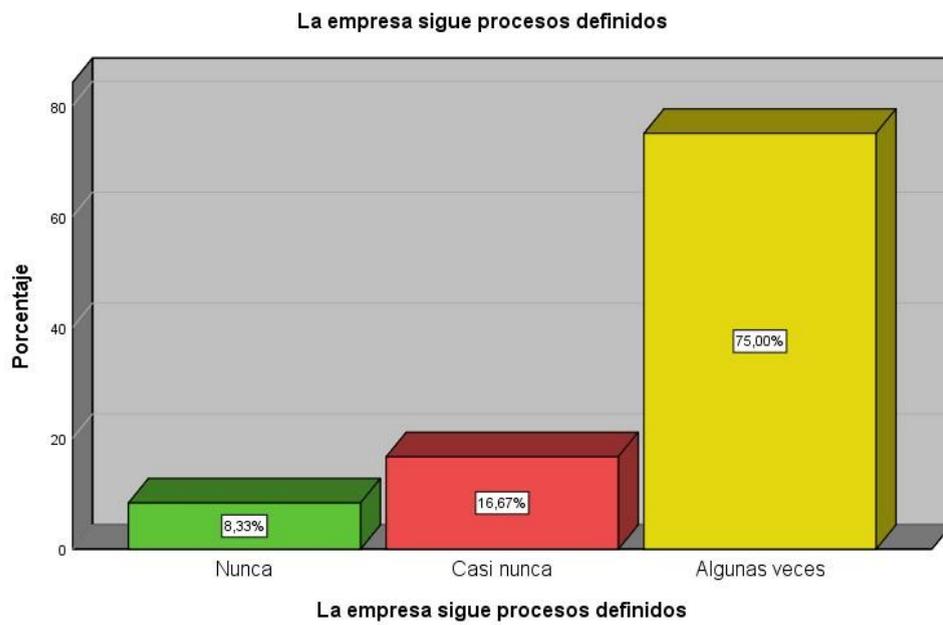


Figura 4. La empresa sigue procesos definidos

Fuente: Tabla 1

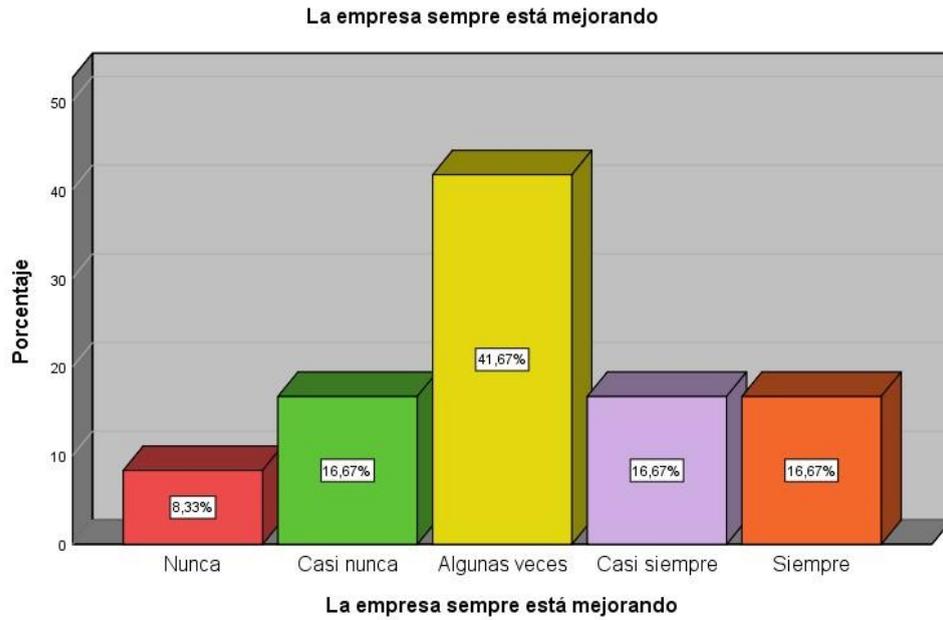


Figura 5. La empresa siempre está mejorando

Fuente: Tabla 1

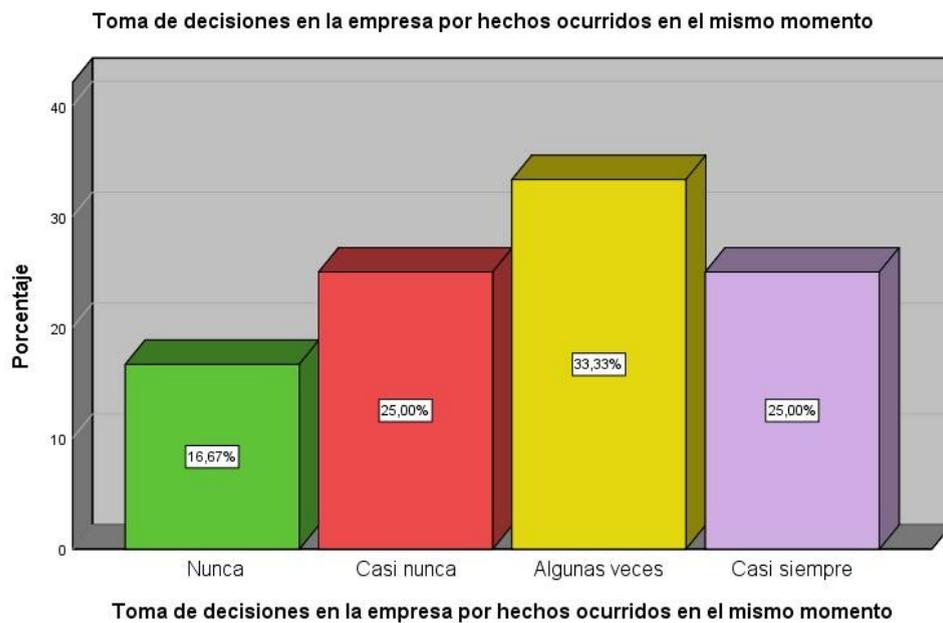
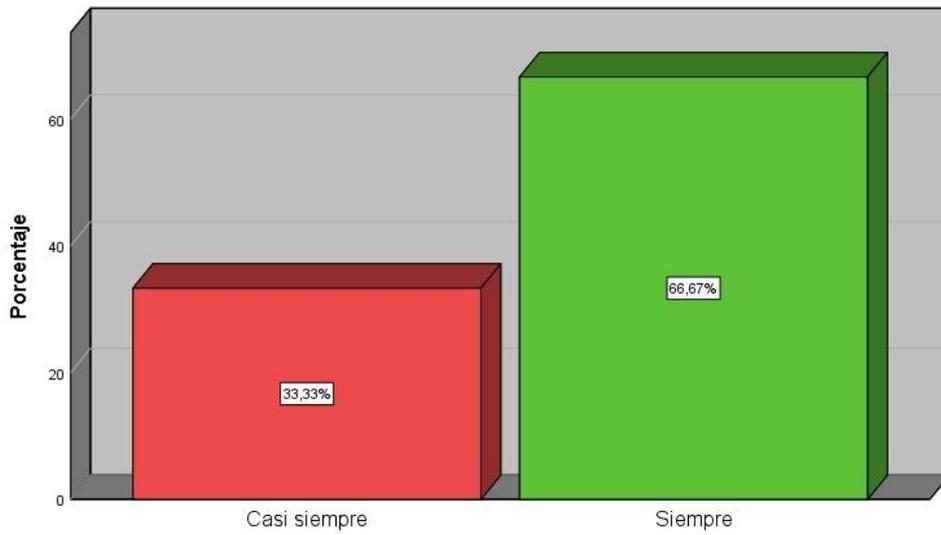


Figura 6. Toma de decisiones en la empresa por hechos ocurridos en el mismo momento

Fuente: Tabla 1

Las empresas acceden a beneficios cuando tienen buenas relaciones con sus proveedores



Las empresas acceden a beneficios cuando tienen buenas relaciones con sus ...

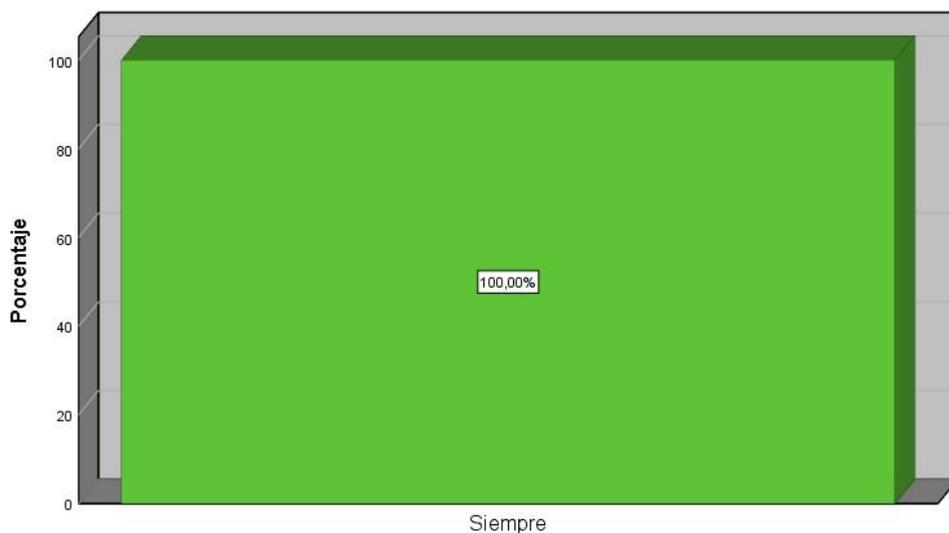
Figura 7. Las empresas acceden a beneficios cuando tienen buenas relaciones con sus proveedores

Fuente: Tabla 1

Determinar el proceso de gestión de calidad en la Fabrica Comercial Correa

EIRL, del distrito de Sullana, año 2019.

Se visualizan en la empresa la misión y visión



Se visualizan en la empresa la misión y visión

Figura 8. Se visualiza en la empresa la misión y visión

Fuente: Tabla 2



Figura 9. Planifican actividades y por eso cumplen con la fecha de entrega del producto

Fuente: Tabla 2



Figura 10. Muebles que ofrece la empresa son realmente de calidad

Fuente: Tabla 2

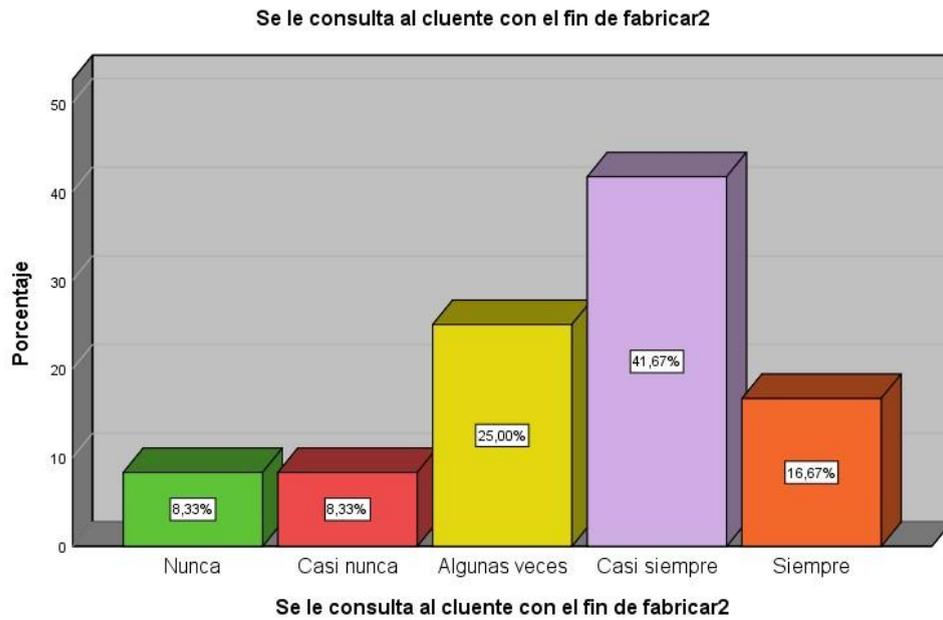


Figura 11. Se le consultan sus requerimientos con el fin de fabricar el productor a su gusto
Fuente: Tabla 2



Figura 12. Hay un administrador que controle el desarrollo de actividades la tabla
Fuente: Tabla 2

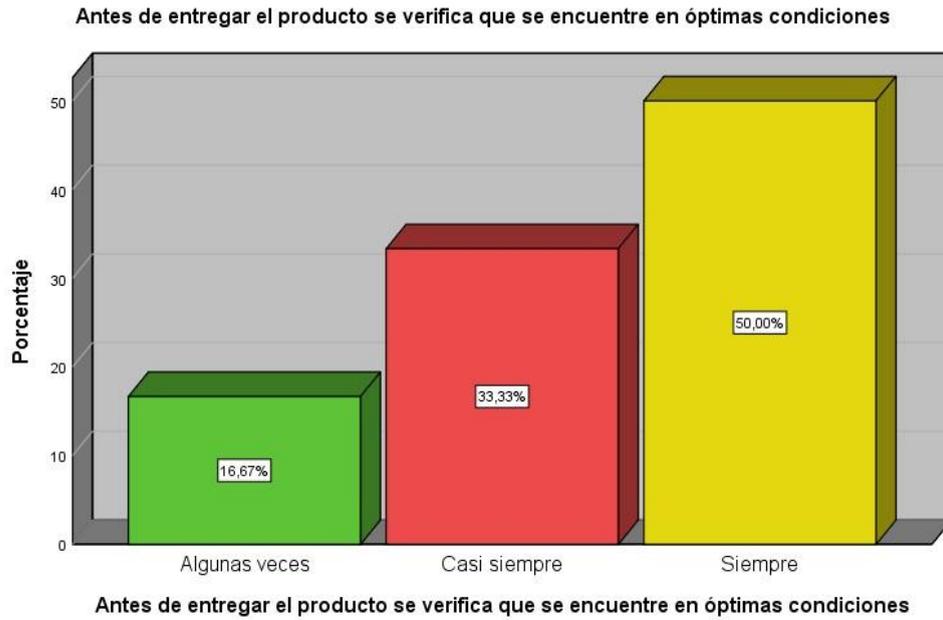


Figura 13. Antes de entregar el producto se verifica que se encuentre en óptimas condiciones
Fuente: Tabla 2

Pautas de comportamiento en atención al cliente en la Fabrica Comercial Correa EIRL, del distrito de Sullana, año 2019.

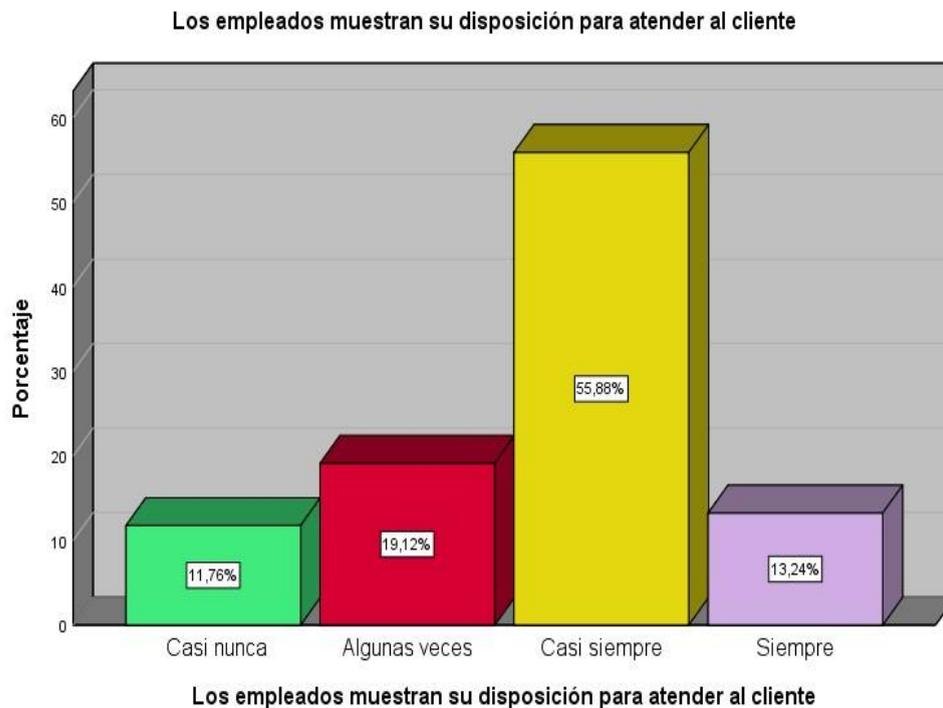


Figura 14. Los empleados muestran su disposición para atender al cliente
Fuente: Tabla 3

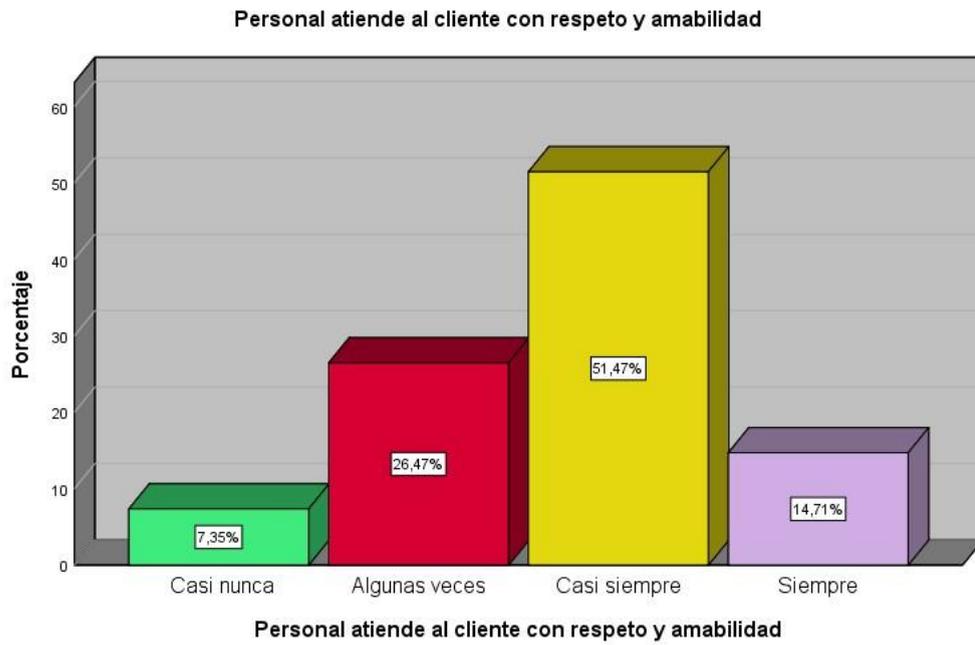


Figura 15. Personal atiende al cliente con respeto y amabilidad

Fuente: Tabla 3

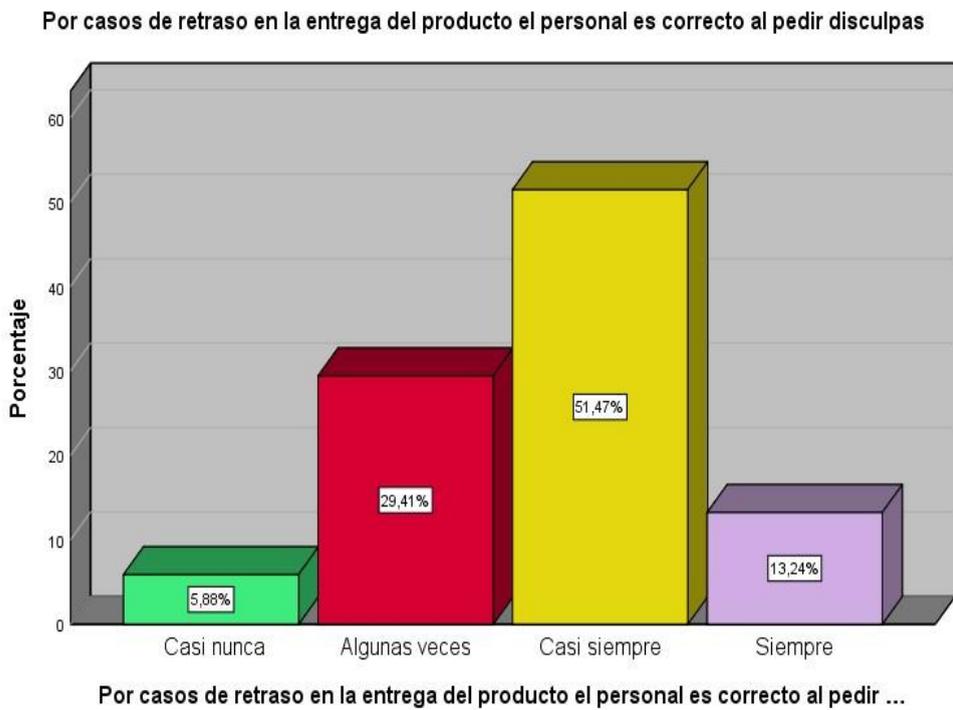


Figura 16. Por casos de retraso en la entrega del producto el personal es correcto al pedir disculpas

Fuente: Tabla 3

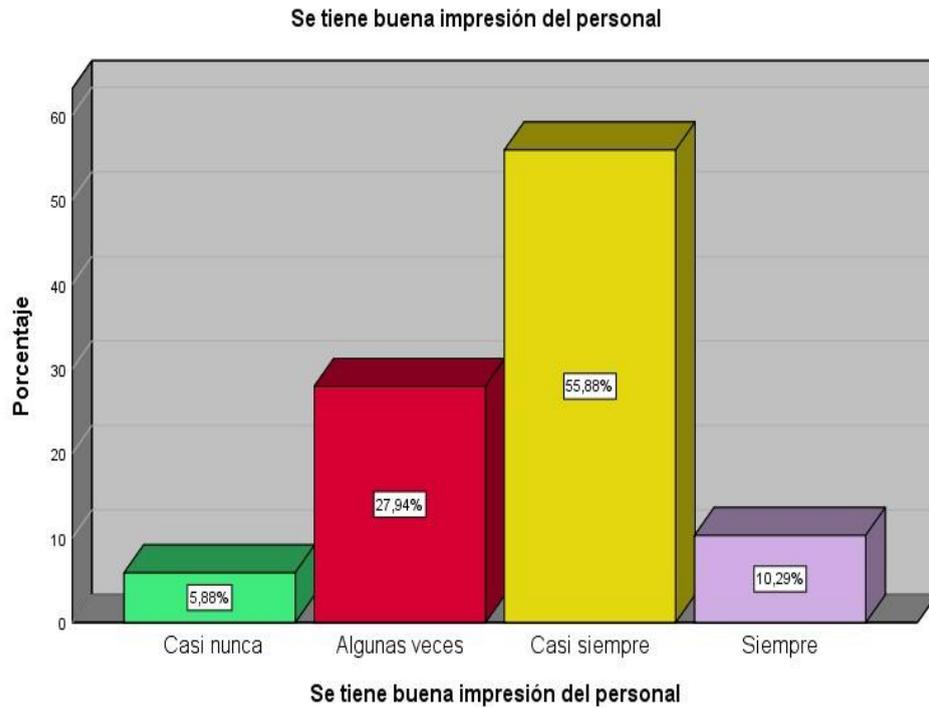


Figura 17. Se tiene buena impresión del personal

Fuente: Tabla 3

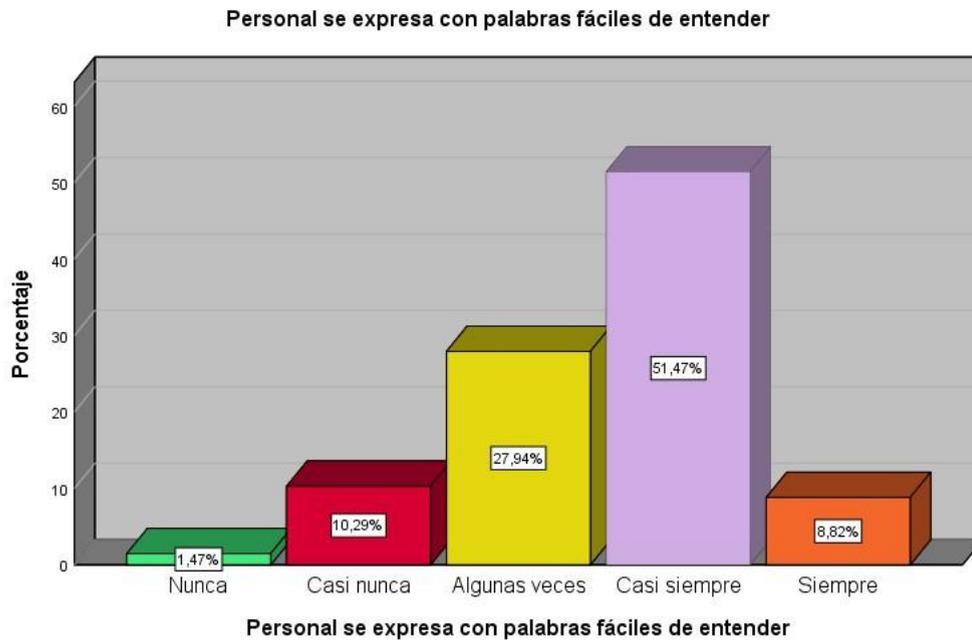


Figura 18. Personal se expresa con palabras fáciles de entender

Fuente: Tabla 3

Elementos de la atención al cliente en la Fabrica Comercial Correa EIRL, del distrito de Sullana, año 2019.

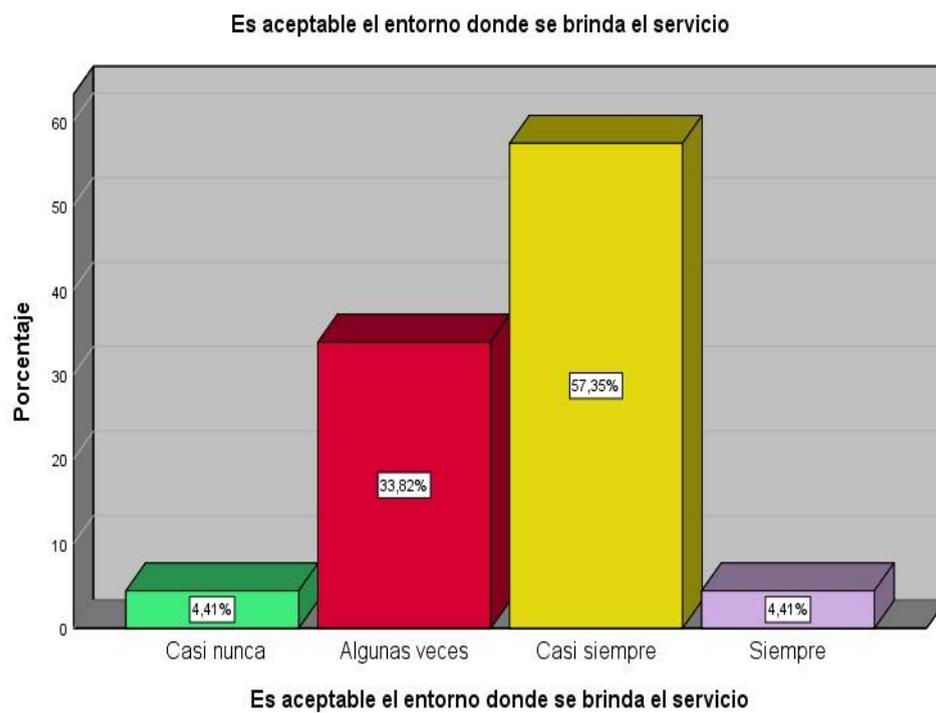


Figura 19. Es aceptable el entorno donde se brinda el servicio

Fuente: Tabla 4

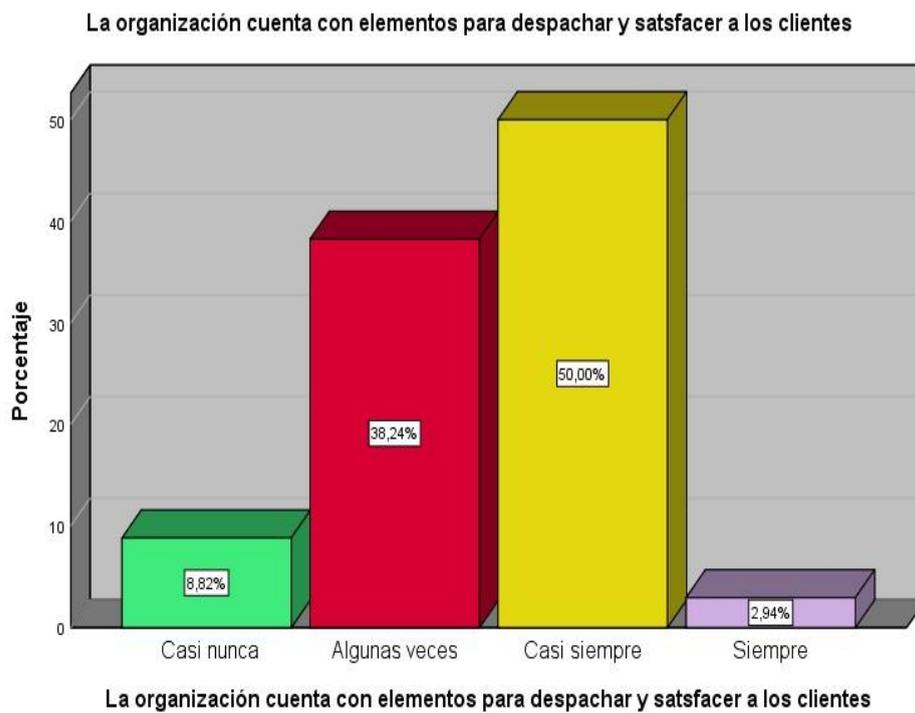


Figura 20. La organización cuenta con elementos para despachar y satisfacer a los clientes

Fuente: Tabla 4

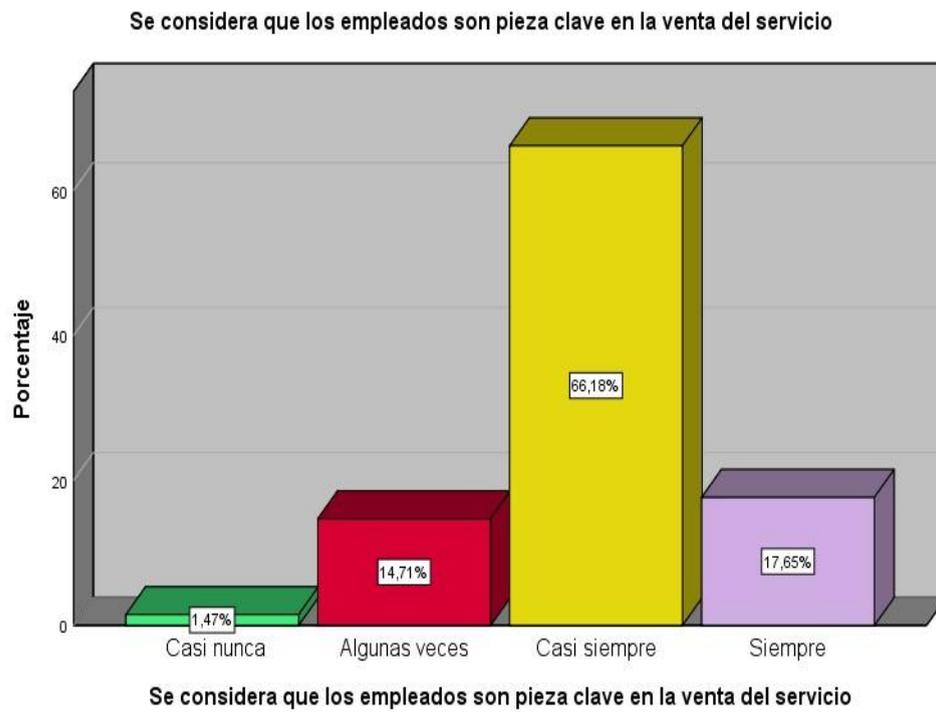


Figura 21. Se considera que los empleados son pieza clave en la venta del servicio

Fuente: Tabla 4

TALCOCUR-764-JREYESM-INFORME FINAL- TURNITIN-2022-02

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo