



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN
LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA DE VENTA DE
CELULARES RIMAY CONNECTION SAC, DEL DISTRITO
DE SAN VICENTE DE PROVINCIA DE CAÑETE, 2021

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

SANCHEZ HUAMAN, VICTOR MIGUEL

ORCID: 0000-0001-8501-2972

ASESOR

Mgrt. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

CAÑETE – PERU

2023

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Sánchez Huamán, Víctor Miguel

ORCID: 0000-0001-8501-2972

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Cañete, Perú

ASESOR

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

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

JURADO

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000-0001-6176-191X

Mgtr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000-0001-6176-191X

Presidente

Mgtr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Miembro

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

A mi madre, que ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual ha ayudado a seguir adelante en momentos difíciles

A mi Dios, por darme día a día la fortaleza para afrontar las adversidades de la vida.

A mí, por continuar, aunque en ocasiones parezca todo perdido, aunque a veces me sienta solo; gracias, por volverme a encontrar siempre en el mismo ideal, “el de ser mejor”.

INDICE DE CONTENIDO

1. CARÀTULA	i
2. EQUIPO DE TRABAJO	ii
3. JURADO EVALUADOR Y ASESOR	iii
4. AGRADECIMIENTO	iv
5. INDICE DE CONTENIDO	v
6. ÍNDICE DE TABLAS	vi
7. ÍNDICE DE FIGURAS	vii
8. RESUMEN	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	5
2.1. Antecedentes	5
2.2. Bases teóricas de la investigación.	23
III. HIPÓTESIS	29
IV. METODOLOGÍA:	30
4.1. Diseño de la investigación	30
4.2. Población y muestra.	31
4.3. Definición y operacionalización de las variables e investigadores	24
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	25
4.5. Plan de análisis.	25
4.6. Matriz de consistencia	27
4.7. Principios éticos	28
V. RESULTADOS	29
5.1 Resultados	29
5.2 Análisis de resultados	35
VI. CONCLUSIONES	38
VII. RECOMENDACIONES	40
Referencias Bibliográficas	54
Anexos	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.

Características de gestión de calidad que requieren los colaboradores en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 202129

Tabla 2.

Características de la atención al cliente en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 202130

Tabla 3.

Propuesta de Plan mejora para en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 202131

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>La cantidad de procesos</i>	70
Figura 2. <i>La articulación de los procesos</i>	70
Figura 3. <i>La supervisión del cumplimiento de los procesos</i>	71
Figura 4. <i>La implementación de más procesos</i>	71
Figura 5. <i>La reducción de procesos</i>	72
Figura 6. <i>La solución de problemas</i>	72
Figura 7. <i>La atención efectiva</i>	73
Figura 8. <i>La recurrencia en la compra</i>	73
Figura 9. <i>La superación de las expectativas</i>	74

RESUMEN

La presente investigación titulada Gestión de Calidad en Atención al Cliente en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del Distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021, tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en la atención al cliente en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021, la metodología fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo – de propuesta, para la recolección de información se tomó dos muestras de los cuales se le aplicó un cuestionario referida a la variable gestión de la calidad a 10 colaboradores y referida a la variable atención al cliente a 108 clientes, obteniendo los siguientes resultados: el 60% de los colaboradores está totalmente de acuerdo con que los procesos realizados en la empresa son suficientes, el 80% de colaboradores considera están totalmente de acuerdo con que los procesos realizados en la empresa están bien articulados, concluyendo que: respecto a la gestión de calidad, esta tiene las características que está bien estructurado los procesos, que se lleva un control de los mismos y que tiene constante mejora; asimismo respecto a la atención al cliente, esta tiene las características de la empresa es eficiente en la resolución de problemas, el servicio cumple con la satisfacción del cliente, así como genera en ellos lealtad, superando sus expectativas; así como la elaboración de una propuesta de plan de mejora. La recomendación es crean un plan de sensibilización de los colaboradores y un plan de acercamiento a los clientes.

Palabras Clave: Atención al cliente, Gestión de Calidad, Mypes

Abstract

The present investigation entitled Quality Management in Customer Service in the micro and small cell phone sales company RIMAY CONNECTION SAC, of the District of San Vicente of the Province of Cañete, 2021, had as general objective: Determine the characteristics of quality management in customer service in the micro and small cell phone sales company RIMAY CONNECTION SAC, in the district of San Vicente in the Province of Cañete, 2021, the methodology was of a non-experimental design - cross-sectional - descriptive - of proposal, for the collection of information, two samples were taken from which a questionnaire referred to the quality management variable was applied to 10 collaborators and referred to the customer service variable to 108 clients, obtaining the following results: 60% of the collaborators fully agree According to the fact that the processes carried out in the company are necessary, 80% of collaborators consider that they fully agree that the processes procedures carried out in the company are well articulated, concluding that: regarding quality management, this has the characteristics that the processes are well structured, that they are controlled and that they are constantly improved; Regarding customer service, this has the characteristics of the company: it is efficient in solving problems, the service meets customer satisfaction, as well as generates loyalty in them, exceeding their expectations; as well as the elaboration of a proposal for improvement. The recommendation is to create an awareness plan for employees and a plan to approach customers.

Keywords: Customer Service, Quality Management and Mypes

I. INTRODUCCIÓN

Según Gouardères (2021) las micro y pequeñas empresas en la Unión Europea, son las responsables de crear cada dos de tres empleos en el sector privado, debido a que han puesto en marcha diversos programas para incrementar la competitividad, gracias a la investigación, la innovación y mejora en su financiamiento.

Según Van (2022), las micro y pequeñas empresas se han convertido en un gran negocio en los Estados Unidos, en consecuencia, de la globalización de los mercados y el colapso de las formas tradicionales, sumado al explosivo crecimiento de la informática y las telecomunicaciones aplicada a todas las actividades empresariales.

Asimismo, el boom tecnológico de los teléfonos inteligente ha llegado a nivel mundial, por lo que no es raro ver a casi todas las personas adultas, jóvenes y hasta niños usando Smart -Phones, debido a los grandes avances en la tecnología, que permite interconexión entre sus usuarios, así como información ilimitada a su alcance de manera instantánea.

Así también, tenemos muchos fabricantes de estos teléfonos ofreciendo una amplia gama de opciones en calidad y precio, esta característica, hace que estos equipos sean de fácil acceso a los habitantes.

En el Perú, los servicios de planes telefónico, así como la adquisición de celulares se han incrementado considerablemente, debido a las innovaciones tecnológicas y a la necesidad de estar conectado a la red, en este contexto las empresas que brindan este servicio han visto incrementadas sus ventas, en consecuencia, al verse incrementada su clientela, es necesario describir las características de la gestión de calidad para la atención al cliente.

En el distrito de San Vicente de Cañete, existen varios negocios dedicados al rubro de telecomunicaciones, en el presente caso nos enfocaremos en la empresa Rimay Conexión SAC, debido a que son dos empresas que tienen ventas óptimas y brindan calidad en sus servicios.

En el presente trabajo se consideró dos variables de estudio los cuales ayudaran a la determinación del objetivo general del trabajo de investigación, las variables son

Las gestión de calidad, la gestión de calidad han sido estandarizadas por la Organización Mundial de Estandarización, esta entidad tiene responsabilidad dictar un conjunto de normas para los procesos que todas las industrias, organizaciones y empresas deben seguir para garantizar la calidad, seguridad y eficiencia de sus servicios, (Rego, 2019)

La atención al cliente es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes. La atención al cliente es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe. (Perez, 2007)

Considerando el factor externo de las empresas que venden celulares, podemos identificar que estamos en una etapa de modernidad y alcance tecnológico a la sociedad, situación que se ha exponenciado por las medidas de distanciamiento social a causa del COVID 19, por ser necesarias para la interacción.

En ese contexto, del factor interno de las empresas, es importante identificar sus características de la gestión de calidad y atención al cliente, por lo que la presente investigación busca este fin.

Luego del estudio de los factores, se determinó como enunciado del problema: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad en la atención al cliente en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021?

Para dar respuesta al problema, se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en la atención al cliente en la micro y pequeña empresa de

venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021.

Para poder conseguir el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Identificar las características de gestión de calidad que requieren los colaboradores en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021. Identificar las características de la atención al cliente en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021 y la elaboración de una propuesta de plan de mejorar para la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021.

Finalmente, el presente trabajo de investigación se justificó debido a que posibilitó describir las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021; de esta manera el estudio se justifica, porque al disponer de estas características será más sencillo aplicarlas en las demás micro y pequeñas empresas que no cuenten con una gestión de calidad, de tal manera potenciar la relación a largo plazo con los clientes.

Asimismo, permitió a los empresarios tomar decisiones oportunas en la atención al cliente de su micro y pequeñas empresas, contando con los procedimientos estandarizados para atender correctamente a los clientes, incrementando la satisfacción en ellos, administrando correctamente los reclamos y quejas que puedan presentarse, de este modo la atención al cliente se brindará con la calidad que requiere el cliente, fortaleciendo el compromiso de la empresa para sus clientes.

El presente trabajo obtuvo los siguientes resultados respecto a la gestión de calidad, se pudo determinar las siguientes características: que están correctamente estructurado los procesos, que se lleva un control de los mismos y que tiene constante mejora; asimismo respecto a la atención

al cliente, esta tiene las características de la empresa es eficiente en la resolución de problemas, el servicio cumple con la satisfacción del cliente, así como genera en los clientes lealtad, superando sus expectativas.

Asimismo, la metodología fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo – de propuesta, para la recolección de información se tomó dos muestras de los cuales se le aplicó la técnica de la encuesta, a través de un cuestionario como instrumento, en consecuencia, referida a la variable gestión de la calidad a 10 colaboradores a quienes se le aplicó un cuestionario de 5 preguntas referidas a la gestión de la calidad obteniendo como resultado más relevante que el 80% de los colaboradores están totalmente de acuerdo con que los procesos que realiza la empresa están bien articulados y referida a la variable atención al cliente a 108 clientes a quienes se le aplicó un cuestionario de 5 preguntas referidas a la atención al cliente obteniendo como resultado más relevante que el 74% de clientes está totalmente de acuerdo con que la atención brindada por los colaboradores ha sido efectiva; concluyendo que: respecto a la gestión de calidad, esta tiene las características que está bien estructurado los procesos, que se lleva un control de los mismos y que tiene constante mejora; asimismo respecto a la atención al cliente, esta tiene las características de la empresa es eficiente en la resolución de problemas, el servicio cumple con la satisfacción del cliente, así como genera en ellos lealtad, superando sus expectativas .

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Variable 1. Gestión de Calidad

Viera (2019) en la tesis elaborada para la obtención del Grado Académico de Magister, Titulada: *Modelo de Gestión de Calidad para la Dirección Administrativa de la Presidencia de la Republica de Ecuador*, tuvo como objetivo general Diseñar un Modelo de Gestión para la Dirección Administrativa de la Presidencia de la República del Ecuador, que permita la determinación de procedimientos estandarizados que, facilite la atención oportuna en la dotación de bienes y servicios para que la Presidencia de la República, pueda cumplir con su misión institucional consagrada en la Constitución de la República. El tipo de investigación Descriptiva – Explicativa, el enfoque de la investigación es cuantitativo, la modalidad de investigación fueron investigación de campo, utilizaron la técnicas como entrevista y la observación, la población en estudio está representada 22 servidores de la Presidencia de la Republica, la cual concluyó: el desarrollo de la Propuesta de un Modelo de Gestión de Calidad para la Dirección Administrativa de la Presidencia de la República, demostrará que en un ente público si es posible, un desempeño con visión de empresa, en el que lo importante son los clientes, sus necesidades y expectativas y, que, si es posible, trabajar con calidad, y medir el desempeño con criterios de eficiencia, eficacia y efectividad. Implementar el Manual de Calidad en el que describe el Modelo de Gestión de Calidad, como una estrategia de mejoramiento del servicio de la Dirección Administrativa de la presidencia de la República del Ecuador, dado que el modelo de gestión no es solo un instrumento operativo, por el contrario, se convierte en el motor de la calidad para la Dirección Administrativa.

Araque (2020) en la tesis presentada para obtener el Título de Especialista en Alta Gerencia, Titulada: *Gestión de Calidad: Herramienta de control gerencial en empresas de obras civiles*,

tuvo como objetivo general implementar una gestión de calidad para disminuir la recurrencia de errores en obras civiles y estructurales aplicando la gestión de proyectos a través de tres procesos de calidad: Planificar la gestión del proyecto, aseguramiento de la gestión del proyecto y control de la gestión, la investigación concluye: Es importante que desde la alta dirección y para este caso en las empresas de construcción se establezcan sistemas de gestión ISO claros y compatibles con los recursos con que se tenga; con el fin de lograr la mayor eficiencia en todas las actividades desarrolladas, así desde el momento mismo de una licitación o propuesta se logra desestimar trámites innecesarios que solo representan un mayor costo y por tanto menor rentabilidad, y ya en el proceso de ejecución contar con una estructura organizada de información, seguimiento y control bajo indicadores de análisis que logren obras con altos índices de calidad y reconocimiento comercial que soporte la razón social de la empresa a través de experiencias confiables y seguras que solo son posible en la efectividad de aplicación del sistema de gestión de la calidad.

Gonzáles (2016) en su tesis *“La gestión de calidad y el acceso a financiamiento de las Pyme del sector comercio en la ciudad de Bogotá”*, tuvo como objetivo principal determinar la vinculación entre la gestión financiera y la obtención de financiamiento en las Pyme del sector comercio de Bogotá, con una metodología de tipo de investigación corresponde a un enfoque cuantitativo – de tipo explicativo, no experimental, longitudinal, exploratorio y correlacional, tuvo como población de 1465 Pyme que reportaron información a la Superintendencia de Sociedades de 2008 a 2013. Concluyo “que la evolución de la estructura del financiamiento de las Pyme del sector comercio de la ciudad de Bogotá para el periodo de estudio, se evidenció que el 25% de las empresas se han financiado durante seis años (2008 - 2013) con recursos sus patrimoniales. El 75% de las empresas restantes han presentado una estructura que combina pasivo y patrimonio en una proporción que oscila entre 13.08% y 86.66% respectivamente,

detallado la estructura del pasivo de las Pyme, se determina que el pasivo a corto plazo tiene gran representatividad (86.47% del total del pasivo) especialmente a través de las cuentas de proveedores, costos, gastos por pagar y obligaciones financieras. El pasivo a largo plazo, el 5% de las Pyme analizadas y corresponde principalmente a obligaciones financieras.

Variable. Atención al Cliente

Garcia (2019) en la tesis elaborada para obtener Título en Tecnólogo en Administración de Empresas, Titulada: *Propuesta de mejora al servicio de atención al cliente de la filial sur del comercio Cevallos*, tuvo como objetivo general elaborar un plan de mejoras al servicio al cliente, para lograr la satisfacción de los mismos, en la filial sur del comercial Cevallos, El tipo de Investigación Descriptiva, explicativa y correlacional, uso el diseño de investigación bibliográfico y no experimental, uso la técnica de la observación y el instrumento ficha de observación. La población total del comercial sur de Cevallos es de 5475 clientes del año 2018, y la muestra fueron 50 clientes, obteniendo las siguientes conclusiones: Se fundamentó teóricamente, los aspectos de la atención al cliente y la satisfacción de los mismos. ▪ Se diagnosticó la situación actual de la atención al cliente en relación con la satisfacción de los mismos, por tanto, se debe de mejorar la atención y enriquecer sus conocimientos para brindarles una excelente información a los clientes, esto debe de incluir la presentación e higiene de los empleados, de manera que genere confianza a los clientes del comercial Cevallos. ▪ Se propone un plan de mejoras para el servicio de atención al cliente, que garantice la satisfacción de los mismos, este se verá reflejado de manera que alcance el éxito poseyendo de una comunicación efectiva, logrando con esto la satisfacción de los clientes del comercial Cevallos. Esta investigación basa la efectividad de la atención al cliente se fundamentará en la comunicación efectiva que se pueda implementar mediante un plan de mejoras.

Alfaro, González y Rugama (2019) en la tesis elaborada para la obtención de grado de Licenciado en Administración de Empresas Titulada: *Incidencia de la gestión de la calidad en atención al cliente en ferretería Palace en Estelí*, tuvo como objetivo Determinar la incidencia de gestión de la calidad en atención al cliente en ferretería Palace en la ciudad de Estelí, II Semestre del año 2019. El tipo de investigación Aplicada – Descriptiva – Mixto, usaron como técnicas de recolección de datos la encuesta, entrevista, guía de observación, teniendo como población a los clientes de la ferretería y como muestra 100 de clientes, concluyo: Ferretería Palace aplica principios de gestión de calidad como es: el liderazgo, la mejora continua, la orientación al cliente, participación del personal , pero no se hace de forma especializada, la forma en que los implementas es por la práctica y los conocimientos que ha desarrollado empíricamente. Los principios de gestión de calidad que no aplica ferretería Palace son: Enfoque de sistema para la gestión, enfoque basado en hechos para la toma de decisión, enfoque basado en proceso.

Soto (2013), tesis elaborada para optar titulo de Maestria en Administración de Empresas, Titulada: *Calidad en la Atención al Cliente en las Pymes del Municipio de Arauca*, tuvo como objetivo establecer los principales factores empresariales, culturales, y/o comportamentales que influyen en la baja calidad en la atención al cliente, para lo cual se estableció un grupo focal de nueve (9) pymes orientadas a los sectores de comercio y servicios. El tipo de Investigación fue Descriptivo, se realizó una entrevista de tipo semi-estructurada, aplicada a cada gerente. Este instrumento de tipo cualitativo, se concluyo: que los problemas que presentan las pymes en el municipio de Arauca, de acuerdo a los momentos de verdad en cuanto a la atención al cliente están focalizadas en las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuesta, por lo tanto las brechas encontradas están en el Gap 2 y Gap 3, para lo cual el modelo nos permitió establecer que los factores que inciden en la prestación del servicio al cliente son los siguientes: Tipo de

cultura y liderazgo empresarial, Disponibilidad de mecanismos de control del cumplimiento de especificaciones, Procesos de formulación y planificación estratégica de la calidad y Diseño organizativo de la empresa.

Antecedentes Nacionales

Variable 1. Calidad de Servicio

Aldana (2018) en la tesis elaborada para obtener el Título en Licenciado en Administración, titulada: “*Caracterización de la atención al cliente y el financiamiento en las MYPE de rubro librerías del mercado modelo central de Piura, Año 2018*”, tuvo como objetivo establecer las características de la atención al cliente y el financiamiento en las MYPE del rubro librerías del Mercado Modelo Central de Piura, año 2018. Se empleó la metodología de investigación de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo y con diseño no experimental de corte transversal, siendo los resultados agrupados de acuerdo a los objetivos, Como conclusiones se presenta que los factores de atención a los clientes más relevantes es la capacidad de respuesta y la satisfacción con los productos; en relación a las estrategias de atención al cliente son las promociones y descuentos. Asimismo respecto a las fuentes de financiamiento que utilizan las MYPE del rubro librerías en su gran mayoría son cajas municipales; y finalmente los montos de financiamiento de las MYPE, en su gran mayoría son mayores a S/. 10000 soles.

Bances (2018) en la tesis elaborada para obtener el título profesional de licenciada en Administración, titulada: *Caracterización de Gestión de Calidad y Competitividad en las MYPE de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura), 2018*, tuvo como objetivo general: Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las MYPEs de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura), 2018 Metodología fue de tipo de descriptiva, nivel-cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. Luego de las aplicaciones de análisis de los resultados se

concluyó: que los factores básicos de la gestión de calidad son 74% de aplicación de procesos por escrito, 69% de los recursos humanos con valores y de confianza; en relación de las necesidades el 79% satisface sus necesidades de hospedaje por la mejora del servicio, 62% por el cumplimiento del personal en sus tareas y la característica de amabilidad. Siguiendo con la variable competitividad se tiene que en lo referido a la innovación prima los sistemas de tecnología facilitando los servicios de internet, los bajos costos, personal preparado, en cuanto a los tipos de competitividad conocen con mayor acercamiento la ambiental y la dinámica.

Sánchez (2020) en la tesis elaborada para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración, Titulada: *Caracterización de la Gestión de Calidad y Kaizen en las MYPE rubro automotriz, ciudad de Huancabamba distrito de Huancabamba, Año 2020*, que tuvo como objetivo Determinar las características de la gestión de calidad y Kaizen en las Mype rubro servicios de automotriz, ciudad de Huancabamba distrito de Huancabamba, año 2020. Se empleó la metodología de tipo cuantitativo, su nivel es descriptivo y el diseño es no experimental de corte transversal. En los resultados de la gestión de calidad se observó que los clientes el 76% reciben calidad de servicio y se sienten seguros con la atención, un 92% ven que las Mypes están interesadas por la calidad de su organización y procesos, el 84% obtienen niveles altos de satisfacción siendo un beneficio como cliente. Por Kaizen un 80% de los trabajadores es orientado a los individuos, son capacitados en procesos innovadores de atención, y el 73% no están de acuerdo con que la empresa no tenga políticas de disciplina estandarizadas.

Verastegui (2019) en la tesis elaborada para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración, Titulada: *La rentabilidad y su influencia en la Gestión de Calidad, en MYPES de la Galeria Super, de Huanuco, 2019*, que tuvo como objetivo general determinar si la rentabilidad tiene influencia significativa en la gestión de calidad, en MYPES de la galería Super

de Huánuco, la metodología utilizada para el desarrollo de la investigación es no experimental, utilizando encuestas dirigidas a las Mypes, que fueron escogidas de la población mediante métodos probabilísticos. El nivel de la investigación es explicativo, su diseño es transeccionales correlacionales – causales, el cual nos permito comprender escribir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual de las MYPES en estudio. Se determinó que la rentabilidad influye en la gestión de calidad, en Mypes de la Galería Super de la ciudad de Huánuco, a razón negativa de 9.38 % por unidad, esto indica que cuando la rentabilidad se incrementa la gestión de calidad disminuye y cuando la rentabilidad disminuye se incrementa la gestión de calidad. Estableciéndose como una relación negativa muy débil.

Cerda, Luna, y Porta (2018) en la tesis elaborada para obtener el Título Profesional de Licenciado en Gestión, con mención en Gestión Empresarial, Titulada: *Gestión de la Calidad de Servicio en el Comercio Tradicional. Caso Mercado el Bosque*, tuvo como objetivo general Proponer un plan de mejora en Gestión de Calidad de servicio en el comercio tradicional en el mercado El Bosque, ubicado en el distrito de San Juan de Lurigancho. El tipo de investigación será mixta, la técnica de muestreo no probabilístico, métodos empleados: análisis documental, entrevista a profundidad, entrevista a personal de la empresa, entrevista a expertos, encuestas; población: Mercados del Distrito de San Juan de Lurigancho, muestra: Mercado el Bosque, la cual concluyó: El desarrollo del plan de mejora busca integrar a todos los miembros de la organización bajo el compromiso de tomar acciones que resarzan los errores cometidos respecto a la calidad de servicio que ofrecen, pero además, de incentivarlos a continuar con las buenas prácticas que involucran un conocimiento de las políticas y reglamentos internos de la organización, políticas de buena atención al cliente y prácticas que fomenten la comunicación entre asociados. Asimismo, el plan permite evitar riesgos en relación a las sanciones que pueden recibir de continuar con las prácticas actuales. Las sanciones que puede recibir el mercado El

Bosque afectarían el nivel de liquidez y la continuidad de sus operaciones. La presente tesis busca resaltar la implementación de políticas y reglamentos internos que mejore sustancialmente la calidad de servicio.

Variable 2. Atención al Cliente

Mendoza (2019) en la tesis elaborada para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, Titulada: *Servicio de atención al cliente para generar eficiencia en el Banco Falabella de la región Lambayeque 2015*, tuvo como objetivo general Proponer estrategias de servicio de atención al cliente para generar mejor eficiencia en el Banco Falabella de la región Lambayeque, 2015, uso el tipo de investigación descriptiva, con el diseño no experimental, la población estuvo conformada por los clientes del Banco Falabella, la muestra está integrada por la 120 clientes, uso la técnica de encuesta, con el instrumento cuestionario, la investigación concluyo: Con respecto al diagnóstico del servicio de atención al cliente en el banco Falabella se pudo conocer que 86% considera que la infraestructura es la adecuada, con la apariencia y presentación de los colabores se está de acuerdo 81% y con el servicio que se ofrece se pudo conocer que es aceptable 63%, si tiene inconvenientes en el servicio se aprecia que los colaboradores si ayudan a solucionar de manera adecuada y con respecto a la seguridad también se tiene una buena percepción en un 73% por lo tanto la calidad de servicio el diagnóstico es un bueno, pero se debe tener en cuenta en evitar los inconvenientes que para evitar errores en el servicio al cliente. En la identificación de a eficiencia con respecto a la calidad de servicio se puede describir que los trabajadores si tienen la capacidad en el manejo de equipos que agilizan la atención al cliente, no obstante, se tiene deficiencia en atención de reclamos y quejas 42% muestran su desacuerdo, además, se requiere dar facilidad al cliente con agentes u otras para que pueden agilizar sus gestiones necesarias sin necesidad de llegar a la oficina del Banco Falabella. Finalmente, se concluye que se deben implementar a través de convenios con bodegas, panaderías

y/o farmacias la posibilidad de ser agentes del Banco Falabella que sería un gran beneficio para el cliente donde podrá realizar sus gestiones que desee de manera oportuna y cerca al lugar donde vive, de esta manera se agiliza el servicio al cliente mejorando la eficiencia, previa capacitación a las personas que atienden en los agentes. Esta investigación indica que la calidad de servicio podría mejorar su eficiencia si se implementarían agentes del banco en bodegas panaderías y/o farmacias.

Henostroza (2017) en la tesis elaborada para optar el Título Profesional de Ingeniero de sistemas, Titulada: *Implementación de un sistema de ventas para mejorar el servicio de atención al cliente en la empresa Consorcio Paredes – Huarmey, 2017*, tuvo como objetivo general: mejorar el servicio de atención al cliente mediante la implementación de un sistema de ventas en la Empresa Consorcio Paredes-Huarmey; 2017, La investigación tuvo un diseño no experimental de tipo descriptivo y documental. La población y muestra fue delimitada a 40 Clientes de los cuales distribuidos en 20 clientes para cada dimensión con su respectivo cuestionario, la investigación concluyo: De acuerdo con los resultados investigados tanto de la Dimensión 1 y 2, permiten evidenciar que los servicios de atención al cliente están pésimos y en el cual se hacen las actividades de manera muy deficiente, y falta un sistemas de información adecuada para su eficiente trabajo tanto en los servicios, actividades dentro de la empresa, como queda demostrado en los resultados en la tabla n° 16 , en donde el 95.00 % desean que debe mejorar el servicio de atención al cliente, el 5.00 % esta desacuerdo con mejorar servicio. 3. con la ejecución y depuración del sistema y/o demostrada en la empresa, esto ha generado un avance muy importante a su clientes donde indican que la mejora tecnológica es relevante para una mejora se servicio como tal al 90 momento de ser encuestados decidieron a una respuesta favorable como se indica en la tabla n° 5 el 90.00 % no están de acuerdo con el servicio que brinda la empresa; y el 10.00 % si está de acuerdo, tal manera se llevó acabo la implementación y ejecución del

software en acuerdo a la hipótesis n° 2 se cumplió con la misma que se ha planteado al desarrollo aplicación de la misma. Así logrando el objetivo principal de nuestra investigación. La investigación demuestra a es posible mejorar la atención al cliente, a través de sistematizar algunos procesos mediante un sistema informático.

Cotarma y Ayquipa (2020) en la tesis elaborada para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración, titulada: *Atención al Cliente y Calidad de Servicios de los trabajadores de Almandoz Corredores de Seguros de Lima, 2020*, tuvo como objetivo determinar si la atención al cliente influye en la calidad de servicio de los trabajadores de Almandoz Corredores de Seguros de Lima,2020. corresponde a un estudio cuantitativo de diseño no experimental y de corte transversal, la población fueron 244 clientes, la tecnica fue la encuesta y el instrumento un cuestionario, en donde se concluyo: que se tiene la empresa tendrá como primordial en mejorar el tema en la respuesta rápida para sí ser más eficientes en sus trabajos El tiempo de experiencia tiene que mejorar el tema de tiempos de atención y brindar un servicio de calidad, La destreza en explicar los productos ello debe mejorar ya que el ellos venden y el objetivo es captar la atención de ellos Se debe aplicar la variedad de seguros para así poder captar la atención del cliente debe mejorar en el aspecto de transparencia para ser más claros respectos a la información que brinda al cliente Mejorar en aspectos en enviar promociones que se le diferencias de las diferentes compañías de seguros, un punto clave es en mejorar la atención al cliente es un punto fundamental que tiene la organización si ello está bien trabajado se podrá lograr fidelizarlos y generando una ventaja competitiva.

Antecedentes Regionales

Variable 1. Gestión de Calidad

Patroni (2019) en la tesis presentada para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, Titulada: *La gestión de Calidad con el uso de la capacitación del Recurso*

Humano en las Mypes del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del distrito de Huacho, 2018, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de la capacitación del recurso humano en las MYPES del sector servicio- rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018. El diseño de la investigación es no experimental – transversal, con enfoque cuantitativo. La muestra estuvo dirigida a 116 Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicios-rubro restaurantes del distrito de Huacho, la técnica usada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, la investigación concluyo que: En cuanto a las principales características de la gestión de calidad: Las Mypes tienen establecidos metas y objetivos claros en un periodo determinado, en su mayoría han implementado documentos de gestión. Los procesos desarrollados se rigen a sus normas internas establecidas, la entrega del servicio es acorde y oportuno cuidando la satisfacción del cliente, en su gran mayoría la atención del personal del restaurante hacia los clientes es empática, cordial, amable; muy pocas veces realizan encuestas periódicas a los clientes para recabar información sobre el servicio que ofrecen, existe disposición del personal para que el servicio se optimice cada vez más. En un mediano porcentaje el personal recibe capacitación de acuerdo a las necesidades para mejorar el servicio brindado, en su mayoría se implementan las recomendaciones y sugerencias emitidas por los clientes, son pocas las Mypes que cuentan con una 115 cartera de clientes, en su mayoría analizan el volumen de ventas de manera mensual para establecer estrategias de mejora en el servicio.

Parihuaman (2019) en la tesis presentada para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, Titulada: Gestión de Calidad y Competitividad de las Mypes del sector servicios – Rubro restaurantes del distrito Huacho, 2018, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de los representantes de las Mypes del sector servicios-rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018, el tipo de investigación fue de enfoque cuantitativo,

con el diseño de investigación no experimental y transversal, La población para la presente investigación se realizó a los representantes de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes. Se trabajó con una población 50 de 510 Micro y Pequeñas Empresas rubro restaurantes, la técnica usada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, la investigación concluyo que: Las principales características de la gestión de calidad en Mypes del rubro restaurantes en el distrito de Huacho, muestra que algunas veces cumplen con metas establecidas, también casi siempre determinan las necesidades del consumidor y sobre todo casi siempre exigen el mejoramiento de la calidad de los restaurantes.

Rojas (2021) en la tesis presentada para optar el Titulo Profesional de Ingeniero Industrial, titulada: *La Gestión de la Calidad en la Producción y la Rentabilidad de la Empresa La Merced E.I.R.L, Lima 2021*, tuvo como objetivo determinar de qué manera la gestión de la calidad en la producción afecta la rentabilidad de la empresa la Merced E.I.R.L., Lima 2021. La metodología del constructo es de tipo es causal, corresponde a un diseño preexperimental, la técnica de investigación documental, los instrumentos fueron de índole cuantitativo, la información fue procesada mediante el análisis descriptivo estadístico, la investigación concluyo: De acuerdo a los resultados obtenidos respecto a la variable X: gestión de calidad en la producción y la variable Y: rentabilidad de la empresa, se concluye con la aceptación de la hipótesis planteada (HX) y el rechazo la hipótesis alterna (H0), para el planteamiento de problema y objetivo, asevera entonces que el efecto de la gestión de la calidad en la producción de la empresa La Merced sobre la rentabilidad tendrá una tendencia al incremento hasta el 10,95% atribuida durante el tiempo de estudio (2018 al 2020),

Variable 2. Atención al Cliente

Kanematsu (2019) en la tesis presentada para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, Titulada *Gestión de la Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio, rubro Boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018*, tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de la Calidad en Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018. El diseño de la investigación que se utilizó fue no experimental – transversal- descriptivo, la población es de 10 Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, 2018, la técnica usada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, la investigación concluyo que: En su totalidad las micro y pequeñas empresas del rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 conocen el termino de atención al cliente y la consideran fundamental para que éste regrese al establecimiento, señalan de buena la atención que brindan. Además, en su mayoría consideran la gestión de calidad en el servicio que brinda, siendo eficiente dando solución a los reclamos y en su totalidad mencionan que la atención al cliente permite el posicionamiento en el mercado.

Angeles (2022) en la tesis presentada para optar el grado académico de Maestra en Gestión de los Servicios de la Salud, titulada: *Atención al cliente y calidad de servicios en farmacia oncológica en un hospital policial de Lima, 2022*; tuvo como objetivo Establecer la relación que existe entre la atención al cliente y la calidad de servicio en la farmacia oncológica en un hospital policial de Lima, 2022. La presente investigación es de tipo: básica, el diseño, del estudio es no experimental, el nivel de este estudio de investigación, fue correlacional, El universo poblacional estuvo compuesta por 348 pacientes que acceden a la farmacia oncológica en los meses de marzo-abril 2022, extrayendo de este una muestra de 183 pacientes en total. concluyendo que, existe

relación positiva entre la atención al cliente y calidad de servicio, ya que el grado de correlación fue de 0,492. Los valores de Rho de Spearman establecen una correlación moderada. Además, la significancia que resultó en $p=0,000$ siendo $p<0,005$. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Alvarado (2019) en la tesis presentada para optar el Título Profesional de Ingeniero Empresarial, titulada *Aplicación de herramientas de Lean Service en el proceso de Atención al Cliente de tarjetas de créditos para incrementar la productividad, Lima 2019*, tuvo como objetivo incrementar la productividad de los asesores de servicios aplicando herramientas de Lean service en el proceso de atención al cliente de tarjetas de créditos. tipo de investigación aplicada, descriptiva, cuantitativa y con un diseño cuasi experimental, tuvo como muestra 30 asesores de servicios de tarjetas de créditos en el año 2019, Como técnica de recolección de datos se usó la observación, la investigación concluyó: ue con la aplicación de las herramientas de Lean service se mejoró el proceso de atención al cliente de tarjetas de créditos, lo que permitió incrementar la productividad de los asesores de servicios en un 20% a comparación con el resultado obtenido en el periodo del año 2018. Lo que significa, que el objetivo de la investigación se cumplió.

Antecedentes Locales

Variable 1. Gestión de la Calidad

Espinoza (2019) en la tesis presentada para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, Titulada: *Gestión de Calidad en el Financiamiento de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, Rubro Pollería, Distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, Lima Año 2018*, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en el financiamiento en las Micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro pollería,

distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, año 2018. El diseño de la investigación es no experimental – transversal, la población está constituida por 30 micro y pequeñas empresas del sector de rubro pollerías y la muestra estuvo dirigida a 20 micro y pequeñas empresas del sector rubro pollerías, la técnica usada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, la investigación concluyo que: Un porcentaje considerable de las micro y pequeñas empresas en estudio no conoce el termino de gestión de calidad, pero si cuenta con nociones de la calidad total, el 40% afirma que cuenta con dificultades para la implementación de gestión de calidad ya que no se adaptan a los cambios. El rendimiento de su negocio lo mide por medio de datos del nivel de ventas mensuales, además se pude observar en los resultados que el empresario cree que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos planteados. La totalidad de los encuestados si ha recibido financiamiento alguna vez, lo cual fueron financiados en su mayoría por cajas municipales, ya que la tasa de interesa fueron de entre 0 a 20%, el 40% de los microempresarios menciona que el dinero recibido lo invierte en pago a proveedores o el personal y por último el microempresario cree que el financiamiento si permite el desarrollo de su empresa con una buena gestión. La investigación concluye que muchas de las pollerías no conocen el concepto de gestión de calidad.

Soto (2019) en la tesis presentada para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, Titulada: *Gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro tienda de ropa para damas – estudio de caso “Moda Urbana Mary”, del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, Periodo 2019*, tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercio rubro tienda de ropa para damas, Estudio de caso “Moda Urbana Mary” del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2019, Diseño de Investigación No Experimental – Transversal, tipo de

Investigación Fenomenológico – Estudio de Caso, Nivel de Investigación Descriptivo, Población compuesto por las micro y pequeñas empresas del distrito de San Vicente y la muestra fue la mype “Moda Urbana Mary”, la investigación concluyo: que la empresa debe contar con un estándar de calidad donde permita llevar el proceso de los elementos de la planificación, control y mejora de la calidad, se concluye que la MYPE en estudio trabaja estos elementos de una manera empírica de acuerdo a su experiencia en el rubro ya que conocen el manejo en el mercado. Esta investigación comprueba que muchas micro y pequeñas empresas no cuenta con un estándar de calidad y que sus actividades las desarrollan con principios empíricos.

Ognio (2018) en la tesis presentada para optar el grado academico de Maestro en Educación con mencion en gestion de la calidad, autoevaluación y acreditación, titulada: *Gestión de la Calidad de la evaluación por competencias a los internos de medicina humana del Hospital Rezola de Cañete*, que tuvo como objetivo Analizar si se puede Gestionar la Calidad de la Evaluación mediante la percepción de las Competencias de los Internos de Medicina, empleando los Instrumentos adecuados. El diseño de la investigación fue de nivel exploratorio, además, se realizó un Focus Group con preguntas abiertas y cerradas. Las características de la tesis son: No experimental, descriptiva, etnográfica, cuali-cuantitativa, retrospectiva. conclusión principal, se planteó que: La evaluación por competencias sí es una estrategia didáctica adecuada para la Gestión de la Calidad Educativa a los internos de Medicina Humana del Hospital Rezola de Cañete. Por otra parte, se recomendó: Mejorar los conocimientos de los tutores, sobre el empleo de Gestión de la Calidad de la Evaluación por Competencias, mediante conferencias, cursos, diplomados etc. Además, continuar empleando como primera opción el Instrumento de Evaluación: El Examen Clínico Objetivo Estructurado.

Variable 2. Atención al Cliente

Huamani (2020) en la tesis elaborada para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, Titulada: *Propuesta de mejora en atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercial – rubro panaderías, caso Panadería la Merced y Punto, Imperial, Cañete 2019*, tuvo como objetivo general: laborar una propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad. La investigación va influir en el rubro de panaderías del sector de Imperial; se empleó una metodología de tipo cuantitativo de nivel descriptivo, diseño transversal – no experimental. Como población estuvo compuesta por 53,000 clientes de la panadería La Merced y Punto y se tuvo una muestra de 205 clientes, se usó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Con respecto a la Atención al Cliente, se encontró que el 44% de los clientes manifestó que el personal no atiende con amabilidad y eficiencia; y el 42% indicó que la atención no es rápida y oportuna. Con respecto a la Gestión de Calidad, se encontró que el 60% de los colaboradores considera que la panadería predomina la calidad y salubridad en sus productos, mientras que el 40% indicaron una respuesta intermedia. En la investigación se propone mejorar la calidad de servicio en la atención al cliente mediante charlas de trato cordial, empático y eficiente con el cliente.

Huaman y Valeriano (2021) en la tesis elaborada para optar el título profesional de químico Farmacéutico, Titulada: *Calidad de Atención Farmacéutica y Satisfacción del Cliente en la Botica Sofía Imperial – Cañete, Junio 2021*, tuvo como objetivo determinar la calidad atención farmacéutica y satisfacción del cliente en la botica Sofía Imperial-Cañete, Junio 2021. Enfoque cuantitativo y diseño descriptivo no experimental, la muestra fue de 269 clientes que acuden a la Botica Sofía, la técnica usada fue la encuesta, y el instrumento empleándose el cuestionario de Calidad de atención farmacéutica y el Cuestionario de Satisfacción al cliente. En la mayoría de los clientes que acuden a la botica Sofía, presentan una calidad de Atención farmacéutica

favorable y una Satisfacción al cliente, insatisfecho por la insuficiente implementación de nueva tecnología.

Ayaypoma (2020) en la tesis elaborada para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, Titulada: *Propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro Hoteles: Caso Hotel “Las Flores” – San Vicente, Cañete, 2020*, tuvo como objetivo determinar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles: caso hotel “Las Flores”- San Vicente, Cañete, 2020. La metodología fue de diseño transversal-no experimental-descriptivo, la población estuvo conformada por la Mype hotel “Las Flores”, la muestra 150 clientes, la técnica la encuesta, el instrumento el cuestionario de 20 preguntas, concluyendo En atención al cliente, la dimensión de capacidad de respuesta, se obtuvo que el 100 % de huéspedes afirmaron estar de acuerdo con el servicio en el tiempo determinado, ya que se atiende con rapidez y eficacia; en la empatía, se obtuvo que el 100% de huéspedes indicó estar totalmente de acuerdo con la atención recibida con respeto y amabilidad durante su estadía en el hotel. Respecto a gestión de calidad: dimensión de elementos tangibles se obtuvo 100% de clientes está de acuerdo con los equipo de apariencia moderna en las habitaciones del hotel. Se concluye: El hotel las Flores cubre las necesidades de sus clientes, mediante la comunicación, empatía, amabilidad y tienen el personal adecuado quienes muestran gran interés al momento de atender las inquietudes de sus huéspedes; sin embargo, se logró encontrar que la atención al cliente tiene cierta deficiencia en cuanto a la dimensión de seguridad, ya que la zona donde se encuentra ubicado el hotel es descampada y por la noche es insegura, es por ello que la propuesta de mejora es contratar personal de seguridad, también se propone capacitar al personal de seguridad.

2.2. Bases teóricas de la investigación.

Variable 1. Gestión de la Calidad

Según Traba (2020) La gestión de la calidad es un modelo establecido formalmente o, dicho de otra manera, del que no hay una única versión y, en consecuencia, puede tener diversas acepciones, es necesario destacar que, por calidad, entendemos básicamente que es la respuesta al uso, con sus distintas características intrínsecas que no solo la estandarización obtenida del producto.

La gestión de la calidad consiste en la totalidad de medios por los cuales logramos la calidad. La gestión de la calidad incluye los tres procesos de la trilogía de la calidad: planificación de la calidad, control de la calidad y mejora de la calidad.

La gestión de la calidad son aquellas herramientas y acciones tomadas para evitar posibles errores o desviaciones en un determinado proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos a través de estos.

Según Gryna, Chua, y Defeo, (2007) en su libro: Método Juran – Análisis y planeación de la calidad, indican que: El diccionario ofrece numerosas acepciones para la palabra calidad, Una breve definición de calidad es satisfacción y lealtad del cliente. Adaptabilidad de uso es un breve significado alternativo. Aunque una definición breve como ésta tiene un enfoque, debe desarrollarse más para que ofrezca una base para la acción. La revelación del significado comienza con la definición de la palabra cliente. Un cliente es cualquiera que se ve afectado por un servicio, el producto o el proceso.

Por lo cual en el presente trabajo desarrollaremos la Trilogía de calidad de Joseph Juran.

Dimensión 1. La Trilogía de la Calidad

El rumano Joseph Juran propuesto que la aplicación de 03 procesos era necesaria para una correcta gestión de Calidad

La trilogía de la calidad, desarrollada por Joseph Juran, enmarca 03 procesos, mediante los cuales podemos desarrollar la gestión de la calidad: Planeamiento de la calidad, Control de la Calidad y Mejoramiento de la calidad. La trilogía de la calidad presentada por Juran, supone un objetivo que es como gestionar la calidad.

Según Gryna, Chua, y Defeo, (2007) en su libro: Método Juran – Análisis y planeación de la calidad El principal concepto de la trilogía de la calidad es que administrar para la calidad consiste de tres procesos básicos orientados a la calidad:

Planeación de la calidad: Consiste en el desarrollo de un proceso que permita determinar el producto o servicio que respondan de manera óptima a las necesidades de los clientes.

Según Gryna, Chua, y Defeo, (2007) en su libro: Método Juran – Análisis y planeación de la calidad El primer proceso de la trilogía de la calidad, supone realizar ciertas actividades, para tal fin se debe de realizar: determinar los clientes, sus necesidades, desarrollar características de los productos respondiendo a las necesidades de los clientes, desarrollar procesos que produzcan en el producto, estas características; es decir, establecer los procesos que permitan determinar un servicio o producto, que responsa óptimamente a las necesidades de los clientes.

Control de la Calidad: Está relacionado con establecer la infraestructura requerida para mejorar la calidad. Cuyo primer paso consiste en que los trabajadores que elaborarán o participarán en la fabricación claves para facilitarles formación, motivación y recursos para su éxito.

El segundo proceso de la trilogía de la calidad, supone realizar las siguientes actividades: evaluar el desempeño de la calidad en la actualidad, comparar el desempeño con los objetivos de la calidad y actuar para corregir las desviaciones encontradas al comparar con el desempeño;

Mejoramiento de la calidad: Está enfocado en medir el rendimiento de la calidad frente a las expectativas del cliente. Luego corregir cualquier desviación o brecha identificada.

Como procedimiento final de la trilogía de Juran, debemos realizar las siguientes actividades: establecer una estructura que asegure la mejora de la calidad, identificar cuáles son las necesidades que se van a mejorar, diagnosticar las causas, estimular las medidas de mejora y estandarizar el control de las mejoras.

La trilogía de la calidad, no es tan nueva si miramos alrededor, podremos ver que estos tres procesos (Planificación, control y mejora) han estado presentes a lo largo del tiempo, utilizándose en las finanzas durante siglos, lo suficiente para desarrollar una terminología apropiada, este aspecto está asociado a establecer correctamente la infraestructura para la mejora de la calidad, consiste en que los colaboradores participan en la resolución de problemas y participan en esta de manera activa.

Administrar la calidad

Según Gryna, Chua, & Defeo (2007) en su libro: Método Juran – Análisis y planeación de la calidad, indican que: “Administrar para la calidad es el proceso de identificar y manejar las actividades necesarias para lograr los objetivos impulsado por los clientes de una organización. Una forma útil de introducir el concepto de administración de calidad es relacionarlo con otro concepto de administración bien conocido, es decir, la administración financiera”.

Función de la calidad

Según Gryna, Chua, & Defeo (2007) en su libro: Método Juran – Análisis y planeación de la calidad, indican que: Lograr la calidad requiere de una amplia variedad de actividades identificables o de tareas de calidad. Ejemplos obvios son el estudio de las necesidades de calidad de los clientes, la revisión de diseños, las pruebas de producto y el análisis de quejas en campo. En una empresa diminuta, todas estas tareas (a veces llamadas elementos de trabajo) pueden ser desempeñadas por unas pocas personas.

Variable 2. Atención al Cliente

Según Perez (2007) La atención al cliente es un conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe.

Al aceptar la importancia estratégica de la atención al cliente, se llega a darse cuenta de que le interesa el tema, independientemente de la función que desempeñe en la organización, posibilitando establecer de qué forma mejora directamente la experiencia del cliente y, en consecuencia, la posición de la empresa en el mercado y sus ingresos a futuro.

Principios de la atención al cliente

Como principio de la atención al cliente establece que el cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe. Cualquier sugerencia o consejo es fundamental para la mejora. Toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente. Esta satisfacción debe garantizarse en cantidad, calidad, tiempo y precio. Las exigencias y expectativas del cliente orientan la estrategia de la empresa con respecto a la producción de bienes y servicios. (Perez, 2007)

Estrategias de Atención al Cliente

Según Perez (2007) La estrategia incluye las políticas o lineamientos generales de la empresa dirigidos hacia el cliente. Generalmente, es diseñada por el departamento de marketing y su principal función es orientar a toda la empresa hacia la calidad de la atención al cliente. Es la estrategia de servicio se define el valor que se desea para los clientes, el valor es el principal motivador de las decisiones de compra y por lo tanto como la posición competitiva que se sustentará en el mercado.

Dimensión 2. Conceptos claves para relacionarlos con la atención al cliente

Según Goodman (2014), los conceptos claves para relacionarlos con la atención al cliente, son los siguientes:

- **Los problemas:** Son todas las sorpresas desagradables o los inconvenientes que surgen al ofrecer un producto o servicio, más allá de que el cliente se queje o no.

- **La satisfacción:** Es el grado de bienestar o placer que se tiene cuando se ha colmado un deseo o cubierto una necesidad, es posible aumentar la satisfacción estableciendo las expectativas de forma correcta.

- **La lealtad:** Puede medirse por el hecho de que el cliente exprese su intención de volver a comprar o contratar un servicio.

- **El deleite:** Ocurre cuando una empresa es capaz de sorprender al cliente excediendo sus expectativas, ya sean elevadas o razonables. Sin embargo, el deleite no siempre aumenta la lealtad, así que exceder las expectativas todo el tiempo puede ser una gran pérdida de dinero.

Marco Teórico - Conceptual

Gestión de Calidad

Debe entenderse por gestión de calidad el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad; incorporándolo por tanto al proceso de gestión, que es como traducimos el término inglés management que alude a la dirección, gobierno y coordinación de actividades. (Udaondo, 1992)

Atención al Cliente

Según Gil (2020) la atención al cliente, es la relación de actividades que desarrollan las organizaciones a través de la identificación de las necesidades elementales de los clientes, utilizando diversas estrategias de marketing con la finalidad de cubrir expectativas que cada cliente pueda tener y que, vayan relacionado directamente con la satisfacción, como fin de fidelización y repetición de compra.

Micro y pequeña empresa

Según la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, La Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica(empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, 19)

Cliente

El cliente es la persona que adquiere un bien o servicio para uso propio o ajeno a cambio de un precio determinado por la empresa y aceptado socialmente. Constituye el elemento fundamental por y para el cual se crean productos en las empresas. (Bastos, 2006)

Calidad

La calidad puede definirse como el conjunto de características que posee un producto o servicio obtenidos en un sistema productivo, así como la capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario. La calidad supone el cumplimiento por parte del producto de las especificaciones para las que ha sido diseñado, que deberán ajustarse a las expresadas por el cliente. (Cuatrecasas, 2012)

III. HIPÓTESIS

Según Fidias (2012) indica sobre los estudios de medición de variables independiente en la investigación descriptiva: su misión es observar y cuantificar la modificación de una o más características en un grupo, sin establecer relaciones entre éstas. Es decir, cada característica o variable se analiza de forma autónoma o independiente. Por consiguiente, este tipo de estudio no se formulan hipótesis, sin embargo, es obvia la presencia de variables.

En consecuencia, el presente trabajo de investigación titulada: *Gestión de Calidad en Atención al Cliente en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de la provincia de Cañete 2021*, no se plantea hipótesis por ser una investigación de nivel descriptiva; debido a que los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se pueden establecer hipótesis.

IV. METODOLOGÍA:

4.1. Diseño de la investigación.

El diseño de investigación que se utilizó en el presente trabajo fue No experimental – Transversal – Descriptivo – De Propuesta.

No Experimental

Según Hernández, Fernández, y Baptista, (2010) la investigación no experimental cuantitativa, podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables.

Este a investigación no fue experimental, debido a que no se manipularon las variables de gestión de calidad en atención al cliente; únicamente, se describieron las características de las mencionadas variables.

Transversal

Según Rodriguez y Mendivelso (2018) indica que el diseño de corte transversal se identifica como un estudio observacional de base individual que tiene un doble propósito: descriptivo y analítico. Asimismo, es conocido como un estudio de prevalencia o encuesta transversal; siendo su objetivo principal, el identificar la frecuencia de condición (...) en la población estudiada (...)

El tipo de la investigación es transversal, debido a que se centra en la observación y análisis de datos recopilados a través de la aplicación de las encuestas, en un determinado periodo de tiempo.

Descriptiva

Según Miller (2022) la investigación descriptiva, es la descripción, registro, análisis e interpretación a través del análisis, en donde se ven y analizan las propiedades y características; para que a través de criterios se las pueda agrupar, clasificar o sintetizar, para luego, a partir de ello se pueda profundizar en el tema.

La investigación es descriptiva, debido a que se enfoca en describir las características de las variables planteadas, como lo son la gestión de calidad y la atención al cliente.

De propuesta

Según Monroy y Nava (2018), precisa que, un estudio de propuesta consiste en un proceso que da como resultado un conjunto de actividades encaminadas a mejorar las debilidades identificadas en las variables de investigación.

La investigación es de propuesta, debido a que plantea una propuesta de plan de mejora para mitigar las deficiencias encontradas a través de la toma de información.

4.2. Población y muestra.

Población

La población está dividida en dos, debido a que las encuestas fueron aplicadas a dos grupos, en consecuencia, se tiene la P1: conformada con el total de 10 colaboradores de la empresa RIMAY CONNECTION SAC en atención a la variable gestión de calidad y P2: conformada por una población de 150 clientes de empresa RIMAY CONNECTION SAC, en atención a la variable atención al cliente.

Según Díaz (2017) La población de una investigación está compuesta por todos los elementos (personas, objetos, organismos, historias clínicas) que participan del fenómeno que fue definido y delimitado en el análisis del problema de investigación.

Muestra

Según Hernández, Fernández, y Baptista (2014) La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a un conjunto definido en sus características al que llamamos población.

La muestra fue tomada a partir del caso de estudio, para la variable de gestión de calidad la Muestra 1. Considerando a los 10 de colaboradores de la Empresa RIMAY CONETIÓN; asimismo, para la variable atención al cliente la Muestra 2. Considerando 108 cliente.

Muestra 1

Para la variable gestión de calidad la muestra fue no probabilística, consta de 10 trabajadores.

Muestra 2

Para la variable atención al cliente, la muestra fue probabilística, de la revisión de las boletas de venta la empresa, se puede determinar que se atienden a aproximadamente a 150 clientes mensuales, en ese sentido se calculó el tamaño de la muestra que, en virtud a la aplicación de la fórmula para determinar la muestra probabilística, es equivalente a 108 clientes de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{e^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

Donde:

n= 108

Z= nivel de confianza: 1.96

p= variabilidad positiva: 50%

q= variable negativa: 50%

N= población: 150

E= margen de error: 5%

Reemplazando:

$$\frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 600}{0.05^2(600 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

El resultado es:

n= 108 clientes

Criterio de Inclusión y Exclusión

Variable 1: Gestión de Calidad – Muestra 10 Colaboradores

Inclusión: Se aplicó el cuestionario al 100% de los colaboradores de la empresa.

Exclusión: No se excluyó o ningún colaborador, debido a que se pudo aplicar el instrumento a los 10 colaboradores de la muestra.

Variable 2: Atención al Cliente – Muestra 108 Clientes

Inclusión: Se aplicó el cuestionario a 108 de los clientes.

Exclusión: No se excluyó a ningún cliente, debido a que se pudo aplicar el instrumento a los 108 clientes de la muestra.

4.3. Definición y operacionalización de las variables e investigadores

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Fuente	Escala de Medición
Gestión de Calidad	Según Gryna, Chua, y Defeo, (2007) en su libro: Método Juran – Análisis y planeación de la calidad, indican que: El diccionario ofrece numerosas acepciones para la palabra calidad, Una breve definición de calidad es satisfacción y lealtad del cliente. Adaptabilidad de uso es un breve significado alternativo.	Según Traba (2020) La gestión de la calidad es un modelo establecido formalmente o, dicho de otra manera, del que no hay una única versión y, en consecuencia, puede tener diversas acepciones, es necesario destacar que, por calidad, entendemos básicamente que es la respuesta al uso, con sus distintas características intrínsecas que no solo la estandarización obtenida del producto.	Planeación de la calidad	Cantidad	1. ¿Considera que los procesos realizados en la empresa son suficientes?	Colaboradores	Escala ordinal de Likert: 1. Totalmente desacuerdo. 2. Desacuerdo. 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo. 4. De acuerdo. 5. Totalmente de acuerdo
				Articulación	2. ¿Consideras que los procesos que realiza la empresa están bien articulados?		
		Control de la Calidad	Supervisión	3. ¿Considera que el supervisor o jefe inmediato está pendiente del cumplimiento de los procesos realizados en la empresa?			
		Mejoramiento de la Calidad	Reducción	4. ¿Considera que la empresa debería implementar más procesos para mejorar el servicio?			
Implementación	5. ¿Considera que la empresa debería implementar más procesos para mejorar el servicio?						
Atención al Cliente	Según Gil (2020) la atención al cliente, es la relación de actividades que desarrollan las organizaciones a través de la identificación de las necesidades elementales de los clientes, utilizando diversas estrategias de marketing con la finalidad de cubrir expectativas que cada cliente pueda tener y que, vayan relacionado directamente con la satisfacción, como fin de fidelización y repetición de compra	Pérez (2007) La atención al cliente es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes. La atención al cliente es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe.	Los problemas	Resolución de Problemas	5. En caso presentarse un problema ¿Considera que la empresa la solucionaría inmediatamente?	Clientes	
			La satisfacción	Expectativas	6. ¿Considera usted que la atención brindada por los colaboradores ha sido efectiva?		
		La lealtad	Fidelidad	7. ¿Volvería a comprar algún producto en esta empresa?			
		El deleite	Disfrute	8. ¿Considera usted que la atención brindada ha superado sus expectativas?			

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Para éste tipo de investigación se utilizó la encuesta como técnica.

Según López y Fachelli (2015) La encuesta es una técnica para recoger datos importantes, este método es de uso en el campo que tiene objetivo la construcción de un objeto científico de investigación.

Instrumento

El instrumento que se utilizó el cuestionario.

Según López y Fachelli, (2015) El cuestionario constituye el instrumento de recogida de los datos donde aparecen enunciadas las preguntas de forma sistemática y ordenada, y en donde se consignan las respuestas mediante un sistema establecido de registro sencillo.

En el presente trabajo, se elaboró dos cuestionarios, con 5 preguntas dirigidas a la variable de Gestión de la Calidad, aplicada a un total de 10 colaboradores; y 4 preguntas dirigidas a la variable de Atención al Cliente aplicada a un total de 108 clientes.

4.5. Plan de análisis.

Para realizar el análisis de los datos recolectados en la presente investigación, se usó el formulario que brinda el sitio web de Google, mediante el cual se pudo estructurar ambas encuestas, asimismo, este mismo servicio de internet permitió establecer a través de tablas los resultados de las encuestas; una vez obtenido los datos en tablas, estas pudieron ser analizadas y generar figuras estadísticas, usando Microsoft Excel.

Cabe precisar que, para la elaboración del presente documento, se usó Microsoft Word, permitiendo estructurar el trabajo con las características exigibles por la Universidad.

Asimismo, para cautelar que no se esté infringiendo los derechos a autor, ni de incurrir en supuestos de plagio, se usó el Turnitin, programa mediante el cual, se podría medir cualquier párrafo que podría tener alguna coincidencia con textos de otro autor.

También se usó el programa Microsoft Power Point, en la elaboración de las diapositivas, que permitieron presentar de manera didáctica el presente trabajo de investigación.

4.6. Matriz de consistencia

Título	Enunciado	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología	Población y Muestra	Técnica e instrumento	Plan de Análisis
Gestión de Calidad en Atención al Cliente en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de provincia de Cañete, 2021	¿Cuáles son las características de la gestión de calidad en la atención al cliente en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021.	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar las características de la atención al cliente para la gestión de calidad en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021.</p>	Según Fidias (2012) indica sobre los estudios de medición de variables independientes en la investigación descriptiva: su misión es observar y cuantificar la modificación de una o más características en un grupo, sin establecer relaciones entre éstas. Es decir, cada característica o variable se analiza de forma autónoma o independiente. Por consiguiente, este tipo de estudio no se formulan hipótesis, sin embargo, es obvia la presencia de variables.	Gestión de Calidad	Diseño de la Investigación: No experimental.- Transversal - Descriptiva	Se utilizó una población de 10 colaboradores y como muestra el total de trabajadores.	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario	Se utilizaron los siguientes programas: -Formularios de Google. -Microsoft Word -Microsoft Excel. - Microsoft Power Point -Tuntmitin
		<p>Objetivos Específicos</p> <p>-Identificar las características de la gestión de calidad en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021.</p> <p>-Identificar las características de la atención al cliente en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021.</p> <p>-Elaborar una propuesta de plan de mejora para en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021.</p>	Atención al Cliente	Se utilizó como población a 150 clientes y como muestra a 108 clientes, calculadas a través de la fórmula de determinación de muestra probabilística.				

4.7. Principios éticos.

Protección a las personas: La presente investigación no pone en riesgo la integridad de las personas que participaron, en la misma; no obstante, las encuestas fueron anónimas, no generando riesgo ni perjuicio alguno, asimismo se les proporcionó información respecto a los fines de la investigación. En estricto cumplimiento de este principio, se velará por respetar su integridad, dirigiéndonos e interactuando con respeto.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: Esta investigación, cumple con este principio ético, al no haber elaborado las encuestas a través de papel impreso, por el contrario, se realizaron de manera virtual, con ello aportando de manera simbólica en el cuidado del medio ambiente y el uso discriminado de recursos.

Libre participación y derecho a estar informado: Esta investigación cumple con este principio, debido a que se informó oportunamente a los representantes, colaboradores y clientes de la empresa, sobre la materia en sí de la investigación, los fines que se pretenden.

Beneficencia no maleficencia: Asimismo, la presente investigación no busca, pretende, ni concluye en el perjuicio de la empresa, ni de sus colaboradores, ni de los clientes, por el contrario, busca describir de manera científica las características de las variables, con ello permitir que las demás empresas cuenten con información científica, para una mejor toma de decisión en sus empresas.

Justicia: Esta investigación, concluye de manera fidedigna en virtud a los resultados obtenidos a través de las encuestas aplicadas a los colaboradores y clientes, llevando la investigación, con el principio de la justicia.

Integridad científica: esta investigación cumple con este principio, debido a que en todo el proceso se ha ceñido a las normas establecidas por la universidad y demás autoridades que norman el proceso de investigación, por lo que todas las conclusiones del presente trabajo, se emitirán en consecuencia al cumplimiento de las especificaciones.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Variable 1 – Gestión de Calidad

Tabla 1.

Características de gestión de calidad que requieren los colaboradores en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021

Características de la Gestión de Calidad	n	%
Los procesos realizados en la empresa son suficientes		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	4	40.00
Totalmente de acuerdo	6	60.00
Total	10	100.00
Los procesos que realiza la empresa están bien articulados		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	2	20.00
Totalmente de acuerdo	8	80.00
Total	10	100.00
El supervisor o jefe inmediato está pendiente del cumplimiento de los procesos realizados en la empresa		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	4	40.00
Totalmente de acuerdo	6	60.00
Total	10	100.00
La empresa debería implementar más procesos para mejorar el servicio		
Totalmente en desacuerdo	1	10.00
Desacuerdo	3	30.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	5	50.00
De acuerdo	1	1.00
Totalmente de acuerdo	0	0.00
Total	10	100.00

Continúa...

Tabla 1.

Características de gestión de calidad que requieren los colaboradores en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021

Características de la Gestión de Calidad	n	Concluye... %
la empresa debería implementar más procesos para mejorar el servicio		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	2	20.00
Totalmente de acuerdo	8	80.00
Total	10	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Rimay

SAC – San Vicente de Cañete.

Tabla 2.

Características de la atención al cliente en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021

Características de la Atención al Cliente	n	%
La empresa la solucionaría inmediatamente los problemas		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Desacuerdo	2	2.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	2.00
De acuerdo	35	34.00
Totalmente de acuerdo	69	64.00
Total	108	100.00
La atención brindada por los colaboradores ha sido efectiva		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	2.00
De acuerdo	24	24.00
Totalmente de acuerdo	74	74.00
Total	108	100.00

Continúa...

Tabla 2.*Características de la atención al cliente en la micro y pequeña empresa de venta de celulares**RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021*

Características de la Atención al Cliente	n	<i>Concluye...</i> %
Volvería a comprar algún producto en esta empresa		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Desacuerdo	3	3.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	1.00
De acuerdo	29	27.00
Totalmente de acuerdo	75	69.00
Total	108	100.00
La atención brindada ha superado sus expectativas		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Desacuerdo	1	1.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	2.00
De acuerdo	28	26.00
Totalmente de acuerdo	77	71.00
Total	108	100.00

*Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Rimay**SAC – San Vicente de Cañete*

Tabla 3.

Propuesta de Plan mejora para en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021

Indicadores	Problemas	Causas del Problema	Consecuencias del problema	Acciones de mejora	Responsable
Participación de los colaboradores en la toma de decisiones	Los colaboradores no participan en la toma de decisiones respecto a la empresa.	No se toma en cuenta la opinión a los colaboradores en la toma de decisiones, por considerar que no tienen el conocimiento para tal fin.	<ul style="list-style-type: none"> - Los trabajadores no se sienten parte de la empresa. - No aprovechar el expertis de los trabajadores. - No considerar puntos de vista pertinentes. 	<p>Considerar con mayor frecuencia la participación de los colaboradores en la toma de decisiones, a través de reuniones de coordinación mensual en donde se aprovechará la opinión de los colaboradores y el conocimiento que obtuvieron a través de sus actividades diarias, esta actividad permitirá a las empresas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generar nuevas ideas de solución. - Solución de problemas de manera eficaz. - Identificación de los colaboradores con la empresa. <p>Fortalecer la comunicación entre los colaboradores.</p>	Gerente y colaboradores
Motivación a los colaboradores	Los colaboradores deben de contar con motivaciones que haga incrementar su empeño	No se realiza actividades (menciones, reconocimiento, palabra de felicitación) que permita que los trabajadores, se sientan valorados	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajadores demotivados en el desarrollo de sus labores. 	Los colaboradores deben sentirse motivados a ser más eficiente en el desempeño de	Gerente y colaboradores

			<ul style="list-style-type: none"> - Poco empeño y desinterés en la atención al público 	<p>sus actividades, esto lo podríamos lograr a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento público. - Tener micro reuniones de coordinación al inicio de la semana. - Establecer horario flexible y compensables. - Motivar a un clima laboral agradable. <p>Tener un trato cordial con todos los involucrados en la empresa.</p>	
Reconocimiento a los colaboradores	Los colaboradores no reciben incentivos económicos por las ventas óptimas	No se realiza ningún incentivo económico o en especie, a los trabajadores que tengan ventas sobresalientes	<ul style="list-style-type: none"> - Baja productividad. - Insatisfacción personal. - Incremento de ausentismo laboral. 	<p>Los colaboradores con desempeño sobresaliente, serán retribuidos con una bonificación:</p> <p>Asignación de bonificación cada cierto periodo y por un monto determinado por la empresa en virtud de sus condiciones económicas-financieras.</p>	Gerente
Actualización continua	Los colaboradores necesitan recibir actualización continua, respecto a la atención al cliente y conocimiento técnico de los equipos	No se realiza continuamente charlas de capacitación de productos que se ofertan; ni de cómo mejorar la atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> - Bajo conocimiento de los productos ofertados. - Poco poder de convencimiento al no responder a las interrogantes de los clientes. 	<p>Deben brindar capacitaciones de manera continua, considerando que las actualizaciones de los equipos celulares, en virtud de las innovaciones tecnológicas son cada vez más frecuentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Talleres de capacitación constante de 	Gerente y colaboradores

				<p>innovaciones tecnológicas de los Equipos celulares.</p> <ul style="list-style-type: none">- Capacitación constante en la mejora de la atención al público.	
--	--	--	--	---	--

5.2 Análisis de resultados

Tabla 1. Características de gestión de calidad que requieren los colaboradores en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021.

Cantidad de los procesos: El 60% de los trabajadores respondieron que están totalmente de acuerdo que los procesos realizados en la empresa son suficientes, este resultado se asemeja a los resultados obtenidos en la investigación de Sánchez (2020), que obtuvo un 66.7% de encuestados que considera que su MYPE cuenta con procesos definidos para el funcionamiento adecuado.

Articulación de los procesos: El 80% de los colaboradores respondió que están totalmente de acuerdo que los procesos que realiza la empresa están bien articulados, este resultado dista del resultado obtenido por Verastegui (2019) que obtuvo un 69.23% de los encuestados indican que la mype esta aceptablemente organizada. Según Gryna, Chua, y Defeo, (2007) El primer proceso de la trilogía de la calidad, supone realizar ciertas actividades, para tal fin se debe de realizar: determinar los clientes, sus necesidades, desarrollar características de los productos respondiendo a las necesidades de los clientes, desarrollar procesos que produzcan en el producto, estas características.

Supervisión del cumplimiento de los procesos: El 60% de colaboradores respondieron que está totalmente de acuerdo que el supervisor o jefe inmediato está pendiente del cumplimiento de los procesos realizados en la empresa, este resultado se asemeja a los resultados de la investigación de Purihuaman (2019), quien obtuvo un 40% de los encuestados indica que se vigila el proceso de servicios para que opere con efectividad. Según Gryna, Chua, y Defeo, (2007) Está relacionado con establecer la infraestructura requerida para mejorar la calidad. Cuyo primer paso consiste en que los trabajadores que elaborarán o participarán en la fabricación claves para facilitarles formación, motivación y recursos para su éxito.

Implementación de procesos: El 50% de los colaboradores respondió que no está de acuerdo ni en desacuerdo que la empresa debería implementar más procesos para mejorar el servicio, este resultado dista el resultado obtenido en la investigación de Patroni (2019), el cual obtuvo un 37.93% de encuestados que indican que casi siempre se implementa recomendaciones y sugerencias de los clientes para mejorar el servicio.

Reducción de procesos: El 80% de los colaboradores respondieron que están totalmente de acuerdo que la empresa debería reducir los procesos para mejorar el servicio, este resultado dista de los resultados obtenidos por la investigación de Bances (2018) el cual obtuvo un 67% de los clientes considera que deben mejorar sus servicios. Según Gryna, Chua, y Defeo, (2007) Como procedimiento final de la trilogía de Juran, debemos realizar las siguientes actividades: establecer una estructura que asegure la mejora de la calidad, identificar cuáles son las necesidades que se van a mejorar, diagnosticar las causas, estimular las medidas de mejora y estandarizar el control de las mejoras.

Tabla 2. Características de la atención al cliente en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021

Resolución de problemas: El 64% de los clientes respondieron que están totalmente de acuerdo que, en el caso de presentarse un problema, la empresa lo solucionaría inmediatamente, este resultado es totalmente distinto al obtenido en el trabajo de investigación de Huamani (2019), en donde un 60% de colaboradores manifestó que la empresa no soluciona los reclamos ni sugerencia de los clientes. Según Goodman (2014) Los problemas: Son todas las sorpresas desagradables o los inconvenientes que surgen al ofrecer un producto o servicio, más allá de que el cliente se queje o no.

Expectativas del cliente: El 74% de los clientes respondió que están totalmente de acuerdo que la atención brindada por los colaboradores ha sido efectiva., este resultado dista lo obtenido en

la investigación de Aldana (2018), que obtuvo como resultado un 88.78% de clientes que están en desacuerdo con la satisfacción con la atención recibida. Según Goodman (2014) La satisfacción es el grado de bienestar o placer que se tiene cuando se ha colmado un deseo o cubierto una necesidad, es posible aumentar la satisfacción estableciendo las expectativas de forma correcta.

Fidelidad del cliente: El 69% de clientes respondieron que están totalmente de acuerdo si volvería a comprar algún producto en esta empresa, este resultado dista de lo obtenido en la investigación Aldana (2018), que obtuvo un 60.20% de clientes que están en desacuerdo respecto a la fidelización del cliente en volver a comprar en la tienda. Según Goodman (2014) La lealtad puede medirse por el hecho de que el cliente exprese su intención de volver a comprar o contratar un servicio.

Disfrute al comprar: El 71% de los clientes respondió que están totalmente de acuerdo que la atención brindada ha superado sus expectativas, este resultado se asemeja al resultado obtenido en el trabajo de investigación de Sánchez (2020), que obtuvo un 70% de clientes que expresaron que los trabajadores se encuentran bien capacitados y establecen una excelente comunicación para ofrecer el mejor servicio. Según Goodman (2014) El deleite ocurre cuando una empresa es capaz de sorprender al cliente excediendo sus expectativas, ya sean elevadas o razonables. Sin embargo, el deleite no siempre aumenta la lealtad, así que exceder las expectativas todo el tiempo puede ser una gran pérdida de dinero.

VI. CONCLUSIONES

Se identificó las características de la gestión de calidad en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021, considerando respecto al planteamiento de la calidad, que los colaboradores consideran que los procesos estas bien estructurados y son los necesarios para garantizar la gestión de la calidad, en el caso de control de la calidad, los colaboradores consideran que hay un seguimiento constante del cumplimiento de los procesos, en este punto se debe agregar, que si bien es cierto, se debe hacer seguimiento del cumplimiento de los procesos, este no debe llegar a significar un seguimiento agobiante o invasivo para colaborador; asimismo, respecto al mejoramiento de la calidad se puede evidenciar que a menos procesos la gestión de la calidad será efectiva, al haberse manifestado los colaboradores a favor de una reducción de proceso.

Se identificó las características de la atención al cliente en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021, respecto a los problemas que los clientes tienen la percepción de que la empresa es eficiente en la solución de problemas, respecto a la satisfacción, los clientes muestran altos índices de satisfacciones del servicio brindado por la empresa, respecto a la lealtad, los clientes han manifestado que volverían a comprar algún producto en la empresa, asimismo, respecto el deleite, gran porcentaje de los clientes muestran que la atención brindada por los colaboradores ha superado sus expectativas.

En virtud a los resultados obtenidos en la investigación, se realizó un plan de mejora que tiene como principal finalidad brindar estrategias técnicas y ser una herramienta para los gerentes y o quien haga sus veces, permitiendo así poder desarrollar una buena gestión de calidad que conllevara a una mejor atención al cliente, cabe precisar que todas las condiciones favorables o

de mejora para los colaboradores y para los clientes, repercute directamente en la rentabilidad de la empresa, debido a que estas condiciones incrementan la ventas y dan la posibilidad de ir mejorando poco a poco como empresa.

VII. RECOMENDACIONES

El gerente y/o quien haga sus veces debe involucrar más a sus colaboradores en la toma de decisiones, para que se sientan más comprometidos con la empresa y esto pueda fomentar el cumplimiento de procedimientos en las MYPES, que mejoren la gestión de la calidad, en pro de incrementar la preferencia en los clientes, al brindar un buen servicio.

El gerente y/o quien haga sus veces, debe establecer mecanismos constantes de escucha a los clientes, para que de esta manera conozca errores que tiene la empresa, asimismo puedan implementar mejoras para incrementar las ventas de la empresa.

El gerente y/o quien haga sus veces debe implementar procedimientos para la gestión de calidad, considerando que estos deben de ser solo los necesarios; debido a que una implementación en exceso de procedimientos podría crear pasos innecesarios para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

PLAN MEJORA PARA EN LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA DE VENTA DE CELULARES RIMAY CONNECTION SAC

1. Datos generales

- **Nombre o razón Social:** Rimay Connection SAC
- **Giro de la empresa:** Servicios
- **Dirección:** Jr. Ohiggins N° 103 – San Vicente de Cañete.
- **Nombre del representante:** Eduardo Raúl BAZALAR ROMERO
- **Historia:**

La empresa Rimay Connection es una empresa constituida desde el 2021, que tuvo un auge de expansión debido a la situación de pandemia por la aparición del COVID 19, que conllevó a que las personas adquirieran de manera más recurrente servicios de telefonía y equipo celulares.

2. Misión

Ofrecer servicios de telecomunicación (equipos celulares) que satisfaga las necesidades de los clientes, brindando una variedad de equipos de amplia versatilidad acorde a su presupuesto.

3. Visión

Ser la empresa líder en el rubro de telecomunicaciones, a nivel de toda la provincia de Cañete, brindando servicios de calidad, en donde los clientes nos consideren como la mejor opción para la adquisición de sus equipos celulares.

4. Objetivos

- Mejorar la calidad de la atención brindada a los clientes, a través de un trato amable y personalizado.

- Aumentar los servicios de telecomunicaciones a ofrecer, como servicios de internet y planes de canales digitales.
- Aumentar los puntos de venta de celulares y tener una amplia cobertura de servicios de internet.

5. Productos y/o servicios

En la micro y pequeña empresa Rimay Connection SAC, se ofrecen equipos celulares de gama baja, media y alta; así como recarga de saldo para celulares.

6. Organigrama

6.1 Descripción de Funciones

Gerencia	
Cargo	Gerente General
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Licenciado en Administración - Experiencia laboral, mínimo 2 años en el rubro - Contar con habilidades comunicativas y de liderazgo - Ser responsable, proactivo e innovador. - Tener conocimiento básico de tecnologías de comunicación.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Contratar personal idóneo a las labores asignada para cada puesto. - Evaluar el desempeño en las funciones de los colaboradores. - Establecer las capacitaciones y reuniones de motivación. - Plantear los objetivos, metas y estrategias de marketing. - Promover un buen ambiente laboral.
Cargo	Administrador Financiero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Contador o Economista - Estudios técnicos o universitarios en contabilidad, economía y/o administración. - Conocimiento en elaboración de planilla, pago de tributos. - Conocimiento de estados financieros
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de planillas de pago de colaboradores. - Declaración y pago de impuestos y tributos antes la SUNAT, ESSALUD y Municipalidad. - Elaborar y registrar los libros contables. - Elaborar el estado financiero

Gerencia	
Cargo	Asistente Administrativo
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Estudiante de contabilidad, administración o Económica - Capacidad de aprender de manera rápida - Trabajar bajo presión. - Conocimiento de Ofimática
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyo administrativo en las labores designadas por el gerente general y el Administrador Financiero.

Área de Ventas	
Cargo	Supervisor de Ventas
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios técnicos de administración y o computación informática - Capacidad de manejo y resolución de problemas - Trabajar bajo presión. - Conocimiento de Ofimática
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Supervisión de vendedores. - Solución de problemas - Asistir a los vendedores, respecto alguna duda. - Planificación y ejecución de estrategias de venta.
Cargo	Vendedor
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios de secundaria completos - Capacidad de manejo y resolución de problemas - Trabajar bajo presión. - Buen trato con el público - Capacidades blandas
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar atención a los clientes, indicándole las características de los equipos celulares. - Orientar en el proceso de compra a los clientes. - Apoyar en el orden y cuidado de los equipos celulares

Nota: Elaboración propia.

7. Diagnostico General

<p style="text-align: center;">ANÁLISIS FODA</p>	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <p>O1. Proveedores confiables.</p> <p>O2. Crecimiento de demanda de equipos.</p> <p>O3. Alianza con empresas de telecomunicaciones.</p> <p>O4. Buena acogida de propaganda a través de redes sociales</p>	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <p>A1. Creciente competencia.</p> <p>A2. Cambio constante de tecnologías.</p> <p>A3. Crisis política del país.</p> <p>A4. Recesión económica – Post Covid-19.</p> <p>A5. Incremento de actos delincuenciales por la zona</p>
<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <p>F1. Atención y servicios a los clientes de calidad.</p> <p>F2. Equipos celulares de diversos precios, al alcance de los clientes.</p> <p>F3. Clientes fidelizados con la empresa.</p> <p>F4. Personal comprometido con los objetivos de la empresa</p>	<p style="text-align: center;">Estrategias F-O</p> <p>-Brindar atención amable, confiable y personalizada, a través de las redes sociales. (F1, O4)</p> <p>-Brindar promociones a los clientes recurrentes, ofreciéndoles nuevos equipos con mejores características. (F3, O1, O3)</p>	<p style="text-align: center;">Estrategias F-A</p> <p>-Implementar estrategias de marketing para captar a la mayor cantidad de nuevos clientes, resaltando la variedad precios de los equipos celulares. (F3, F4, A1, A4,)</p> <p>-</p>
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <p>D1. Poco espacio en tienda para la exhibición de equipos.</p> <p>D2. No ofrecer servicio de Delivery en la entrega de equipos.</p> <p>D3. Ubicación distante del centro de la ciudad.</p> <p>D4. Alto precio en el alquiler del local</p>	<p style="text-align: center;">Estrategias D-O</p> <p>-Brindar un catálogo virtual de equipos celulares, en donde se detalle las características técnicas y los precios, a través de las redes social. (D1, O4)</p> <p>-Implementar un servicio de venta a través de redes sociales y entrega por Delivery de los equipos adquiridos. (D2,O2)</p>	<p style="text-align: center;">Estrategias D-A</p> <p>-Generar alianzas con empresas de telecomunicaciones, a fin de ofrecer mayor cantidad de servicios relacionados a ello. (A1, D1)</p> <p>-Reforzar la seguridad, a través de la instalación de cámaras de seguridad, tanto en el frontis del local, como internamente. (D3,A5)</p>

8. Indicadores de una buena gestión de calidad

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de las Mypes
Participación de los colaboradores en la toma de decisiones	Los colaboradores no participan en la toma de decisiones respecto a la empresa.
Motivación a los colaboradores	Los colaboradores deben de contar con motivaciones que haga incrementar su empeño
Reconocimiento a los colaboradores	Los colaboradores no reciben incentivos económicos por las ventas optimas
Actualización continua	Los colaboradores necesitan recibir actualización continua, respecto a la atención al cliente y conocimiento técnicos de los equipos

Nota: Elaboración propia

9. Problemas

Indicadores	Problemas	Causa del problema
Participación de los colaboradores en la toma de decisiones	Los colaboradores no participan en la toma de decisiones respecto a la empresa.	No se toma en cuenta la opinión a los colaboradores en la toma de decisiones, por considerar que no tienen el conocimiento para tal fin.
Motivación a los colaboradores	Los colaboradores deben de contar con motivaciones que haga incrementar su empeño	No se realiza actividades (menciones, reconocimiento, palabra de felicitación) que permita que los trabajadores, se sientan valorados
Reconocimiento a los colaboradores	Los colaboradores no reciben incentivos económicos por las ventas optimas	No se realiza ningún incentivo económico o en especies, a los trabajadores que tengan ventas sobresalientes
Actualización continua	Los colaboradores necesitan recibir actualización continua, respecto a la atención al cliente y conocimiento técnicos de los equipos	No se realiza continuamente charlas de capacitación de productos que se ofertan; ni de cómo mejorar la atención al cliente.

Nota: Elaboración propia

10. Problemas

10.1 Establecer acciones de mejora

Indicadores	Problemas	Acciones de mejora
Participación de los colaboradores en la toma de decisiones	Los colaboradores no participan en la toma de decisiones respecto a la empresa.	Considerar con mayor frecuencia la participación de los colaboradores en la toma de decisiones, a través de reuniones de coordinación mensual en donde se aprovechará la opinión de los colaboradores y el conocimiento que obtuvieron a través de sus actividades diarias, esta actividad permitirá a las empresas: <ul style="list-style-type: none">- Generar nuevas ideas de solución.- Solución de problemas de manera eficaz.- Identificación de los colaboradores con la empresa.- Fortalecer la comunicación entre los colaboradores.
Motivación a los colaboradores	Los colaboradores deben de contar con motivaciones que haga incrementar su empeño	Los colaboradores deben sentirse motivados a ser más eficiente en el desempeño de sus actividades, esto lo podríamos lograr a través de: <ul style="list-style-type: none">- Reconocimiento público.- Tener micro reuniones de coordinación al inicio de la semana.- Establecer horario flexible y compensables.- Motivar a un clima laboral agradable.- Tener un trato cordial con todos los involucrados en la empresa.
Reconocimiento a los colaboradores	Los colaboradores no reciben incentivos económicos por las ventas óptimas	Los colaboradores con desempeño sobresaliente, será retribuidos con una bonificación: <ul style="list-style-type: none">- Asignación de bonificación cada cierto periodo y por un monto determinado por la empresa en virtud a sus condiciones económicas-financieras.
Actualización continua	Los colaboradores necesitan recibir	Deben brindar capacitaciones de manera continua, considerando que las

	<p>actualización continua, respecto a la atención al cliente y conocimiento técnicos de los equipos</p>	<p>actualizaciones de los equipos celulares, en virtud a las innovaciones tecnológicas son cada vez más frecuentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Talleres de capacitación constante de innovaciones tecnológicas de los Equipos celulares. - Capacitación constante en la mejora de la atención al público.
--	---	---

Nota: Elaboración propia

11. Recursos para la implantación de las estrategias

Nº	Acciones de mejora	Recursos Humanos	Recursos Económicos	Recursos Tecnológicos	Tiempo
1	<p>Considerar con mayor frecuencia la participación de los colaboradores en la toma de decisiones, a través de reuniones de coordinación mensual en donde se aprovechará la opinión de los colaboradores y el conocimiento que obtuvieron a través de sus actividades diarias, esta actividad permitirá a las empresas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generar nuevas ideas de solución. - Solución de problemas de manera eficaz. - Identificación de los colaboradores con la empresa. - Fortalecer la comunicación entre los colaboradores. 	Gerente y colaboradores	S/ 1,200.00	Proyector, computadores, internet, bocaditos.	6 meses
2	<p>Los colaboradores deben sentirse motivados a ser más eficiente en el desempeño de sus actividades, esto lo podríamos lograr a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento público. - Tener micro reuniones de coordinación al inicio de la semana. - Establecer horario flexible y compensables. - Motivar a un clima laboral agradable. - Tener un trato cordial con todos los involucrados en la empresa. 	Gerente y colaboradores	S/ 800.00	Proyector, computadora, internet, diapositivas	6 meses

3	<p>Los colaboradores con desempeño sobresaliente, será retribuidos con una bonificación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asignación de bonificación cada cierto periodo y por un monto determinado por la empresa en virtud a sus condiciones económicas-financieras. 	Gerente y colaboradores	S/1,500.00	Proyector, computadora, internet, diapositivas	6 meses
4	<p>Deben brindar capacitaciones de manera continua, considerando que las actualizaciones de los equipos celulares, en virtud a las innovaciones tecnológicas son cada vez más frecuentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Talleres de capacitación constante de innovaciones tecnológicas de los Equipos celulares. - Capacitación constante en la mejora de la atención al público. 	Gerente y colaboradores	S/ 1,000.00	Proyector, computadora, internet, diapositivas	6 meses

Nota: Elaboración propia

	<p>tecnológicas de los Equipos celulares. Capacitación constante en la mejora de la atención al público.</p>																												
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Nota: Elaboración propia

Referencias Bibliográficas

- Aldana, K. (2018). *Caracterización de la Atención al Cliente y el Financiamiento en las MYPE del rubro librerías del mercado modelo central de Piura*. Piura: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Alvarado, H. (2019). *Aplicación de herramientas de Lean Service en el proceso de Atención al Cliente de Tarjetas de Credito para incrementar la productividad*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/items/0e7a834a-6965-40e3-a3d7-361ec6511db2>
- Angeles, L. (2022). *Atención al cliente y Calidad de Servicio en farmacia oncológica en un hospital policial de Lima*. Lima: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/98590>
- Araque, Y. (2020). *Gestión de Calidad: Herramienta de control gerencial en empresas de obras civiles [Tesis para Licenciatura, Universidad Militar de Nueva Granada]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10654/35155>
- Ayaypoma, R. (2020). *Propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro Hoteles: Caso Hotel "Las Flores" - San Vicente, Cañete 2020*. Cañete: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/25935>
- Bances, E. (2018). *Carecterización de Gestión de Calidad y Competitividad en las MYPE de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura)*. Piura: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Bastos, A. (2006). *Fidelización del Cliente*. España: Ideaspropias Editorial. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=8nj-kruWt1gC&lpg=PP1&dq=cliente&hl=es&pg=PT4#v=onepage&q=cliente&f=false>
- Cerda, E., Luna, O., & Porta, B. (2018). *Gestión de la Calidad de Servicio en el Comercio Tradicional. Caso Mercado el Bosque. [Tesis para Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/12161>
- Cotarma, L., & Ayquipa, Y. (2020). *Atención al Cliente y Calidad de Servicios de los trabajadores de Almandoz Corredores de Seguros de Lima*. Lima: Universidad Cesar Vallejos. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/75813>
- Cuatrecasas, L. (2012). *Gestón de la Calidad Total*. Madrid: Editorial Diaz de Santos. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=W_kh5TLr7uAC&lpg=PA572&dq=gestion%20de%20calidad&hl=es&pg=PA574#v=onepage&q=gestion%20de%20calidad&f=false
- Díaz, N. (2017). Población y Muestra. *Técnicas de Investigación Cualitativas y Cuantitativas*, <https://core.ac.uk/download/pdf/80531608.pdf>.
- Espinoza, W. (2019). *Gestión de Calidad en el Financiamiento de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro Polleria, Distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, Lima Año 2018. [Para Licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9352>
- Fidias, G. (2012). *El Proyecto de Investigación*. Caracas - Republica Bolivariana de Venezuela: Editorial Episteme. Obtenido de <https://bit.ly/32T1tiM>
- Garcia, E. (2019). *Propuesta de mejora al servicio de atención al cliente de la filial sur del comercio Cevallos.[Tesis para Licenciatura, Instituto Tecnológico Bolivariano de Tecnología]*. Repositorio Institucional. Obtenido de

- <http://repositorio.itb.edu.ec/handle/123456789/1834>
- Goodman, J. (2014). *Atención Estratégica al cliente*. Buenos Aires: Ediciones Pluma Digital. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/77357?page=3>
- Gouardères, F. (10 de 2021). *Parlamento Europeo*. Obtenido de <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/es/sheet/63/las-pequenas-y-medianas-empresas>
- Gryna, F., Chua, R., & Defeo, J. (2007). *Método Juran: Análisis y planeación de la calidad*. México D.F.: Editorial McGraw-Hill - Interamericana. Obtenido de <http://sistemasdecalidad6to.weebly.com/uploads/4/6/5/8/46581171/metodo-juran-an%C3%A1lisis-y-planeaci%C3%B3n-de-la-calidad-juran-5ta.pdf>
- Henostroza, T. (2017). *Implementación de un sistema de ventas para mejorar el servicio de atención al cliente en la empresa Consorcio Paredes - Huarmey 2017. [Para Licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4764>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw - Hill. Obtenido de <https://bit.ly/36GQA4U>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Selección de la Muestra. En Metodología de la Investigación*. México: Espacio de Formación Multimodal. Obtenido de http://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf?sequence=1
- Huaman, C., & Valeriano, L. (2021). *Calidad de Atención Farmaceutica y Satisfacción del Cliente en la Botica Sofia, Imperial - Cañete, Junio 2021*. Cañete: Universidad María Auxiliadora. Obtenido de <https://repositorio.uma.edu.pe/handle/20.500.12970/793>
- Huamani, E. (2020). *Propuesta de mejora en atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercial – rubro panaderías, caso Panadería la Merced y Punto, Imperial, Cañete 2019 [Tesis para Licenciatura, ULADECH]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/17123>
- Juran, J. (1986). *La Trilogía de la Calidad*. California.
- Juran, J. (1990). *Juran y el Liderazgo para la Calidad*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=rZgoVdPhJCAC&oi=fnd&pg=PP12&dq=trilogia+de+juran&ots=d24i6P8YU7&sig=RwAJv5DwrEAsb7Zyk-Irbm8QDew#v=onepage&q=trilogia%20de%20juran&f=false>
- Kanematsu, J. (2019). *Gestión de la Calidad de Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio, rubro boutiques para caballeros del Centro de la Ciudad de Huacho, Año 2018*. Huacho: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9229/ATENCION_AL_CLIENTE_KANEMATSU_GRADOS_JACQUELINE_FIORELLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- LISETH, P. M. (s.f.). *Caractiza*.
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación social y cuantitativa*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccaa_a2016_cap2-3.pdf
- Mendoza, S. (2019). *Servicio de atención al cliente para generar eficiencia en el Banco Falabella. [Tesis para Licenciatura, Universidad Señor de Sipán]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/5954>
- Miller, S. (2022). Tipos de Investigación Científica. *Revista de Actualización Científica*, Revistas

- Bolivias - Revistas Electronicas en Línea. Obtenido de http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/pdf/raci/v12/v12_a11.pdf
- Ministerio de la Producción. (2019). *Estadística MIPYME*. Obtenido de Ministerio de la Producción: <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>
- Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2007). *Introducción a la Gestión de Calidad*. Madrid: Delta Publicaciones. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=KYSMQyQAbYC&lpq=PP1&pg=PR4#v=onepage&q&f=false>
- Ognio, A. (2018). *Gestión de la Calidad de la Evaluación por competencias a los internos de medicina humana en el hospital Rezola de Cañete*. Cañete: Universidad de San Martín de Porres. Obtenido de <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4888>
- Parihuaman, G. (2019). *Gestión de la Calidad y Competitividad de las Mypes del sector servicios - rubro Restaurantes del distrito de Huacho, 2018*. Huacho: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11759/GESTION_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_PARIHUAMAN_QUINDE_GERALDINA_REBECA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Patroni, G. (2019). *La Gestión de Calidad con el uso de la capacitación del Recurso Humano en las MYPES del Sector Servicio-Rubro Restauereantes del Distrito de Huacho, 2018*. Huacho: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/13676/GESTION-CALIDAD-CAPACITACION-RECURSO-HUMANO-PATRONI-YGREDA-GINA-SORAYA.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Perez, V. (2007). *Calidad Total en la Atención al Cliente*. España: Ideas Propias Editorial. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=xXdBBinORegC&lpq=PP1&dq=atencion%20al%20cliente&hl=es&pg=PT4#v=onepage&q=atencion%20al%20cliente&f=false>
- (2020). *Propuesta de mejora en atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercial – rubro panaderías, caso Panadería la Merced y Punto, Imperial, Cañete 2019 [Tesis para Licenciatura, ULADECH]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/17123>
- Rego, G. (30 de 11 de 2019). *El Peruano*. Obtenido de El Peruano: <https://elperuano.pe/noticia/87077-las-habilidades-blandas-y-la-atencion-al-cliente>
- Rodriguez, M., & Mendivelso, F. (2018). *Diseño de Investigación de Corte Transversal*. Revista Médica Sanitas. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Fredy-Mendivelso/publication/329051321_Disenio_de_investigacion_de_Corte_Transversal/links/5c1aa22992851c22a3381550/Diseno-de-investigacion-de-Corte-Transversal.pdf
- Rojas, I. (2021). *La Gestión de Calidad en la Producción y la Rentabilidad de la Empresa La Merced E.I.R.L*. Lima: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/75813>
- Sánchez, K. (2020). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Kaizen en las MYPE rubro automotriz, ciudad de Huancabamba Distrito de Huancabamba*. Piura: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Soto, A. (2013). *Calidad den la Atención al Cliente en las Pymes del Municipio de Arauca*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia. Obtenido de <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/19987>
- Soto, K. (2019). *Gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro tienda de ropa para damas – estudio de caso “Moda Urbana*

- Mary” del Distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, Departamento de Lima, Periodo 2019. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15613>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2019 de 02 de 19). *Emprender*. Obtenido de <https://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>
- Traba, L. (2020). *Teoria Y Practica de las Organizaciones*. Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral. Obtenido de https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar:8443/bitstream/handle/11185/5584/Traba_web.pdf
- Udaondo, M. (1992). *Gestión de Calidad*. Madrid: Díaz de Santos S.A. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=hoRIEGdLGxIC&lpg=PR9&ots=qh-nPgZw1c&dq=gesti%C3%B3n%20de%20calidad&lr&hl=es&pg=PA5#v=onepage&q=gesti%C3%B3n%20de%20calidad&f=false>
- Uladech. (2019). *Código de ética para la investigación*. Chimbote: ULADECH. Obtenido de <https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>
- Van, J. (30 de 12 de 2022). *Revistas Banco Mext*. Obtenido de El gobierno y las empresas en Estados Unidos: <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/349/4/RCE4.pdf>
- Verastegui, J. (2019). *La Rentabilidad y su influencia en la Gestión de Calidad, en MYPES de la galeria Super, de Huanuco*. Huanuco: Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote.
- Viera, C. (2019). *Modelo de Gestión de Calidad para la Dirección Administrativa de la Presidencia de la República de Ecuador [Tesis de Maestria, Universidad Tecnologica Israel]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/2015>

Anexos

Anexo 1: Cronograma de actividades

N°	Actividades	Año - 2021								Año - 2022							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X	X	X													
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación				X												
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación				X												
4	Exposición del proyecto al DTI				X												
5	Mejora del marco teórico	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
6	Redacción Literatura.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
7	Elaboración del consentimiento informado (*)		X														
8	Ejecución de la metodología						X										
9	Resultados de la investigación							X	X								
10	Redacción: Análisis-Resultados									X							
11	Conclusiones y recomendaciones									X	X	X					
12	Redacción de la Introducción, Resultados y Abstract										X	X					
13	Revisión y Redacción del pre informe de Investigación									X	X	X	X				
14	Sustentación Pre Informe de Investigación												X				
15	Redacción y aprobación del informe final por los jurados													X			
15	Presentación de ponencia en jornadas de investigación															X	X
16	Redacción de artículo científico														X	X	

Anexo 02: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
· Impresiones	0.50	100	50.00
· Fotocopias	0.20	100	20.00
· Empastado	10.00	01	10.00
· Papel bond A-4 (500 hojas)	13.00	01	13.00
· Lapiceros	0.50	10	5.00
Servicios			
· Uso de Turnitin	10.00	1	100.00
Sub total			198.00
Gastos de viaje			
· Pasajes para recolectar información	1.50	20	30.00
Sub total			30.00
Total de presupuesto desembolsable			228.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	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 humanos			
· Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			880.00

Anexo 3: PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: “**GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA DE VENTA DE CELULARES RIMAY CONNECTION SAC, DEL DISTRITO DE SAN VICENTE DE PROVINCIA DE CAÑETE, 2021**” y es dirigido por Víctor Miguel Sánchez Huamán, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 05 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del Repositorio Institucional de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Si desea, también podrá escribir al correo: 2511121016@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

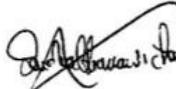
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

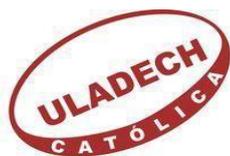
Nombre: **Eduardo Raúl BAZALAR ROMERO**

Fecha : **13/09/2021**

Correo electrónico: **Rimay.connection@gmail.com**

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

San Vicente de Cañete, 13 de septiembre de 2021.

Carta S/N - 2021-ULADECH CATÓLICA

Sr.
Eduardo Raúl BAZALAR ROMERO
Gerente General de Rimay Connection S.A.C
Jr. Ohiggins N° 103 – San Vicente de Cañete.
Correo electrónico: Rimay.connection@gmail.com
Presente. -

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, mi nombre es Víctor Miguel Sánchez Huamán, con código de matrícula N° 2511121016, de la Carrera Profesional de Administración., del VI ciclo, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado ***“GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA DE VENTA DE CELULARES RIMAY CONNECTION SAC, DEL DISTRITO DE SAN VICENTE DE PROVINCIA DE CAÑETE, 2021”***, durante los meses de septiembre a diciembre del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución. En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,

Sánchez Víctor M
iguel
DNI. N° 46079872

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene como finalidad la recolección de información de los colaboradores y clientes para cumplir con el objetivo de la investigación titulada: **GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA DE VENTA DE CELULARES RIMAY CONNECTION SAC, DEL DISTRITO DE SAN VICENTE DE PROVINCIA DE CAÑETE, 2021.**

Instrumento de Recolección de Datos

Gestión de Calidad	Totalmente desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Planeamiento de la Calidad					
¿Considera que los procesos realizados en la empresa son suficientes?					
¿Consideras que los procesos que realiza la empresa están bien articulados?					
Control de la Calidad					
¿Considera que el supervisor o jefe inmediato está pendiente del cumplimiento de los procesos realizados en la empresa?					
Mejoramiento de la Calidad					
¿Considera que la empresa debería implementar más procesos para mejorar el					
¿Considera que la empresa debería reducir los procesos para mejorar el servicio?					

Atención al cliente	Totalmente desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Problemas					
En caso presentarse un problema ¿Considera que la empresa la solucionaría					
Satisfacción					
¿Considera usted que la atención brindada por los colaboradores ha sido efectiva?					
Lealtad					
¿Volvería a comprar algún producto en esta empresa?					
Deleite					
¿Considera usted que la atención brindada ha superado sus expectativas?					

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): CASTILLÓN MATOS, OVIDIO
- 1.2. Grado Académico: MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN
- 1.3. Profesión: ADMINISTRADOR
- 1.4. Institución donde labora: ULADECH CATOLICA
- 1.5. Cargo que desempeña: COORDINADOR DE LA CARRERA DE ADINISTRACIÓN
- 1.6. Denominación del instrumento: ENCUESTA
- 1.7. Autor del instrumento: SÁNCHEZ HUAMÁN, VÍCTOR MIGUEL
- 1.8. Carrera: ADMINISTRACION

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Planeamiento de la Calidad							
1. Cantidad de procesos	✓		✓		✓		
2. Articulación de procesos	✓		✓		✓		
Dimensión 2: Control de la Calidad							
3. Control de calidad continua	✓		✓		✓		
Dimensión 3: Mejoramiento de la Calidad							
4. Implementación de sugerencias	✓		✓		✓		
5. Reducción de procesos	✓		✓		✓		

Ítems correspondientes al Instrumento 2

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Problemas							
6. Problemas con producto	✓		✓		✓		
Dimensión 2: Satisfacción							
7. Expectativas del cliente	✓		✓		✓		
Dimensión 3: Lealtad							
8. Intensión de volver a comprar, Recomendación	✓		✓		✓		
Dimensión 4: Deleite							
9. Valor agregado	✓		✓		✓		

Otras observaciones generales: *Se recomienda aplicar la prueba piloto para determinar su confiabilidad.*



 CASTILLÓN MATOS, OVIDIO
 DNI. 15421219

24/09/21
 01:18 hrs.

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): RALLI MAGIPO, LIZBETH

1.2. Grado Académico: MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN EN NEGOCIOS

1.3. Profesión: ADMINISTRADORA

1.4. Institución donde labora: ULADECH CATOLICA

1.5. Cargo que desempeña: DOCENTE

1.6. Denominación del instrumento: ENCUESTA

1.7. Autor del instrumento: SÁNCHEZ HUAMÁN, VÍCTOR MIGUEL

1.8. Carrera: ADMINISTRACION

II. VALIDACIÓN:

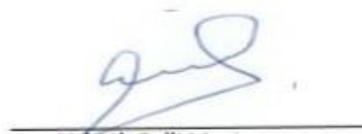
III. Ítems correspondientes al Instrumento 1 VARIABLE: GESTION DE LA CALIDAD

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Plancamiento de la Calidad							
1. Cantidad de procesos	X		X		X		
2. Articulación de procesos	X		X		X		
Dimensión 2: Control de la Calidad							
3. Control de calidad continua	X		X		X		
Dimensión 3: Mejoramiento de la Calidad							
4. Implementación de sugerencias	X		X		X		
5. Reducción de procesos	X		X		X		

IV. Ítems correspondientes al Instrumento 2 VARIABLE: ATENCIÓN AL CLIENTE

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Problemas							
6. Problemas con producto	X		X		X		
Dimensión 2: Satisfacción							
7. Expectativas del cliente	X		X		X		
Dimensión 3: Lealtad							
8. Intención de volver a comprar, Recomendación	X		X		X		
Dimensión 4: Deleite							
9. Valor agregado	X		X		X		

Otras observaciones generales: APROBADO



Lizbeth Ralli Magipo.
Magister en Administración de Negocios

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): ZENOZAIN CORDERO, CARMEN

1.2. Grado Académico: DOCTORA EN ADMINISTRACIÓN

1.3. Profesión: ADMINISTRADORA

1.4. Institución donde labora: ULADECH CATOLICA

1.5. Cargo que desempeña: DOCENTE

1.6. Denominación del instrumento: ENCUESTA

1.7. Autor del instrumento: SÁNCHEZ HUAMÁN, VÍCTOR MIGUEL

1.8. Carrera: ADMINISTRACION

II. VALIDACIÓN:

III. Ítems correspondientes al Instrumento 1 VARIABLE: GESTION DE LA CALIDAD

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Plancamiento de la Calidad							
1. Cantidad de procesos	X		X		X		
2. Articulación de procesos	X		X		X		
Dimensión 2: Control de la Calidad							
3. Control de calidad continua	X		X		X		
Dimensión 3: Mejoramiento de la Calidad							
4. Implementación de sugerencias	X		X		X		
5. Reducción de procesos	X		X		X		

IV. Ítems correspondientes al Instrumento 2 VARIABLE: ATENCIÓN AL CLIENTE

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Problemas							
6. Problemas con producto	X		X		X		
Dimensión 2: Satisfacción							
7. Expectativas del cliente	X		X		X		
Dimensión 3: Lealtad							
8. Intención de volver a comprar, Recomendación	X		X		X		
Dimensión 4: Deleite							
9. Valor agregado	X		X		X		

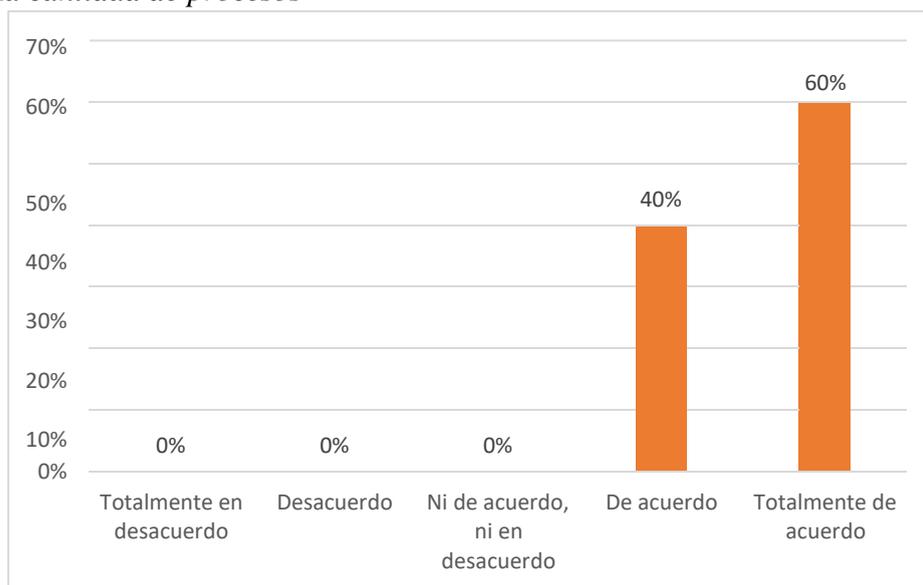
Otras observaciones generales:


 Camery Zenozaín
 Dra. En Administración

Anexo 8: Figuras

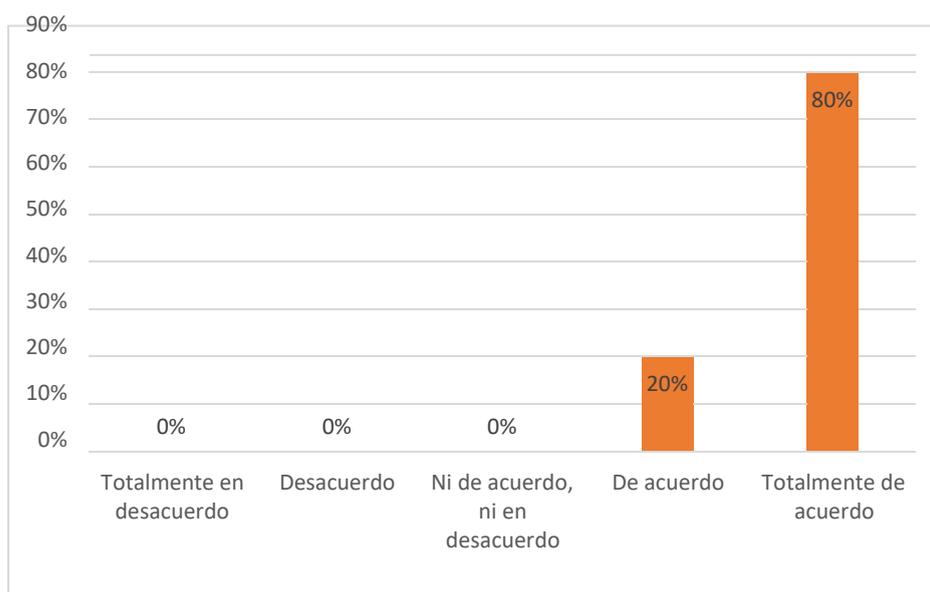
Características de gestión de calidad que requieren los colaboradores en la micro y pequeña empresa de venta de celulares RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021

Figura 1. *La cantidad de procesos*



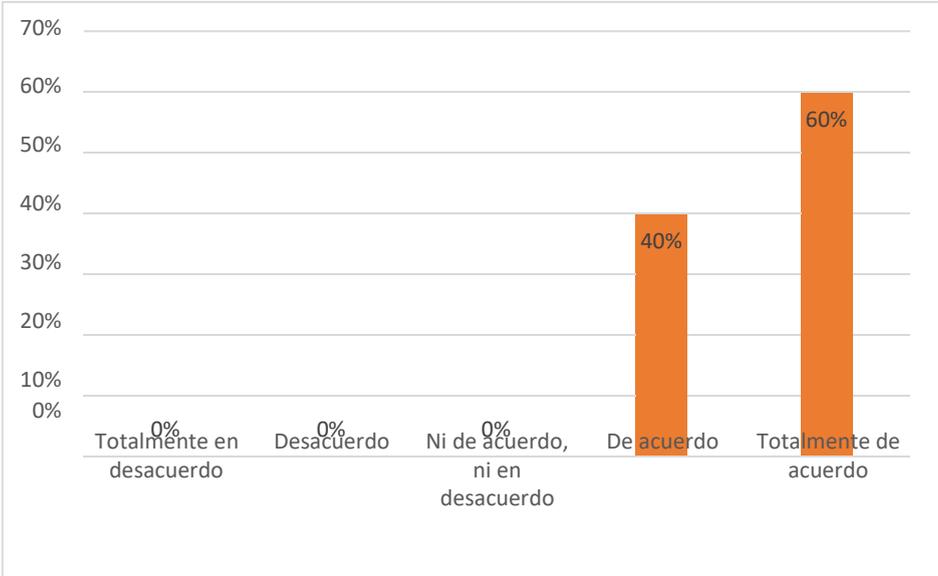
Fuente: Tabla 1.

Figura 2. *La articulación de los procesos*



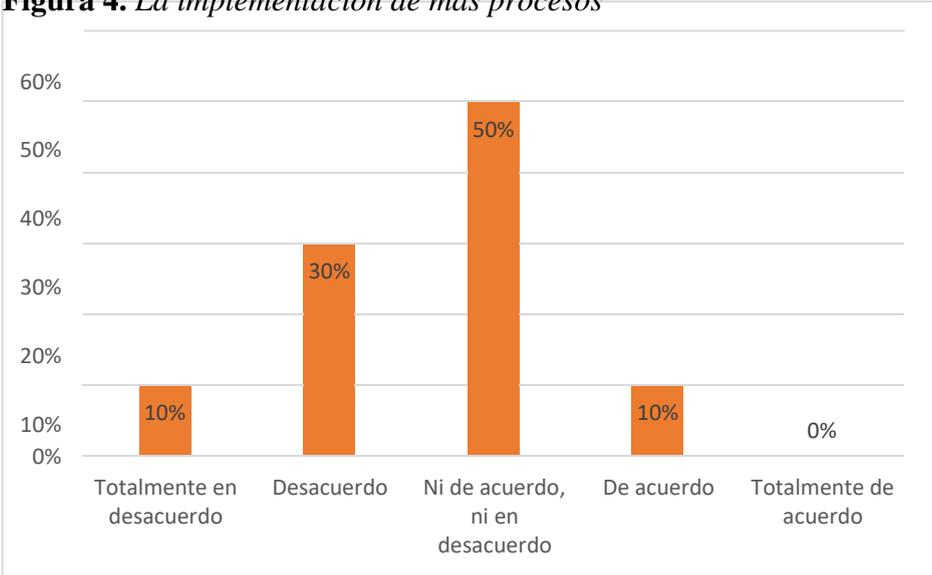
Fuente: Tabla 1.

Figura 3. La supervisión del cumplimiento de los procesos



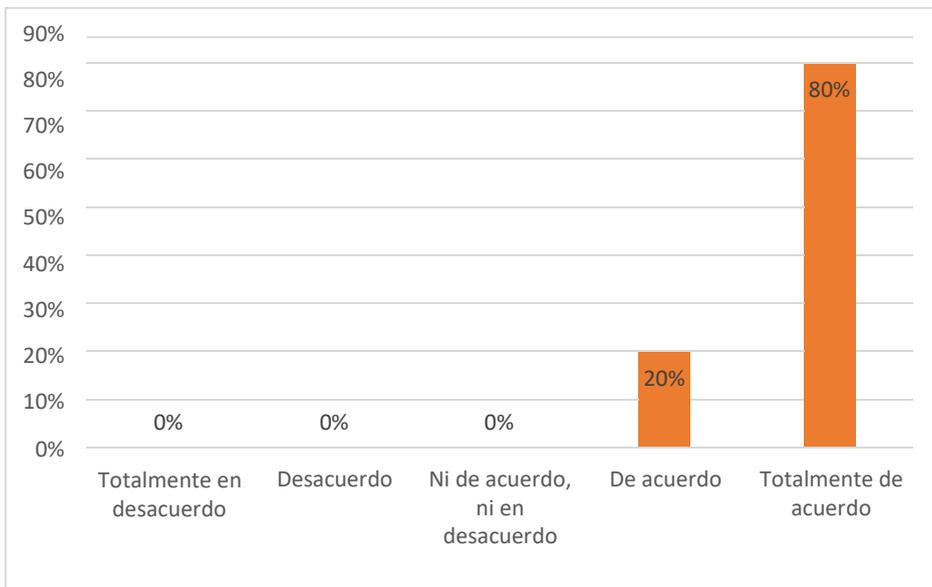
Fuente: Tabla 1.

Figura 4. La implementación de más procesos



Fuente: Tabla 1.

Figura 5. *La reducción de procesos*

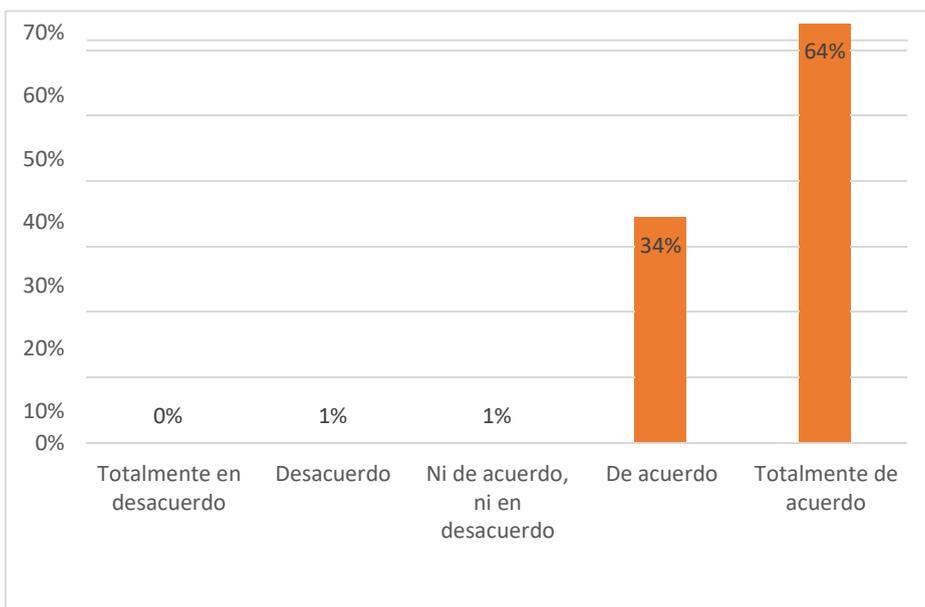


Fuente: Tabla 1.

Características de la atención al cliente en la micro y pequeña empresa de venta de celulares

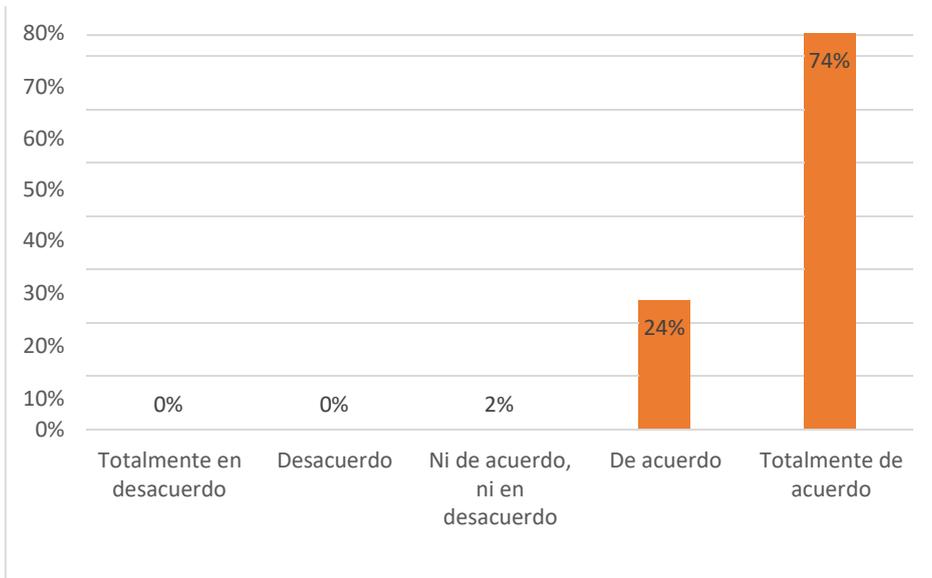
RIMAY CONNECTION SAC, del distrito de San Vicente de Provincia de Cañete, 2021

Figura 6. *La solución de problemas*



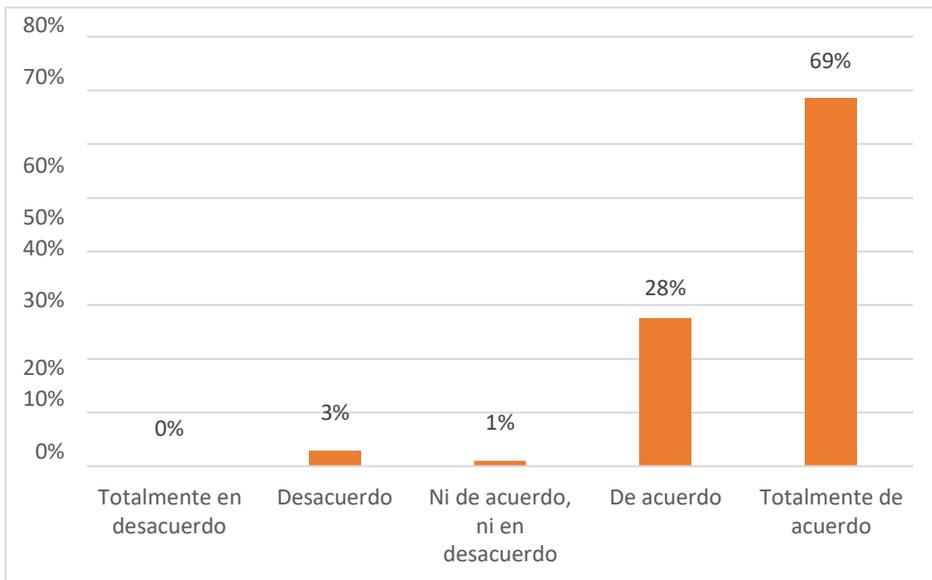
Fuente: Tabla 2.

Figura 7. *La atención efectiva*



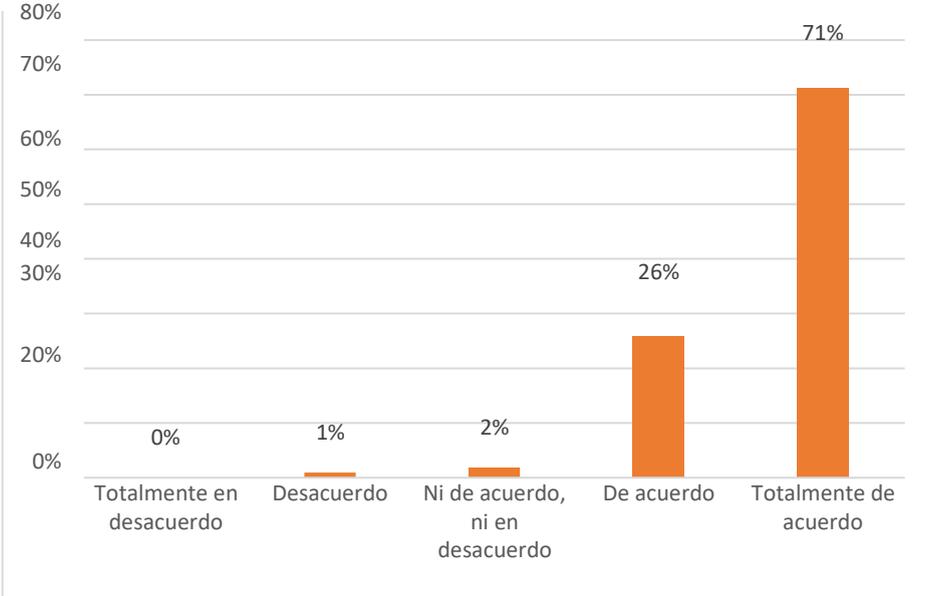
Fuente: Tabla 2.

Figura 8. *La recurrencia en la compra*



Fuente: Tabla 2.

Figura 9. *La superación de las expectativas*



Fuente: Tabla 2.